

RECENZIE

SZARKOVÁ, M.: *Komunikácia v manažmente*. Bratislava: Ekonóm, 2011, s. 268, ISBN 978-80-225-3251-8

Publikácia, ktorá je vysokoškolskou učebnicou, ponúka čitateľom prehľadné uvedenie do vysoko aktuálnej problematiky manažérskej komunikácie, v súčasnosti považovanej za jednu z kľúčových kompetencií v procesoch riadenia organizácií. Keďže v prostredí rýchlych zmien sa významne mení aj charakter podnikového komunikačného prostredia, objavujú sa neustále nové požiadavky na rozvoj komunikačných zručností manažérov, ale aj zamestnancov. Vhodná komunikácia sa stáva nástrojom, ktorý významným spôsobom ovplyvňuje výkon i úspešnosť samého podniku. Z tohto pohľadu je predložená publikácia v súlade s aktuálnymi trendmi v manažérskom vzdelávaní.

Text publikácie je rozčlenený do dvanástich logicky na seba nadväzujúcich kapitol. V prvej kapitole autorka uvádza čitateľov do teórie komunikácie, vysvetľuje podstatu komunikácie a komunikačného procesu. Pozornosť venuje aj vývoju ľudskej komunikácie a definovaniu jej vývojových etáp. Následne predstavuje jednotlivé základné komunikačné modely a v závere kapitoly vysvetľuje vzťah medzi komunikáciou a rétorikou.

Druhá kapitola publikácie je venovaná významu komunikácie v systéme riadenia podniku. Charakterizuje jednotlivé formy komunikácie, porovnáva špecifiká formálnej a neformálnej komunikácie, ich optimálne zastúpenie a vzájomné vzťahy v komunikačných systémoch z hľadiska vplyvu na konkurencieschopnosť a úspešnosť podnikov. Autorka v tejto časti publikácie venuje osobitnú pozornosť využitiu masovej komunikácie v riadení. Prínosom je aj zameranie pozornosti na procesy komunikácie v krízových situáciách. Nadväzujúca tretia kapitola ponúka pohľad na podnikovú komunikáciu zo systémového hľadiska. Predmetom analýzy je komunikačný systém podniku, jeho jednotlivé typy a komunikačné úrovně. V závere kapitoly autorka modeluje komunikačné toky, ktoré umožňujú „prúdenie“ informácií v podniku a prepájajú tak formálne a neformálne podnikové štruktúry.

Štvrtá kapitola práce rozoberá samotné komunikačné nástroje, ktoré majú manažéri k dispozícii v procese riadenia podnikov. Čitateľ tu získava prehľad o jednotlivých typoch nástrojov a vývojových fázach, ktorými prešli, ich funkciách tak z pohľadu sociálno-psychologického, ako aj manažérského. Pre manažérsku prax je obohatením predovšetkým komparácia komunikačných nástrojov z hľadiska ich efektívnosti a kritérií ich výberu, čo môže manažérom pomôcť pri rozhodovaní o voľbe a využívaní konkrétnych nástrojov vo vlastnej riadiacej činnosti.

Nasledujúce časti práce sú venované problematike manažérskej komunikácie a jej funkciám v podniku. Prinášajú podrobný prehľad širokého spektra komunikačných techník a nástrojov, ktoré by mali manažéri ovládať a využívať s ohľadom na vlastnú individualitu a osobnosť, ako aj na hierarchické vzťahy a kultúrne prostredie podniku, v ktorom pôsobia. V práci je objasnený význam statusov a rolí ako základných zložiek manažérskej komunikácie a spôsob narábania s nimi. Následne je čitateľovi ponúknutý podrobný prehľad jednotlivých komunikačných nástrojov a postupov využiteľných na zefektívnenie riadiacich procesov. Samostatné kapitoly sú venované verbálnej a neverbálnej komunikácii, aktívnemu počúvaniu, problematike asertivity a empatie ako i persuzii v manažérskej komunikácii. Publikácia umožňuje čitateľom ujasniť si obsah jednotlivých kategórií, s ktorými sa v tejto súvislosti v podnikoch cielene pracuje a porozumieť ich kontextu s komunikáciou a celým systémom riadenia podniku.

Záverová dvanásť kapitola práce rozširuje ponúkané poznatky o interkultúrny aspekt manažérskej komunikácie. Táto problematika je mimoriadne aktuálna v súčasnom globalizovanom podnikateľskom prostredí, ktoré kladie nové požiadavky aj na komunikačné zručnosti manažérov. Prostredníctvom tejto publikácie tak majú možnosť čitatelia získať teoretické poznatky o potrebných komunikačných schopnostiach a zručnostiach zefektívňujúcich interkultúrnu komunikáciu. Takýto záver práce je logickým vyústením, pretože v súčasnosti mnohé organizácie pôsobia v multikultúrnom prostredí, čo má bezprostredný dosah na ich fungovanie a manažovanie.

Publikácia Manažérska komunikácia je vzhľadom na svoje obsahové zameranie vhodnou učebnicou pre študijné programy orientované na vzdelávanie budúcich manažérov. Tejto požiadavke vyhovuje aj z formálneho hľadiska, jej text je prehľadný, s logickou štruktúrou, doplnenými na viacerých miestach vhodnými schémami. Keďže publikácia obsahuje komplexný prehľad aktuálnych poznatkov z danej problematiky, možno ju využiť i pre potreby podnikovej praxe.

Autorka publikácie Manažérska komunikácia pôsobí v súčasnosti ako profesorka na Katedre manažmentu Fakulty podnikového manažmentu Ekonomickej univerzity v Bratislave. Vo svojej dlhoročnej pedagogickej a vedeckovýskumnej praxi sa orientuje na problematiku komunikácie a personálneho manažmentu. Je autorkou a spoluautorkou viacerých monografií a vysokoškolských učebníc, ako aj riešiteľkou mnohých grantových