

Комунікативний менеджмент: матеріали круглого столу, Київ, 19 квітня 2011 р. Серія "Сучасний погляд на проблеми менеджменту" / за редакцією доктора економічних наук, професора С. О. Гуткевич, професора І. Г. Оніщенко. – К.: НАККІМ, 2011. – 160 с.

Матеріали збірника містять результати дослідження авторами публікацій проблем комунікаційного менеджменту, сучасного розуміння політичної комунікації, синергетичної ролі флуктуацій в еволюції економічної та політичної систем; інвестиційно-інноваційної активності підприємств України.

Круглий стіл проходив у системі он-лайн за участі студентів кафедри менеджменту Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв і студентів кафедри культурології та інформаційних систем Маріупольського державного університету.

Робочі мови: українська, російська.

Відповідальність за підбір викладення фактів у статтях несуть автори.

Висловлені в цих статтях думки можуть не збігатися з точкою зору редакційної колегії і не покладають на неї ніяких зобов'язань.

ЗМІСТ

<i>Гуткевич С.О., Оніщенко І.Г.</i>	
Вступне слово. Сучасне розуміння політичної комунікації.....	7
<i>Чернець В.Г.</i>	
Мистецтвознавство і естетика: природа та специфіка співвідношення і взаємодії.....	8
<i>Гуткевич С.О., Дунда С.П.</i>	
Консалтинг як інструмент розвитку підприємства	18
<i>Оніщенко І.Г.</i>	
Європейська комунікативна стратегія.....	23
<i>Пугачов М.І.</i>	
Комунікація органів державної влади і бізнесу	32
<i>Мостенська Т.Л., Савенко А.</i>	
Роль комунікацій в ефективній роботі сучасних підприємств.....	38
<i>Новак В.О., Карпенко М.О., Семенченко А.І.</i>	
Вплив індивідуальних факторів на ефективність управлінських комунікацій.....	49
<i>Подкуйко Н.Д., Кізер Н.О.</i>	
Роль комунікацій в управлінні організації.....	54
<i>Марченко В.М.</i>	
Синергетична роль флуктуації в еволюції економічної системи.....	59

<i>Князевич А.О.</i>	
Роль комунікаційного менеджменту в реалізації аграрної політики України	64
<i>Акаїонова А.В.</i>	
Функції політичної комунікації та її роль у політиці	67
<i>Сафонов Ю.М.</i>	
Шляхи економічного розвитку вітчизняних переробних підприємств в умовах глобалізації.....	71
<i>Завадських Г.М.</i>	
Комунікація як найважливіший елемент системи управління.....	78
<i>Андросюк Л.А.</i>	
Роль комунікацій у поширенні інновацій.....	83
<i>Батичко Г.І.</i>	
Інформаційні технології як фактор формування іміджу ВНЗ.....	85
<i>Палеха О.Ю.</i>	
Управління якістю інформаційного забезпечення споживачів туристичних компаній	89
<i>Кудлай В.О.</i>	
Документно-інформаційні комунікації в корпоративній культурі містоформуючого підприємства (на прикладі ВАТ "МК "Азовсталь").....	96

<i>Рако О.С.</i>	
Теоретичні підходи до визначення ефективності організації	100
<i>Шендерівська Л.П.</i>	
Стратегія диверсифікації в сучасних умовах	107
<i>Шаманська О.І.</i>	
Публічна політика в системі комунікативного менеджменту.....	111
<i>Лях А.В.</i>	
Імідж – особливість політичної діяльності	113
<i>Ялівець Я.</i>	
Роль іноземних інвестицій в Україні.....	117
<i>Габа М.І.</i>	
Застосування комунікації на туристичному підприємстві	120
<i>Палеха О.Ю.</i>	
Оцінювання якості туристичного продукту	122
<i>Кіндрась О.В.</i>	
Роль комунікаційного менеджменту	126
<i>Онищенко Н.В.</i>	
Фактори довіри та її функції	128
<i>Задворна Н.В.</i>	
Комунікація та її складові	130

<i>Тарасюк В.О.</i>	
Види політичної комунікації. Загальна характеристика	132
<i>Гапоненко К.В.</i>	
Роль засобів масової інформації у політиці	136
<i>Андрух І.С.</i>	
Комунікації в управлінні персоналом	141
<i>Андрух В.С.</i>	
Проблеми управління персоналом.....	144
<i>Ловска Б.І.</i>	
Сучасні комунікації та їх вплив на особистісні якості учнів початкових і середніх класів загальноосвітніх навчальних закладів.....	146
<i>Лойко Р.Р.</i>	
Управління знаннями в сучасній економіці	149
<i>Литовський О.М.</i>	
Інвестиційно-інноваційна активність харчових підприємств України в сучасних умовах.....	152
<i>Марчук О.В.</i>	
Вплив інформації на управління підприємством.....	156

С. О. Гупкевич,
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту,
И. Г. Онищенко,
д.пол.н., професор

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО.

СОВРЕМЕННОЕ ПОНИМАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ

Без коммуникации разум не может приобрести истинно человеческую природу, а общество – существовать и развиваться, поскольку только через общение происходит накопление и дальнейшее развитие знаний, навыков и умений. Если перенести этот вывод в сферу политики, категорически заявляя, что политическая жизнь в любом обществе невозможна без устоявшихся методов политической коммуникации, то важность политической коммуникации в политической сфере невозможно переоценить. Более того, в результате фундаментальных экономических и социально-политических трансформаций, развернувшихся в экономически развитых странах и приводящих, по общему мнению, к формированию информационного общества, значение коммуникаций вообще и политических в частности в современном обществе резко усилилось. Увеличение значения политической коммуникации и изменение ее роли имеет место не только в развитых странах, но и в странах с переходными политическими и экономическими системами.

Демократия предполагает, что политическая коммуникация является ключевым элементом при формировании общества – когда и люди и государство понимают, что не могут обойтись друг без друга и чувствуют свою взаимосвязь и взаимозависимость.

Политическая коммуникация – дело сложное. Существуют разные типы и стили коммуникации, которые постоянно развиваются, осуществляя различные функции среди участников процесса коммуникации. Можно выделить управленческие политические коммуникации, избирательные политические коммуникации, политические PR-коммуникации, политические маркетинговые коммуникации, конфликтные и переговорные политические коммуникации, журналистские политические коммуникации и т.д.

Политическая коммуникация – это смысловой аспект взаимодействия субъектов политики путем обмена информацией в процессе борьбы за власть

РОЛЬ КОМУНІКАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В РЕАЛІЗАЦІЇ АГРАРНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ

Анотація. Розглядається роль та значення комунікаційного менеджменту в реалізації аграрної політики України. Проведений аналіз діяльності Громадської ради Мінагрополітики та сформульовані напрями вдосконалення комунікаційного механізму реалізації аграрної політики держави.

Ключові слова. Комунікаційний менеджмент, аграрна політика держави, механізм управління інноваційним розвитком підприємств.

В сучасному політичному і бізнес-середовищі спостерігається тенденція підвищення ролі комунікаційного менеджменту як методики професійного управління людьми і капіталом за допомогою комунікацій. Комунікаційний менеджмент стає засобом управління як окремих особистостей, так і самих різноманітних соціальних груп, організацій і, навіть, державних утворень. Він доповнює адміністративні, фінансові та інші ресурси управління і може виступати в якості їх провідної сили як форма соціальних відносин – відносин між людьми. Економічний розвиток у ХХІ столітті потребує великої уваги до комунікацій, інформаційних ресурсів, формування сприятливого корпоративного іміджу та репутації.

Проблемами формування систем комунікаційного менеджменту у різних сферах діяльності людини займаються такі вчені як В.М. Бебик, С.О. Гуткевич, І.С. Завалський, В.С. Рева, М.Г. Федотова та інші.

Метою дослідження є розгляд питань, які стосуються аналізу шляхів і ролей комунікаційного менеджменту в процесі управління агропромисловим комплексом, адекватності розуміння сільськогосподарськими виробниками аграрної політики держави і спроможності приймати участь у її розробці та удосконаленні.

Налагодження дієвого комунікаційного механізму взаємодії між владою, структурами та безпосередньо вітчизняними підприємствами АПК є одним з умов розкриття потенціалу сільського господарства України.

Розпочата наприкінці 90-х років трансформація сільського господарства зв'язку з поступовим переходом від планової економіки до ринку, що регулюється

державою, потребувала докорінної перебудови державної політики в аграрній сфері. Нині аграрна політика сфокусована на реструктуризації сільського господарства з метою створення індустрії, яка буде конкурентоспроможною зі структурами фермерських господарств країн Євросоюзу. Посилення підтримки сільськогосподарського виробництва у відповідності з потребами споживачів на рівні міжнародних стандартів, диверсифікація економіки села, захист навколишнього середовища, створення правового поля – мета сучасної аграрної політики.

Першим кроком у цьому напрямку стала ліквідація Міністерства сільського господарства, яке використовувало в своїй діяльності авторитарні методи управління, і створення Міністерства аграрної політики. Згідно з Положенням [3], затвердженого Кабінетом Міністрів, Міністерство аграрної політики України (Мінагрополітики) є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади з питань забезпечення реалізації державної аграрної політики, продовольчої безпеки держави, державного управління у сфері сільського господарства. Мінагрополітики організовує і здійснює у межах своїх повноважень систематичний контроль за виконанням актів законодавства, узагальнює практику їх застосування з питань, що належать до його компетенції та розробляє пропозиції щодо їх вдосконалення. Під час виконання покладених на нього завдань, Міністерство здійснює постійний комунікаційний зв'язок з іншими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, професійними організаціями та об'єднаннями громадян, а також з відповідними органами іноземних держав.

Велика роль в налагодженні такого зв'язку відводиться Громадській раді, яка діє при Міністерстві аграрної політики України, і є постійно діючим консультативно-дорадчим органом. Рада створена з метою здійснення координації заходів, пов'язаних із організацією громадського контролю та взаємодії громадських організацій з Міністерством, забезпечення прозорості у його діяльності, врахування громадської думки у процесі підготовки та організації виконання рішень Міністерства.

В процесі дослідження ролі, яку відіграє комунікаційний менеджмент при формуванні та здійсненні аграрної політики держави, на основі аналізу нормативно-законодавчої та наукової літератури [1, 3, 4], нами були визначені комунікаційні дії, їх мета та значення, що виявляються в основних завданнях Громадської ради:

- сприяння реалізації громадянами конституційного права на участь в управлінні державними справами;
- забезпечення врахування громадської думки у процесі підготовки та організації виконання рішень Міністерства аграрної політики;
- сприяння Міністерству в реалізації його повноважень шляхом залучення громадськості;
- забезпечення зворотного зв'язку громадських організацій та об'єднань, узагальнення громадської думки стосовно діяльності Міністерства;
- участь у розробці та реалізації заходів щодо проведення єдиної державної політики в аграрній сфері;
- участь у проведенні експертно-аналітичної оцінки законопроектів, розробником яких є Міністерство, або тих, що впливають на функціонування галузі;
- сприяння впровадженню інноваційної діяльності для вирішення проблемних питань галузі.

До складу Громадської ради включаються представники громадських організацій, професійних спілок, об'єднань суб'єктів господарювання, наукових установ, органів місцевого самоврядування, засобів масової інформації.

Використовуючи функції і методи комунікаційного менеджменту, Громадська рада, відповідно до покладених на неї основних завдань, здійснює заходи щодо забезпечення прозорості у діяльності Міністерства та доступності всім громадянам рішень, зміст яких не стосується безпеки держави, проведення консультацій з громадськістю та врахування їх результатів. Члени Ради проводять громадську експертизу проектів нормативно-правових актів Міністерства, що стосуються прав, свобод та законних інтересів громадян, популяризують перспективні ідеї, пов'язані зі зміною законодавства України в аграрній сфері. Зворотній зв'язок комунікаційного процесу здійснюється через систематичне інформування громадськості, зокрема через засоби масової інформації, про діяльність Міністерства, прийняті рішення та стан їх виконання.

Аналіз діяльності Громадської ради Мінагрополітики дозволив сформулювати напрями вдосконалення комунікаційного механізму реалізації аграрної політики держави. В наслідок того, що в склад учасників Громадської ради входять лише менеджери вищого інституціонального рівня управління (генеральні директори, президенти компаній та їх заступники), при формуванні стратегіч-

них рішень лише частково враховується думка дрібних виробників сільськогосподарської продукції та окремих фермерів. На наш погляд, діяльність Ради повинна бути націлена на збільшення популяризації нових форм і методів ведення сільськогосподарства та впровадження інноваційних технологій на місцях, більш тісний зв'язок з науково-дослідними інститутами, організацію кластерів та агропарків.

Таким чином, вдосконалення форм, методів, інструментів комунікаційного управління життєво необхідне для ефективної діяльності Міністерства і Громадської Ради по реалізації аграрної політики України. Використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій управління дозволить реалізувати потенційні можливості одного з провідних секторів національної економіки.

Література

1. Бебик В.М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка публік релейшнз : моногр. / В.М. Бебик. – К.: МАУП, 2005. – 440 с.
2. Гуткевич С.О. Організація управління інвестиційним процесом (в аграрному секторі України) : навч. посіб. / С.О. Гуткевич. – К.: Вид-во Свроп. ун-ту, 2002. – 58 с.
3. Положення про Громадську раду при Міністерстві аграрної політики України від 28.11.06 р. – № 712. – Міністерство аграрної політики України; офіційний сайт. – <http://www.minagro.gov.ua/page/?4244>. – Назва з титул. екрану.
4. Федотова М.Г. Коммуникационный менеджмент : учеб. пособ. / М.Г. Федотова. – Омск: ОмГТУ, 2006. – 76 с.

А. В. Акаймова,

к.і.н., доц. кафедри маркетингу УАБП

ФУНКЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У ПОЛІТИЦІ

Анотація. Стаття демонструє авторське бачення аналізу засобів масової інформації з позиції комунікативного ресурсу. Авторка показує переваги та недоліки комунікаційної діяльності у політичній та суспільній поінформованості.

Ключові слова: комунікація, комунікаційні продукти, засоби масової інформації, засоби масової комунікації, політика, політична комунікація.

вною мірою сприяло появі фундаментальних досліджень становлення постіндустріального суспільства. Ідентифікація інформації як ресурсу, який забезпечує набуття конкурентних переваг компанії, є найпоширенішою думкою серед дослідників.

Отже, інформація у формі інформаційних систем та чітко визначених цілей підприємства дозволяє отримати додаткові переваги через більш ефективне та оперативне опрацювання інформації щодо діяльності підприємства та наявних можливостей ринків, на яких працює підприємство.

Література

1. Клименко О.В. Інформаційні системи і технології в обліку : навч. посібник / О.В. Клименко. – К.: Центр учбової літератури. – 2008 – С. 31.
2. Информационные технологии в бизнесе / под ред. М.Желены – СПб.: Питер, 2002 – С. 23; С. 136.
3. Іванюта П.В. Управлінські інформаційні системи в аналізі та аудиті: навч. посібник / П.В. Іванюта. – К.: Центр учбової літератури. – 2007. – 180 с.

КОМУНІКАТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Матеріали круглого столу

Комп'ютерний набір: *Богатирьова О.М.,
Дунда С.П.*

Підп. до друку *2004.11* Формат 60x84 1/16. Папір др. апарат.
Друк офсетний. Ум. друк. арк. 9. Зам. *111* Наклад *1000*

Видавець і виготівник

Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв
01015, м. Київ, вул. Івана Мазепи, 21

Свідчення про внесення Державного реєстру суб'єктів видавничої справи
ДК № 2544 від 27.06.2006.