

**КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ
ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ
ПРОЄКТНИХ КОМАНД**

Бардась Артем Володимирович

*доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту,*

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Кошелюк Костянтин Валерійович

аспірант кафедри менеджменту,

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»

Менеджмент як наука може розглядатися як цілісна наукова система, яка водночас характеризується поділом на предметні дисципліни, такі як проєктний менеджмент, інноваційний або комунікативний. З переходом суспільства до етапу інформаційного суспільства питання забезпечення ефективності комунікацій стало відігравати все більш важливу роль в управлінні організаціями, а швидкість доступу до інформації та її правильна інтерпретація можуть розглядатися як один з ресурсів, які визначають організаційну конкурентоспроможність. По мірі зростання популярності проєктного менеджменту, причиною чого стало поширення його практик за межі інженерно-технічних видів діяльності (інженерії програмного забезпечення, проєктно-конструкторської діяльності, цивільного та промислового будівництва), все більшою мірою зростало розуміння важливості забезпечення надійних та ефективних систем соціальної взаємодії між членами проєктних команд. З урахуванням викладеного вище, можна розглядати тематику даного дослідження як різновид соціального підходу в менеджменті, що базується на парадигмах радикального гуманізму, інтерпретаційно-символічній та радикального структуралізму. З позицій розумючої моделі комунікацій питання ефективного обміну інформації між учасниками соціальної групи розглядали такі дослідники менеджменту та виробничої соціології як М. Вебер, Р. Шпет та Р. Гадамер [1]. З точки зору прибічників інтерпретаційно-символічної парадигми. В організаціях комунікативна діяльність здійснюється у таких формах [1, с. 7]:

- 1) спілкування у формі діалогу чи полілогу, коли обмін інформацією здійснюється між рівноправними учасниками робочих груп;
- 2) управління – у вигляді цілеспрямованого впливу керівника на одержувача інформації;
- 3) наслідування – запозичення зразків поведінки, стилів спілкування та способу життя членів робочих груп (проєктних команд).

Комунікативний менеджмент розглядає мову як інструмент, яка відповідно до критичної теорії комунікацій Ю. Габермаса забезпечує порядок та ієрархію в організаціях, зокрема в умовах білінгвізму чи полілінгвізму, що притаманне підприємствам інформаційно-комунітаційної сфери (ІТ-фірмам), що працюють на іноземних замовників та вимагають паралельного використання двох чи більше мов, наслідком чого стає виникнення явища диглосії, описаного авторами публікації [2, с. 102].

З позицій критичного підходу у менеджменті та відповідної інтерпретаційно-символічної парадигми керівництво конструє реальність за допомогою символів та образів, таких як соціальна відовідальність [3, с. 79], сталий розвиток [4, с. 181], з одного боку, а з іншого боку виконує функцію мотивування для персоналу, оскільки керівники активують не лише механізми матеріального заохочення, але й усвідомлення співробітниками суспільної цінності виконуваної ними роботи.

В залежності від того, наскільки повно розуміють підлегли всередині організації, якою може бути проектна команда, візію та стратегічні пріоритети керівництва, настільки ж суттєвими будуть їхні зусилля, спрямовані на досягнення формальних цілей організації. При цьому, в умовах проектно організації має місце важлива особливість, що відчутно впливає на управління людьми, і ця особливість називається тимчасовістю: будь-який проект буде завершено раніше або пізніше, а отже члени робочої групи (учасники проектно команди) чітко усвідомлюють цю часову визначеність їхньої соціальної взаємодії, що набуває ознак короткострокової трансакції. Проте навіть за таких, тимчасових, умов співпраці, менеджери повинні намагатися створити сприятливий для роботи організаційний клімат та сформувати певні елементи організаційної культури, навіть в адхократичній (тимчасовій) організації. Складовою такої культури та відповідного клімату роботи в команді може бути існування спільної філософії, спільних цінностей, які існують не стільки на рівні організації (оскільки працівники можуть бути слабко інтегровані до неї та не надто ототожнювати себе з останньою), скільки на рівні суспільства, оскільки цей рівень суспільної взаємодії є більш узагальнючим і поширюється на усіх членів організації бех виключення. За таких умов особливий інтерес являє вивчення залежностей між ефективністю комунікативного менеджменту, коректності застосованих управлінських інструментів з одного боку та показниками її ефективності – з іншого.

Список використаних джерел:

1. Бурмака Т.М., Великих К.О. Комунікативний менеджмент : конспект лекцій: для студентів бакалавріату всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент.

Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ імені О.М. Бекетова, 2019. 69 с.

2. Бардась А.В., Богач К.С., Дудник А.В., Казимиренко О.В. Еволюція вербальних інструментів управлінської комунікації в контексті концепції диглосії. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2021. № 4. С. 99–105. DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/76.099>

3. Швець В.Я. Механізми взаємодії суб'єктів суспільних відносин на засадах соціальної відповідальності. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2014. № 4. С. 79–84.

4. Іванова М.І., Швець В.Я., Саннікова С.Ф., Варяниченко О.В., Бардась А.В. Соціальна відповідальність як ключова компетенція забезпечення сталого розвитку підприємств. *Бізнес Інформ*. 2023. № 3. С. 176–186.