

УДК 658.114:316.77-027.236

*Вітряна Є.В.,
здобувач вищої освіти,
Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ОРГАНІЗАЦІЇ

Сучасний бізнес в Україні протягом багатьох років функціонує в кризових умовах, а тому часто зазнає труднощів у формуванні ефективної комунікаційної системи, яка б сприяла продуктивній роботі працівників та підтриманню конкурентоспроможності компанії на ринку. Через те, що зовнішнє та внутрішнє середовище постійно трансформуються, деякі компанії не встигають адаптуватись до змін та підлаштовувати свою комунікаційну систему до нових умов. Це спричиняє неспроможність вчасно та чітко передавати та отримувати інформацію, сприяє виникненню конфліктів, втраті співробітників, погіршенню якості товарів та послуг, а також створенню негативного іміджу та репутації.

Загалом, внутрішня комунікація в організації відбувається між керівництвом, департаментами та усіма співробітниками і спрямована на налагодження ефективної співпраці та формування спільного інформаційного поля. Правильно організовані комунікації всередині компанії дозволяють їй досягати такі цілі, як:

- налагодження системи комунікації, яка сприяє своєчасному обміну інформацією зручними для всіх учасників каналами;
- підвищення ефективності роботи команди;
- зростання залученості та відданості працівників;
- забезпечення взаєморозуміння як між членами команди, так і між департаментами та керівництвом;
- зміцнення корпоративної культури компанії [1].

Для досягнення цілей комунікацій в кожній компанії мають функціонувати чітко визначені канали комунікації, кожен з яких має виконувати конкретні функції (табл.1).

Кожна компанія має для себе обрати чіткий перелік каналів комунікації в залежності від потреб та цілей та забезпечити доступ до каналів усім співробітникам.

Таблиця 1

Основні канали комунікації та їх функції

Канали	Функції
Електронна пошта	- розсилка офіційних листів та повідомлень - обмін інформацією між відділами
Телеграм-канали та чати	- миттєвий обмін повідомленнями - обговорення завдань та проєктів
Збори, наради та зустрічі	- обговорення актуальних проблем та формування колективних рішень - побудова тактичних та стратегічних планів
Відеоконференції	- проведення зустрічей з великою кількістю учасників з різних регіонів чи країн - обговорення проєктів
Інформаційні дайджести	- розсилка огляду важливої інформації - повідомлення про новини, події та заходи
Внутрішній сайт	забезпечення постійного доступу до необхідної для роботи інформації

Джерело: складено автором на підставі [1, 2]

Це забезпечить працівникам розуміння доречності використання кожного з каналів у відповідності з ситуацією, що позитивно вплине на швидкість та якість передачі та отримання повідомлень адресатами.

Для налагодження процесу комунікації визначеними каналами керівництво компанії може використовувати наступні прийоми:

1. Чітке та зрозуміле формулювання важливої інформації для більш швидкого виконання поставлених задач адресатами.

2. Використання візуальних елементів у форматі рисунків, діаграм, графіків або презентацій для якіснішого засвоєння інформації працівниками.

3. Проведення регулярних зустрічей тет-а-тет з кожним членом команди з метою побудови довіри та глибшого засвоєння інформації.

4. Проведення тренінгів з комунікації для співробітників для покращення навичок комунікації та отримання досвіду продуктивної співпраці.

5. Налагодження ієрархічної системи передачі інформації для забезпечення кожного працівника точною, актуальною та узгодженою між всіма рівнями ієрархії інформацією [3].

Позитивними наслідками добре налагодженої комунікації є висока мотивація та продуктивність праці співробітників, активний обмін досвідом, плідна співпраця між департаментами, зміцнення корпоративної культури та відповідно підтримання конкурентоспроможності компанії на ринку [3].

Отже, добре побудована система внутрішньої комунікації є одним з ключових чинників для успішної діяльності компаній в сучасних умовах. Вона дозволяє працівникам на всіх рівнях вчасно отримувати необхідну інформацію та виконувати завдання з дотриманням усіх термінів. Керівництво має слідкувати за актуальною ситуацією у внутрішньому та зовнішньому середовищі для впровадження необхідних змін в комунікаційну систему. Такий підхід дозволить компанії підтримувати свій імідж та конкурентну позицію на ринку.

Список використаних джерел:

1. *Посібник з планування внутрішньої комунікації.* URL: <http://surl.li/tftjp>.
2. *Методичні рекомендації до програмного матеріалу з навчальної дисципліни «Комунікативний менеджмент» / Укладачі: І. В. Кононова, О. М. Кубецька. Дніпро: ДДУВС, 2021. – 40 с.*
3. Walters K. Top 5 ways to measure internal communication. *Intranet Connections*. URL: <http://surl.li/tftks>

УДК 658.513.012.7:005.334

Грабовська І.В.,

*старший викладач кафедри менеджменту та адміністрування,
Хмельницький національний університет*

КОНТРОЛІНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ СТАБІЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

У період кризи на перший план висувається проблема стабільності організацій як систем, здатних функціонувати, зберігаючи незмінною свою структуру і підтримуючи рівновагу. Розробка ефективних дій підприємства для різних можливих