

**Мальчев Б. Р.**, здобувач вищої освіти  
бакалавр спеціальності публічне управління та, адміністрування,  
**Таврійський державний агротехнологічний університет**  
**імені Дмитра Моторного**, м. Мелітополь

**РОЛЬ КОМУНІКАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОГО  
ВИГЛЯДУ УПРАВЛІННЯ ТА АДІМІНІСТРУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЯМИ**

Комунікація – видатний спосіб соціальної взаємодії. Нині, в сучасному суспільстві, комунікація відіграє особливу роль в досягненні успіху будь-якої

організації. Від того, наскільки правильно буде вибудована комунікаційна модель буде залежати успіх організації, будь то магазину продовольчих товарів або ж існування цілої держави. Опитування показують, що понад 73% американських, 63% англійських і 85% японських керівників [1], вважають, що комунікація – це найважливіший елемент діяльності сучасної компанії, найбільш важливий спосіб підвищення її ефективності.

Організації, які мають погано налагоджену комунікацію, більшою мірою піддані ризику невдачі: банкрутства або кризи, що може стати загрозою для економічної і соціальної системи всього макрорегіону. Саме тому, важливість побудови надійної і правильно налагодженої комунікаційної системи є найважливішим фактором стабільного зростання не тільки окремо взятих організацій, а й цілих галузей національної економіки.

Для повного розуміння сутності комунікації, важливо розглядати її не з боку предметності або ресурсного потенціалу, а як рушійну силу в системі управління. З розвитком економіки, її інформатизації, демократизації та підвищення ролі НТР в усіх галузях економіки, комунікація, все частіше розглядається не як просте інформування персоналу про прийняті рішення в рамках корпоративної стратегії, а й взаємодія між співробітниками і керівництвом. Більш того, все частіше, учасниками комунікаційного процесу стають набагато більше сторін, ніж дві, що свідчить про значні зміни в розумінні комунікації всередині організацій. На думку більшості, вчених, що займаються питаннями ефективності корпоративного менеджменту, тренди до демократизації є одними з найважливіших факторів, які провокують актуалізацію проблеми налагодження комунікації [2].

Функції комунікації можна розділити на дві основні групи: інформаційну і особистісну. Перша – це «кровоносна артерія» будь-якої організації, адже вона забезпечує внутрішню передачу інформації, а друга – взаємодія особистостей, умовних співробітників всіх рангів і посад, між собою. Комунікаційні зв'язки в організації, виникають в результаті обміну інформацією.

Однак, недооцінювати важливість особистісної взаємодії не варто, адже саме завдяки йому, передана інформація, стає корисною, адже тільки тоді, вона зможе стати об'єктом аналізу. Важливо розуміти, що комунікація не теоретична модель – це реальність, на яку впливають безліч факторів: емоції і взаємини, на рівні симпатії-антисимпатії, є тим, що, багато в чому, визначає вигляд комунікаційного процесу, його плідність та ефективність. Таким чином, одним з найважливіших питань комунікації всередині організації, є налагодження плідних відносин між її членами, адже тільки так, процес обміну інформацією, стане плідним. Ефективна і повна демократизація – неможлива без грамотної побудови інформаційного обміну.

Роль налагодження комунікаційної системи в організації, різнобічна і виконує безліч функцій, від реалізації яких буде залежати ступінь успіху розвитку, ефективність прийняття і виконання рішень. Формування корпоративної спільності колективу і створення відповідної мотивації співробітників; підтримка і розвиток корпоративної культури; інформаційна підтримка управлінських рішень; комунікаційне управління організаційними змінами, зменшення опору змінам; виявлення комунікаційних та управлінських проблем компанії, сприяти попередженню конфліктів в колективі [3] – саме це, одні з найголовніших функцій

комунікації.

Діалог, у всіх сферах життя, грає важливу роль, однак, мабуть, найважливішу роль він відіграє в управлінні комерційними організаціями.[5] Адже саме від ступеня їх успіху залежить те, якою наша економіка буде в майбутньому, а відповідно і рівень нашого життя, соціального прогресу, людського капіталу та людського розвитку.

Теорія управління і далі вимагає серйозних досліджень, комунікація як одна з найважливіших областей у вивченні природи управління, є одним з найважливіших, найбільш актуальним питань менеджменту в аграрному, фінансовому, інфраструктурному, сервісному та інших секторах економіки. Комунікаційний менеджмент повинен знайти своє місце в загальній економічній концепції розвитку економіки України. Таким чином, виробники зможуть стати більш конкурентоспроможними, освоїти нові ринки, тим самим, забезпечивши економічне процвітання нашої країни. Традиційні галузі української економіки, потребують серйозних структурних змін, втім, вже зараз, можна відстежити тенденції, які говорять про демократизацію управління, освоєння методів комунікаційного менеджменту [4].

Таким чином, в умовах сучасної економіки, яка швидко розвивається, для забезпечення її ефективності і нового якісного зростання, комунікація перетворюється на стратегічний ресурс. У сучасного керівника в розпорядженні знаходяться можливості нових інформаційних технологій, які можуть забезпечити оперативність, доступність, збільшують обсяги інформації, яку можна використовувати при прийнятті рішень. Грамотна організація комунікації, в організаціях, дозволить, забезпечити залучення всіх працівників до спільної справи – цілі організації. Все це, сприяє, зростанню частки комунікаційного менеджменту в забезпеченні ефективності і конкурентоспроможності української економіки у сучасних реаліях.

#### **Список використаних джерел:**

1. Іщенко М. І., Міщук Є. В., Адамовська В. С., Усик Д. Д. Комунікаційний менеджмент в сучасних організаціях. *Менеджер*. 2018. № 3. С. 39-45. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm\\_2018\\_3\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzhm_2018_3_7)
2. Якубенко І. М. Комунікаційна привабливість підприємств, як основа інформаційного управлінського простору. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2. С. 91-96. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi\\_2018\\_2\\_14](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2018_2_14)
3. Воронкова В.Г. Інформаційно-комунікаційний менеджмент: навчально-методичний посібник. Запоріжжя: ЗДІА, 2018. 158 с
4. Гудзь О. Є. Цифрова економіка: зміна цінностей та орієнтирів управління підприємствами. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2018. № 2. С. 4-12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi\\_2018\\_2\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecmebi_2018_2_3)
5. Олексенко Р. І. Філософія ринкових відносин. Становлення та розвиток в Україні в період глобалізації та інформаційної революції: соціально-філософський аналіз. К.: Знання України, 2013. 367 с. ISBN 978-966-316-336-9.