

Содержание:

Введение

Актуальность темы исследования. Успех любого дела в условиях рыночной экономики зависит не только от качества производимого товара или услуги, но во многом от обмена деловой информацией между людьми, производящих этот товар. В тоже время само производство товара, его качество и производительность организации находятся в зависимости от уровня коммуникационного процесса в коллективе. Важная роль здесь принадлежит характеру коммуникационного процесса в организации.

Целью работы является разработка программы по совершенствованию коммуникационного процесса на предприятии.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

- исследовать понятие и сущность коммуникаций в процессе управления организацией;
- рассмотреть элементы и этапы коммуникационного процесса;
- представить краткую характеристику ООО «АИРСТОК»;
- провести анализа коммуникаций исследуемой организации;
- разработать рекомендации, направленные на совершенствование коммуникационного процесса в исследуемой организации.

Объектом исследования является ООО «АИРСТОК».

Предметом исследования процесс коммуникаций в организации.

Теоретико-методологическую базу исследования по вопросам менеджмента, коммуникаций, публикации в периодических изданиях, материалы научно-практических конференций.

Методы исследования. В исследовании использованы методы диалектического, исторического и логического анализа, метод сравнения и обобщения; а также системно-функциональный и системно-структурный принципы исследования и специфические приемы: качественный анализ и графическая интерпретация информации.

Структура работы. Курсовая работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы.

Глава 1. Теоретические основы коммуникаций в организации

1.1. Понятие и сущность коммуникаций в организации

Важнейшие цели передачи информации - совместная деятельность, труд и распределение его результатов. Коммуникации представляют собой общение, передачу информации от человека к человеку, форму взаимодействия людей[1].

Гарольд Лассвелл предлагал при исследовании коммуникации учитывать следующие вопросы: кто является источником и получателем сообщения; каково содержание сообщения; каков эффект коммуникации[2]. На данном подходе основана так называемая технологическая схема коммуникации, названная в честь ученого «формулой Лассвелла» (рисунок 1).

Во-первых, схема Лассвелла весьма наглядно иллюстрирует принцип действия коммуникации.

Во-вторых, здесь представлены «слабые места», снижающие эффективность воздействия на адресата.

В-третьих, на наш взгляд, современные подходы к проблемам коммуникации следует анализировать с учетом данной схемы.

Очевидно, что, рассматривая сообщение с точки зрения современной организации, мы в подавляющем большинстве случаев говорим о передаче управленческой информации. Представленная на рисунке 1 схема сохраняется: субъект коммуникации (коммуникатор) передает сообщение аудитории (объект, получатель информации). При этом коммуникатор должен верно представлять цель сообщения, правильно определить адресата и точно прогнозировать ответную реакцию[3]. В организации коммуникации осуществляются в повседневной работе при общении с подчиненными руководителями, на собраниях, при чтении

документов, разговорах по телефону, составлении документов[4].



Рисунок 1 - Принципиальная схема коммуникации

Коммуникации подразделяются на две большие группы: между организацией и её средой (внешняя коммуникация) и внутри организации (внутренние коммуникации). К первой группе относятся коммуникации, которые представляют собой информационное взаимодействие с внешней средой, а именно – со средствами массовой информации, потребителями, государственными органами, поставщиками[5].

Внутренние коммуникации – это коммуникации между работниками различных подразделений, коммуникации «руководитель – подчиненный», неформальные коммуникации между сотрудниками организации[6].

В процессе управления осуществляются коммуникации по вертикали и по горизонтали между подразделениями. По нисходящей передается информация о принятых решениях на высших уровнях (текущие задачи, конкретные задания,

рекомендации). Эта информация может передаваться из одного уровня на другой вплоть до рабочих исполнителей[7]. Не менее важными являются коммуникации по восходящей линии. Предприятие не может функционировать без информации о ходе производственного процесса. По восходящей передается информация о загрузке оборудования, количестве работающих, поступлений сырья, выпуске продукции. Иногда возникает ситуация, когда для решения вопроса на низовом уровне требуется вмешательство руководителей высшего звена. И тогда информация по ступеням управления снизу передается на самый высокий уровень. Так, например, вопрос об изменении технологии, возникший на производственном участке, должен решать руководитель организации[8].

Определённую роль играют неформальные коммуникации. Часто мнения, складывающиеся в неформальных группах и поступающие к руководителям по неформальным каналам, дают возможность понимать более правильные решения или предупреждать конфликтные ситуации.

Информационный процесс охватывает все подразделения и все стороны деятельности предприятия, поэтому естественно, что его деятельность в значительной степени зависит от эффективности коммуникационного процесса. Но в процессе коммуникаций информация может быть искажена, неправильно понята или воспринята[9]. Эффективность обмена информацией достигается только в том случае, когда одна сторона передает информацию, а другая - правильно её воспринимает. Поэтому главной задачей коммуникационного процесса является обеспечение понимания и правильного восприятия передаваемой информации.

1.2. Элементы и этапы коммуникационного процесса

Для того чтобы осуществить процесс коммуникации, необходимо четыре основных элемента:

- 1) отправитель - субъект, генерирующий идеи или собирающий информацию и передающий ее;
- 2) сообщение - собственно информация, закодированная с помощью символов;

3) канал - средство передачи информации;

4) получатель - объект, которому предназначена информация и который интерпретирует ее[10].

Выделяют следующие виды коммуникаций: формальные - определяются организационной структурой предприятия, сложностью уровней управления и функциональных отделов; неформальные - например, канал распространения слухов[11].

Также существуют следующие коммуникации: вертикальные (межуровневые) - информация передается сверху вниз и снизу вверх; горизонтальные - информация передается между различными отделами, для того чтобы согласовать действия; межличностные - общение людей в устной форме в любом из перечисленных видов коммуникаций[12].

При процессе обмена информацией отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов:

1. Зарождение идеи. Процесс обмена информацией начинается с появления идеи или тщательного отбора информации. Отправитель решает, что нужно сделать, чтобы идея или сообщение стали предметом обмена. Главная роль отправителя - проектирование и кодирование сообщения с последующей передачей другим участникам процесса. Важнейшим является правильная формулировка идеи, которую нужно выразить так, чтобы она стала простой и доступной для получателя. Отправитель должен решить, что именно он хочет сделать предметом обмена информацией. Для того чтобы сделать процесс обмена эффективным, следует принять в расчет некоторое количество факторов[13].

2. Кодирование и выбор канала. Прежде чем передать идею, отправитель должен, используя символы, закодировать ее при помощи слов, интонации и жестов (например, язык тела) [14]. В результате идея превращается в сообщение. Отправителю необходимо определиться с каналом, который должен быть совместим с типом символов, использованных для кодирования. К общеизвестным каналам можно отнести передачу речи и письменных материалов, а также электронные средства связи, включая компьютерные сети, электронную почту, видеоленты и видеоконференции. Если канал непригоден для того, чтобы физически воплотить символы, передача невозможна. Если канал не соответствует идее, обмен информацией будет считаться недостаточно эффективным[15].

3. Передача. На третьем этапе отправитель использует канал для передачи сообщения получателю[16]. Речь идет о физическом обмене сообщениями, который многие ошибочно принимают за сам процесс коммуникации. В то же время передача - это одна из самых важных ступеней, которые необходимо пройти, чтобы донести идею до другого лица[17].

Главным инструментом для передачи информации является использование знаковых систем. Вербальная коммуникация в качестве знаковой системы использует речь, которая представляет собой систему фонетических знаков, основанных на двух принципах: лексическом и синтаксическом[18]. Речь является основным средством коммуникации, так как при передаче информации с помощью речи меньше всего теряется смысл сообщения.

В основе невербальной коммуникации лежит информация, которая передается отправителем без использования слов, вместо них в ход идут различные символы. Основные функции невербальных средств - это дополнение и заменяемость речи, отражение эмоций участников в процессе коммуникации.

4. Декодирование. После передачи сообщения отправителем происходит декодирование информации получателем. Декодирование - это процесс перевода символов отправителя в мысли получателя. Если символы, которые выбрал отправитель, включают в себя такое же значение для получателя, последний будет точно знать, что именно имел в виду отправитель, когда разрабатывалась его идея. Если реакции на идею не последует, процесс обмена информацией на этом будет завершен[19].

5. Обратная связь. Обмен информацией можно считать эффективным для обеих сторон, если получатель показал понимание идеи через обратную связь, произведя при этом действия, которых ждал от него отправитель[20].

Обратная связь позволяет ввести, при необходимости, изменения в дальнейший коммуникационный процесс. При этом должны быть обеспечены объективность, целенаправленность и оперативность обратной связи[21]. Следует отметить, что большее значение в плане повышения результативности работы организации имеет так называемая отрицательная обратная связь, которая несет информацию о том, что желаемый результат сообщения достигнут не был. Обратная связь должна быть постоянно действующим каналом коммуникации, встроенным в общую систему организационных коммуникаций[22].

Необходимость использования системы, комплекса средств коммуникации обусловлена тем, что не существует ни одного универсального средства передачи информации, которое бы охватывало все целевые группы и решало бы все задачи, стоящие перед коммуникационной системой. Каждое средство решает лишь часть ее задач и оптимально по отношению к той или иной группе, входящей в коммуникационную структуру, имеет определенные недостатки и определенные достоинства, свою зону оптимального воздействия[23].

Выводы

Коммуникация - это сложный разносторонний процесс, состоящий из взаимосвязанных ступеней, каждая из которых нужна для того, чтобы сделать наши мысли понятными и доступными другому лицу.

Коммуникации в организации подразделяются на две большие группы: между организацией и её средой (внешняя коммуникация) и внутри организации (внутренние коммуникации).

Коммуникационная структура организации – это совокупность ее коммуникационных каналов, то есть средств передачи информации. Эффективность коммуникационной структуры – это мера достижения поставленных целей, то есть обеспечение оптимального функционирования коммуникационных каналов предусматривающего целенаправленную, оперативную передачу точной и актуальной информации, ее получение, правильную интерпретацию и адекватную реакцию на нее.

Глава 2. Исследование коммуникаций в ООО «АИРСТОК»

2.1. Характеристика и особенности ООО «АИРСТОК»

Компания с полным наименованием «Общество с Ограниченной Ответственностью «АИРСТОК»» зарегистрирована 13.02.2014 во Владимирской области, г.Владимир, по юридическому адресу: 600016, ул. Большая Нижегородская, 77, Офис 7.

ООО «АИРСТОК» - компания, которая занимается отоплением, водоснабжением, канализацией, кондиционированием, вентиляцией.

Целью деятельности ООО «АИРСТОК» является максимизация прибыли.

Структура организации - логическое взаимоотношение уровней управления и функциональных областей, построенных в такой

форме, которая позволяет наиболее эффективно достигать целей организации. Рассмотрим организационную структуру ООО «АИРСТОК» (рисунок 2).

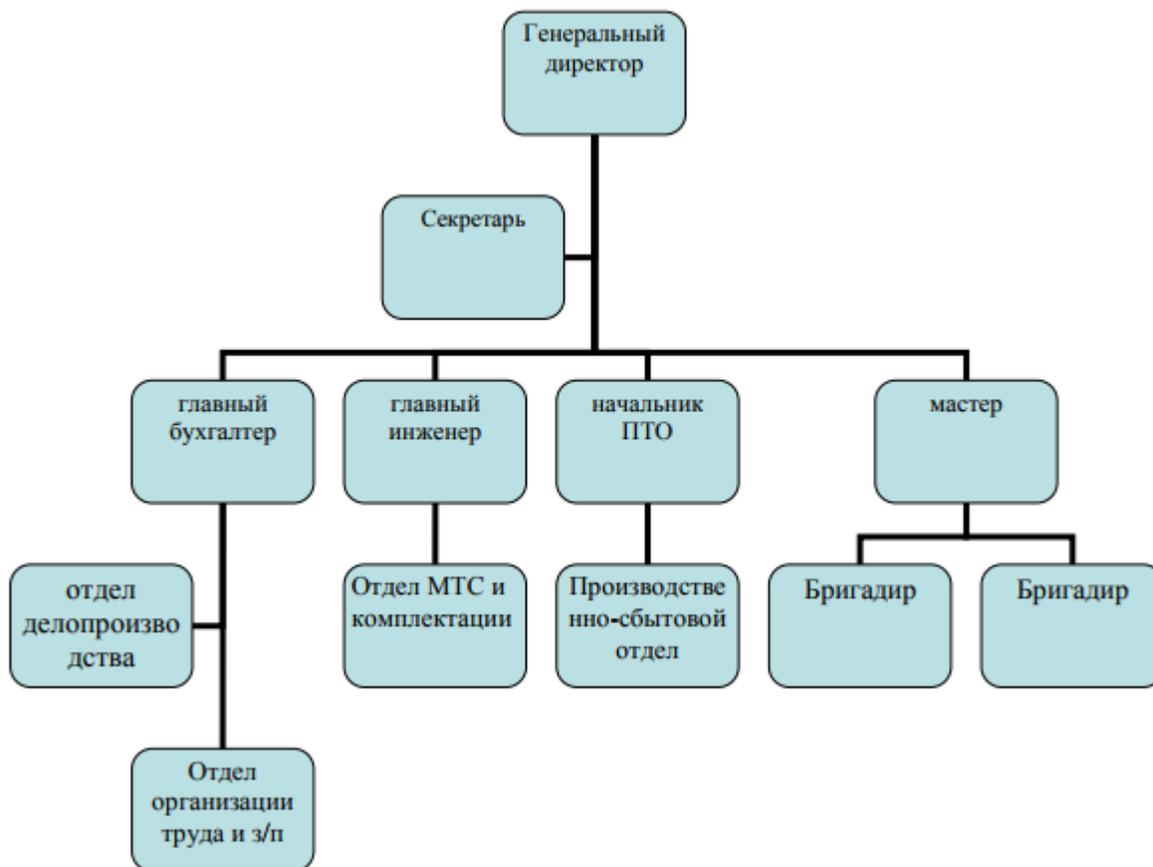


Рисунок 2 - Организационная структура ООО «АИРСТОК»

Организационная структура ООО «АИРСТОК» является линейно- функциональной, разновидностью иерархических (бюрократических) организационных структур.

Генеральный директор утверждает приказы, отдает распоряжения, которые исполняются руководителями среднего и низового уровней. Также имеет место личный аппарат руководителя – секретарь-референт. Он доводит до сведения

руководителей среднего и низового уровней приказы и распоряжения генерального директора, исполняет поручения генерального директора (печатные работы, ведение входящей и исходящей корреспонденции, отвечает на телефонные звонки).

Руководителями среднего уровня в данной организации являются главный бухгалтер, главный инженер, начальник производственно-технического отдела (далее ПТО) и мастер. Работу главного бухгалтера и главного инженера контролирует генеральный директор. Главный бухгалтер осуществляет контроль за исполнением текущей и промежуточной отчетности. Работу начальника ПТО и мастера координирует и контролирует главный инженер. Начальник ПТО координирует работу инженеров своего отдела. Мастер отдает распоряжения для исполнения их работниками.

К руководителям низового уровня относятся бригадиры. Они осуществляют контроль за работой рабочих.

Структура управления является централизованной, поскольку руководители высшего звена оставляют за собой большую часть полномочий, необходимых для принятия управленческих решений. За информационный процесс на предприятии отвечает отдел делопроизводства. Данный отдел состоит из двух работников: работника сектора делопроизводства; работника организационного сектора.

2.2. Анализ коммуникационного процесса в ООО «АИРСТОК»

В результате просмотра журнала регистрации в приемной организации и анализа полученной информации составлена таблица 1, в которой представлена сводная информация по каждому виду документа в динамике за 2015-2016 гг.

Таблица 2

Анализ структуры документооборота ООО «АИРСТОК» по признаку документационного обеспечения

Наименование документа	Период		Абсолют, изм., шт.	Темп роста, %
	2015 год, шт.	2016 год, шт.		
Входящие	734	1140	406	55,3
Исходящие	1344	1729	385	28,6
Приказы	2045	2173	128	6,3
в том числе:				
- по основной деятельности	842	943	101	12,0
- по командировкам	650	639	-11	-1,7
- по личному составу	553	591	38	6,9
Внутренние	3444	3005	-439	-12,7
в том числе:				
- финансовые	1622	1680	58	3,6
- служебные	1822	1325	-497	-27,3
Итого в год:	7567	8047	480	6,3

Отдел материально-технического снабжения и комплектации	720	9,5	759	9,4
Производственно-сбытовой отдел	3369	44,5	3723	48,9
Итого	7567	100	8047	100

Как видно из таблицы 2 наибольшая доля документов приходится на бухгалтерию, производственно-сбытовой отдел, отдел материально-технического снабжения и комплектации, а также отдел делопроизводства. Очевидна высокая доля документов в бухгалтерии, так как практически каждый внутренний документ, а финансовый – обязательно, должен быть заверен в бухгалтерии для отслеживания движения финансово-материальных потоков предприятия. Сокращение документооборота бухгалтерии в основном вызвано большой долей автоматизации ее работы. На производственно-сбытовой отдел в 2016 г. пришлось 3723 документов или 48,9 %. Увеличение как количества обращающихся документов данного отдела, так доли в общем объеме документооборота вызвано, прежде всего, расширением штата сотрудников. Количество документов растет также по причине того, что рост объемов заказов требует работы с большим количеством покупателей. Что касается отдела материально-технического снабжения и комплектации, то доля документооборота в течение года выросла с 720 до 41 759, что вызвано: во-первых, необходимостью дополнительной закупки материалов и комплектующих в связи с ростом производства; во-вторых, с полным отсутствием в отделе вычислительной техники по причине отсутствия работников, умеющих владеть персональным компьютером и нежеланием работающих обучаться.

Произведем анализ объема документооборота в течение одного года на примере 2016 г.

Таблица 3

Объем документооборота ООО «АИРСТОК»

Виды документов

	Входящие	Исходящие	Приказы	Внутренние
Январь	122	186	226	299
Февраль	118	192	209	274
Март	96	124	184	235
Апрель	107	149	211	219
Май	91	117	107	210
Июнь	94	163	192	308
Июль	102	195	168	312
Август	43	101	185	175
Сентябрь	90	109	132	243
Октябрь	99	136	191	257
Ноябрь	93	115	189	251
Декабрь	85	142	179	222
Итого	1140	1729	2173	3005

Наибольший поток входящих документов пришелся на январь, февраль апрель и июль.

Составим карточки-анкеты связей всех подразделений, включенных в спроектированную организационную структуру при выполнении функций планирования и оперативного учета (таблицы 4-8).

Таблица 4

Карточка-анкета связей «Начальник НТО - главный бухгалтер»

Виды связей между подразделениями по критерию налаженности документооборота

Тип контактов	Виды связей между подразделениями по критерию налаженности документооборота			Итого
	Систематические, налаженные связи (7-10 баллов)	Периодические, слабо налаженные связи (4-6 балла)	Редкие, не налаженные связи (1-3 балла)	
1	2	3	4	5

Прямая связь:

Продолжение таблицы 4

1	2	3	4	5
1. Предоставление производственной программы в натуральных единицах				10
2. Предоставление сведений о поступающих заявках на покупку продукции				8
3. Предоставление данных о Производственных мощностях предприятия				6

4. Предоставление данных о трудоемкости выпускаемой продукции	5	
5. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в натуральных единицах	9	
ИТОГО	27 11	38

Обратная связь:

1. Предоставление производственной программы в стоимостном выражении	10	
2. Предоставление цен на поступающие заявки	9	
3. Предоставление сведений о фактической себестоимости	9	
4. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в стоимостном выражении	10	
ИТОГО	38	38

Вес «прямой» связи - $38 / 50 = 0,76$; вес «обратной» связи - $38 / 40 = 0,95$.

Таблица 5

Карточка-анкета связей «Главный бухгалтер - главный инженер»

Тип контактов	Виды связей между подразделениями по критерию налаженности документооборота	Итого
----------------------	--	--------------

Систематические, налаженные связи (7 - 10 баллов)	Периодически слабо налаженные связи (4-6 балла)	Редкие, не налаженные связи (1-3 балла)	4	5
1	2	3	4	5

Прямая связь:

1. Предоставление сведений о поступающих заявках на покупку продукции	10
---	----

Продолжение таблицы 5

1	2 3 4 5
2. Предоставление производственной программы в натуральных единицах	10
3. Предоставление данных о фондоемкости выпускаемой продукции	9
4. Предоставление данных о фактических затратах на производство	8
5. Предоставление бухгалтерской отчетности	9

6. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в натуральных единицах	10	
ИТОГО	56	56
Обратная связь:		
1. Предоставление цен на поступающие заявки	9	
2. Предоставление производственной программы в стоимостном выражении	10	
3. Предоставление расчета фактической себестоимости реализованной продукции	9	
4. Предоставление статистических расчетов	10	
5. Предоставление финансового анализа деятельности предприятия	9	
6. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в стоимостном выражении	10	
ИТОГО	57	57

Вес «прямой» связи - $56 / 60 = 0,93$; вес «обратной» связи - $57 / 60 = 0,95$.

Таблица 6

Карточка-анкета связей «главный инженер- мастер и бригадиры»

**Вилы связей между подразделениями по критерию
налаженности документооборота**

Итого

**Тип
контактов**

**Систематические,
налаженные связи
(7-10 баллов)**

**Периодические,
слабо налаженные
связи (4-6 балла)**

**Редкие, не
налаженные
связи (1-3
балла)**

Прямая
связь:

Продолжение таблицы 6

1	2	3	4	5
1. Предоставление расчета фактическом себестоимости реализованной продукции	4			
2. Предоставление производственной программы в натуральных единицах		3		
3. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в стоимостном выражении	10			
ИТОГО	10	4	3	17

Обратная связь:

1. Предоставление данных о фактически выпущенной продукции в натуральном выражении	10
--	----

ИТОГО

10 10

Вес «прямой» связи - $17 / 30 = 0,57$; вес «обратной» связи - $10 / 10 = 1,00$.

Таблица 7

Карточка-анкета связей «Бухгалтерия - отдел делопроизводства»

Виды связей между подразделениями по критерию налаженности документооборота

Тип контактов	систематические, налаженные связи (7-10 баллов)	Периодические, слабо налаженные связи (4-6 балла)	Редкие, не налаженные связи (1-3 балла)	Итого
1	2	3	4	5

Прямая связь:

1. Предоставление
сведений о ценах на
выпускаемую
продукцию

5

2. Предоставление
производственной
программы в
натуральных
единицах

1

3. Предоставление данных о фондоёмкости выпускаемой продукции		1	
4. Предоставление данных о фактических затратах на производство		2	
5. Предоставление бухгалтерской отчетности		1	
ИТОГО	5	5	10

Обратная связь:

Продолжение таблицы 7

1	2	3	4	5
1. Предоставление производственной программы в стоимостном выражении				1
2. Предоставление расчета фактической себестоимости реализованной продукции				1
3. Предоставление финансового анализа деятельности предприятия				0,5

ИТОГО

2,5 2,5

Вес «прямой» связи - $10 / 50 = 0,20$; вес «обратной» связи - $2,5 / 30 = 0,08$.

Таблица 12 - Карточка-анкета связей «Главный бухгалтер - генеральный директор»

Виды связей между подразделениями по критерию налаженности документооборота

Тип контактов	Систематические, налаженные связи (7 -10 баллов)	Периодические, слабо налаженные связи (4-6 балла)	Редкие, не налаженные связи (1-3 балла)	Итого
----------------------	---	--	--	--------------

Прямая связь:

1. Предоставление сведений о фактических затратах на производство	9
---	---

2. Предоставление бухгалтерской Отчетности	9
--	---

3. Предоставление прочих данных для статистических расчетов	9
---	---

ИТОГО	27	27
-------	----	----

Обратная связь:

1. Предоставление статистических отчетов	10	
--	----	--

2. Предоставление финансового анализа деятельности предприятия	10	
--	----	--

ИТОГО	20	20
-------	----	----

Вес «прямой» связи - $27 / 30 = 0,90$; вес «обратной» связи - $20 / 20 = 1,00$.

Выводы

Коммуникационные связи ООО «АИРСТОК» достаточно налажены: движение потоков документов практически не затруднено. Однако, при передаче данных директору для формирования производственной программы и оперативного учета, у производственных подразделений нет возможности обрабатывать их для предоставления в желаемом виде. Они не обладают дополнительным временем, необходимым для перегруппировки и выборки из всей имеющейся информации той части, необходимой для предоставления генеральному директору. Данные функции также не могут быть возложены на любой другой отдел по причине отсутствия всей необходимой информации и реального времени для выполнения данных функций.

Глава 3. Разработка программы совершенствования коммуникаций в ООО «АИРСТОК»

Выявив проблемы организационных коммуникаций в ООО «АИРСТОК» можно предложить рекомендации, направленные на их устранение.

1. Проведение телеконференций и электронных совещаний.

Такого рода совещания используются, если участники физически не могут принять участие.

Этапы проведения электронных совещаний ничем не отличаются от обычных совещаний. Первым этапом мы определяем цели электронного совещания. Вторым этапом идет подготовка совещания, то есть подготовка повестки, регламента. Третий этап представляет собой извещение участников электронного совещания. Четвертый этап непосредственно проведение самого электронного совещания. С помощью такого средства внутрикорпоративных коммуникаций, мы можем повысить лояльность персонала, повысить уровень мотивации, за счет включения персонала в процесс принятия решений, за счет возможности объяснить те или иные решения.

1. Совершенствование корпоративного сайта.

У ООО «АИРСТОК» есть сайт, где находится общая информация о компании, но раздел коммуникаций в нем отсутствует. В различных компаниях, разделы посвященные коммуникациям более менее выглядят у всех одинаково. Обычно это разделы: «Идеи», «Блоги», «Объявления», «Спасибо». В разделе «Идеи», сотрудники организации могут предложить идеи по улучшению продукта компании, жизни офиса. В данном разделе важно оперативно обеспечивать реакцию на идеи. В разделе «Блоги», можно делиться своим опытом, спросить совета, организовать группы по интересам. Так же в этом разделе можно устроить интерфейс так, что бы сотрудники могли подписываться на темы интересные им связанные как с рабочими процессами, так и с развлекательными.

Очень популярным может стать раздел «Объявления», где можно размещать информацию о покупке, продаже, аренде, сдачи имущества. Сотрудники смогут рассмотреть варианты жилья, непосредственно пообщавшись со своими

коллегами.

Не так давно, некоторые компании стали вводить раздел «Спасибо», где каждый сотрудник может послать письмо с благодарностью своему коллеге. Такой неформальный стиль общения может помочь сплотить коллектив.

Так же главным условием функционирования корпоративной сети, является наличие в организации «Отдела внутренней информационной разработки», где сотрудники ответственные за интранет, будут следить за ее функционированием.

1. Оптимизация работы с электронной почтой.

Для того что бы получать максимум результатов от электронной почты необходимо оптимизировать систему работы с ней.

Первое правило это работа с почтой один раз в день. Необходимо в течение рабочего дня выделить время для обработки электронных писем. Перед началом работы необходимо расставить приоритеты, какими письмами мы будем заниматься в первую очередь. Например, выделить полтора часа и в течение этого времени заниматься их прочтением подготовки отчетов. Это повысит эффективность работы, поскольку мы будем работать с почтой, не отвлекаясь на другие дела.

Второе правило соответствует правилу Парето 20/80, которое гласит о том, что 20% наших усилий дают 80% результатов. В нашем случае, 20% писем, которые мы обрабатываем сразу, а остальные уже по ходу дела, в любую свободную минуту.

Третьим правилом является создание папки, куда мы будем отправлять письма, которые требуют оперативного ответа в конкретный день, например, во вторник. Это способствует тому, что в день X мы не забудем ответить на эти письма.

Четвертое правило поможет сэкономить время. Для этого необходимо создать шаблоны тех форм писем, которыми пользуемся чаще всего.

Пятое правило - структурировать почту. Например, если мы работаем над несколькими проектами, необходимо создать несколько папок с соответствующими темами. Это может облегчить поиск письма в нужную ситуацию и сократить время.

Шестое правило одной минуты. Не нужно сидеть над письмом часами, если не получается составить ответ лучше его отложить в отдельную папку и начать

обрабатывать другие письма. С помощью такого правила у нас появится время на обдумывание ответа и это сократит нам время.

Седьмое правило. Необходимо отписаться от рассылок, которые мы не читаем. Так как они засоряют нашу почту и занимают время на их удаление. Ограничение времени для работы с электронной почтой повысит эффективность. Для проверки, необходимо засечь время от начала и до конца работы. И в итоге оценить какую часть из этого времени мы провели эффективно.

Выводы

В целях развития коммуникационного процесса предлагается проведение телеконференций и электронных совещаний.

Для офисных сотрудников предпочтительней электронная почта, которая уже существует в ООО «АИРСТОК». В этой связи разработаны правила работы с электронной почтой, для повышения эффективности работы с ней.

Кроме того, даны рекомендации по совершенствованию корпоративного сайта предприятия.

В целом предложенные мероприятия по совершенствованию внутриорганизационных коммуникаций, помогут повысить эффективность внутриорганизационных коммуникаций в ООО «АИРСТОК».

Заключение

Коммуникация - это сложный разносторонний процесс, состоящий из взаимосвязанных ступеней, каждая из которых нужна для того, чтобы сделать наши мысли понятными и доступными другому лицу.

Коммуникации в организации подразделяются на две большие группы: между организацией и её средой (внешняя коммуникация) и внутри организации (внутренние коммуникации).

Коммуникационная структура организации – это совокупность ее коммуникационных каналов, то есть средств передачи информации. Эффективность коммуникационной структуры – это мера достижения поставленных целей, то есть обеспечение оптимального функционирования

коммуникационных каналов предусматривающего целенаправленную, оперативную передачу точной и актуальной информации, ее получение, правильную интерпретацию и адекватную реакцию на нее.

Коммуникационные связи ООО «АИРСТОК» достаточно налажены: движение потоков документов практически не затруднено. Однако, при передаче данных директору для формирования производственной программы и оперативного учета, у производственных подразделений нет возможности обрабатывать их для предоставления в желаемом виде. Они не обладают дополнительным временем, необходимым для перегруппировки и выборки из всей имеющейся информации той части, необходимой для предоставления генеральному директору. Данные функции также не могут быть возложены на любой другой отдел по причине отсутствия всей необходимой информации и реального времени для выполнения данных функций.

В целях развития коммуникационного процесса предлагается проведение телеконференций и электронных совещаний.

Для офисных сотрудников предпочтительней электронная почта, которая уже существует в ООО «АИРСТОК». В этой связи разработаны правила работы с электронной почтой, для повышения эффективности работы с ней.

Кроме того, даны рекомендации по совершенствованию корпоративного сайта предприятия.

В целом предложенные мероприятия по совершенствованию внутриорганизационных коммуникаций, помогут повысить эффективность внутриорганизационных коммуникаций в ООО «АИРСТОК».

Список литературы

Аверьянова А.М., Чудесова Н.Н. Роль коммуникаций в организации // Актуальные проблемы экономического развития современной России материалы V Международной очной научно-практической конференции. Армавир. 2015. С. 6-8.

Анопченко Т., Болошин Г., Моисеенко Е., Маличенко И., Чернышев М., Чалова А. Коммуникационный менеджмент. Этика и культура управления. - М.: Феникс, 2014.

Ворошилов В. Теория и практика массовой информации. Учебник. - М.: КноРус, 2014.

Герчикова И.Н. Менеджмент. - М.: Инфра-М, 2012.

1. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014.

Илющенко Ю.А., Ткачев А.А. К вопросу о роли коммуникации в системе управления организацией // Современные тенденции развития науки и технологий. М. 2015. С. 27-32.

Маслова В.М. Управление внутрикорпоративными коммуникациями в организации // Современное общество и экономика. Пенза. 2015. С. 139-153.

Пашенцев Е. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. - М.: Международный центр социально-политических

исследований и консалтинга, 2012.

Рыцев А.И. Неформальные коммуникации в организациях // Инновационные тенденции развития системы образования материалы IV Международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2015. С. 60-61.

Смирнов А.В. Коммуникационная политика предприятия. - М.: Инфра-М, 2012.

1. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

2. **Смирнов А.В. Коммуникационная политика предприятия. - М.: Инфра-М, 2012. - С. 26.**

[↑](#)

3. **Анопченко Т., Болошин Г.,
Моисеенко Е., Маличенко И.,
Чернышев М., Чалова А.
Коммуникационный менеджмент.**

**Этика и культура управления. - М.:
Феникс, 2014. - С. 23.**

[↑](#)

4. **Смирнов А.В. Коммуникационная
политика предприятия. - М.: Инфра-
М, 2012. - С. 26.**

[↑](#)

5. **Пашенцев Е. Коммуникационный
менеджмент и стратегическая
коммуникация. - М.:
Международный центр социально-
политических исследований и
консалтинга, 2012. - С. 35.**

[↑](#)

6. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

7. **Пашенцев Е. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. - М.: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, 2012. - С. 35.**

[↑](#)

8. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

9. **Пашенцев Е. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. - М.: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, 2012. - С. 35.**

[↑](#)

10. Герчикова И.Н. Менеджмент. - М.: Инфра-М, 2012. - С. 146. [↑](#)

11. **Анопченко Т., Болошин Г.,
Моисеенко Е., Маличенко И.,
Чернышев М., Чалова А.
Коммуникационный менеджмент.
Этика и культура управления. - М.:
Феникс, 2014. - С. 23.**

[↑](#)

12. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

13. Илющенко Ю.А., Ткачев А.А. К вопросу о роли коммуникации в системе управления организацией // Современные тенденции развития науки и технологий. М. 2015. С. 27-32. [↑](#)

14. **Анопченко Т., Болошин Г.,
Моисеенко Е., Маличенко И.,
Чернышев М., Чалова А.
Коммуникационный менеджмент.
Этика и культура управления. - М.:
Феникс, 2014. - С. 23.**

[↑](#)

15. Маслова В.М. Управление внутрикорпоративными коммуникациями в организации // Современное общество и экономика. Пенза. 2015. С. 139-153. [↑](#)

16. **Ворошилов В. Теория и практика массовой информации. Учебник. - М.: КноРус, 2014. - С. 71.**

[↑](#)

17. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

18. Герчикова И.Н. Менеджмент. - М.: Инфра-М, 2012. - С. 146. [↑](#)

19. Рыцев А.И. Неформальные коммуникации в организациях // Инновационные тенденции развития системы образования материалы IV Международной научно-практической конференции. Чебоксары, 2015. С. 60-61. [↑](#)

20. Желудь П.Е. Внутренние и внешние коммуникации в коммерческой организации. М.: Инфра-М, 2014. - С. 102 [↑](#)

21. **Ворошилов В. Теория и практика массовой информации. Учебник. - М.: КноРус, 2014. - С. 71.**

[↑](#)

22. **Пашенцев Е. Коммуникационный менеджмент и стратегическая коммуникация. - М.: Международный центр социально-политических исследований и консалтинга, 2012. - С. 35.**

[↑](#)

23. Аверьянова А.М., Чудесова Н.Н. Роль коммуникаций в организации // Актуальные проблемы экономического развития современной России материалы V Международной очной научно-практической конференции. Армавир. 2015. С. 6-8. [↑](#)