**ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

3.5. «Менеджмент організацій»

***Давидкін О. Є.****, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», напрям підготовки «Менеджмент», спеціальність «Менеджмент організації і адміністрування», магістрант, група МОА-61*

***Тягунова З. О.****, Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», доцент кафедри менеджменту, к.е.н., доцент – науковий керівник*

Ефективні комунікації на практиці є необхідною умовою успішного досягнення поставлених перед підприємством цілей. Разом з тим, саме комунікації є одним з найбільш дискусійних питань у галузі управління, по відношенню до якого чіткості і ясності в розумінні поки не досягнуто [1, с. 173].

Аналіз економічної літератури і поглядів фахівців в галузі управління комунікаціями дозволив уточнити значення комунікацій та функції, виконувані ними в організації. Сучасні дослідження в сфері організаційних комунікацій дозволяють виділити наступні підходи до визначення поняття «організаційні комунікації»:

1) управлінський (комунікація як функція управління, як передача розпоряджень і пояснення виконаних процедур і операцій);

2) системний (комунікація як система взаємодіючих елементів, що забезпечують функціонування організації);

3) культурологічний (комунікація як спосіб вираження організаційної культури);

3) гуманістичний (комунікація як фактор розвитку людського потенціалу) [1, с. 173].

Під управлінням комунікаціями розуміється сукупність безперервних цілеспрямованих управлінських впливів на внутрішні і зовнішні процеси інформаційного обміну та неінформаційних взаємодій, що забезпечують задоволення комунікаційних потреб і реалізацію довгострокових інтересів розвитку підприємства [2, с. 126].

Управління організаційними комунікаціями здійснюється на наступних принципах:

орієнтація на стратегічні цілі организації;

спадкоємність управлінських методів і прийомів на всіх рівнях розвитку організації і персоналу;

співвіднесеність розвитку внутрішніх і зовнішніх комунікацій; визначення зон управлінського впливу;

безперервний характер і зворотний зв'язок [3].

Розгляд комунікацій як об'єкту управління призводить нас до аналізу наступних значущих характеристик організаційних комунікацій: канали комунікації; засоби комунікації, особливо, сучасні інформаційні системи; регламентація організаційних комунікацій; комунікаційні мережі [4].

Остання з характеристик стає домінантою в дослідженні інноваційної поведінки підприємства, управління змінами, тобто традиційними стратегічними інтересами керівництва компанії. Якщо рух наказів і звітів про виконання може в достатній мірі адекватно описуватися в рамках діагностики каналів організаційних комунікацій, то інноваційні комунікації, комунікації, виникають щодо змін, можуть бути вивчені тільки в рамках комунікаційної мережі, яка включає опис не лише формальних, а й неформальних комунікацій усередині компанії, а по можливості і зовнішніх комунікацій [5].

Описуючи підприємство в цілому, комунікаційна мережа дозволяє виявити проблемні області взаємодії між підрозділами і індивідами, ідентифікувати специфічні комунікаційні ролі і зробити висновок по щільності взаємодії, ступеню централізації комунікацій [3].

Опис організаційних комунікацій в рамках комунікаційної мережі можна назвати структурним підходом, в цьому випадку встановлені комунікації між окремими індивідами будуть характеризуватися стійкими зв'язками. В даному випадку ми ототожнюємо комунікацію не з процесом, а з стійким зв'язком, який діагностується шляхом використання спеціального інструментарію і може бути охарактеризований за спрямованістю, силовим характеристикам, а також з етичних аспектів відносин, які найбільшою мірою ототожнюються на сьогоднішній день з концепцією комунікаційного клімату [6].

Вдосконалення організаційних комунікацій стало можливим при впровадженні об'єднаних комунікаційних систем (unified communications). Такого класу інформаційні системи є інтегральною основою для формування єдиного комунікаційного простору сучасних засобів зв'язку і інтернет-технологій. Вони дозволяють відправнику повідомлення відправити повідомлення (голосове, текстове, відео) засобами однієї технології, а одержувачу повідомлення прочитати його засобами іншої технології. Вигода від впровадження подібних інформаційних систем буде спостерігатися тільки при ретельному опрацюванні проекту впровадження, в основі якого лежить чітке уявлення бізнес-процесів підприємства. В іншому випадку впровадження систем обов'язково спричинить за собою значні витрати, а ефект від впровадження може бути не настільки істотний [3].

Отже, управління комунікаціями на сучасному підприємстві являє собою складний та кропіткий процес, завданням якого є високоефективний обмін інформацією як всередині підприємства, так і з зовнішнім середовищем. Від якості даного процесу напряму залежить конкурентоспроможність будь-якого суб’єкта господарювання.

**Список використаних джерел**

1. Морозова Н. А. Управление коммуникациями в организации /
Н. А. Морозова // Вестник Воронежского университета. Серия Экономика и управление. – Воронеж, 2010. - №2. – С. 173-180.

2. Суровцева Е. С. Актуальные проблемы управления организационными коммуникациями / Е. С. Суровцева // Вестник Тамбовского университета. Серия Гуманитарные науки. – Тамбов, 2008. – № 2. – С. 125–128.

3. Кравец М. А. Сущность, значение и функции организационных коммуникаций [Электронный ресурс] / М. А. Кравец. – 2014. – Режим доступа: http://www.science-education.ru/pdf/2014/6/465.pdf. – Название с экрана.

4. Кравец М. А. Композиция элементов организационных коммуникаций / М. А. Кравец // Казанская наука. – 2014. - №7. – С. 59-62.

5. Кравец М.А. Влияние турбулентности внешней среды на коммуникационную сеть предприятия / М. А. Кравец // Вестник ГУУ. – 2014. - №6. – С. 185-190.

6. Кравец М. А. Механизм влияния коммуникативной культуры на организационную эффективность, удовлетворенность трудом и приверженность организации / М. А. Кравец // Современная экономика: проблемы и решения. – 2012. - №6. – С. 114-120.