

УДК 621.326

О.В. Черниш, О.О.Гарматюк, канд. екон. наук, доц.

Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя, Україна

**СТАНОВЛЕННЯ КОНЦЕПТУАЛЬНИХ ПОНЯТЬ
КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ
СУЧАСНОЇ ДІЛОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

O.V. Chernysh, O.O. Garmatiuk, Ph.D, Assoc. Prof.

**FORMATION OF CONCEPTUAL NOTIONS OF COMMUNICATION
MANAGEMENT IN THE ASPECT OF MODERN BUSINESS COMMUNICATION
FORMATION AT THE ENTERPRISE**

В процесі стрімкого впровадження багатограних ринкових умов передовим аспектом функціонування кожного підприємства, організації, фірми тощо є ефективно ведення основної діяльності, яка беззаперечно приносить численний прибуток. Саме результативно введення ділових комунікацій виступає прерогативою успіху на ринку, розвитку інтелектуального, технологічного і соціального потенціалу даної установи.

І тому, детермінувати процес ділових комунікацій можна як хід контактного мовлення за якого передаються думки, емоції чи відносини однієї або декількох людей певній сукупності осіб.

Саме тому, дослідження проблеми становлення концептуальних понять комунікаційного менеджменту в аспекті формування сучасної ділової комунікації є актуальним так як, на даний час, це виступає фактичним і беззаперечним критерієм досягнення успіху та утвердження на лідируючих позиціях ринку.

Комунікаційний менеджмент - це теорія і практика управління соціальними комунікаціями як всередині організації, так і між організацією і її середовищем, спрямована на проведення оптимально сприятливих для організації комунікаційних процесів, формування та підтримку іміджу та громадської думки, досягнення згоди, співробітництва та визнання.

Тому, сучасні ділові комунікації повинні базуватись на принципах правильності вміння говорити, точно слухати, лаконічно та виважено задавати питання, безпрецедентно контролювати свої емоції та, відповідно до фактичності ситуації, сприймати партнера.

Найбільш вираженим комунікаційний процес є у спілкуванні керівника із своїми підлеглими, який проявляється в аспекті обміну інформацією між ланками вертикального та горизонтального поділу організаційної структури підприємства. І саме тут виникає найбільша ніша проблем, що несе за собою зниження ефективності комунікацій, яка у свою чергу спричинена незрозумілістю понять, неточністю та некоректністю висловлюваної думки, беззмістовністю сформульованого повідомлення, присутністю помилкового перекладу або нечіткого тлумачення, втрати інформації у процесі передачі її зберігання, в контексті неувважності працівників, недостатнього часу для адаптації, передчасна оцінки, страху, відсутності передачі та низкою інших чинників. Також фактором відсутності налагодженого ділового спілкування є авторитарне ставлення адміністрації до підлеглих, нечіткість або небажання керівників виконувати свої обов'язки, відсутність здорової атмосфери у розробці ділової політики і мотивації для спілкування працівників між собою, неправильне визначення прав і відповідальності, страх керівників і підлеглих за наслідки при передачі надто відвертої інформації тощо. Тому доцільно впроваджувати абсолютно для всіх керівників курси, тренінги, семінари стосовно правильності застосування принципів та вдосконалення

практичних навиків введення ділового спілкування, і в подальшому локальне навчання підлеглих.

Найважливіша роль у ділових комунікаціях має приділятися зворотному зв'язку. За наявності зворотного зв'язку відправник і одержувач обмінюються комунікаційними ролями. Зворотний зв'язок необхідний для того, щоб зрозуміти, якою мірою повідомлення було сприйняте і зрозуміле, так як виходити з того, що все, написане або сказане, зрозуміють точно так, як продумано є некомпетентним. Без налагодження зворотного зв'язку для одержання інформації ефективність управлінських дій буде різко знижуватися. І тому, необхідно, звернути увагу на дані проблеми, які виникають в процесі функціонування кожного підприємства.

Підсумовуючи, з цією метою, пропонуємо низку концептуальних пропозицій для утвердження принципів ділової комунікації, а саме, використання передових ідей, досконалого аналізу, прийомів і методів ділових комунікацій, упорядкування вимог до передачі, складності та різноманітності інформації.

Для успішної управлінської діяльності потрібно вдосконалювати і комунікаційний процес. І тому, кваліфікованим фахівцям комунікаційних систем важливо володіти інструментарієм, за допомогою якого можна на ранніх стадіях побудови систем комунікаційного менеджменту визначати їх граничні характеристики з метою уникнення зайвих витрат ресурсів при незадовільному прогностичному результаті.

Для удосконалення комунікаційного процесу на підприємстві слід чітко визначати потребу в інформації кожного структурного підрозділу й кожного робочого місця, регулювати інформаційні потоки відповідно до вирішуваних завдань, а також повинна відбуватися взаємодія керівників і підлеглих; організація ефективної системи зворотного зв'язку; впровадження системи збирання пропозицій; інформаційні повідомлення адміністрації підприємства; використання сучасних інформаційних технологій. Керівники вищого рівня повинні постійно надавати управлінській діяльності більш організованого характеру: удосконалювати планування масових організаційних заходів, зборів, нарад, зустрічей з підлеглими, ветеранами праці, керівниками інших підприємств.

Отже, у сучасних ділових комунікаціях головними пріоритетами є: постійний розвиток, активність, прагнення диверсифікації підходів до управління. В даний час зростає необхідність впровадження принципів ділових комунікацій в аспекті стратегічного управління підприємством, які передбачають зростання ефективності, впровадження нових технологій та інвестиційних надходжень.

Література

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005.
2. Гарматюк О.О., Комунікативний менеджмент: Конспект лекцій / О. О. Гарматюк. – Тернопіль: ТНТУ, 2012.
3. Осовська Г. В. Комунікації в менеджменті / Г. В. Осовська. – М. : «Кондор», 2003.
4. Палеха Ю.И. Организация современной деловой коммуникации: Учеб. – метод. Пособие/ Ю. И. Палеха. – 2-е изд. – К. : МАУП, 2004.
5. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии двадцатого века / Г. Г. Почепцов. – К. : «Ваклер», 2001.
6. Урбанович Ф.Ф. Психология управления: Учебное пособие / Ф. Ф. Урбанович. – Мн. : Харвест, 2002.
7. Ділові контакти з іноземними партнерами: Навч.-практ. посібник для бізнесмена. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2004.