

Содержание:

Введение

Коммуникации в организации – это взаимодействие между людьми, которое включает в себя процесс обмена информацией и передачи сведений между отдельными людьми или их группами. Организационная коммуникация – это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации большому числу людей внутри организации и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами. Она служит инструментом в координации деятельности подразделений организации, позволяет получать необходимую информацию на всех уровнях управления.

Коммуникация - это обмен информацией, на основе которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений, и доводит принятые решения до сотрудников организации. Если коммуникации налажены плохо, решения могут оказываться ошибочными, люди могут неверно понимать цели, которые ставит перед ними руководство, от этого могут страдать межличностные отношения. Эффективностью коммуникаций часто определяется качество решений и то, как они будут реализованы.

Коммуникация является жизненно важной системой организации: если каким-то образом ликвидировать потоки сообщений в организации, то она прекратит свое существование.

Поэтому данная тема является весьма актуальной.

Целью изучения данной темы является: анализ ключевых понятий и составляющих элементов процесса коммуникации в организации и выявление влияния процесса коммуникаций на эффективность управления организацией.

Задачи, поставленные мной в достижении данной цели:

- 1) изучить сущность коммуникационного процесса;
- 2) раскрыть понятие «информационные технологии»;

- 3) проанализировать внутрифирменные коммуникации и коммуникации между организацией и внешней средой;
- 4) изучить структуру, а также элементы и этапы процесса коммуникации;
- 5) выявить роль обратной связи;
- 6) изучить особенности межличностных коммуникаций;
- 7) выделить способы совершенствования коммуникации в организации;
- 8) проанализировать основные современные информационные технологии, используемые в коммуникационном процессе;
- 9) выявить влияние качества коммуникации на эффективность управления;
- 10) сделать выводы и предложения.

Для решения поставленных задач и достижения цели работы были изучены материалы по данной теме, которые представлены в списке используемой литературы.

1. Сущность коммуникационных процессов.

Коммуникация – процесс обмена информацией, ее смысловым значением между двумя или более людьми. Обязательным условием коммуникации является наличие реципиента - получателя информации. Коммуникатор - человек, служащий источником коммуникации, сам по себе не осуществляет коммуникацию.

Субъектами могут выступать отдельные личности, тогда коммуникация будет осуществляться путем передачи идей, факторов, мнений от одного лица другому в устной или какой-либо другой форме (письменно, жесты, поза, тон голоса) с целью получения определенной реакции. Также субъектами могут быть группы и организации.

Обмен информацией необходим при реализации любой из функций менеджмента. Он является важнейшим условием принятия обоснованных решений.

Эффективность работы менеджера напрямую зависит от эффективности его коммуникаций и навыков делового общения.

Термин «коммуникация» происходит от латинского «communis» означающего «общее». Коммуникация может быть определена как передача значения или смысла понимания с помощью символов.

Коммуникации в организации - это сложная многоуровневая система, охватывающая саму организацию, ее элементы, ее внешнее окружение.

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.

1.1 Понятие «информационные технологии»

Информационная технология фирмы – технология обработки информации с применением средств автоматизации в целях решения совокупности функциональных задач фирмы. Для этого используется проблемно-ориентированный программно-аппаратный комплекс, являющийся структурным или функциональным компонентом автоматизированной системы управления (АСУФ), а инструментальной базой реализации является информационная технологическая среда фирмы (ИТСФ) – совокупность функционально различных программных компонентов, взаимодействующих по данным и управлению, и предназначенных для реализации определенной технологии обработки информации в организации.

Цель любой информационной технологии – получить нужную информацию требуемого качества на заданном носителе.

Информационные системы могут помогать менеджерам проводить анализ проблемы, делают видимыми.

Говоря о "новых" возможностях информационных систем в менеджменте необходимо называть некоторые из них новыми только для нас. Например, системы поддержки принятия решений уже более двух десятилетий используются в развитых странах, но пока еще не получили широкого распространения в нашей стране.

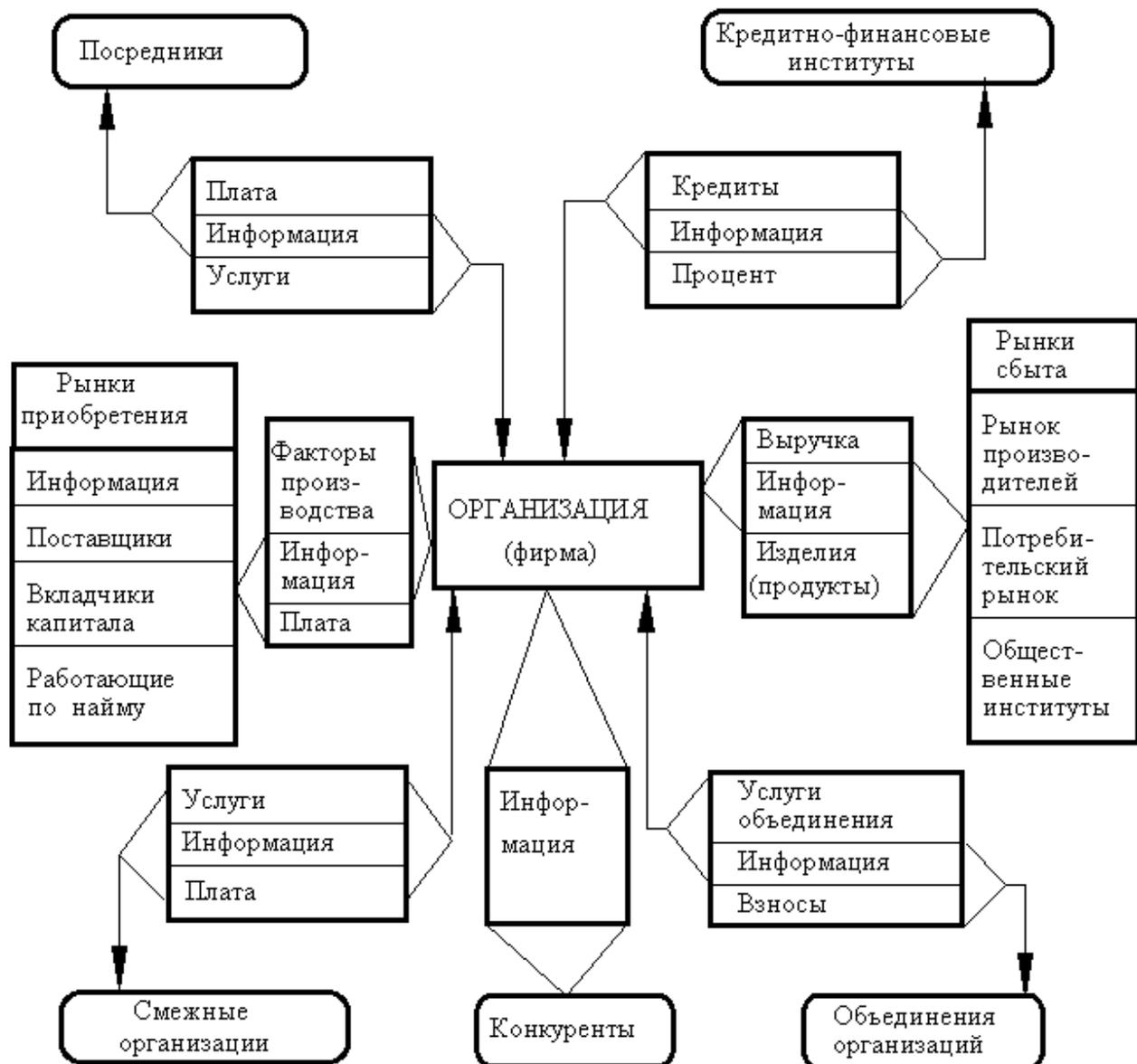


Рис. 1. Характеристика информационной технологической среды организации

1.2 Внутрифирменные коммуникации

Информация перемещается внутри организации с уровня на уровень в рамках вертикальных коммуникаций. Она может передаваться по нисходящей, т.е. с высших уровней на низшие. Таким путем подчиненным сообщается о текущих задачах, изменении приоритетов, конкретных заданиях, рекомендуемых процедурах и т.п.

Помимо обмена по нисходящей, организация нуждается в коммуникациях по восходящей. Передача информации с низших уровней на высшие может заметно влиять на производительность. Коммуникации по восходящей, т.е. снизу вверх, также выполняют функцию оповещения верха о том, что делается на низших уровнях. Таким путем руководство узнает о текущих или назревающих проблемах и предлагает возможные варианты исправления положения дел.

Также существуют горизонтальные коммуникации. Организация состоит из множества подразделений, поэтому обмен информацией между ними нужен для координации задач и действий.

Дополнительные выгоды от коммуникаций по горизонтали заключаются в формировании равноправных отношений.

Важной частью коммуникаций в организации являются отношения между руководителем и подчиненным. Они составляют основную часть коммуникативной деятельности руководителя.

В организации имеет место обмен между руководителем и его рабочей группой. Коммуникации с рабочей группой в целом позволяют руководителю повысить эффективность действий группы.

Организации состоят из формальных и неформальных компонентов. Поскольку по каналам слухов информация передается много быстрее, чем по каналам формального сообщения, руководители пользуются первыми для запланированной утечки и распространения определенной информации или сведений типа «только между нами».

Приписываемая слухам репутация неточной информации сохраняется и до сегодняшнего дня. Тем не менее, исследования показывают, что информация, передаваемая по каналам неформального сообщения, чаще оказывается точной, а не искаженной.



Рис. 2. Характеристика коммуникационных потоков

1.3 Коммуникации между организацией и внешней средой

Факторы внешней среды оказывают влияние на деятельность организации, от них зависят коммуникационные потребности. Существуют различные средства коммуникации организации с компонентами ее внешнего окружения. С возможными потребителями они общаются посредством рекламы и других программ продвижения товаров на рынок. В отношениях с общественностью особое внимание уделяется созданию определенного образа, «имиджа» организации на местном, общенациональном или международном уровне. Организациям приходится подчиняться государственному регулированию и заполнять в этой связи письменные отчеты.

Используя лоббистов и делая взносы в пользу разных политических групп, комитетов, организация пытается влиять на содержание будущих законов и постановлений. Организация, где есть профсоюз, должна поддерживать связь с законными представителями лиц, работающих по найму. Если профсоюз в данной организации отсутствует, она может общаться со своими работниками ради того, чтобы профсоюз не появился.

Обсуждения, собрания, телефонные переговоры, служебные записки, видеоленты, отчеты и т.п., вращающиеся внутри организации, зачастую являются реакцией на возможности или проблемы, создаваемые внешним окружением.

1.4 Структура коммуникационных процессов

Как процесс коммуникации отражают принципы и закономерности обмена информации между людьми; как явление они представляют установленные нормы взаимодействия между людьми в рамках организации. Формирование системы коммуникаций предполагают рассмотрение содержания структуры этих коммуникаций.

Структура коммуникационного процесса - упорядоченное множество узловых точек, связанных коммуникационным процессом, каждая из которых находится в определённых отношениях. В информационно-коммуникационной структуре выделяются 7 основных звеньев: кто говорит (коммуникатор; источник; отправитель; адресант; рекламодатель; автор); что говорит (содержание); как говорит (вид, форма); посредством чего говорит (канал; вид связи); кому говорит (аудитория; получатель; адресаты; читатель; зритель; слушатель; реципиент и т. д.); когда говорит (время); с каким результатом (обратная связь).

Одна часть звеньев соотносится с информационной системой, другая часть звеньев - со сферой коммуникационных процессов. В целом они образуют единство. Информация является двусторонним непрерывным процессом, который характеризуется обратной связью.

2. Элементы и этапы процесса коммуникации

В процессе обмена информацией можно выделить четыре базовых элемента.

1. Отправитель, лицо, генерирующее идеи или собирающее информацию и передающее ее.
2. Сообщение, собственно информация, закодированная с помощью символов.
3. Канал, средство передачи информации.

4.Получатель, лицу, которому предназначена информация и которое интерпретирует ее.

При обмене информацией отправитель и получатель проходят несколько взаимосвязанных этапов. Их задача — составить сообщение и использовать канал для его передачи таким образом, чтобы обе стороны поняли и разделили исходную идею. Взаимосвязанные этапы таковы:

1. Зарождение идеи.
2. Кодирование и выбор канала.
3. Передача.
4. Декодирование.



Рис. 3. Схема коммуникационного процесса с обратной связью

Зарождение идеи

Обмен информацией начинается с формулирования идеи или отбора информации. Отправитель решает, какую значимую идею или сообщение следует сделать предметом обмена.

Кодирование и выбор канала

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, используя для этого слова, интонации и жесты (язык тела). Такое кодирование превращает идею в сообщение.

Отправитель должен также выбрать канал, совместимый с типом символов, использованных для кодирования. К некоторым общеизвестным каналам относятся передача речи и письменных материалов, а также электронные средства связи,

включая компьютерные сети, электронную почту, видеоленты и видеоконференции. Если канал непригоден для физического воплощения символов, передача невозможна. Если канал не соответствует идее, зародившейся на первом этапе, обмен информацией будет менее эффективен. Выбор средства сообщения не должен ограничиваться единственным каналом.

Передача

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения (закодированной идеи или совокупности идей) получателю.

Декодирование

После передачи сообщения отправителем получатель декодирует его. Декодирование — это перевод символов отправителя в мысли получателя. Если символы, выбранные отправителем, имеют точно такое же значение для получателя, последний будет знать, что именно имел в виду отправитель, когда формулировалась его идея. Если реакции на идею не требуется, процесс обмена информацией на этом должен завершиться.

2.1 Роль обратной связи

При наличии обратной связи отправитель и получатель меняются коммуникативными ролями. Изначальный получатель становится отправителем и проходит через все этапы процесса обмена информацией для передачи своего отклика начальному отправителю, который теперь играет роль получателя.

Обратная связь может способствовать значительному повышению эффективности обмена управленческой информацией. Согласно ряду исследований двусторонний обмен информацией (при наличии возможностей для обратной связи) по сравнению с односторонним (обратная связь отсутствует), хотя и протекает медленнее, тем не менее эффективнее снимает напряжения, более точен и повышает уверенность в правильности интерпретации сообщений. Это подтверждено в самых разных культурах.

2.2 Особенности межличностных коммуникаций

Межличностная коммуникация - процесс одновременного речевого взаимодействия коммуникантов и их воздействия друг на друга. Для межличностной коммуникации характерен ряд особенностей.

Неотвратимость и неизбежность межличностной коммуникации объясняются условиями человеческого бытия - человек как социальный феномен не может существовать без общения, которое является его важнейшей потребностью.

Необратимость межличностной коммуникации понимается как невозможность уничтожить сказанное («слово не воробей»).

Непосредственная обратная связь является неременным условием осуществления межличностной коммуникации.

Межличностные отношения - определяющий фактор в процессе межличностной коммуникации. Эти отношения складываются в результате деловых и творческих контактов - официальных и неофициальных, в результате способности людей эмоционально воспринимать друг друга - эмпатии. Большую роль в межличностных отношениях играет эмоциональный фактор. Поэтапность, которая наблюдается в развитии межличностных отношений (установление, поддержание, подъем, спад, прекращение и возможное возобновление), непосредственно связана с характером межличностной коммуникации в плане ее формы и содержания.

На характер межличностных отношений оказывают влияние условия, в которых происходит общение. Существует анонимное общение - взаимодействие между незнакомыми людьми (в самолете, зрительном зале и т.п.), функционально-ролевое общение (взаимоотношения между членами профессионального коллектива), личное или интимное общение (в группе друзей, в семье).

Многоканальность является специфической чертой актуализации межличностной коммуникации. Именно при межличностной коммуникации возможно одновременное использование нескольких каналов передачи и восприятия информации - можно не только слышать и видеть собеседника, но и дотронуться до него рукой, уловить запах, который может сообщать дополнительную информацию о партнере, оценить дистанцию между собой и партнером как показатель межличностных отношений.

2.3 Совершенствование коммуникации в организациях

Регулирование информационных потоков

Руководители на всех уровнях организации должны представлять потребности в информации собственные, своих начальников, коллег и подчиненных.

Руководитель должен научиться оценивать качественную и количественную стороны своих информационных потребностей, а также других потребителей информации в организации.

Управленческие действия

Планирование, реализация и контроль формируют дополнительные возможности управленческого действия в направлении совершенствования информационного обмена. Обсуждение и прояснение новых планов, вариантов стратегии, целей и назначений, необходимых для более эффективной реализации намеченного, контроль хода работ по плану-графику, отчеты по результатам такого контроля - все это доступно руководителю.

Системы обратной связи

Такие системы составляют часть системы контрольно-управленческой информационной системы в организации. Один из вариантов системы обратной связи — перемещение людей из одной части организации в другую с целью обсуждения определенных вопросов. Опрос работников - один из вариантов системы обратной связи.

Информационные бюллетени публикации и видеозаписи организации

Крупные организации издают ежемесячные бюллетени, которые содержат информацию для всех работников. В подобные ежемесячные бюллетени могут входить статьи с обзором предложений по поводу управления, на темы охраны здоровья работников, нового контракта, нового вида продукции или услуг, которые намечено предложить потребителям в скором времени, подборка «работник месяца», ответы руководства на вопросы рядовых сотрудников.

Технология видеозаписи - еще одно средство формирования информационных каналов, которое позволяет работникам фирмы составить собственное суждение о

стиле и особенностях руководителей, возглавляющих компанию.

Современная информационная технология

Персональный компьютер оказал мощное воздействие на информацию, которую руководители, вспомогательный персонал и рабочие рассылают и получают. Электронная почта дает работникам возможность направлять письменные сообщения любому человеку в организации. Последние нововведения в системах телефонной связи позволяют одному человеку направить несколько сообщений разным людям, а затем позвонить и получить ответы на исходные сообщения. В ходе видеоконференций люди, находящиеся в разных местах, в том числе и в разных странах, обсуждают всевозможные проблемы.

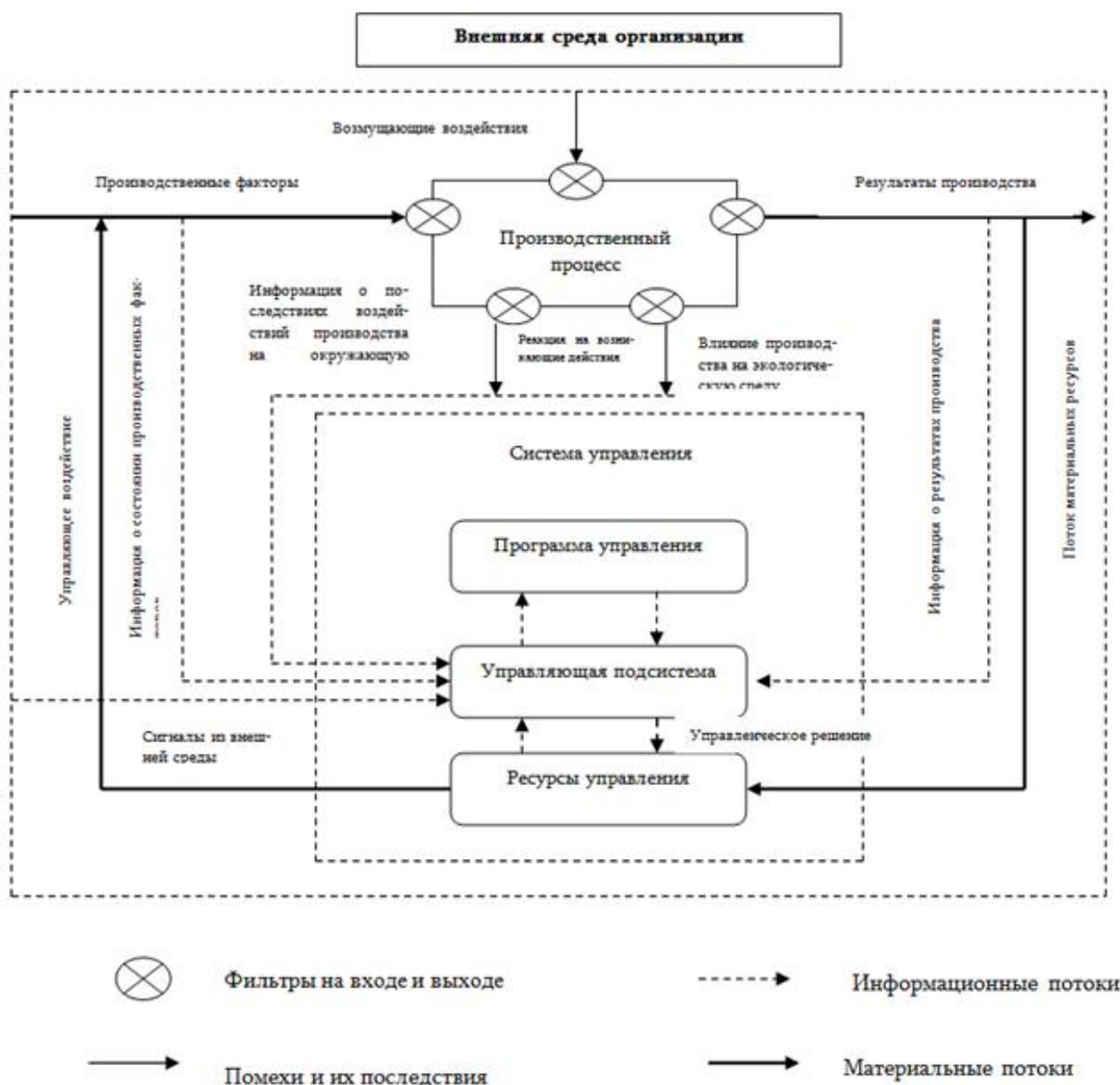


Рис. 4. Характеристика помех в процессе управления

2.4 Современные информационные технологии осуществления коммуникации

Развитие информационных технологий способствовало изменению способа коммуникации и обмена информацией между членами организации. Это позволило расширить возможности менеджера следить за производительностью групп или отдельных работников, повысить скорость принятия решений и обмен информацией. Наибольшее влияние на способ передачи и обмена информацией между организациями оказали два изобретения в информационных технологиях – создание компьютерных сетей и средств беспроводной связи.

Современные средства коммуникации, которые могут использовать организации:

- электронная почта,
- голосовая почта,
- факс,
- телеконференция,
- видеоконференция,
- электронный обмен данными,
- интрасети, или внутренние сети.

2.5 Качество коммуникаций и эффективность управления

Ф. Котлер подразделяет процесс разработки эффективных коммуникаций на 8 составляющих:

- 1) определение контактной аудитории;
- 2) определение целей коммуникации;

- 3) создание обращения;
- 4) выбор каналов коммуникаций;
- 5) формирование общего бюджета, выделяемого на продвижение;
- 6) принятие решения о средствах продвижения;
- 7) оценка резервов продвижения;
- 8) координация процесса.

За последние годы все большую популярность завоевывает концепция интегрированных коммуникаций.

Все эти составляющие влияют на качество коммуникаций и эффективность управления.

Коммуникации имеют огромное значение для успеха организаций, на коммуникации руководители тратят от 50 до 90% времени, но опросы показали, что около 70% руководителей считают коммуникации главным препятствием на пути достижения эффективности их организациями. По данным зарубежных исследований результативность горизонтальных коммуникаций достигает 90%, вертикальных – 20–25% (такое количество исходящей от руководителей информации доходит до работников и правильно понимается ими).

Недостаточную эффективность вертикальных (как восходящих, так и нисходящих) коммуникаций подтверждают данные о том, что ближайший начальник рабочих (бригадир), покидая кабинет первого руководителя предприятия, выносит только 30% информации, а начальник цеха – около 40%. Коммуникации снизу вверх еще более неэффективны, так как до начальства доходит не более 10% информации. Это говорит о том, что не используются все возможности в организации коммуникаций.

Руководителю приходится осмысливать большие объемы информации, но не вся она оказывает влияние на принятие решений. Обмен информацией, которая оказывает влияние на процесс управления, носит название эффективных коммуникаций. Эффективный менеджер – это тот, кто из общего потока коммуникаций умеет быстро отобрать эффективные, т.е. полезные для процесса управления.

Российские менеджеры выделяют десять заповедей успешной коммуникации.

Перед коммуникацией четко определите идеи, вкладываемые в послание.

Проанализируйте истинную цель каждой коммуникации.

Проанализируйте всё физическое и человеческое окружение при любой коммуникации.

Проконсультируйтесь с другими при планировании коммуникации.

Обратите самое пристальное внимание на интонацию и основное содержание сообщения.

Воспользуйтесь возможностями, когда они представляются, включить в сообщение нечто полезное и ценное для его получателя.

Постоянно держите в поле зрения то, как срабатывает коммуникация.

Устанавливайте коммуникацию не только на сегодня, но и на завтра.

Добивайтесь, чтобы дела установки не противоречили словам.

Учитесь умению слушать.

Заключение

Коммуникация - это обмен информацией между людьми. Осуществление коммуникаций - это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия. Между организацией и ее окружением, между выше и ниже расположенными уровнями, между подразделениями организации необходим обмен информацией. Основными элементами коммуникационного процесса являются отправитель, сообщение, канал и получатель. Этапы процесса — разработка идеи, кодирование и выбор канала, передача и расшифровка. Обратная связь, т.е. реакция получателя, показывающая, понята или не понята переданная информация, помогает преодолеть шум. Плохая обратная связь и неумение слушать мешают эффективному обмену информацией.

Руководитель может повысить эффективность межличностных обменов, проясняя идеи до того, как сообщать их, учитывая возможные различия — семантики и восприятия, — представляя значение языка поз, жестов и интонаций, используя эмпатию и поощряя формирование обратной связи. Обмен информацией в организации можно улучшить, создав системы обратной связи, регулируя информационные потоки, предпринимая управленческие действия, способствующие формированию восходящих и боковых ветвей информационного обмена, развертывая системы сбора предложений, печатая материалы информативного характера для использования внутри организации и применяя достижения современной информационной технологии.

Актуальность коммуникации в настоящее время возрастает. Чем эффективней процесс обмена информацией, тем больше открывается возможностей для эффективной работы.

Эффективность принятия управленческих решений непосредственно зависит от эффективности коммуникационных процессов в организации.

Коммуникации важны для руководителей по следующим причинам:

1. Руководители тратят большую часть времени на коммуникации;
2. Коммуникации необходимы для эффективности управления;
3. Коммуникации необходимы для подтверждения авторитета и выражения воли руководителя;
4. Хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности. Если организация эффективна в области коммуникаций, она эффективна и во всех других видах деятельности.

Основными элементами коммуникационного процесса являются отправитель, сообщение, канал и получатель.

Этапы процесса – разработка идеи, кодирование и выбор канала, передача и расшифровка.

От эффективности коммуникационных процессов, их организации зависит скорость и эффективность принятия управленческих решений, поэтому руководителю организации следует больше уделять внимания совершенствованию

информационной системы, увеличению скорости и достоверности передаваемых данных, выбрать элементы информационной системы согласно свойственным его предприятию особенностям.

В соответствии с поставленными задачами я:

- 11) изучила сущность коммуникационного процесса;
- 12) раскрыла понятие «информационные технологии»;
- 13) проанализировала внутрифирменные коммуникации и коммуникации между организацией и внешней средой;
- 14) изучила структуру, а также элементы и этапы процесса коммуникации;
- 15) выявила роль обратной связи;
- 16) изучила особенности межличностных коммуникаций;
- 17) выделила способы совершенствования коммуникации в организации;
- 18) проанализировала основные современные информационные технологии, используемые в коммуникационном процессе;
- 19) выявила влияние качества коммуникации на эффективность управления;
- 20) сделала выводы и предложения.

Таким образом, могу сделать вывод, что цель, поставленная в изучении данной темы, достигнута - проанализированы ключевые понятия и составляющие элементы процесса коммуникации в организации, и выявлено влияние процесса коммуникаций на эффективность управления организацией

Список используемой литературы

1. Басовский Л.Е. Менеджмент: Учеб. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2010.
2. Веснин В.Р. Менеджмент: учеб. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, изд-во Проспект, 2006.
3. Веснин В.Р. Менеджмент в схемах и определениях: Учеб. пособие. – М.: Проспект, 2008.

4. Веснин В.Р. Основы менеджмента: Учебник. – М.: Проспект, 2010.
5. Воронина Э. М. Менеджмент предприятия и организации/Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – М., 2004.
6. Гольдштейн Г.Я. Основы менеджмента: Учеб. пособие, 2-е изд., перераб. и доп. – Таганрог: изд-во ТРТУ, 2003.
7. Друкер Питер Ф. Энциклопедия менеджмента: Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2004.
8. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: Учеб. пособие. – 5-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2002.
9. Лафта Дж.К. Менеджмент: Учеб. пособие – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ТК Велби, 2005.
10. Менеджмент: учебник/О. С. Виханский, А.И. Наумов, 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2005.
11. Мэскон М. Основы менеджмента. Перевод с англ. – М.: Издательство «ДЕЛО», 1997.
12. Общий и специальный менеджмент: Учебник/ общ. Ред. А.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин. – М. Изд-во РАГС, 2001.
13. Сладкевич В.П., Черняковский А. Д. Современный менеджмент (в схемах): Опорный конспект лекций. – 3-е изд., стереотип. – К: МАУП, 2003.
14. Тронин Ю.Н., Масленченков Ю. С. Менеджмент и проектирование фирмы: Учеб. пособие для вузов. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
15. Хансейкер Ф., Алессандра Э. Искусство управления людьми. – Пер. с англ. В. Калашникова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2004.