

Бакинова Татьяна Дорджиевна

старший преподаватель кафедры менеджмента и финансов

Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова

Кускеева Ольга Окаевна

студентка

Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова

Эльдыева Даяна Нарановна

студентка

Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова

Bakinova T. D.

Senior lecturer

Kalmyk B. B. Gorodovikov State University

Kuskeeva O. O.

student

Kalmyk B. B. Gorodovikov State University

Eldyaeva D. N.

student

Kalmyk B. B. Gorodovikov State University

КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

COMMUNICATION IN ORGANIZATION

Аннотация. Роль коммуникаций очевидна как на малых фирмах, так и в мощных компаниях и корпорациях. От эффективности коммуникационных связей и взаимодействий зависит будущее не только предприятия, как хозяйствующего субъекта на рынке, но также и людей, работающих на данном предприятии, а на глобальном уровне и благополучие всей страны в целом.

Актуальность выбранной темы подчеркивается опытом зарубежных и отечественных руководителей, их заинтересованностью в изучении коммуникационных связей и их эффективному развитию, ведь одним из самых важных факторов интеграции управления является коммуникация (до 80% рабочего времени менеджеров всех уровней расходуется на те или иные виды общения).

Поскольку в нашей стране появление и становление коммуникаций (как и всего менеджмента) произошло не так давно, то огромную роль в дальнейшем их развитии играет правильный подход к изучению опыта компаний зарубежных стран и современных российских предпринимателей.

Ключевые слова: виды и уровни коммуникации, коммуникационный процесс, этапы коммуникационного процесса, препятствия

Summary. The role of communication is clear at both the small firms and powerful companies and corporations. The effectiveness of communication and interactions depend the future of not only the company as an economic entity in the market, but also people working in the enterprise, and at the global level and the welfare of the whole country.

The relevance of the chosen topic is underlined by the experience of foreign and domestic leaders, their interest in the study of communication and their effective development, it is one of the most important factors of integration management is communication (up to 80% of working time of managers at all levels spent on those or other types of communication).

Because in our country the emergence and establishment of communications (and management) took place not long ago, a huge role in further development plays the correct approach to studying the experience of companies of foreign countries and modern Russian entrepreneurs.

Keywords: types and levels of communication, communication process, stages of the communication process, obstacles.

Коммуникация — процесс обмена информацией и смысловым значением между двумя или более людьми (то есть передача информации) [1, с.312]

Виды и уровни коммуникации:

1. Внешние — коммуникации между организациями и средой (например, с потребителями — через рекламу; с государственными органами — письменные отчёты, информация по финансовым вопросам и другие сведения).

2. Формальные — определяются политикой, правилами, должностными инструкциями и осуществляются по формальным каналам. Делятся на:

- Вертикальные. Информация передается с одного уровня на другой. В свою очередь вертикальные коммуникации подразделяются на восходящие и нисходящие.
- Горизонтальные. Осуществляются между подразделениями. Предназначаются для координации их деятельности.

3. Неформальные. Не следуют общим правилам организации и осуществляются по неформальным каналам, существующим в силу личных отношений между членами организации. Канал распространения слухов.

4. Вербальные (с использованием слов) и невербальные (без использования слов).

5. Межличностные. Осуществляются путем передачи идей, фактов, намеков, ощущений, восприятий, чувств и отношений от одного лица к другому с целью получить в ответ желаемую реакцию. [4, с. 215]

Коммуникационный процесс — это обмен информацией между двумя или более людьми.

Основная цель коммуникационного процесса — обеспечение понимания информации, являющейся предметом обмена, т.е. сообщений. Однако сам факт обмена информацией не гарантирует эффективности общения участвовавших в обмене людей. Вы, конечно, сами сталкивались со случаями малоэффективного обмена информацией с друзьями, семьей, сотрудниками на работе. Чтобы лучше понимать процесс обмена информацией и условия его эффективности, следует иметь представление о стадиях процесса, в котором участвуют двое или большее число людей. [2, с. 171]

В коммуникационном процессе выделяют четыре базовых элемента:

- 1) отправитель — лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее;
- 2) сообщение — информация, закодированная с помощью символов;
- 3) канал — средство передачи информации;
- 4) получатель — лицо, которому назначено информацию и которое интерпретирует ее. [1, с. 315]

Этапы коммуникационного процесса:

1. *Зарождение идеи.* Девиз этапа: «Не начинайте говорить, не начав думать».

Пример: Руководитель, желающий обменяться информацией об оценке результатов работы, должен четко понимать, что идея состоит в том, чтобы сообщить подчиненным конкретную информацию об их сильных и слабых сторонах и о том, как можно улучшить результаты их работы.

Идея не может заключаться в смутных, общих похвалах или критике поведения подчиненных.

Пример. В магазине необходимо увеличить объем продаж на 10%, чтобы получить дополнительную прибыль на совершенствование технологического процесса.

а) Исполнители должны понять, какие именно нужны изменения — увеличение объема продаж на 10%, получение дополнительной прибыли.

б) Они должны понять, почему нужны эти изменения — совершенствование технологического процесса.

в) Они должны понять, каким образом следует осуществлять эти изменения:

- расширение ассортимента товаров;
- повышение производительности труда;
- консультация покупателей;
- оказание дополнительных услуг;
- высокая культура обслуживания.

2. Кодирование и выбор канала.

Часто желательно использовать 2 и большее число средств коммуникаций в сочетании: устное + письменное сообщение делают обмен информацией более эффективным в большей части случаев — предупреждение и приказ. Однако каждый информационный обмен не должен быть письменным — поток бумаг будет неуправляемым.

Второй этап будет понятным, если представить его себе как операцию упаковки: многие хорошие продукты не находят сбыта, пока не обретут такой упаковки, которую потребитель сочтет понятной и привлекательной одновременно. Подобным образом, многие люди с прекрасными идеями не в состоянии упаковать их с помощью символов и вложить в каналы, значимые и притягательные для получателя. Когда такое происходит, идея, будь она даже раскрепосной, зачастую не находит «сбыта». (Вы обращаетесь к подчиненным, чтобы они проработали сверхурочно и в выходные дни — почему, каким образом — поощрение). [4, с. 215]

3. Передача.

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения получателю [1, с. 316]

4. Декорирование.

Шум — всё то, что искажает смысл идеи. Источники шума, которые могут создавать преграды на пути

обмена информацией, варьируют от языка (в вербальном или невербальном оформлении) до различий в восприятии, в организационном статусе между руководителем и подчиненным.

Препятствиями при обмене информацией могут быть:

Препятствия, обусловленные восприятием. Люди реагируют не на то, что в действительности происходит, а на то, что ими воспринимается. Сообщение по разному интерпретируется в зависимости от рода занятий, специальности, в случае недоверия и антагонизма.

Руководителей высшего звена в основном поставляют позитивной информацией. Подчиненные не информируют их о плохих новостях. Основной причиной этого является страх перед наказанием. Руководитель, который не создает положительного климата в коллективе приобретает только урезанный объем информации.

Семантические барьеры обусловлены разным пониманием и толкованием слов, жестов, интонации. Слова и жесты имеют разное значение и не каждый может понять их, что вызвано разницей в образовании, квалификации, слабым знанием иностранного языка, национальными особенностями.

Невербальные преграды — это использование различных символов, кроме слов. Примерами этого является обмен взглядами, выражение лица (улыбка, непо-

нимание, поднятые брови, живой или отсутствующий взгляд, взгляд с выражением одобрения или нехваления, использование пальца, прикрытие рта рукой, дряблая внешность, интонация, моделирование голоса).

Плохой обратная связь который снижает эффективность коммуникации. Основной причиной этого является умение слушать. Искусством эффективного слушания являются следующие средства: перестаньте разговаривать; помогите говорящему свободно ловить свое мнение; будьте терпеливы: не допускайте споров; задавайте вопросы.

Препятствия в организационных коммуникациях. Основными из них являются: искажение сообщений; информационная перегрузка руководителя; несовершенная структура управления и техника коммуникации.

Препятствия связаны с чисто физическими и психологическими моментами: усталость; слабая память, рассеянность; импульсивность, которая мешает сосредоточиться; излишняя эмоциональность; нетерпеливость.

Все это мешает одному из участников обмена информацией в полной мере донести до другого, а другому — соответствующим образом ее воспринять, что в конечном итоге отразится на качестве управленческих решений. [3, с. 173]

Список литературы

1. Дикань Н. В. Менеджмент: уч. пособ. / Н. В. Дикань, И. И. Борисенко. — К.: Знания, 2008.
2. Основы менеджмента. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. М.: Дело, 1997.
3. Рульев В. А. Менеджмент / В. А. Рульев, С. О. Гуткевич. — Изд-во «Центр учебной литературы». — 2011.
4. Шевелева В. П. Учебное пособие для подготовки к экзамену по менеджменту. — Нижний Тагил, 2009.