

## КОМУНІКАЦІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОБУДОВИ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Іванова О. Г., 5 курс,

Науковий керівник: Бочарова Н. О. к.е.н., доцент

*Таврійський державний агротехнологічний університет.*

**Постановка проблеми.** Комунікація відіграє велику роль в усіх сферах життєдіяльності людини: внутрішніх, як міжособових, так і організаційних комунікацій. Вони є основою побудови системи зовнішніх комунікаційних зв'язків підприємства (міжособові взаємовідносини, стосунки в малих формальних та неформальних групах, стосунки в організаціях, масові комунікації). Побудова ефективної системи комунікації сприяє досягненню основних цілей підприємства, пов'язаних з успіхом на ринку, завоюванням і утриманням ринкових позицій, залученням нових споживачів і розширенням сфери свого впливу в нових сегментах ринку. Ефективна організація внутрішніх комунікаційних процесів дозволяє сформувати позитивний імідж підприємства у взаємовідносинах з контрагентами як надійного партнера і постачальника, що в результаті підвищує ефективність роботи усього підприємства. У менеджменті персоналу підприємств велике значення мають проблеми мотивації співробітників. Дослідження ролі комунікації в системі мотивації персоналу підприємства актуально при зростанні зв'язків в суспільстві і розвитку засобів масової комунікації.

**Мета статті.** Метою цієї роботи є визначення основних комунікативних джерел в побудові ефективно діючої системи мотивації персоналу на підприємстві.

**Основні матеріали дослідження.** У загальному вигляді процес комунікації - це обмін інформацією між людьми [1, с. 257].

У соціальних науках робиться акцент на ролі суб'єкта в комунікації: вивчаються процес міжособової комунікації, обміну і передачі емоційного і інтелектуального змісту, роль комунікації в управлінському процесі, в організаціях, а також процес створення і поширення масової комунікації [2].

Будь-яка координація дій здійснюється через комунікацію, в яку співробітники вступають при виконанні функціональних обов'язків або посадових інструкцій. Г. Аммельбург визначав організацію через 3 основних функції: організація, комунікація, мотивація. Організація в даному випадку - це структура, конструкція, що робить можливим протікання процесів, пов'язаних з рухом. Комунікація - це функція управління, що дозволяє за допомогою правильно організованої передачі інформації забезпечити надійне з'єднання усіх ланок підприємства і їх взаємодію. Мотивація при цьому виконує роль регулятора усіх інших функцій, роль психіки в організмі [5, с. 377].

У рамках структури підприємства комунікація є глобальною мотивуючою системою, на основі якої можуть розвиватися інші істинні мотиватори: визнання, прагнення до досягнення, самоудосконалення, можливість творчого зростання. Для задоволення цих потреб визначальне значення мають канали комунікації в організації: через них співробітники спілкуються один з одним, дізнаються про досягнення своїх колег, про діяльність підприємства в цілому, що підтримує прагнення до творчого зростання і розвитку співробітників підприємства.

Для мотивації співробітників підприємства кожного конкретного відділу, необхідно збудувати комунікаційний ланцюжок, що йде від співробітників до керівництва і навпаки. Створення розвиненої комунікативної мережі, як єдиного організму, служить досягненню головних цілей організації [4].

Керівництво формує цілі, завдання, плани розвитку підприємства, які згодом набувають форми наказів, розпоряджень, прямих вказівок керівників. Ця інформація потрібна співробітникам для виконання своїх посадових обов'язків. При цьому горизонтальні комунікації забезпечують необхідну соціальну підтримку: завдяки ним, співробітники

обмінюються інформацією, вирішують виниклі проблеми і конфлікти, координують завдання; відбувається також встановлення комунікативних взаємодій між співробітниками одного або декількох підрозділів підприємства - реалізується потреба в спілкуванні, соціальній підтримці, взаємному схваленні. Для того, щоб мотивувати співробітників підприємства, досить поширювати необхідний потік повідомлень в тих каналах комунікації, якими користується дана категорія працівників. Для успішної побудови системи мотивації з самого початку роботи в цій організації співробітник має бути оточений каналами комунікації, для того, щоб мати інформацію про діяльність підприємства і окремих структурних підрозділів [3].

На етапі влаштування на роботу потрібна інформація безпосередньо про заробітну плату, соціальний пакет, про посадові обов'язки, про структурний підрозділ, де співробітник працюватиме, про основні історичні етапи підприємства. Після одного року роботи виникає потреба в розвитку, кар'єрному зростанні, співробітники хочуть мати уявлення про стратегію розвитку підприємства. Нарівні з офіційними існують і неформальні джерела інформації: неформальні бесіди, спілкування, листування і т. д. Для успішного розвитку підприємства важливо, щоб працівники були включені в загальну стратегію розвитку, брали участь в управлінні підприємством. Кожен співробітник повинен розуміти свою роль в подальшому розвитку підприємства. Щоб співробітники представляли стан, в якому знаходиться підприємство, стратегію його розвитку, треба розширювати рубрики на корпоративному сайті, а також постійно підтримувати і оновлювати їх: відображати масштаби діяльності підприємства, появу нових продуктів, проведення рекламних кампаній; розповідати про досягнення в роботі кожного відділу, підрозділу в загальній стратегії розвитку підприємства для розуміння їх ролі та значення; вести історичну рубрику про цікаві факти, події з історії підприємства. Необхідно також постійно складати і оновлювати програми розвитку і навчання персоналу, про які потрібно регулярно розповідати в корпоративній газеті, на Інтернет сайті підприємства, на зборах з керівництвом (не лише з безпосереднім, але і з топ-менеджерами), начальником відділу по менеджменту персоналу і т. д.

**Висновки.** Побудова ефективно діючої системи мотивації на підприємстві - складний, але важливий процес, в якому саме комунікація грає вирішальну роль. З одного боку, завдяки комунікативній мережі виявляються потреби співробітників, з іншого боку, канали комунікації служать поширенню мотивуючої інформації. Відбувається постійний кругообіг інформації між керівниками і підлеглими, здійснюється необхідний зворотний зв'язок, а також обмін інформацією між окремими суб'єктами владних стосунків. У цьому кругообігу важливо, хто може контролювати і удосконалювати цей постійний процес обміну інформацією за рахунок раціоналізації структури комунікаційного процесу; удосконалення документообігу; поліпшення виконання функцій менеджменту; покращення зворотного зв'язку; введення системи збору пропозицій працівників; застосування сучасних інформаційних технологій.

#### **Список використаних джерел:**

1.Босак А. О. Экономическое оценивание и развитие коммуникаций: дис. кандидата экон. наук: 08.00.04 / А. О. Босак. - Львов. - 2011. - 238 с.

2.Касян С. Я. Ефективність впливу маркетингових комунікацій підприємств на поведінку споживачів / С. Я. Касян, Т. Є. Крицька // Економічний простір: зб. наук. праць. - 2012. - № 63. - С. 237-243.

3.Основи внутрішньої комунікації. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrainepublicdialogue.org>

4.Піддубна Л. П. Комунікаційні моделі та їх використання у формуванні ефективних документально- інформаційних комунікацій у системі державного управління та місцевого самоврядування / Л. П. Піддубна // Науковий вісник Академії муніципального управління, серія «Управління»: збірник наукових праць. - 2010. - № 3 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: [http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Nvamu\\_upravl](http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Nvamu_upravl)

5.Шпак Н. О. Основи комунікаційного менеджменту промислових підприємств: монографія / Н. О. Шпак. - Львів: Видавництво Львівської політехніки. - 2011. - 328 с.