

УДК338.4:658.5-048.34

Газуда М.В.

*д.е.н. професор кафедри економіка підприємства
ДВНЗ «Ужгородський національний університет»*

м. Ужгород, Україна

Стеців М.Р.

магістр з економіки

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

м. Ужгород, Україна

ОПТИМІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНИХ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ

В сучасних умовах господарювання варто зважати на те, що керівник підприємства повинен бути комунікативно компетентним, володіти основами управлінської науки, специфічними знаннями і мистецтвом менеджменту, інноваційних та маркетингових підходів. Оскільки керівник у процесі здійснення управлінської діяльності формує мету організації та забезпечує її досягнення, його комунікативна компетентність безпосередньо впливає на забезпечення результативності і реалізацію цілей організації. Таким чином, комунікація, як процес безперервної обробки інформації, прийняття ефективних рішень та спілкування з суб'єктами внутрішнього і зовнішнього середовища компанії виступає однією з умов успішного керівництва підприємством та його структурними одиницями.

Будь-який суб'єкт господарювання формує власну оптимізаційну систему дій для осіб, які приймають рішення, що передбачає здійснення процесів планування, оцінювання, реалізації та контролю, що в цілому зводиться до системи управління. Науковці визначають зазначене поняття, як вплив на суб'єкт з метою зміни його стану чи підтримки у певному режимі. Сутність управління підприємством полягає у здійсненні спрямованої, обґрунтованої та інформаційно вираженої дії суб'єкта на об'єкт, ухваленні рішень, забезпеченні їх якісними методами та інструментами [4]. З метою здійснення зазначеного процесу на підприємстві потрібно налагодити достатні інформаційні потоки, сформувати організаційну структуру, забезпечити працівників посадовими обов'язками, укласти систему обміну даними та забезпечити інші потреби управління і кожного окремо взятого працівника.

Системно організований комунікаційний процес дозволяє забезпечити злагоджену роботу організації, у ході якого дві чи більше осіб здійснюють обмін даними чи опрацьовують їх, а також впливають одне на одного [3]. В Україні, на жаль, комунікативний менеджмент відіграє переважно декларативну роль попри широке напрацювання теоретичного матеріалу за тематикою. Вітчизняні компанії не використовують комунікаційних можливостей, оскільки не розглядають їх як реальний ресурс і, відповідно, не

дбають про управління ними, що впливає на їх продуктивність і конкурентну позицію.

Розглядаючи процес оптимізації комунікаційної функції управління є системою, яка містить багатогранність елементів, спрямованих на надання їй максимально вигідних характеристик. Розглядати всю комунікаційну систему в сукупності доволі складно, тому, на нашу думку, доцільним є розроблення окремих пропозицій, які у комплексі сприяли б виконанню основного завдання. Водночас, комунікація за своєю сутністю є системним явищем, отже й управління комунікаційною функцією повинно бути системним [5].

В рамках оптимізації комунікативного управління доцільним є обґрунтування моделі комунікативних зв'язків та окреслення їх місця в управлінні комунікаціями підприємства, розроблення низки рекомендацій щодо уникнення різноманітних комунікативних бар'єрів, а також формування поетапності оцінювання ефективності керування комунікативною функцією управління для цілей компанії.

При розробленні такої моделі варто зважати на потребу формування збалансованих комунікативних зв'язків, яка уможливить реалізацію окреслених цілей, забезпечуючи, при цьому, працівників необхідною інформацією, і водночас зніме інформаційне перевантаження з керівника. Наступним важливим елементом процесу оптимізації комунікаційних функцій управління є боротьба з втратами та бар'єрами. Керівники більшості малих та середніх підприємств передають повідомлення вербально. При цьому передача інформації у такий спосіб, як зазначено в науково-методичних джерелах, зазнає найбільших втрат, що засвідчує об'єктивність потреби уникнення занадто великого скупчення комунікаційних бар'єрів. Найбільш поширені серед них: особистісні, фізичні, організаційні, тимчасові бар'єри, комунікаційні перевантаження, відмінності у статусі, тощо.

Наступним моментом у сприянні процесу оптимізації комунікаційної функції управління, як вважають окремі науковці [1], і думку яких ми підтримуємо, є підвищення комунікаційних компетенцій керівника, що засвідчує рівень загальної та вузької професійної підготовки управлінця і дає йому можливість адекватно та якісно виконувати власні обов'язки приймаючи грамотні й виважені управлінські рішення. Нині практика підготовки керівників, у контексті комунікаційного менеджменту, має кілька недоліків [2]: *по-перше*, у процесі підготовки і підвищення кваліфікації керівників недостатня увага приділяється саме комунікативному аспекту, що викликає недоліки у сфері взаємостосунків і особливо гостро відчувається молодими керівниками на початку професійної діяльності; *по-друге*, зорієнтована комунікативна підготовка управлінців лише на формування комунікативних знань, а не на розвиток комунікативної компетентності й відповідних особистісних якостей.

Достовірність та глобальність зазначених проблем складно обґрунтувати, оскільки управлінець (керівник) самостійно обирає підходи до розвитку

власних компетенцій, що сприяє чи не сприяє виконанню довіреного йому відрізка роботи. Існують прості та дієві методи посилення комунікативної підготовки працівників, які за потреби використовуватимуться працівниками організації. Дослідженням підтверджено, що для будь-якого підприємства чи організації доцільним є пошук власних комунікативних можливостей, розвиток комунікативних здібностей передусім за допомогою різних тренінгів і семінарів, формування індивідуальних підходів до кожної людини, вивчення методик спілкування, встановлення близьких взаємин з персоналом. Водночас для виконання основної діяльності підприємству необхідна дієва мережа комунікацій із стейкхолдерами.

Загалом, у сучасних умовах функціонування підприємств, зважаючи на необхідність постійного удосконалення власної діяльності для підвищення рівня конкурентоспроможності, особлива увага належить активізації процесу управління, вагомою складовою якого є окреслення комунікаційних підходів. Управління у сфері комунікацій зумовлюється формуванням механізму взаємодії окремих елементів підприємства у внутрішньому середовищі та зовнішніх суб'єктів, а також системою інформаційного обміну і забезпечення працівників достатньою кількістю даних.

У сукупності зазначені дії, спрямовані на оптимізацію комунікаційної функції управління підприємством, можуть стати основою подальших наукових досліджень і удосконалення комунікаційної системи підприємств, оскільки поєднують як організацію процесу і нівелювання негативних моментів, так і удосконалення процесу набуття керівниками знань в управлінській сфері щодо забезпечення комунікаційних можливостей організації.

Список використаних інформаційних джерел

1. Андрущенко Н.О. Формування комунікативної компетенції у процесі підготовки майбутніх менеджерів // Наук. зап. Вінниц. держ. пед. ун-ту ім. М. Коцюбинського. Сер. Педагогіка і психологія : зб. наук. пр. 2008. Вип. 23. С. 154-158.
2. Жигайло Н. Комунікативний менеджмент: навч. пос. Л.: ЛНУ ім. І. Франка, 2012. 368 с.
3. Любченко Н.Л. Система комунікаційного менеджменту підприємства // Економіка та конкурентоспроможність підприємства, 2013. №10 (48). С. 40-45.
4. Приживара С.В. Управління як специфічний вид діяльності // ХарPI НАДУ URL: <http://www.kbuara.kharkov.ua/e-book/db/2012-1/doc/1/07.pdf> – Назва з екрану.
5. Яркіна Н.М. Управління підприємством як економічна категорія (теоретичні аспекти) // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво, 2014. №1(76). С. 130-136.