

Коммуникации в организациях

Ст. преподаватель

В.О. Лёвкина

Коммуникация – это

процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи.

Эффективные коммуникации – это обмен информацией, на основе которого руководитель получает возможность принятия эффективных решений и доводит до сотрудников принятые решения.

Главная цель коммуникационного процесса

заключается в
обеспечении
понимания
передаваемой
информации



Коммуникации важны для руководителей по следующим причинам:

- 1) руководители тратят большую часть времени на коммуникации. Согласно данным многих экспертов, на это уходит 75-95% времени руководителей. Поэтому они должны быть заинтересованы в улучшении данного вида деятельности;
- 2) коммуникации необходимы для эффективности управления;
- 3) коммуникации необходимы для утверждения авторитета и выражения воли руководителя;
- 4) хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности.

Различают следующие виды коммуникации:

- - несловесные персональные;
- - словесные устные;
- - письменные персональные;
- - письменные групповые внутри организации и за ее пределами.

Элементами коммуникации являются:

- - источник;
- - кодирование;
- - передача сигнала;
- - канал;
- - расшифровка - прием;
- - обратная связь;
- - помехи и барьеры, нарушающие качество сигнала.

- **Источник:** в организации источником коммуникации являются *сотрудники*.
- **Кодирование** - перевод идей источника в систематический набор символов, на язык, выражающий цели источника. Функция кодирования - обеспечение формы, в которой идеи и цели могут быть выражены как передача сигналов.
- **Передача сигнала** - цель источника коммуникации выражена в виде сигнала, форма которого зависит от используемого канала.

■ **Канал** - передаточный механизм от источника к приемнику. В организации - это устное обращение друг к другу, телефонные разговоры, неформальные связи, групповые собрания и др.

■ **Расшифровка - прием.** Для завершения процесса коммуникации необходимо, чтобы сигнал был расшифрован. Каждый получатель информации расшифровывает сигнал, используя опыт и предлагаемые рекомендации.

Обратная связь

определяет сигнал о получении информации получателем от источника, что позволяет руководителю оценить эффективность осуществления им коммуникации, а также повысить точность сигналов в будущих коммуникациях.

Обратная связь может осуществляться различными способами:

- с помощью информационных технологий;
- анкетирование и опрос;
- ящик (книга) обратной связи;
- устные сообщения;
- телефон
- другие способы

Помехи и барьеры, нарушающие качество сигнала

В деятельности организации к ним **относятся:** отвлечения, неправильная интерпретация со стороны получателя или источника информации, различные значения, придаваемые одним и тем же словам разными людьми (семантические проблемы), статусное различие между руководителями и подчиненными в восприятии организационной дистанции, вследствие чего расширяется коммуникационный разрыв между ними, получатель информации слышит только то, что хочет услышать (ценностная оценка), не понят шифр, неувязка информации с положением лица, посылающего ее, при передаче обнаруживаются шумы.

Процесс коммуникации выглядит следующим образом:



Типы коммуникаций:

- - внутриличностная;
- - межличностная;
- - коммуникация в малой группе;
- - общественная;
- - внутренняя оперативная;
- - внешняя оперативная;
- - личностная.

Внутриличностная коммуникация

- это коммуникация, которая возникает внутри самого индивидуума. Он является и посылающей и принимающей информацию стороной

Межличностная коммуникация

- это коммуникация с другим человеком. Является самой распространенной. Посланием является предоставляемая информация, каналом ее передачи - взгляд или звук, а обратной связью - ответ каждого участника коммуникации.

Коммуникация в малой группе

Каждый индивидуум может участвовать в обсуждении. Может быть услышан, может взаимодействовать с другими. Взаимодействие усложняется, если группа больше 10-12 человек.

Общественная коммуникация

Источником информации является выступающий, который передает послание аудитории (получателям информации). Каналы те же, что и при межличностной коммуникации или в малой группе (взгляд, звук). Можно использовать и технические средства в виде визуального воздействия на аудиторию (диаграммы, диапроекторы и т. п.). Обратная связь ограничена. Этот тип коммуникации возникает на собраниях, церемониях, пресс-конференциях.

Внутренняя оперативная коммуникация

возникает в пределах организации и направлена на достижение целей организации.

Примером такой коммуникации является связь между отделами предприятия, отчеты отделов, ведомости учета, которые передают информацию другим отделам.

Внешняя оперативная коммуникация

отражает достижения организацией своих целей или межорганизационную деятельность. Она осуществляется между организацией и внешней средой.

Задача внешних коммуникаций — удовлетворить информационные потребности организации, наладить связи с государственными органами, поставщиками, клиентами, общественностью. С помощью внешних коммуникаций формируется и поддерживается ***имидж организации***.

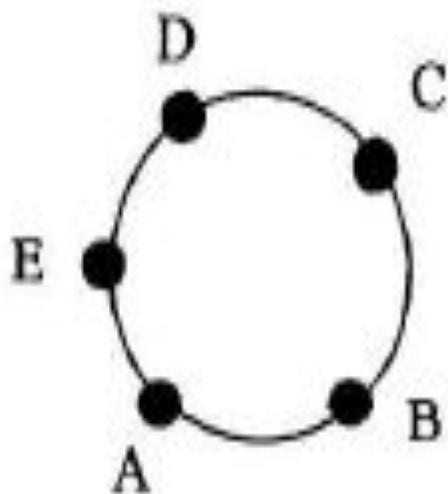
Личностная коммуникация

определяется как случайный обмен информацией между людьми при встрече

Существуют различные виды сетей коммуникаций:

- - круг;
- - колесо;
- - многоканальная сеть;
- - цепь.

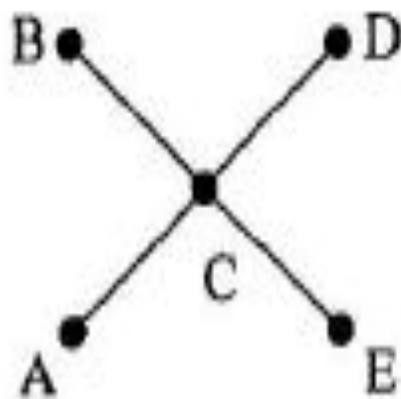
Сети коммуникаций



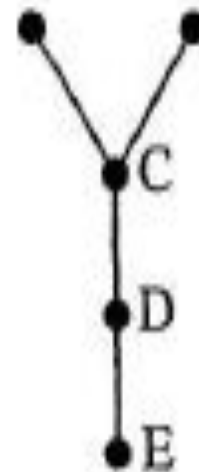
а



б



г



в

Руководитель прямо влияет на направление и поток коммуникаций.

Для обеспечения точности передачи информации руководитель может установить правила, в соответствии с которыми послания должны передаваться в определенное время, в определенном направлении и последовательности. Успешно функционируют те организации, где сотрудники единолично не контролируют коммуникации, где поощряется участие всех сотрудников в потоке коммуникаций.

Для формирования в сознании персонала положительного имиджа компании и доведения до сотрудников сообщений применяются следующие формы коммуникаций:

- листок (афиша) новостей;
- бюллетень для менеджеров;
- ежегодные отчеты сотрудников (аналог годового отчета для акционеров);
- доски объявлений;
- страница компании в Интернете;
- общие собрания работников
- внутренняя информационная сеть
- социальные сети.