

Содержание:

Введение

Коммуникация является важнейшим условием существования и деятельности любого предприятия. Коммуникация представляет собой одну из наиболее сложных форм и проявлений организационного поведения. Мировое сообщество с каждым днем становится все более интегрированным. Заслугой этому является развитие сети интернет, информационных технологий. Поэтому, в современном мире роль коммуникаций возрастает с каждым днем.

Самой развитой коммуникацией обладают, конечно, люди. Именно благодаря коммуникациям, люди развиваются. Благодаря коммуникациям, человеческая цивилизация достигла уровня своего развития.

Благодаря процессу коммуникации происходит получение знаний каждым индивидом, кто хочет это образование получить. Посредством процесса коммуникации передается важнейший жизненный опыт, знания, умения, достижения и прочие.

Современный руководитель проводит в общении с другими людьми около 90% своего времени. Это говорит о том, что он должен владеть процессом и искусством коммуникации в совершенстве.

Эффективное управление возможно лишь в случае эффективной коммуникации. Основной целью коммуникации является достоверное донесение до слушателя необходимой информации, ее основного смысла и значения.

Таким образом, этим и определяется актуальность выбранной темы данной курсовой работы «Барьеры на пути эффективных коммуникаций».

Объектом курсового исследования является коммуникация и барьеры, которые встречаются в коммуникационном процессе.

Предметом курсового исследования это теоретическая сущность коммуникации и барьеров на пути коммуникаций, а также способов их преодоления.

В соответствии с этим **целью курсовой работы** является рассмотрение и исследование, как с теоретической, так и с практической стороны аспектов коммуникаций.

Исходя из данной цели, в работе ставятся и решаются следующие **задачи**:

В первой главе планируется рассмотреть теоретическую сущность барьеров на пути эффективных коммуникаций. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- рассмотреть понятие коммуникативного процесса;
- рассмотреть виды процесса коммуникации;
- изучить причины возникновения барьеров в коммуникации.

Во второй главе планируется дать анализ барьеров коммуникаций их преодоление на предприятии ООО Морской бриз. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- дать общую характеристику предприятия ООО Морской бриз;
- способы преодоления барьеров в коммуникации на предприятии ООО Морской бриз;
- проанализировать пути улучшения коммуникативного процесса на предприятии ООО Морской бриз.

Прикладная значимость данного исследования определяется возможностью использования выводов работы в дальнейших разработках по дисциплине «Теория менеджмента», а также при написании выпускной квалификационной работы.

При написании курсовой работы были использованы нормативные акты Российской Федерации, в том числе Трудовой Кодекс РФ с последними изменениями и дополнениями на 2016 год. Также теоретическую базу написания данной курсовой работы составили книги, изданные в период 2011-2014 годов, такими известными издательствами, как Проспект, Юнити, Юнити-Дана, Юрайт.

Проблеме конфликтов на предприятии посвящено множество работ. Это работы Лебедева, Урсул, Зайцева.

Важную роль в написании данной курсовой работы имели и научные статьи, которые позволили более полно и подробно раскрыть выбранную тематику данной курсовой работы.

Цели и задачи курсовой работы обусловили следующую её **структуру**. Работа состоит из содержания, введения, двух глав («Теоретическая сущность барьеров на пути эффективных коммуникаций», «Анализ барьеров коммуникаций и их преодоление на предприятии ООО Морской бриз»), заключения, библиографии, приложений.

Глава 1. Теоретическая сущность барьеров на пути эффективных коммуникаций

1.1. Понятие коммуникативного барьера

Процесс коммуникации невозможно осуществить без участия человека. В ходе осуществления процесса коммуникации человек может быть одним из трех субъектов:

- передатчик информационного сообщения, то есть лицом, которое отправляет сообщение в процессе коммуникации.
- принимающая сторона, то есть лицо, которое принимает информационное сообщение, которое было передано другим лицом.
- передающая сторона информационного сообщения[\[1\]](#).

Несмотря на тот факт, что человек в процессе коммуникации может играть одну из трех вышеназванных ролей, он может одновременно являться и существенной помехой каналам коммуникации. Более того, тот факт, что информация передается через людей, обуславливает возникновение и наличие искажений в информационном процессе[\[2\]](#).

Человек, как элемент коммуникации – сложный и чувствительный «получатель» информации со своими чувствами и желаниями, жизненным опытом. Полученная им информация может вызвать внутреннюю реакцию любого рода, которая, возможно, усилит, исказит или полностью блокирует посланную ему информацию

[3].

Эффективность коммуникации и правильность восприятия необходимой информации зависит от наличия в процессе коммуникации коммуникативных барьеров. Барьеры коммуникации возникают по различным причинам. Без коммуникативных барьеров невозможна ни одна коммуникация, так как все люди разные, с разными темпераментами и характерами.

Барьеры общения – это уже чисто психологический феномен, возникающий в ходе общения коммуникатора и реципиента. Речь идёт о возникновении чувства неприязни, недоверия к самому коммуникатору, которое распространяется и на передаваемую им информацию[4].

Коммуникативными помехами может быть механический обрыв информации и отсюда её искажение; неясность передаваемой информации, в силу чего искажается изложенная и переданная мысль; эти варианты можно обозначить как барьер дефицита информации[5].

Бывают ситуации, когда лицо, которое передало сообщение, даже не подозревает о том, что собеседник его неправильно понял и по-своему трактовал суть передаваемого информационного сообщения. Возникла ситуация, когда передаваемое лицо ясно слышало информационное сообщение, но не придало им необходимого и верного толкования и значения. В таком случае возник барьер замещающий и искажающий. Если замещение или искажение информации произошло через одного человека, то в коммуникации не возникнет чрезмерных изменений. Однако, если искажение информации возникает через несколько человек, то информация может быть искажена и даже изменена существенным образом.

Высокая вероятность и возможность искажения связана с эмоциями – эмоциональные барьеры[6]. Это происходит, когда люди, получив какую-либо информацию, более заняты своими чувствами, предположениями, чем реальными фактами. Слова обладают сильным эмоциональным зарядом, причём не столько сами слова (символы), сколько ассоциации, которые они порождают в человеке. Слова имеют первичное (буквальное) значение и вторичное (эмоциональное).

Таким образом, в заключении раздела можно прийти к следующим выводам:

- было рассмотрено понятие барьера коммуникации.

- коммуникативные барьеры возникают неизбежно в процессе реализации любой коммуникации. Без коммуникативных барьеров невозможна ни одна коммуникация, так как каждый человек обладает особенностями своего характера и темперамента, различием во взглядах или мировоззрении.

- коммуникативные барьеры могут быть созданы умышленно, а могут быть произвольными[7]. Умышленные барьеры возникают в том случае, если одно из лиц коммуникации не желает делиться информацией, либо не желает показывать вид, что понял истинный смысл информационного сообщения. Произвольный коммуникативный барьер возник в том случае, когда лицо, принимающее информационное сообщение, не понимает истинного смысла сообщения. Это может возникнуть по причине того, что собеседник понял по-своему смысл информационного сообщения, а не истинный смысл информационного сообщения.

1.2. Виды барьеров коммуникации

В руководстве людьми большая часть времени руководителя расходуется на межличностные коммуникации[8]. Существует ряд факторов, снижающих эффективность общения, которые получили название «барьеры межличностных коммуникаций». К ним относятся:

-барьеры восприятия;

-семантические барьеры;

-невербальные барьеры;

-барьеры, возникающие при плохом слушании;

-барьеры, возникающие при некачественной обратной связи.

1. Барьер восприятия.

Интересен тот факт, что люди в процессе коммуникативного общения, воспринимают все происходящее, как события. В таком случае, возникает барьер восприятия, когда года источник информации избираются существенным образом. Барьер восприятия в данном случае, имеет следующие признаки:

-первое впечатление (внешность, речь, манера поведения и т. п.);

-предубеждение в отношении себя и других (недооценка или переоценка);

-стереотипы[9];

-эффект проекций[10]. Человек имеет способность присваивать собеседнику положительные или отрицательные качества;

-эффект порядка. При общении с незнакомыми людьми больше доверяют и запоминают информацию, поступающую первой (вначале беседы), при общении с друзьями - информацию, поступающую последней.

2. Семантический барьер.

При вербальной форме коммуникации в устной или письменной форме, может возникнуть семантический барьер[11]. Семантический барьер связан с тем, что проблемы в коммуникативном общении возникают, когда люди не понимают одинаково значения слов. Ведь семантика – это наука, которая изучает способ и метод применения слов и словосочетаний.

Семантические вариации часто становятся причиной неверного понимания. Значение используемых при общении символов выявляется через опыт и варьируется в зависимости от контекста. Это касается как отдельных слов (особенно иностранного происхождения или характеризующих личность, например порядочность), так и словосочетаний («как можно скорее», "как только представится возможность»).

3. Невербальные барьеры.

Невербальная форма общения представляет собой общение при помощи языка, который дан человеку от природы. Этот язык включает в себя совершенно индивидуальную манеру общения через жесты, интонацию, мимику, позы, выразительность движений и прочих вариациях невербального поведения[12]

Интересен тот факт, что невербальные коммуникации осуществляются на бессознательном уровне, и говорят об истинных искренних эмоциях, которые человек испытывает на данный момент.

К невербальным барьерам коммуникаций относят[13]:

-визуальные барьеры. Это особенности телосложения, походка, движение рук, ног и т. д., поза и смена поз, визуальный контакт, кожные реакции, психологическая дистанция;

-акустические барьеры (интонация, тембр, темп, громкость, высота звука, речевые паузы и др.);

-тактильная чувствительность (рукопожатия, похлопывания, поцелуи и др.);

- барьеры на основе запахов[\[14\]](#).

4. Плохое слушание (неумение слушать).

5. Некачественная обратная связь.

Таким образом, в заключении раздела можно прийти к следующему выводу:

- были рассмотрены основные виды коммуникационных барьеров.

- существуют различные барьеры, которые имеют свои отличительные особенности.

- для того, чтобы не возникало значительных коммуникационных барьеров, руководитель предприятия должен использовать имеющуюся информацию, которая обращается на предприятии в процессе коммуникации.

- на эффективность коммуникации сильное и значительное влияние оказывают организационные коммуникации.

- сообщения при возникновении коммуникационных барьеров могут искажаться при процессе передачи нисходящей и восходящей.

- в процессе возникновения коммуникативных барьеров могут возникать так называемые информационные перегрузки. Это мешает своевременно и постоянно принимать необходимые решения.

1.3 Причины возникновения барьеров в коммуникации

Для людей нет более ответственной задачи, чем развивать конструктивное общение. Однако на практике общение зачастую прерывается, осуществляется порой и в деструктивной форме, без взаимопонимания[15].

Компетентность[16]. Собеседники могут интерпретировать одно и то же сообщение по-разному, в зависимости от уровня своей компетентности и предшествующего опыта, что приводит к вариациям в процессах кодирования и декодирования информации[17]. Этот фактор является весьма существенным, он подрывает общность в коммуникации, общение имеет тенденции к разрушению.

Эффективным оно становится лишь тогда, когда собеседников объединяет общее поле опыта, общее пространство, в противном случае один из участников общения кодирует сообщение, исходя из своего видения, а получатель — декодирует только на основании своего опыта. Следовательно, можно говорить с партнером на одном языке и при этом не понимать его («Послушай, скажи по-русски!»). В этой ситуации сообщение входит в конфликт со способом, которым получатель «расшифровывает» его, общение становится невозможным или искаженным.

Искажения возникают из-за разного уровня компетентности собеседников, которые, в свою очередь, могут создавать совершенно иной уровень компетентности в сфере деятельности (например, статус профессора и рядового учителя) [18]. В результате у людей формируются разные ценности, потребности и отношения, что может привести к неумышленному искажению получаемой информации. Несоответствие кодирования и расшифровки является распространенным барьером эффективного общения.

Избирательное слушание. При этой форме избирательного восприятия человек имеет тенденцию к блокированию новой информации, особенно если она противоречит существующим суждениям. Так, в информации о вреде курения ее получатель (курящий человек) замечает только то, что подтверждает его суждение («Все курят и ничего»). Сообщение, которое противоречит уже сложившимся представлениям, либо игнорируется, либо искажается так, чтобы оно соответствовало собственным представлениям[19].

Оценочные суждения[20]. В каждой ситуации общения собеседник высказывает оценочные суждения. В принципе это означает суждение об общей ценности сообщения до получения коммуникации в целом. Например, у сплоченной группы могут сформироваться негативные ценностные суждения относительно всех действий куратора. Оценочные суждения базируются на оценке отправителя получателем на основе предыдущего опыта общения с ним или на оценке

ожидаемого значения сообщения[21].

Достоверность источника. Достоверность источника означает доверие словам и действиям говорящего со стороны собеседника. Уровень достоверности, оцениваемый партнером, непосредственно связан с тем, как он реагирует на слова, идеи и действия говорящего. Таким образом, оценка одним человеком другого влияет на отношение к его сообщениям. Это во многом зависит от прежнего опыта общения партнеров.

Фильтрование. Фильтрация — распространенное явление в восходящем общении, которое относится к манипулированию информацией и воспринимается позитивно. Например, учителя могут скрывать свои конфликты с подростками от директора или ученики «утаивать» нежелательную информацию от учителей. Причина такого фильтрования понятна: направление вверх несет контрольную функцию, если нежелательная информация доходит до администрации, та на ее основе принимает решения, связанные с наказанием.

Внутригрупповой язык[22]. Каждый из нас в разное время сталкивался с ярко выраженным специальным жаргоном, который, как выяснялось впоследствии, обозначает простые процедуры и знакомые вещи. Например, исследователь может попросить студентов «подготовить инструмент как часть экспериментального подхода» — вскоре студент узнает, что ему лишь предложили заполнить анкету в письменном виде.

Трудовые, профессиональные социальные группы часто создают жаргон, который понятен только членам этих групп. Такой специфический язык может выполнять позитивные функции. Он вызывает у членов групп чувство причастности, спаянности и (во многих случаях) самоутверждения и облегчает эффективное общение внутри группы[23].

Различие статуса. Образовательные учреждения зачастую используют различные статусные символы (декан, завуч, профессор, доцент и т.д.) для подчеркивания различия статуса. Такие различия статуса могут восприниматься обучаемыми как угрозы и препятствовать неформальному общению. В результате на верхних уровнях организации практически отсутствует обратная связь, в общении с обучаемыми возникает дистанция, что способствует развитию командного стиля работы, жесткости, самоуверенности.

Давление времени.[24].

Перегрузка общения[25]. Наше время часто называют «информационной» эрой или «эпохой информации». Люди не могут своевременно ответить на все сообщения, адресованные им, поэтому они их «отсеивают», и, следовательно, некоторые из сообщений, никогда не прочитываются.

Таким образом, в заключении раздела можно прийти к следующему выводу:

- каждый коммуникативный барьер заложен в самом человеке. Это может быть отсутствие компетентности или отсутствие ее недостаточного уровня, различные проявления оценочных суждений. Поэтому для того, чтобы каким-то образом повлиять на развитие коммуникаций на предприятии, необходимо выявить причины коммуникативных барьеров на данном предприятии, а также выявить причины данных барьеров в самих людях.

- одной из основных причин коммуникативных барьеров является отсутствие должного уровня компетентности.

Выводы по главе 1. В первой главе рассматривается теоретическая сущность барьеров на пути эффективных коммуникаций.

- было рассмотрено понятие барьера коммуникации.

- коммуникативные барьеры возникают неизбежно в процессе реализации любой коммуникации. Без коммуникативных барьеров невозможна ни одна коммуникация, так как каждый человек обладает особенностями своего характера и темперамента, различием во взглядах или мировоззрении.

- коммуникативные барьеры могут быть созданы умышленно, а могут быть произвольными. Умышленные барьеры возникают в том случае, если одно из лиц коммуникации не желает делиться информацией, либо не желает показывать вид, что понял истинный смысл информационного сообщения. Произвольный коммуникативный барьер возник в том случае, когда лицо, принимающее информационное сообщение, не понимает истинного смысла сообщения. Это может возникнуть по причине того, что собеседник понял по-своему смысл информационного сообщения, а не истинный смысл информационного сообщения.

- были рассмотрены основные виды коммуникационных барьеров.

- существуют различные барьеры, которые имеют свои отличительные особенности.

- для того, чтобы не возникало значительных коммуникационных барьеров, руководитель предприятия должен использовать имеющуюся информацию, которая обращается на предприятии в процессе коммуникации.
- на эффективность коммуникации сильное и значительное влияние оказывают организационные коммуникации.
- сообщения при возникновении коммуникационных барьеров могут искажаться при процессе передачи нисходящей и восходящей.
- в процессе возникновения коммуникативных барьеров могут возникать так называемые информационные перегрузки. Это мешает своевременно и постоянно принимать необходимые решения.
- каждый коммуникативный барьер заложен в самом человеке. Это может быть отсутствие компетентности или отсутствие ее недостаточного уровня, различные проявления оценочных суждений. Поэтому для того, чтобы каким-то образом повлиять на развитие коммуникаций на предприятии, необходимо выявить причины коммуникативных барьеров на данном предприятии, а также выявить причины данных барьеров в самих людях.
- одной из основных причин коммуникативных барьеров является отсутствие должного уровня компетентности.

Глава 2. Анализ барьеров коммуникаций и их преодоление на предприятии ООО Морской бриз

2.1. Общая характеристика предприятия ООО Морской бриз

Компания ООО «Морской бриз» имеет 7-летний опыт в области очистки от пыли, жировых отложений и сажи, а также дезинфекции систем естественной и принудительной вентиляции, вентиляционного оборудования, систем кондиционирования воздуха, дымоходов, стволов мусоропроводов и т.д.

Компания ООО «Морской бриз» предлагает полный комплекс услуг по очистке и дезинфекции, который обеспечивает необходимое качество работы систем

вентиляции и кондиционирования воздуха в помещениях:

Видеообследование и микробиологические исследования систем вентиляции, дымоходов, мусоропроводов с выдачей заключения.

Очистка от пыли систем вентиляции и кондиционирования воздуха.

Очистка от жировых отложений систем вентиляции и кондиционирования воздуха.

Дезинфекция систем вентиляции и кондиционирования воздуха, мусоропроводов.

Очистка от сажи дымоходов.

Очистка стволов мусоропроводов.

В нашем распоряжении современное оборудование и европейские технологии (стандарты ISO), которые позволяют обеспечить требуемые микроклиматические условия в любых помещениях в сочетании с низкими эксплуатационными затратами.

Общеизвестно, что системы вентиляции, которые призваны обеспечивать поступление чистого воздуха в помещения, могут со временем загрязняться. И тогда эти системы вентиляции могут начать работать против вас, т.к. здоровью живущих или работающих в здании людей не способствует вдыхание воздуха, который проходит через скопившиеся в воздуховодах пыль, жир и грязь. Причем это касается как систем естественной вентиляции, так и систем принудительной вентиляции, агрегаты и узлы которой служат дополнительными пылесборниками.

Если не проводить своевременную очистку и дезинфекцию систем вентиляции, то в помещениях снижается циркуляция воздуха, появляется повышенный риск возникновения взрыво- и пожароопасных ситуаций, увеличивается заболеваемость людей, находящихся в помещениях.

Специалисты компании ООО «Морской бриз» осуществляют очистку и дезинфекцию систем вентиляции и кондиционирования воздуха в соответствии со всеми нормативными документами.

Жировые отложения в воздуховодах, которые неизбежны при работе систем вентиляции кафе, ресторанов и других предприятий общественного питания и пищевой промышленности приводят к ряду неприятных последствий. Они сужают воздуховоды, препятствуя нормальному воздухообмену, что зачастую приводит к

нарушению технологического процесса и могут стать источником пожара, который мгновенно распространится по системе вентиляции здания. Кроме того, жировые отложения – питательная среда для бактерий, грибов, клещей сапрофитов и других микроорганизмов

Во многих национальных кухнях есть блюда, готовящиеся на «открытом огне» (мангале, тандыре и других жаровнях). Во время приготовления таких блюд пламя легко может перекинуться на жиро-уловители кухонного зонта и перемещаться внутри вентиляционной системы в другие помещения.

Очистка систем вентиляции кафе и ресторанов от жировых отложений позволит избежать этих последствий, сохранить эффективность работы вентиляции и продлить срок эксплуатации дорогостоящего вентиляционного оборудования.

Периодичность этих работ устанавливается совместно с инженерными службами предприятий и составляет от 1-2 раз в год до 1-2 раз в месяц – для «мангальной» вытяжки. Для очистки от жира вентиляционных систем применяются традиционные методы с использованием скребков, механических щеток чистящей машины и высокоэффективных моющих препаратов.

Выручка от продаж предприятия ООО Морской бриз представляет собой доход за определенный отчетный период.

За 2014 год выручка от продаж ООО Морской бриз составляет 6000000 рублей.

За 2015 год выручка от продаж ООО Морской бриз составляет 6100000 рублей.

Абсолютное отклонение составляет 6100000 рублей – 6000000 рублей = +100000 рублей.

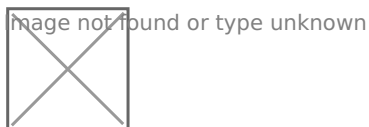


Рисунок 1 – Динамика выручки от продаж предприятия ООО Морской бриз за 2014 -2015 год

Таким образом, в заключении раздела можно сделать следующие выводы:

- была рассмотрена общая экономическая характеристика предприятия ООО Морской бриз.

- также был рассмотрен основной экономический показатель предприятия ООО Морской бриз – выручка от продаж. Выручка от продаж предприятия ООО Морской бриз выросла в 2015 году на 100000 рублей. Прирост выручки незначительный, однако стабильный, что говорит об устойчивом положении предприятия ООО Морской бриз на рынке.

2.2. Способы преодоления барьеров в коммуникации на предприятии ООО Морской бриз

Мотивационный барьер возникает, если у партнёров разные мотивы вступления в контакт, например: один заинтересован в развитии общего дела, а другого интересует только немедленная прибыль, то есть каждый из партнёров преследует цели, идущие вразрез с намерениями другой стороны, и не говорит об этом открыто.

Этический барьер возникает тогда, когда взаимодействию с партнером мешает нравственная позиция, несовместимая с вашей. Идти ли на компромисс, каждый решает сам. Но вот пытаться перевоспитывать или стыдить партнёра не рекомендуется.

Барьер стилей общения. Как известно, у каждого человека свой стиль общения. Он зависит от темперамента человека, его характера, мировоззрения. Стиль общения формируется под влиянием воспитания, окружения, профессии.

Партнерский стиль общения означает высокую степень сотрудничества в выработке общей позиции по обсуждаемому вопросу. Партнера выслушивают, не перебивая, не оценивают его поступки поспешно, стараются понять и быть понятым другими, не навязывают советы и не просят их, а ищут решение проблемы вместе с партнером.

При непартнерском стиле общения человек невнимательно слушает или позволяет не слушать себя, игнорирует точку зрения собеседника или безоговорочно принимает ее, навязывает свое решение проблемы или просит совета, побуждает партнера к немедленным действиям или необдуманно поступает сам, словом, сотрудничества нет.

По степени и характеру вмешательства в деятельность и поведение другого человека можно выделить следующие стили общения:

-альтруистический — человек стремится делать приятное людям, помогает им в осуществлении их целей;

-манипулятивный — в общении используются средства воздействия, давления и принуждения партнера в своих целях;

-миссионерский — партнер стремится сохранить дистанцию в общении, соблюдает невмешательство в дела и суждения собеседника, воздействует личным примером.

Можно выделить следующие позиции личности по отношению к партнеру.

Податливый тип — характеризуется высокой потребностью в другом человеке, в максимально близкой психологической дистанции, потребностью быть: любимым, чувствовать одобрение, внимание, потребностью быть важным для другого, особенно для одного определенного человека.

Агрессивный тип — воспринимает другого человека как соперника. У него очень высока потребность в достижении успеха в любой форме» возможность контроля над другими. Такие люди плохо переносят «проигрыши», часто непроизвольно стремятся к Манипулированию другими. Избирают для себя престижные профессии, обеспечивающие быстрое продвижение. Подсознательный вопрос партнеру: «Сильный ли ты соперник? Чем ты можешь быть мне полезен?».

-

Отрешенный тип. Стремится сохранить дистанцию (эмоциональную и психологическую) между собой и Другими людьми. Его потребность — независимость и уединение. Люди этого типа обычно избегают связей, контактов, обязательств. Подчинение принятым правилам, нормам и традициям нередко вызывает у них отвращение и несогласие. Стремятся к профессиям, где есть возможность творческого и оригинального труда (наука, искусство).

Подсознательная установка в общении с партнерами людей отрешенного стиля: «Будешь ли ты покушаться на мою независимость?»!

Деловой тип. В мире бизнеса преобладают люди, для которых интересы дела превыше всего, и в отношении к партнеру по общению они исходят из того, насколько этот человек может быть полезен.

Эстетический барьер возникает в том случае, если партнёр неопрятно, неряшливо одет, обстановка в его кабинете, вид рабочего стола не располагают к беседе. Преодолеть внутреннее препятствие к ведению разговора трудно, и, тем не менее,

если этот контакт очень нужен, нельзя показывать, что нас что-то коробит.

Таким образом, в заключении раздела можно отметить, что на предприятии существуют коммуникативные барьеры и способы их преодоления.

2.3 Пути улучшения коммуникативного процесса на предприятии ООО Морской бриз

Улучшение коммуникативного процесса на предприятии ООО Морской бриз должно происходить в разрезе нескольких правил.

1) Необходимо излагать свои мысли четко, корректно и внятно.

Для того, чтобы сотрудники работали слаженно и правильно, необходимо четко указывать на то, чем должны заниматься работники. То есть излагать четкие и ясные требования к работе соответствующей должности. Обычно данные правила закреплены должностной инструкцией на каждом предприятии, которое работает в соответствии с трудовым законодательством.

К примеру, вместо фразы «Я бы хотел, чтобы кто-то выполнил задание», необходимо четко поставить вопрос: «господин Петров, Вы должны сделать задание в срок до завтрашнего утра». Требование изложено четко и ясно, что даст возможность сотруднику Петрову ясно понять, что от него хотят и требуют.

2) Нельзя перегружать речь ненужными и лишними словами.

Если фраза построена слишком сложно, что существует маленькая вероятность того, что собеседник понял ее суть. Поэтому, для создания эффективной коммуникации рекомендуется не перегружать речь лишними словами и фразами, особенно словами – паразитами. Это усложняет понимание истинной сути, так как внимание собеседника концентрируется именно на сложных к пониманию словах.

3) Необходимо избегать жаргона.

Деловое общение категорически принимает только деловую лексику, грамотную и корректную речь. Поэтому, чтобы не показаться необразованным и некультурным человеком, необходимо выражаться в соответствии с правилами грамматики и лексики того языка, на котором происходит коммуникация.

4) Необходимо избегать слов с сильной эмоциональной нагрузкой.

Лицо, которое участвует в процессе коммуникации, не должно использовать слов с сильной эмоциональной нагрузкой. Дело в том, что эмоции, которые испытывает на данный момент лицо, участвующее в коммуникации, могут не совпадать и даже совершенно быть противоположными, чем эмоции, которые испытывает другой участник коммуникации.

5) Необходимо обращаться к людям по имени.

Каждый человек любит получать внимание в адрес своей персоны. Кто-то в большей степени, кто-то в меньшей степени, такова природа человека. Поэтому, для того, чтобы эффективно управлять людьми, необходимо обращаться к ним по имени. Это создает впечатление того, что руководитель с вниманием относится ко всем своим сотрудникам, уважает их и прислушивается к их мнению. Отдача сотрудника будет вдвое выше.

Конечно, в некоторых организациях принято обращаться по имени и отчеству. Это уже зависит от корпоративной культуры, которая принята в данной организации. В любом случае, необходимо помнить, что употребить при обращении имя не является лишним действием никогда.

6) Необходимо быть вежливым и почтительным при общении с людьми. Неважно, кто в данный момент общается с руководителем: представитель администрации города, налоговые органы, поставщик, сотрудник, контрагент или простой клиент, которые недоволен сервисом предприятия. Необходимо разговаривать вежливо, корректно и уважительно со всеми участниками коммуникации.

Однако важно помнить, что не надо быть чересчур вежливым, неестественно вежливым. Употребление таких выражений, как «если вы позволите», «в вашего разрешения» слишком большое количество раз ведет к тому, что создается впечатление неестественности.

В заключении раздела можно прийти к следующим выводам:

- были исследованы пути повышения эффективности коммуникационного процесса на анализируемом предприятии.

- повышение эффективности коммуникативного процесса возможно лишь при небольшой корректировке поведения относительно окружающих людей. Если предпринять искренние попытки все исправить, то можно с уверенностью сказать,

что улучшить коммуникативный процесс по силам каждому при улучшении поведения, улучшится не только коммуникативный процесс, но также барьеры коммуникаций отпадут сами собой.

Выводы по главе 2.

Во второй главе был проведен анализ барьеров коммуникаций и их преодоление на предприятии ООО Морской бриз.

- была рассмотрена общая экономическая характеристика предприятия ООО Морской бриз.

- также был рассмотрен основной экономический показатель предприятия ООО Морской бриз – выручка от продаж. Выручка от продаж предприятия ООО Морской бриз выросла в 2015 году на 100000 рублей. Прирост выручки незначительный, однако стабильный, что говорит об устойчивом положении предприятия ООО Морской бриз на рынке.

- были исследованы пути повышения эффективности коммуникационного процесса на анализируемом предприятии.

- повышение эффективности коммуникативного процесса возможно лишь при небольшой корректировке поведения относительно окружающих людей. Если предпринять искренние попытки все исправить, то можно с уверенностью сказать, что улучшить коммуникативный процесс по силам каждому при улучшении поведения, улучшится не только коммуникативный процесс, но также барьеры коммуникаций отпадут сами собой.

Заключение

В заключении данной курсовой работы были сделаны следующие выводы:

В первой главе рассматривается теоретическая сущность барьеров на пути эффективных коммуникаций.

- было рассмотрено понятие барьера коммуникации.

- коммуникативные барьеры возникают неизбежно в процессе реализации любой коммуникации. Без коммуникативных барьеров невозможна ни одна коммуникация,

так как каждый человек обладает особенностями своего характера и темперамента, различием во взглядах или мировоззрении.

- коммуникативные барьеры могут быть созданы умышленно, а могут быть произвольными. Умышленные барьеры возникают в том случае, если одно из лиц коммуникации не желает делиться информацией, либо не желает показывать вид, что понял истинный смысл информационного сообщения. Произвольный коммуникативный барьер возник в том случае, когда лицо, принимающее информационное сообщение, не понимает истинного смысла сообщения. Это может возникнуть по причине того, что собеседник понял по-своему смысл информационного сообщения, а не истинный смысл информационного сообщения.

- были рассмотрены основные виды коммуникационных барьеров.

- существуют различные барьеры, которые имеют свои отличительные особенности.

- для того, чтобы не возникало значительных коммуникационных барьеров, руководитель предприятия должен использовать имеющуюся информацию, которая обращается на предприятии в процессе коммуникации.

- на эффективность коммуникации сильное и значительное влияние оказывают организационные коммуникации.

- сообщения при возникновении коммуникационных барьеров могут искажаться при процессе передачи нисходящей и восходящей.

- в процессе возникновения коммуникативных барьеров могут возникать так называемые информационные перегрузки. Это мешает своевременно и постоянно принимать необходимые решения.

- каждый коммуникативный барьер заложен в самом человеке. Это может быть отсутствие компетентности или отсутствие ее недостаточного уровня, различные проявления оценочных суждений. Поэтому для того, чтобы каким-то образом повлиять на развитие коммуникаций на предприятии, необходимо выявить причины коммуникативных барьеров на данном предприятии, а также выявить причины данных барьеров в самих людях.

- одной из основных причин коммуникативных барьеров является отсутствие должного уровня компетентности.

Во второй главе был проведен анализ барьеров коммуникаций и их преодоление на предприятии ООО Морской бриз.

- была рассмотрена общая экономическая характеристика предприятия ООО Морской бриз.

- также был рассмотрен основной экономический показатель предприятия ООО Морской бриз – выручка от продаж. Выручка от продаж предприятия ООО Морской бриз выросла в 2015 году на 100000 рублей. Прирост выручки незначительный, однако стабильный, что говорит об устойчивом положении предприятия ООО Морской бриз на рынке.

- были исследованы пути повышения эффективности коммуникационного процесса на анализируемом предприятии.

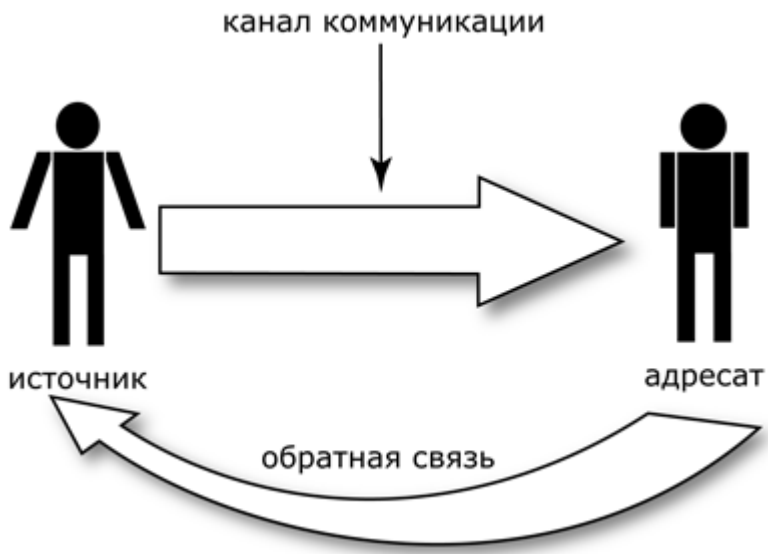
- повышение эффективности коммуникативного процесса возможно лишь при небольшой корректировке поведения относительно окружающих людей. Если предпринять искренние попытки все исправить, то можно с уверенностью сказать, что улучшить коммуникативный процесс по силам каждому при улучшении поведения, улучшится не только коммуникативный процесс, но также барьеры коммуникаций отпадут сами собой.

Библиография

1. Федеральный закон от 30.01.2001 г. (в ред. от 10.01.2016 г.) № 197 – ФЗ. Трудовой Кодекс Российской Федерации.
2. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебник для вузов / – М.: МФПУ Университет, 2013. – 392 с.
3. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для вузов /– М.: Дашков и Ко, 2013. – 240 с.
4. Бабук, И.М. Экономика промышленного предприятия: Учебник для вузов /– М.: ИНФРА-М, 2013. – 439 с.
5. Бедяева, Т.В. Управление персоналом на предприятии туризма: Учебник для вузов /– М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 180 с.

- 6 Вечканов, Г.С. Экономическая теория: Учебник для вузов /– СПб: Питер, 2012. – 512 с.
7. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – 302 с.
8. Викулина, Т.Д. Экономическая теория: Учебник для вузов /– М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 209 с.
9. Войтов, А.Д. Экономическая теория: Учебник для вузов /– М.: Дашков и Ко, 2013. – 392 с.
10. Гродских, В.С. Экономическая теория: Учебник для вузов /– СПб.: Питер, 2013. – 208 с.
11. Зайцева, И.В. Управление персоналом: /– М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 336 с.
12. Ивановская, Л.В. Управление персоналом: Учебник / – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. – 695 с.
13. Кибанов, А.Я. Конфликтология: Учебник для вузов /– М.: ИНФРА-М, 2012. – 343 с. – ISBN 5-234-67407-3.
14. Ключкова, Е.Н. Экономика предприятия: Учебник для вузов /– М.: ЮРАЙТ, 2014. – 448 с.
15. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – 310 с.
16. Масленников, Р. 101 совет по PR: /– М.: Альпина Паблишер, 2012. – 68 с.
17. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – 501 с.
18. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – 267 с.

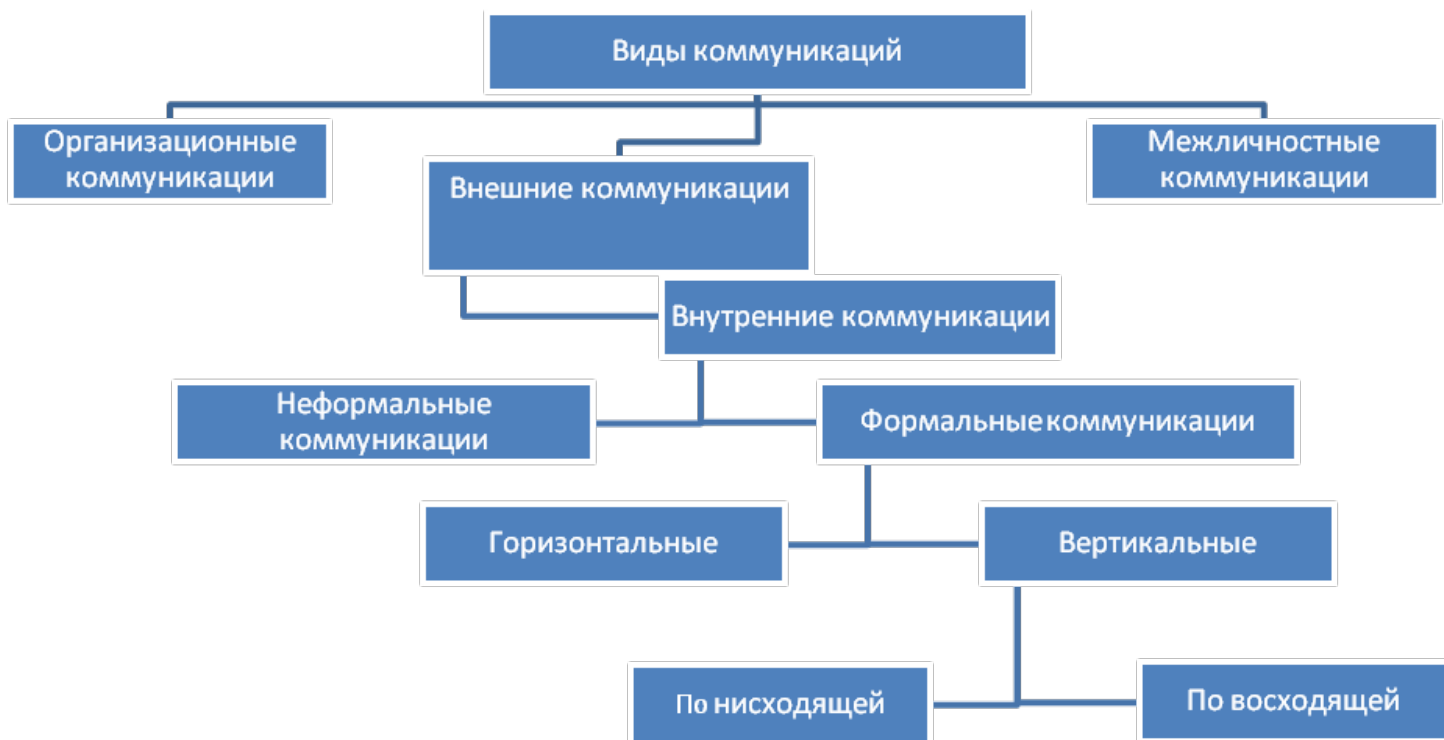
Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3



1. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
2. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
3. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
4. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
5. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
6. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
7. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)

8. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
9. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
10. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
11. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
12. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
13. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
14. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
15. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
16. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
17. Урсул, В.Д. Природа информации: /– М.: Феникс, 2011. – С. 198. [↑](#)
18. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
19. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебник для вузов / – М.: МФПУ Университет, 2013. – С. 166. [↑](#)

20. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
21. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
22. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
23. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
24. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
25. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)