

НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

¹ Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі досліджено роль організаційних комунікацій у системі управління сучасними організаціями на основі аналізу наукових джерел. Визначено, що комунікаційні процеси забезпечують взаємозв'язок між елементами організації та є необхідною умовою ефективного управління. Проаналізовано напрями удосконалення внутрішніх комунікацій через систему безперервного навчання персоналу. Розкрито роль PR-комунікацій у формуванні довіри між державними інституціями та громадськістю. Висвітлено вплив соціальних мереж на підвищення ефективності внутрішньої взаємодії в організаціях.

Ключові слова: комунікації, організаційні комунікації, система управління, зворотний зв'язок, внутрішні комунікації, PR-комунікації, соціальні мережі, інформаційний обмін, управління персоналом, ефективність організації.

Abstract

The paper investigates the role of organizational communications in the management system of modern organizations based on an analysis of scientific sources. It is determined that communication processes ensure the interconnection between organizational elements and are a necessary condition for effective management. The directions for improving internal communications through a continuous staff training system are analyzed. The role of PR communications in building trust between state institutions and the public is examined. The influence of social networks on enhancing internal interaction efficiency within organizations is highlighted.

Keywords: communications, organizational communications, management system, feedback, internal communications, PR communications, social networks, information exchange, personnel management, organizational effectiveness.

Вступ

У сучасних умовах розвитку організацій комунікації відіграють важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування системи управління. Вони сприяють обміну інформацією, координації діяльності працівників та прийняттю управлінських рішень. У даній роботі розглянуто значення комунікацій у системі управління організацією, проаналізовано особливості внутрішніх комунікаційних процесів та шляхи їх удосконалення. Також висвітлено роль PR-комунікацій у взаємодії держави з громадськістю та розглянуто вплив соціальних мереж на розвиток організаційних комунікацій.

Результати дослідження

У науковій літературі організаційні комунікації розглядаються як сукупність процесів передачі, отримання та інтерпретації інформації між суб'єктами організації з метою координації їхньої діяльності [1]. Залежно від напрямку інформаційних потоків виокремлюють вертикальні (між рівнями ієрархії) та горизонтальні (між підрозділами одного рівня) комунікації; за характером – формальні та неформальні. Ефективне функціонування цих видів комунікацій є необхідною умовою досягнення організаційних цілей та підтримання стабільності внутрішнього середовища.

Важливим напрямом удосконалення внутрішніх комунікаційних процесів є організація системи безперервного навчання персоналу, що охоплює регулярне проведення тренінгів і розробку адаптованих навчальних матеріалів. Такі заходи мають на меті забезпечення доступності й зрозумілості ключової інформації для працівників із різним рівнем професійної підготовки. Реалізація зазначених заходів сприяє усуненню комунікаційних розривів між фахівцями різних категорій, підвищенню рівня поінформованості персоналу та, відповідно, ефективнішому виконанню виробничих завдань [2].

Поряд із внутрішніми комунікаційними процесами не менш важливою є зовнішня комунікативна діяльність організацій та державних структур. Для ефективного налагодження взаємодії держави з громадськістю застосовують PR-комунікації. В умовах формування інформаційного суспільства

зв'язки з громадськістю набувають статусу важливої управлінської функції, що пронизує всі сфери суспільної діяльності. Комунікація потрібна для розв'язання проблем, що виникають у взаєминах між державними структурами та громадянським суспільством, а також подоланню відчуженості між державою та населенням. Основною метою діяльності у сфері зв'язків з громадськістю є формування та практична реалізація методів і стратегій, що забезпечують налагодження взаємодії між різними соціальними групами на засадах поінформованості, яка, у свою чергу, слугує підґрунтям для формування довіри [3].

Соціальні мережі в організаційних структурах змінили традиційні методи спілкування. Компанії все частіше використовують платформи, щоб сприяти командній роботі і підвищувати продуктивність. Спільна природа соціальних мереж дозволяє співробітникам працювати разом у режимі реального часу, оптимізуючи процеси та покращуючи прийняття рішень. До основних переваг соціальних мереж у корпоративному середовищі належать: підвищення ефективності внутрішніх комунікацій та прискорення обміну інформацією між підрозділами; стимулювання інновацій через спільне генерування ідей; полегшення обміну знаннями та документами; підвищення залученості й задоволеності працівників завдяки зміцненню відчуття причетності до організаційних процесів [4].

Висновки

Отже, комунікації є важливим елементом функціонування будь-якої організації, оскільки саме через них забезпечується обмін інформацією, узгодження дій працівників та досягнення спільних цілей. Ефективно налагоджені комунікаційні процеси сприяють підвищенню якості управлінських рішень та покращенню взаємодії між усіма структурними елементами організації.

Проведений аналіз показав, що важливим напрямом удосконалення комунікацій є розвиток внутрішніх інформаційних потоків, зокрема через впровадження системи безперервного навчання персоналу. Це дає змогу підвищити рівень поінформованості працівників, усунути можливі комунікаційні бар'єри та забезпечити більш ефективне виконання завдань.

Крім того, значну роль у сучасному суспільстві відіграють PR-комунікації, які сприяють налагодженню взаємодії між державними інституціями та громадськістю, формуванню довіри та відкритості у суспільних відносинах. Водночас розвиток соціальних мереж відкриває нові можливості для організацій, зокрема у сфері внутрішньої взаємодії, обміну знаннями та підвищення залученості працівників.

Таким чином, удосконалення комунікаційних процесів є важливою умовою підвищення ефективності діяльності організацій та їх адаптації до сучасних умов розвитку інформаційного суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Лизанець А. Г., Феєр О. В., Бондарева М. С. Внутрішні комунікації в системі управління персоналом організації. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 128-129. DOI: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264649>. URL: <https://ev.fmm.kpi.ua/article/view/264649>
2. Синюк О. Внутрішня комунікація як ключ до ефективності: виклики, проблеми та рішення в аграрному бізнесі. *Вісник Львівського національного університету природокористування. Серія «Економіка АПК»*. 2025. № 32. С. 116-123. DOI: <https://doi.org/10.31734/economics2025.32.116>. URL: <https://visnyk.lnup.edu.ua/index.php/economics/article/view/445>
3. Магиляс Ю. Роль Government Relations у взаємодії публічної влади та бізнесу. *Аспекти публічного управління*. 2023. Т. 11, № 2. С. 74-80. DOI: <https://doi.org/10.15421/152321>. URL: <https://aspects.org.ua/index.php/journal/article/view/1000>
4. Горбась І. М., Костовецька А. О. Формування ефективної культури комунікацій у соціальних мережах. *Економічний простір*. 2025. № 198. С. 168-173. DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.198.168-173>. URL: <https://economicspace.pgasa.dp.ua/article/view/324454>

Горобець Анастасія Сергіївна – студентка групи МЗД-256, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Науковий керівник: Косарук Олена Миколаївна – кандидат педагогічних наук, доцент кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця.

Horobets Anastasia – student of group MZD-25b, Faculty of Management and Information Security, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.

Supervisor: Kosaruk Olena – PhD, Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.