

УДК 331.104:316.77:316.47

КОМУНІКАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЯХ

ІЩЕНКО М. І.,**доктор економічних наук, професор
кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та
адміністрування,****МІЩУК Є. В.,****кандидат економічних наук, доцент
кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та
адміністрування,****АДАМОВСЬКА В. С.,****кандидат економічних наук, доцент
кафедри обліку, оподаткування,
публічного управління та
адміністрування,****УСИК Д. Д.,****магістрантка,****Криворізький національний
університет****(м. Кривий Ріг)**

У статті розглядається комунікаційний менеджмент як компонент у громадському та діловому житті, інструментами якого є організаційні засоби комунікації (внутрішні та зовнішні). Розкривається роль макро- та мікрооточення в управлінні бізнес-процесами сучасної організації.

Особливу увагу приділено використанню сучасних інноваційних технологій в організаційно-комунікаційних процесах, що сприяють підвищенню ефективності та якості менеджменту.

Ключові слова: *інноваційні засоби комунікації, комунікаційний менеджмент, макро- і мікрооточення, організаційні комунікаційні процеси, сучасні інформаційні технології.*

В статье рассматривается коммуникационный менеджмент как элемент гражданской и деловой жизни, компонентами которого являются организационные ресурсы коммуникаций (внешних и внутренних). Раскрывается роль макро- и микроокружения в руководстве бизнес-процессами современной организации.

Особое внимание уделено использованию современных инновационных технологий в организационно-коммуникационных процессах, которые способствуют повышению качества и эффективности менеджмента.

Ключевые слова: *инновационные ресурсы коммуникаций, современные информационные технологии, макро- и микроокружение,*

коммуникационный менеджмент, организация коммуникационных процессов.

The article deals with communication management as a component in public and business life, the tools of which are organizational communication tools (internal and external). The role of micro and macro in the management of business processes of a modern organization is revealed.

Particular attention is paid to the use of modern innovation technologies in organizational and communication processes that contribute increase of efficiency and quality of management.

Keywords: *innovative means of communication, communication management, micro and macro, organizational communication processes, modern information technologies.*

Постановка проблеми. Актуальність теми дослідження визначається тим, що сучасний відрізок шляху розвитку комунікації як міжкультурного, економічного феномена, психологічного, соціологічного, змушує поглянути на цей процес з точки зору потреби суспільного виробництва, в якому його традиційні чинники (капітал, праця, земля) діють лише за умови ефективного використання комунікації.

Характерною ознакою сучасного виробництва є те, що інформація, знання втілені в більшості створюваних благ. Тобто суб'єктивний чинник розвитку на цьому етапі носить відносно самостійний характер.

Таким чином, в умовах сучасного виробництва для забезпечення його ефективності та нового якісного зростання в постійно мінливому зовнішньому середовищі комунікація між людьми та організаціями перетворюється у стратегічний ресурс і об'єкт управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Класичне визначення комунікації міститься в роботі К. Шеннона і У. Уївера «Математичні теорії комунікації». Суть його полягає в наступному: швидкість передачі інформації залежить від імовірності того, що хтось «А» передасть конкретне повідомлення, а хтось «Б» отримає його, і взагалі від ймовірності того, що це повідомлення може бути передано від «А» до «Б».

Широке тлумачення поняття комунікації призводить П. Шаран.

Він визначає сутність комунікації як передачу сенсу за допомогою символів. Це процес, за допомогою якого особа або група осіб дає знати іншій особі або групі осіб про своє ставлення до конкретного питання. У цьому сенсі комунікація здійснюється безліччю різноманітних шляхів за допомогою творів живопису, музики, математичних символів, жестів, виразу обличчя і т.д.

Г. Почепцов під комунікацією розуміє процеси перекодування вербальної в невербальну і невербальної у вербальну сфери. Всі ці визначення вказують на результативну особливість комунікації, яка полягає в тому, що передаючи інформацію і обмінюючись нею, суб'єкти сигналізують про своє існування різних контрагентам і встановлюють з ними необхідні зв'язки, що дозволяють їм грати різні ролі.

Метою статті є розгляд концептуальних основ комунікаційного менеджменту, а також аналіз інформаційних потоків, комунікаційні потреби організації. До комунікаційних потреб організації можуть бути віднесені як потреби в інформації (нових відомостях, що зменшують невизначеність знань

щодо будь-якого об'єкта), так і власні комунікаційні потреби, тобто потреби ефективного зворотного зв'язку.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасному суспільстві комунікації набувають особливого значення. Відбувається радикальна кількісна і якісна зміна інформаційної сфери, що супроводжується докорінним перетворенням не тільки економічної, технічної, соціокультурної, але й управлінської складової комунікаційних процесів постіндустріального суспільства. У світові лідери починають виходити країни, чиє економічне зростання спирається на інноваційні науково-технічні ідеї та засоби передачі інформації. Ці країни швидше за інших створюють, апробують і використовують комунікаційні технології в процесі управління. Ефективне управління комунікаційними процесами може стати найважливішим ресурсом економічного розвитку країн. Проблемами комунікаційного менеджменту займалися багато вітчизняних учених: А. Б. Звіринців, Н. І. Григор'єва, Т. М. Орлова, Г. Г. Почепцов, М. Г. Федотова та ін. Розглядаючи різні аспекти комунікаційного менеджменту, вони вважали його, наприклад:

- 1) видом управління економічними системами [3, с. 16];
- 2) одним із напрямків діяльності організації;
- 3) зв'язками з громадськістю (PR-діяльність) [4, с. 76];
- 4) діяльністю, що включає всю сукупність управлінських процедур і операцій.

Однак, до теперішнього часу єдина система поглядів на сутність комунікаційного менеджменту повністю ще не вироблена. У цій статті розглянуто сутність комунікаційного менеджменту як виду управління організаційними комунікаціями всередині організації, а також між організацією і зовнішнім середовищем, яке направлено на створення ефективних для організації комунікаційних процесів, формування та підтримання сприятливого іміджу і громадської думки, позиціонування організації та її продукції/послуг на ринку.

Один із напрямків комунікаційного менеджменту складають організаційні комунікації. Це система комунікацій або взаємодій, здійснюваних як всередині будь-якої конкретної організації, так і між організацією і її середою, організаційні комунікації є основою всіх комунікаційних процесів компанії (організації) [2, с. 166-167].

Кожна організація постійно встановлює взаємозв'язок із зовнішнім середовищем, її мікро- (ближнім) і макро- (далеким) оточенням.

До макрооточення належать:

- споживачі, клієнти, постачальники, конкуренти;
- акціонери та інші особи, зацікавлені в діяльності організації;
- засоби масової інформації;
- банки та фінансово-кредитні організації;
- громадськість;
- контролюючі організації;
- законодавча і нормативна база, що регулює діяльність організації цієї сфери діяльності.

Потреби в комунікаціях сучасних організацій залежать від макрооточення. Організація функціонує в умовах мінливості й невизначеності зовнішнього

середовища, тому для успішної роботи слід в повному обсязі враховувати чинники макрооточення, використовуючи ефективні комунікації.

У систему комунікаційного менеджменту входить управління всіма видами організаційних комунікацій, включаючи внутрішньоорганізаційні відносини, а також економічні, політичні, соціальні, маркетингові та фінансові комунікації. Слід зазначити, що вивчення і застосування більшості класичних управлінських процесів (управління розвитком компанії, персоналом, фінансами, маркетингом, змінами, конфліктами, ризиками та ін.) сьогодні знаходиться на досить високому теоретичному та професійному рівні.

Комунікаційний менеджмент займається обміном інформацією як всередині організації, так і між організацією і навколишнім середовищем, а також рухом і розподілом інформаційних потоків. Головна мета цього процесу – досягнення такого рівня управління, при якому інформація чітко, без спотворень і в повному обсязі доходила б до адресата, тобто кінцевого об'єкта, і без спотворень і втрат надходила назад. Ці процеси повинні бути досить ефективними та взаємопов'язаними.

Згідно з даними досліджень, керівник сучасної компанії витрачає від 50% до 90% свого робочого часу на внутрішні і зовнішні комунікації [1, с. 422], щоб реалізувати свої ролі в міжособистісних відносинах, інформаційному обміні та процесі прийняття рішень, не кажучи про управлінські функції планування, організації, мотивації і контролю. Саме тому, що обмін інформацією координує всі основні види управлінської діяльності, комунікації стали сполучною ланкою між функціями управління.

Будь-яка організація повинна постійно вдосконалювати систему комунікаційних механізмів, оскільки вони забезпечують прийняття рішень, відіграють важливу роль у міжособистісних стосунках і формуванні іміджу організації. Адже ефективний обмін інформацією – найважливіша складова частина практично всіх видів управлінської діяльності.

Обмін інформацією, який впливає на процес управління і допомагає організації домагатися своїх цілей, називається ефективною комунікацією. Ефективна міжособистісна комунікація дуже важлива для успіху в управлінні [4, с. 27].

По-перше, рішення багатьох управлінських завдань будується на безпосередній взаємодії людей (начальника з підлеглим, підлеглих один з одним). По-друге, міжособистісна комунікація – хороший спосіб обговорення та вирішення питань при прийнятті управлінських рішень. сьогодні успіх керівника-менеджера залежить, перш за все, від ефективності його комунікацій, тобто від навичок ділового спілкування, а також від того, наскільки добре він володіє електронними засобами комунікацій (електронної поштою, Інтернетом тощо).

У системі та структурі управління сучасної організації важливе місце займають інформаційні технології (ІТ-менеджмент), що дозволяють швидко отримувати й обробляти інформацію, що стосується всіх аспектів діяльності організації. Стрімкий розвиток інформаційних технологій радикально змінює комунікації, розширюючи можливості менеджера в реалізації управлінських функцій, підвищуючи швидкість прийняття рішень та обміну інформацією між співробітниками. Інтернет, електронна і голосова пошта, факс, телеконференція,

відеоконференція, електронний обмін даними – все це сприяє підвищенню ефективності управління, досягненню цілей з меншими витратами і втратами.

Використання електронних засобів комунікації стає однією з ключових умов для виживання компаній за жорсткої конкуренції, оскільки це стимулює творчий потенціал працівників і продуктивність їх праці.

З розвитком в Україні ринку інформаційних технологій зростає і роль комунікаційного менеджменту. Сьогодні практично кожна компанія має можливість створити свій сайт (електронну книгу) в мережі Інтернет.

І якщо ще недавно інформаційні технології сприяли, головним чином, прискоренню ділових зв'язків і процесів прийняття рішень, то сьогодні робота з сайтами відкриває перед компанією нові можливості, дозволяючи:

- відслідковувати статистику відвідувань сайту;
- створювати мультимедійний імідж компанії;
- формувати базу даних замовників і постачальників;
- вести онлайн-торгівлю і, відповідно, здійснювати електронні платежі;
- оперативно реагувати на запити клієнтів;
- використання цих можливостей сприяє ефективному управлінню організацією.

Під впливом інформаційних технологій відбуваються зміни в організації управління комунікаційним процесом:

- змінюються організація інформаційного забезпечення керівника, а також технологія зберігання й обробки інформації;
- автоматизуються окремі функції керівника;
- інформаційні системи охоплюють виробничо-господарську діяльність, організаційно-технологічні та маркетингові процеси.

У свою чергу, комунікації сприяють розвитку інформаційних технологій. Якщо раніше інформаційні технології були орієнтовані на оптимізацію внутрішньої виробничо-управлінської діяльності організації, то тепер все частіше за допомогою інформаційних технологій компанії намагаються залучити клієнта і повніше використовувати його купівельні можливості. Безпосередня взаємодія виробника продукції зі споживачем здійснюється різними способами: за допомогою персональних контактів, звичайної та електронної пошти, телефону, факсу і т. п. Багато компаній шляхом розсилок sms повідомлень на мобільні телефони клієнтів інформують їх про діяльність компанії, про свої акції і презентації. В якості зворотного зв'язку використовуються відомості, отримані в результаті багатоканального спілкування з клієнтами.

В економічному управлінні комунікаційний менеджмент сприяє створенню додаткової доданої вартості, стаючи чинником конкурентної переваги за рахунок розвитку виробничих і управлінських процесів всередині та поза організацією.

Подальша координація, інтеграція і децентралізація управління відбуватимуться за рахунок електронного обміну інформацією і створення комунікаційних мереж. Сьогодні такі мережі діють у великих компаніях і в багатьох органах державної влади, допомагаючи швидко і під жорстким технічним контролем вирішувати багато питань оперативного управління. При цьому виконавці можуть безпосередньо спілкуватися з керівництвом, знижуються витрати на обслуговуючий персонал, фінансування нарад.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На закінчення кілька слів про оцінку ефективності комунікаційного менеджменту. Загальними критеріями такої оцінки, на наш погляд, можна вважати ступінь економічного розвитку соціально-економічної системи (конкретної організації) і позитивну динаміку цього розвитку (зростання економічних, фінансових, виробничих і соціальних показників). Тому для ефективного функціонування і розвитку організація повинна постійно вдосконалювати свою систему комунікацій, використовуючи при цьому сучасні технічні засоби, інформаційні технології, які помітно підвищують ефективність комунікацій в організації і сприяють ефективному вирішенню управлінських завдань.

Література:

1. Виханский О.С., Наумов А.С. Менеджмент: учебник / 4-е изд., перераб. и доп. Москва: Экономистъ, 2008. 670 с.
2. Мескон М.Х. Основы менеджмента / пер. с англ. М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. 3-е изд. Москва: Вильямс, 2007. 700 с.
3. Орлова Т.М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами: автореф. дис. д-ра экон. наук / Рос. Акад. госслужбы при Президенте РФ. Москва, 2002. 16 с.
4. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент: учебное пособие. / Омск: Изд-во ОмГТУ, 2006. 76 с.

The urgency of the research topic is determined by the fact that the modern segment of the development of communication as an intercultural, economic phenomenon, psychological, and sociological makes it look at this process in terms of the needs of social production, in which its traditional factors (capital, labor, land) effective use of communication.

One of the areas of communication management is organizational communication. It is a system of communications or interactions carried out both within a particular organization and between the organization and its environment, organizational communication is the basis of all communication processes of the company (organization)

Each organization constantly establishes the relationship with the external environment, its micro (near) and macro (distant) environment.

The macro-profile includes:

- consumers, customers, suppliers, competitors;
- shareholders and other persons interested in the organization's activities;
- mass-media;
- banks and financial and credit organizations;
- the public;
- controlling organizations;
- legislative and regulatory framework regulating the activities of the organization of this sphere of activity.

The requirements for communication of modern organizations depend on the macro. The organization operates in conditions of volatility and uncertainty of the

external environment, therefore, for the successful work should fully take into account macro factors, using effective communication.

In the system and structure of modern organization management, information technology (IT management) takes an important place, which allows to quickly receive and process information related to all aspects of the organization's activities. The rapid development of information technology radically changes communications, expanding the manager's ability to implement managerial functions, increasing the speed of decision-making and the exchange of information between employees. Internet, electronic and voice mail, fax, teleconferencing, videoconferencing, electronic data exchange - all contribute to increased efficiency of management, achievement of goals with lower costs and losses.

The use of electronic communications becomes one of the key conditions for survival of companies in a fierce competition, as it stimulates the creativity of workers and the productivity of their work.

For the effective functioning and development of the organization, the organization must constantly improve its communication system, using modern technology, information technology that significantly increases the effectiveness of communications in the organization and contribute to the effective management of management tasks.

УДК 35.077.5(477)

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРИНЦИПІВ ПРОЗОРОСТІ ТА ВІДКРИТОСТІ: СКЛАДОВІ ЕФЕКТИВНОСТІ

ПРИХОДЧЕНКО Л. Л.,
доктор наук з державного
управління, професор,
завідувач кафедри публічного
управління та регіоналістики
ОРІДУ НАДУ при Президентові
України,
ТКАЧ І.В.,
аспірант ОРІДУ НАДУ при
Президентові України

В статті розглянуто поняття організаційного забезпечення в діяльності органів публічної влади. З'ясовано, що ефективність органів публічної влади повинна ґрунтуватися на певних показниках, за якими визначатиметься ефективність зазначеної системи. Визначено, що складовими організаційного забезпечення принципів прозорості та відкритості органів публічної влади є: ефективність управлінської діяльності (відкриття даних, надання зрозумілої інформації та якісних