

**І. Г. Шпачинський**

*студ. IV курсу*

*спеціальність «Менеджмент»*

*Науковий керівник: к. е. н., доц. І. В. Гайворонська*

## **КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ КОМУНІКАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В ОРГАНІЗАЦІЇ**

Комунікативний менеджмент є критичною складовою в усіх аспектах функціонування організації, сприяючи її технологічному, економічному та соціальному розвитку. Безсумнівно можна стверджувати, що прагненням комунікативного менеджменту є саме досягнення найвищої точки впорядкованості взаємодії всіх компонентів організації та втілення основної цілі у реальне життя – економічне та соціальне зростання в очах всіх

учасників бізнес-процесу. Комунікативний менеджмент оперує стратегічним підходом до управління комунікаціями, взаємодіє з іншими областями, пристосовується до змін, оцінює результати, керує ризиками, враховує потреби стейкхолдерів та сприяє розвитку внутрішньої діалогової культури комунікації [1].

Виходячи з основних понять та розуміння основної суті комунікативного менеджменту, можна прослідкувати, що кожна організація і підприємства так чи інакше використовують комунікаційні інструменти зв'язку з цільовою аудиторією зовнішнього середовища.

Кожен топ-менеджер, або менеджер середньої ланки повинен розуміти всю важливість саме комунікаційного процесу для налагодження сталої та ефективної структури взаємодії всередині організації. Ідеальною моделлю комунікації в організації є саме результат, коли всі управлінські рішення та нововведення доходять до співробітників, та управлінські рішення формуються та запроваджуються з урахуванням наданої інформації структурних відділів. Безперечно можна стверджувати, що інформаційне забезпечення та чітка структурованість всього комунікаційного процесу відіграє ключову роль у становленні позиції організації чи підприємства в усіх областях його функціонування [2]. Правильне «спілкування» підприємства зі своєю аудиторією буде визначати його положення на ринку та буде визначати позицію цього підприємства у майбутньому.

Таким чином можна зробити висновок, що комунікативний менеджмент відіграє невід'ємну та ключову роль у досягненні успіху організації, забезпечуючи не лише ефективну, але й продуктивну взаємодію зі стейкхолдерами та вирішення широкого спектру комунікаційних завдань.

#### *Список використаної літератури*

1. Копитова І. В. Комунікації як основа механізму управління. *Інноваційна економіка*. 2016. № 5–6. С. 146–151. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek\\_2016\\_5-6\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2016_5-6_27) (дата звернення: 16.03.2023).
2. Кучинський В. А. Інноваційна сприйнятливість персоналу як основа економічного розвитку підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2019. № 24. С. 110–116.