

5. Захарченко О.В., Білега О.В. Економіко-математичне моделювання з формування і функціонування однорідних команд. *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. Одеса: ОНУ ім. І. І. Мечникова, Т. 20, Вип. 3 (46). 2020. С.202-222.

Боса Т.С.,
старший викладач кафедри іноземних мов,
Лазарчук С. Ф.,
старший викладач кафедри іноземних мов,
Одеська державна академія будівництва та архітектури

КОМУНІКАЦІЯ ЯК ФОРМА СПІЛКУВАННЯ В МЕНЕДЖМЕНТІ

Умови інформаційного суспільства вимагають від сучасного громадянина володіння новітніми підходами в роботі з інформацією, оскільки саме вона виступає основним інструментом та результатом його праці.

Інформація – це найважливіший ресурс, який дає змогу організаціям розвиватися, зміцнювати стратегічні позиції. *Комунікаційний процес* визначають як обмін інформацією між двома чи більше людьми. Основна мета такого процесу полягає в забезпеченні розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Разом з тим, комунікація не обмежується простим передаванням даних. Вона має здійснюватися так, щоб надіслана інформація мотивувала дії того, кому вона адресована. А це можливо за умови, коли обидві сторони впевнені в тому, що вирішення й відповідні дії на основі даної інформації змінять ситуацію на краще. Тому інформація повинна бути достовірною, своєчасною, повною і релевантною.

Вимоги до інформації неоднакові на різних стадіях процесу управління. Так, при визначенні цілей велике значення мають *обсяг інформації, наукова і технічна її новизна, повнота*.

При оцінюванні ситуації важливою є *структура інформації*, що дає змогу використати системний підхід для аналізу ситуації.

При розробленні управлінських рішень – її *своєчасність, повнота, можливість автоматизованого оброблення* тощо.

Створення ефективних комунікацій як усередині, так і за межами організації досягається шляхом добре організованого комунікаційного процесу. Для досягнення високої якості та результативності управління, всі учасники процесу повинні мати рівний доступ до інформаційних ресурсів, можливість безперешкодно та ефективно комунікувати один з одним, формуючи оптимальні умови для успішного прийняття рішень, вирішення конфліктів та спільної роботи команди [7, с. 195].

Загалом у комунікаційному процесі вирізняють **чотири базових елементи**:

- *відправник* – особа, яка генерує ідеї або збирає інформацію та передає її;
- *повідомлення* – інформація, закодована за допомогою символів;
- *канал* – засіб передачі інформації;
- *одержувач* – особа, котрій призначено інформацію й яка інтерпретує її [5].

Під час обміну інформацією завданням відправника та одержувача є складання повідомлення, використання каналу зв'язку для його передачі таким чином, щоб обидві сторони зрозуміли й підтримали висхідну ідею.

Комунікації можуть відбуватися різними способами – *усно, невербально, письмово*.

Відповіддю на виклики часу є поява електронної комунікації. Кожна з них має свої переваги й недоліки, що й зумовлює сфери їх використання [2].

Усні комунікації передбачають спілкування за допомогою усного мовлення (*бесіда зі співрозмовником наодинці, наради, виступи перед аудиторією, телефонні розмови* тощо). Перевагою таких комунікацій є економія часу, швидке порозуміння, яке забезпечується інтонацією, гучністю голосу, його емоційним забарвленням.

Інтонація служить індикатором психологічного стану мовця. Якщо вона повчальна, то в співрозмовника виникає внутрішній протест щодо неї; якщо

довірлива – співрозмовник відчуває власну винятковість, що налаштовує його на сприйняття інформації та довіру до неї.

На увагу слухача впливає і *гучність голосу*. Зокрема, особливий наголос на певному слові означає важливість його для осмислення подальшої інформації. Емоційне забарвлення голосу свідчить про обурення чи невдоволення людини тим, що відбувається. До цього засобу нерідко вдаються керівники, вказуючи підлеглим на допущені помилки. Однак іноді це спричиняє протилежний бажаному ефект. У деяких випадках підвищення голосу негативно впливає на слухача, погіршуючи взаєморозуміння.

Усні комунікації є доцільними за необхідності швидкого прийняття рішень. Вони забезпечують оперативний зворотний зв'язок. Це зумовлено не лише тим, що усна мова є майже миттєвим перетворенням думок на зрозумілі сигнали, а й тим, що при такій розмові можна уникати зайвих подробиць, особливо коли співрозмовники добре знайомі. У такому разі існує «розуміння з півслова», яке, до того ж, підкріплюється невербальними сигналами [3].

Невербальні (несловесні) комунікації – комунікації через міміку, жести, вираз очей тощо, що свідчать про ставлення співрозмовників один до одного і до інформації, якою вони обмінюються.

Вчені встановили, що 59% повідомлень сприймаються через вираз обличчя, пози, жести; 38% – через інтонації голосу і лише 3% – через слова.

Невербальні сигнали («мова тіла») можуть багато чого розповісти про внутрішній стан навіть незнайомої людини. Вони посилюють сприйняття співрозмовником почутого, підтверджуючи його достовірність (у разі адекватних символів) або спростовуючи (коли невербальні знаки вказують на обман). Вміле їх використання дає змогу розуміти людей, вести переговори, вирішувати конфлікти, виступати перед аудиторією, викликати довіру тощо [3].

Письмові комунікації – це передавання інформації на паперових, магнітних, лазерних носіях. Використовуються за необхідності передати або зафіксувати й зберегти інформацію точно. Найчастіше вдаються до них під час складання

планів та звітів, написання доповідей та оформлення оголошень, інформування широкого загалу користувачів інформації, що перебувають поза межами безпосередньої досяжності (*довідники, рекламні проспекти, відомчі інформбюлетені, газети* тощо). Їхніми перевагами є те, що вони дають змогу ґрунтовно підготувати повідомлення, привести його у відповідність до стандартних вимог (*лаконічність, системність викладення, повнота, коректність*) і зберігати інформацію протягом тривалого часу.

Водночас вони мають суттєві *вади*: потребують ретельної підготовки й значних витрат часу для написання повідомлення, щоб викладену інформацію адресат сприймав однозначно, саме так, як того хотів відправник; зворотний зв'язок за таких комунікацій уповільнений (якщо в листі є незрозуміла інформація чи помилка, для її з'ясування необхідно кілька днів).

Професійний рівень відправника проявляється у зовнішньому оформленні письмового спілкування. Закреслення, виправлення в тексті, друкарські помилки і т.п. псують враження від письмового повідомлення так само, як незграбні манери відволікають від усного мовлення. Крім того, необхідно дотримуватись граматичних правил – орфографічні, пунктуаційні помилки і безграмотний виклад змісту є ознаками неосвіченості автора.

Список використаних джерел:

1. Дикань Н.В., Борисенко І. І. Менеджмент: навч. посібник. Київ: Знання, 2008. 389 с.
2. Варенко В.М. Інформаційно-аналітична діяльність: уавч. посібник. Київ: Університет «Україна», 2013. 416 с.
3. Нечаюк Л.І., Телеш Н.О. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент. Навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 348 с.
4. Туріянська М. М. Комунікації в системі управління знаннями. *Вісник економічної науки України*. 2011. № 2. С.194-196.
5. Яшенкова О.В. Основи теорії мовної комунікації: навч. посіб. Київ: ВЦ «Академія», 2010. 312 с.