

Содержание:

Введение

Коммуникация как форма общения двух и более субъектов контактирования является естественной и неотъемлемой частью процесса управления. Поскольку общение подразумевает обмен информацией между людьми, целью которого является обеспечение понимания передаваемого сообщения, то можно говорить уже о коммуникационном процессе.

Область коммуникации, таким образом, тесно связана с теорией и практикой менеджмента, организационными системами и структурами, а также психологией управления. Все эти дисциплины «работают» на теорию коммуникации, обогащая ее понятийным аппаратом, концепциями и методами исследований.

Коммуникации имеют огромное значение для успеха деятельности предприятий и представляют одну из сложных проблем менеджмента.

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

Все это уже давно осознали зарубежные и многие отечественные менеджеры. «Как добиться эффективных коммуникаций? Как приобрести навыки и умение управлять коммуникативными процессами?» — вот главные вопросы, которые беспокоят современных российских руководителей.

В рамках вышесказанного актуальность выбранной темы подчеркивается опытом зарубежных и отечественных руководителей, их заинтересованностью в изучении коммуникационных связей и их эффективному развитию.

Предметом анализа в данном случае выступают сущность, элементы, этапы и особенности коммуникативного процесса в организациях.

Процесс коммуникации позволяет руководителю более эффективно выполнять свою работу, принимать верные и рациональные управленческие решения, а также

выбрать правильный курс для того, чтобы достичь желаемого результата.

Организационные коммуникации - это процесс, с помощью которого руководители развивают систему предоставления информации и передачи сведений большому количеству личностей в группе и отдельным личностям за пределами данной группы. Коммуникации необходимы для того, чтобы координировать деятельность по всем параметрам управления, а также получать необходимый объем достоверной информации.

Таким образом, этим и определяется актуальность выбранной темы данной курсовой работы «Влияние процесса коммуникаций на эффективное управление организацией».

Объектом курсового исследования является коммуникация.

Предметом курсового исследования это теоретическая сущность процесса коммуникаций, а также определение их практического значения.

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

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

В первой главе планируется рассмотреть теоретическую характеристику процесса коммуникаций. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- рассмотреть содержание понятия коммуникаций;
- рассмотреть элементы и этапы процесса коммуникаций;
- роль коммуникаций в системе управления.

Во второй главе планируется исследовать коммуникативный процесс на предприятии ООО Лотос. Для этого необходимо провести подробное исследование по следующим вопросам:

- проанализировать управление на предприятии ООО Лотос;
- проанализировать коммуникации на предприятии ООО Лотос;

- проанализировать повышение эффективности деятельности предприятия ООО Лотос за счет инновационных коммуникаций.

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 характеристика процесса коммуникаций», «Исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Лотос»), заключения, библиографии, приложений.

Глава 1. Основы коммуникационного процесса в организации

1.1. Понятие, сущность и виды процесса коммуникаций

Коммуникация - это процесс обмена информацией между людьми. Всем понятно, что если люди не смогут обмениваться информацией, не смогут общаться, то они просто не сумеют работать вместе.

Обмен информацией(общение) нужен при реализации любой функции менеджмента. Он является наиважнейшим условием для принятия обдуманных

решений и играет высокую роль в межличностных отношениях и, конечно же формирует имидж любой организации. Выражаясь коротко, обмен информацией - это важнейшая часть почти всех видов деятельности управления. И это неудивительно, потому что большую часть своего рабочего времени, а именно 50-90% все менеджеры тратят на коммуникации.

Эффективность работы менеджеров зависит, в первую очередь, от эффективности его коммуникаций и умения делового общения, лично беседуя, вести разговоры по телефону, составлять и зачитывать деловые письма и отчеты, так же участвовать в совещаниях.

Коммуникации в организации - это сложная система, состоящая из многих уровней, которые охватывают как организацию, так и внешнее окружение[1].

Коммуникационная сеть включает потоки посланий, или сигналов, между двумя или более индивидами. Она соединяет определенным образом участников коммуникационного процесса с помощью информационных потоков.

Сеть коммуникаций состоит из вертикальных, горизонтальных и диагональных связей. Вертикальные связи осуществляют движение сверху вниз от руководящего к работникам. Горизонтальные связи осуществляют движение между равными уровнями работников или кусочками организации. Диагональные связи - это связи начальника данной организации с другими начальниками и подчиненными. Взаимосвязь всех этих сетей и создает коммуникативную структуру любой организации.

Размеры подразделений в организациях очень ограничивают возможность развития коммуникативных сетей. От того, как построена такая сеть, зависит ее влияние на деятельность персонала.

Знание видов коммуникационных сетей очень важно. Среди коммуникационных сетей, которые существуют на данное время можно выделить четыре типа: колесо, цепь, круг, сложный круг

Функции коммуникаций[2]

Существует несколько функций коммуникаций:

1. информативная — передача истинных или ложных сведений;

2. интерактивная (побудительная) — организация взаимодействия между людьми (согласованность действий, распределение функций, влияние на настроение, убеждения, поведение собеседника — через внушение, приказ, просьбу, убеждение и т.д.);

3. перцептивная — восприятие друг друга партнерами в ходе общения и установление на этой основе взаимопонимания;

4. экспрессивная — возбуждение или изменение характера эмоциональных переживаний.

Виды коммуникаций

Коммуникации в организации – это сложная многоуровневая система, охватывающая как саму организацию и ее элементы, так и ее внешнее окружение.

Виды коммуникаций:

1. Внешние коммуникации – обмен информацией между организацией и ее внешней средой. Любая организация существует не изолированно, а во взаимодействии со своей внешней средой и от того, какие факторы этой среды (потребители, конкуренты, органы государственного регулирования, общественное мнение и т.д.) оказывают наибольшее влияние на работу организации и ее результаты, зависят характер и способы ее коммуникаций. У организаций имеются разнообразные средства обмена информацией с основными элементами своего внешнего окружения: с помощью рекламы и других средств продвижения товаров на рынок (выставки – продажи, личные продажи и т.д.), а также проводя различные социологические опросы.

2. Внутренние коммуникации – это информационные обмены, осуществляемые между элементами организации. Внутри организации обмены информацией происходят между уровнями руководства (вертикальные коммуникации) и между подразделениями (горизонтальные коммуникации). Таким образом, внутренние коммуникации можно разделить на следующие виды[3]:

· Вертикальные коммуникации. С их помощью информация передается с высших уровней руководства на низшие или по нисходящей. Именно таким образом работникам организации сообщают о новых стратегических и тактических целях, изменении приоритетов, конкретных заданиях на определенный период, изменении правил, инструкций, стандартов деятельности и т.п. Параллельно с

этим информационным потоком в любой организации осуществляется передача информации в противоположном направлении – с низших уровней иерархии к высшим или по восходящей. С ее помощью руководство узнает о реальном положении дел в организации, о результатах принятых решений, о возникающих трудностях, проблемах и предложениях по их разрешению.

- Горизонтальные коммуникации. Так как организация состоит из нескольких (иногда из множества) подразделений, нуждающихся в согласованном выполнении своих задач, это вызывает у них необходимость обмениваться между собой информацией. Таким образом, в дополнении к вертикальным, организации нуждаются в горизонтальных коммуникациях. В отличие от вертикальных, основанных на отношениях руководства и подчинения, горизонтальные информационные обмены связывают равноправные элементы организации, формируя между ними отношения кооперации и координации.

- Коммуникации между руководителем и подчиненным. Этот вид внутренних коммуникаций составляет абсолютное большинство всех информационных обменов в организации и занимает особое место в сфере межличностных отношений. Поэтому, хотя коммуникации типа руководитель – подчиненный формально являются одной из разновидностей вертикальных коммуникаций, их в силу особой значимости, принято рассматривать отдельно[4].

- Коммуникации между руководителем и рабочей группой. Коммуникации с рабочей группой в целом позволяют руководителю повысить эффективность действий группы. Поскольку в обмене участвуют все члены группы, каждый имеет возможность поразмышлять о том, как следовало бы работать вместе и т.д. Кроме того, иногда рабочая группа собирается без руководителей для обсуждения проблем, усовершенствований или надвигающихся перемен.

- Неформальные коммуникации. Неформальная структура основана на личных, неслужебных отношениях, и, соответственно, кроме информации, передаваемой по официальным, формальным каналам (формальные коммуникации), циркулирует и неформальная информация, передаваемая при помощи неформальных коммуникаций. Неформальными коммуникациями очень часто пользуются руководители, чтобы выяснить реакцию сотрудников на те или иные предполагаемые изменения. Особенности неформальных коммуникаций – очень большая скорость передачи информации, значительный объем аудитории, сравнительно меньшая достоверность передаваемых сообщений. Следует помнить, что слухи – это всегда следствие недостатка информации и большой объем

сведений, распространяемых с помощью слухов, неформальных информационных обменов, свидетельствует о неблагополучии системы коммуникаций и ее неэффективности.

Для того чтобы лучше понять сущность процесса обмена информацией и условия его эффективности, рассмотрим основные элементы и стадии коммуникационного процесса[5].

Формулирование идеи Кодирование информации Выбор канала связи
и отбор информации и формирование сообщения и передача сообщения

Передача ответа Интерпретация сообщения и Декодирование сообщения и
отправителю формирование ответа на него восприятие информации

1.2. Структура коммуникационных процессов

Эффективно работающие руководители — это те, кто эффективны в коммуникациях. Они представляют суть коммуникационного процесса, обладают хорошо развитым умением устного и письменного общения и понимают, как среда влияет на обмен информацией.

Прежде чем передать идею, отправитель должен с помощью символов закодировать ее, используя для этого слова, интонацию и жесты (язык тела). Такое кодирование превращает идею в сообщение[6].

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. Можно разослать памятные записки, предваряющие собрания небольших групп, для обеспечения понимания сообщения и приобщения к проблеме. Если канал не слишком соответствует идее, зародившейся на первом этапе, обмен информацией будет менее эффективен.

Выбор средства сообщения не должен ограничиваться единственным каналом. Часто желательно использовать два или большее число средств коммуникаций в сочетании. Процесс усложняется, поскольку отправителю приходится устанавливать последовательность использования этих средств и определять

временные интервалы в последовательности передачи информации. Тем не менее, исследования показывают, что одновременное использование средств обмена устной и письменной информацией обычно эффективнее, чем, скажем, только обмен письменной информацией.

Второй этап станет более понятным, если представить его себе как операцию упаковки. Многие действительно хорошие продукты не находят сбыта, пока не обретут такой упаковки, которую потребитель сочтет понятной и привлекательной одновременно. Подобным образом, многие люди с прекрасными идеями не в состоянии упаковать их с помощью символов и вложить в каналы, значимые и притягательные для получателя. Когда такое происходит, идея, будь она даже распрекрасной, зачастую не находит «сбыта»[\[7\]](#).

На третьем этапе отправитель использует канал для доставки сообщения (закодированной идеи или совокупности идей) получателю. Речь идет о физической передаче сообщения, которую многие люди по ошибке и принимают за сам процесс коммуникаций.

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. С точки зрения руководителя, обмен информацией следует считать эффективным, если получатель продемонстрировал понимание идеи, произведя действия, которых ждал от него отправитель.

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 по сравнению с односторонним, хотя и протекает медленнее, тем не менее эффективнее снимает напряжения, более точен и повышает уверенность в правильности интерпретации сообщений[\[8\]](#).

Обратная связь заметно повышает шансы на эффективный обмен информацией, позволяя обеим сторонам подавлять шум. На языке теории передача информации шумом называют то, что искажает смысл. Определенные шумы присутствуют

всегда, поэтому на каждом этапе процесса обмена информацией происходит некоторое искажение смысла. Обычно мы ухитряемся преодолеть шум и передать наше сообщение. Однако высокий уровень шума определенно приведет к заметной утрате смысла и может полностью заблокировать попытку установления информационного обмена. С позиций руководителя, это должно обусловить снижение степени достижения целей в соответствии с передаваемой информацией.

В организации существует необходимость отбора или фильтрации сведений, чтобы при обмене информацией между подразделениями или уровнями управления направлять получателю только те сообщения, которые его касаются. Для ускорения движения информации и придания сообщению большей ясности информацию определенным образом «сжимают»: упрощают, обрабатывают, суммируют. Это может привести к отсеиванию одних и акцентированию других сведений, искажающих содержание информации.

Перегрузка каналов связи— другая причина трудностей в

организационных коммуникациях. Она может быть вызвана как элементарной нехваткой технических средств связи и обработки информации (техническим несовершенством), так и избыточностью информационных потоков[9].

Современная информационная технология

Последние достижения в области информационной технологии могут способствовать совершенствованию обмена информацией в организациях. Персональный компьютер уже оказал огромное воздействие на информацию, которую руководители, вспомогательный персонал и рабочие рассылают и получают. Электронная почта дает работникам возможность направлять письменные сообщения любому человеку в организации. Это должно уменьшить традиционно неиссякаемый поток телефонных разговоров. Кроме того электронная почта — эффективное средство связи между людьми, находящимися в разных конторах, разных городах и даже в разных штатах и странах. 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, глядя друг другу в лицо.

Офис современного менеджера может быть в любом месте (мобильным). Переносные рабочие станции, компьютеры, «ноутбуки» — все это сделало информационные офисные системы более доступными, более дешевыми и более оперативными в работе практически из любой точки.

Информационная технология позволяет достичь следующих целей:

1. Сократить время получения информации (то есть свести к минимуму задержки в получении информации из-за ее возможной недоступности, из-за почты, из-за отправления информации по неправильному адресу или просто по причине выходного дня в компании)[\[10\]](#).
2. Ликвидировать излишнюю и повторяющуюся работу (ненужные задания типа перепечатывания и нудная сортировка и поиск документов).
3. Оптимизировать использование человеческих ресурсов (для заданий, требующих рассуждения, инициативы, оценки).

1.3 Роль коммуникаций в системе управления

В самом широком смысле коммуникации представляют собой следующее:

- это совокупность информации и информационных потоков, которые обеспечивают реализацию принципа согласованности в управлении организацией.
- это совокупность связей, которые взаимодействуют друг с другом в системе управления[\[11\]](#).
- это пространство, в котором формируется процесс управления.

Управленческие коммуникации — это совокупность информационных связей между субъектами управленческой деятельности по вертикали, горизонтали (внутренняя среда) и с внешней общественной средой.

Следует отметить, что коммуникация имеет двоякий смысл. Во -первых, она фиксирует статику взаимодействия, например акт, письменный документ, несущий информацию, выполняющий функции: информативную, эмоциональную (побуждает эмоции, мотивацию взаимодействия), в том числе правовой акт, выполняющий управленческую функцию (побуждает правоотношения) и через это устанавливающий и поддерживающий фактические контакты. А во-вторых,

коммуникация фиксирует динамику, процесс взаимодействия, контакты, отношения. Взаимодействие имеет объективную и субъективную стороны[12].

Под объективной стороной процесса взаимодействия подразумевают связи, которые не зависят от характеристики отдельных личностей. Под объективной стороной имеют в виду систему служебных отношений.

Под субъективной стороной процесса взаимодействия подразумевают отношение индивидов к друг другу. Известен тот факт, что разные люди по-разному ведут себя в той или иной ситуации. Это носит название социальной роли. У каждого индивида своя социальная роль. Социальная роль — это модель поведения, направленная на выполнение прав и обязанностей, предписанных данному конкретному статусу. Таким образом, статус дает статическую, а роль — динамическую картину социального взаимодействия.

Можно выделить шесть сфер коммуникаций или коммуникативного воздействия между сотрудниками и руководителями определенного предприятия.

1. Процедура приема на работу. В ходе реализации данного коммуникативного воздействия руководитель стремится убедить потенциального сотрудника в том, что его организация является самой лучшей и выгодным вариантом для соискателя [13].

2. Ориентация[14]. Задача — ознакомить с базовыми целями организации, конкретными программами, условиями их выполнения, формировать у сотрудников уверенность в общественной необходимости успешного решения поставленных перед коллективом задач.

3. Индивидуальная оценка сотрудников.

Данный этап характеризуется следующей задачей. Необходимо убедить соискателя в том, что руководитель будет регулярно высказывать мнение о работе соискателя, независимо от того, положительное оно или отрицательное. Также руководитель будет оценивать вклад данного соискателя, если он станет сотрудником организации, в деятельность предприятия в целом.

4. Обеспечение безопасности (физической, экологической, психологической). Задача — представить сотрудникам информацию об условиях работы, степени их безопасности и мерах, принимаемых для ее обеспечения, создания творческого морально-психологического климата в коллективе[15].

5. Обеспечение дисциплины. Задача — ознакомить сотрудников с действующими в организации правилами, инструкциями, традициями, контролировать их выполнение.

6. Функционирование. Задача — обеспечить сотрудников необходимой служебной информацией, оказывать необходимую организационно-методическую поддержку [16].

Таким образом, в завершении данного раздела можно прийти к следующим выводам:

- роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии.

- роль коммуникации в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Выводы по главе 1.

В первой главе раскрыта теоретическая характеристика процесса коммуникаций и определена роль коммуникационного процесса в общей системе управления предприятием.

- коммуникация представляет собой процесс, в ходе которого информация передается от одного лица к другому лицу для того, чтобы повлиять каким-то образом на действия получателя информации в интересах отправителя информации.

- нельзя отождествлять понятия коммуникация и информация. Информация – это сведения, которые передаются. Коммуникация же представляет собой не только сведения, которые передаются, но и условия, в которых данные сведения передаются. Поэтому, можно утверждать, что коммуникация – это понятие наиболее охватывающее и полное.

- коммуникации необходимы руководителям по причине того, что они поддерживают высокий уровень эффективного управления в организации, а также, без сомнения, повышают уровень уважения, авторитета и оценки действий самого руководителя среди подчиненных, коллег и конкурентов.

- были рассмотрены элементы и этапы коммуникационного процесса.
- элементами коммуникационного процесса выступают получатель, сообщение или идея, канал передачи данного сообщения или идеи и получатель информации в виде сообщения и идеи.
- также существуют и четыре этапа коммуникационного процесса, в ходе которого осуществляется непосредственная коммуникация. Каждый из этапов имеет свои особенности, которые были рассмотрены.
- роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии.
- роль коммуникации в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Глава 2. Коммуникативные процессы на предприятии ООО Лотос

2.1. Управление на предприятии ООО Лотос

Предприятие ООО Лотос – это трикотажная фабрика, которая осуществляют свою деятельность на территории России. Бренд, под которым предприятие выпускает трикотажную продукцию, носит название MILANA STYLE. MILANA STYLE – это крупнейший Российский производитель женского трикотажа. Более 11 лет компания успешно выпускает продукцию, которая пользуется высоким спросом во всех регионах России и странах СНГ.

С 2014 г. открыты новые направления: производство швейных изделий и выпуск лимитированных коллекций аксессуаров совместно с ведущими европейскими производителями, по эскизам дизайнерской группы MILANA STYLE.

Фабрика предлагает ассортимент моделей с 42 по 64 размеры соответствующий сезонам, современной моде и оптовому спросу с учетом различных возрастных групп. Вся продукция сертифицирована (сертификат ЕАС), изделия индивидуально

упакованы и снабжены необходимой маркировкой.

- Блузки женские и детские.
- Брюки мужские, женские и детские.
- Джемпера мужские, женские и детские.
- Жакеты женские и детские.
- Жилеты женские и детские.
- Кардиганы женские и детские.
- Костюмы мужские, женские и детские.
- Платья женские и детские.
- Пончо женские и детские.
- Сарафаны женские и детские.
- -Трикотажные платья женские и детские.
- Юбки женские и детские.

В процессе управления предприятиями, необходимо эффективное решение комплекса задач, основные виды которых в общем случае могут быть определены следующим образом

- управление финансами;
- управление производством;
- управление сбытом и снабжением;
- управление внутренними службами;
- управление кадрами.

В зависимости от особенностей и масштаба предприятия каждый из выделенных видов может включать в себя значительное число отдельных задач. В принципе подобные задачи возникают и при управлении малым предприятием, однако их реальный объем позволяет обеспечить удовлетворительное решение

традиционными средствами бухгалтерского учета.

Напомним, кстати, что в общем случае на предприятии можно выделить как минимум три вида учета:

-оперативный учет – обеспечивает сбор первичной информации и является основным поставщиком данных для остальных видов учета;

-управленческий учет – направлен на получение информации для детального анализа деятельности предприятия, прогнозирования и принятия решений;

-бухгалтерский учет – обеспечивает получение необходимой бухгалтерской отчетности;

Особенностью решения задач управления на средних и крупных предприятиях является необходимость использования в качестве одной из основ для принятия решений данных управленческого учета.

Управленческий учет представляет собой систему сбора, обработки и предоставления информации высшему менеджменту для принятия последним различных управленческих решений. В этом его главное отличие от традиционного финансового (бухгалтерского) учета, ориентированного главным образом на внешних пользователей – кредиторов, акционеров, фискальные органы. Существующая система бухгалтерской отчетности все в меньшей степени отвечает современным требованиям к полноте, достоверности, оперативности информации, необходимой руководству предприятия. Управленческий учет является информационным инструментом контроллинга – концепции управления деятельностью предприятия путем реализации следующей циклической последовательности действий: оценка текущего состояния - принятие управленческих решений – составление плана реализации принятых решений – контроль реализации плана – анализ нового текущего состояния (сравните с «петлей управления», рассмотренной выше).

Отметим, что для анализируемого предприятия особенно важна комплексность при решении выделенных видов задач управления.

Таким образом, в завершении раздела можно прийти к следующему выводу.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Лотос. Определена основная деятельность, а также направления его производственной деятельности.

- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.

2.2. Анализ коммуникаций на предприятии ООО Лотос

Коммуникации, которые происходят на предприятии ООО Лотос, делятся на внутренние и внешние коммуникации. Для того, чтобы дать подробный анализ, необходимо проанализировать внутренние вертикальные коммуникации. Исследование коммуникационного процесса, который происходит на анализируемом предприятии, проведем на конкретных примерах.

Пример 1. Внутренняя вертикальная коммуникация – запрос.

Сотрудница предприятия ООО Лотос была на больничном, то есть в медицинском отпуске, более четырех месяцев. В сентябре 2015 года она предоставила в отдел по персоналу справку об установлении ей инвалидности со степенью трудоспособности 35% и последний лист о медицинском отпуске, в котором было отмечено, что ей была установлена группа инвалидности. И в тоже время в этом листке о медицинском отпуске было написано, что она продолжает болеть, что является грубым нарушением действующего российского законодательства.

Так как согласно медицинским документам данная сотрудница продолжала находится в состоянии болезни, то уволить ее руководство предприятия не имело права. Чтобы разъяснить данную ситуацию, менеджер по персоналу предприятия ООО Лотос отправил в медицинское учреждение запрос о том, действительно ли данная сотрудница находится в медицинском отпуске.

Спустя некоторое время, из медицинского учреждения пришел ответ, что произошла нелепая ошибка по вине врача. Согласно ответу из медицинского учреждения данная сотрудница уже не болела и могла приступать к выполнению своих функциональных обязанностей.

На основании вскрывшихся фактов у предприятия ООО Лотос появились основания для увольнения работницы в связи с тем, что со степенью трудоспособности в 35 % она не имела права занимать прежнюю должность.

Пример 2. – Внутренняя вертикальная коммуникация – предоставление отчетов.

Предоставление отчетов также относится к примеру коммуникаций. В данном случае подчиненный передает отчет о своей деятельности или о показателях результативности работы предприятия высшему руководству. В качестве примера рассмотрим отчет главного бухгалтера предприятия ООО Лотос перед Советом Директоров о количестве потребленных энергетических ресурсов за определенный период времени.

Таблица 1

Отчет о потреблении энергоресурсов предприятием ООО Лотос за 2015 год

Месяц	Электрическая энергия в рублях	Тепловая энергия в рублях	Вода в рублях
Январь	50000	90000	26000
Февраль	60000	90000	21000
Март	50000	80000	25000
Апрель	60000	70000	22000
Май	65000	-	20000
Июнь	75000	-	31000
Июль	50000	-	37000
Август	51000	-	35000
Сентябрь	53000	30000	38000

Октябрь	57000	40000	37000
Ноябрь	52000	50000	45000
Декабрь	50500	70000	32000

Следует отметить, что в летние периоды 2015 года отсутствовали платежи за тепловую энергию. Это связано с тем, что отопительный сезон начинается в сентябре и заканчивается в апреле. А в летний период отопительный сезон отсутствует.

Главный бухгалтер осуществила коммуникацию также в идее передачи сообщения в виде символа – рисунка.

Image not found or type unknown



Рисунок 1 - Динамика расходов на электроэнергию по предприятию ООО Лотос в 2015 году

Из диаграммы видно, что наибольшее потребление электрической энергии наблюдается в июле. Это пик продаж, который требует от предприятия больших производственных мощностей. Мощность растет – растет и потребляемое количество электрической энергии.

Image not found or type unknown



Рисунок 2 - Динамика расходов на тепловую энергию по предприятию ООО Лотос в 2015 году

Видно, что в летние месяцы график опускается на ось, что свидетельствует об отсутствии платежей за отопление.

Рассмотрим последний график – отчет за потребленную воду.



Рисунок 3 - Динамика расходов на воду по предприятию ООО Лотос в 2015 году

Таким образом, в завершении раздела можно отметить следующее:

- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Лотос.
- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в устной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.

2.3 Повышение эффективности деятельности предприятия

Предприятию ООО Лотос с целью повышения эффективности своей деятельности необходимо внедрить инновационную коммуникацию в виде программного обеспечения SKYPE.

Согласно последним данным статистики, в США уже более 25% сотрудников компаний работают в удаленном режиме и очень редко посещают офисы. Как же это делается? Через интернет и при помощи специальных программ.

В частности, существует версия SKYPE, которая может работать и в телефоне и необходима для бизнеса, в которой реализованы некоторые ненужные на бытовом уровне, но необходимые для организации удаленной работы функции.

Возможности SKYPE для осуществления бизнеса очень широки и включают в себя ряд следующих опций.

- 1) Возможность проведения расширенной видеоконференции на 250 участников.

2) Возможность передавать сообщения, которые зашифрованы и защищены.

Поэтому можно не опасаться передавать данное сообщение по сети.

3) Через SKYPE можно искать сотрудников, которые находятся в удаленном режиме работы.

4) Программное обеспечение SKYPE интегрировано с MICROOSOFT, поэтому можно обсуждать рабочие проекты, не выходя из офиса.

Бесплатные сервисы или программы распространяются «как есть, на ваш собственный страх и риск». Разработчик не несет за программу со свободной лицензией никакой ответственности.

Disclaimer – «отказ от ответственности» как обязательный пункт Лицензионного Соглашения всякого бесплатного сервиса.

Если предприятие из-за некачественной работы бесплатной версии Скайп потеряете деньги или недополучите прибыль из-за отсутствия связи и перебоев в передаче данных, не сможете заключить контракты и договориться с партнерами, передать задания сотрудникам – компания владелец SKYPE умывает руки и даже не станет отвечать на письма с претензиями.

А вот когда подрядчик берет деньги за оказание услуг – здесь уже и служба клиентской поддержки будет обращаться с заказчиками более вежливо. Любая техническая проблема будет решена в течение нескольких часов. Ну и качество сервисов в платном SKYPE ожидаемо и справедливо будет намного выше и надежнее, чем в SKYPE бесплатном.

На сегодняшний день SKYPE используется очень активно во всех сферах бизнеса. Ранее многие компании запрещали использовать внутри своего предприятия данное программное обеспечение. Это объяснялось тем, что в результате сбоя программы могут быть потеряны все данные, которые были переданы через данную сеть. Однако на сегодняшний день данное программное обеспечение настолько усовершенствовано, что не представляет никакой опасности для бизнеса.

Автоматический переводчик в SKYPE позволит вам общаться с зарубежными партнерами на чистом русском языке, при этом они будут видеть/слышать фразы на своем родном (например, китайском). В течении последнего года SKYPE проводил закрытое тестирование этой функции, а сегодня она стала доступна всем

желающим.

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

- предприятию ООО «Лотос» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.
- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Выводы по главе 2.

Во второй главе данной работы было проведено исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Лотос.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Лотос. Определена основная деятельность, а также направления его производственной деятельности.
- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.
- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Лотос.
- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в устной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.
- предприятию ООО «Лотос» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.

- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Заключение

Осуществление коммуникаций — это связующий процесс, необходимый для любого важного управленческого действия. Коммуникация — это обмен информацией между людьми. Между организацией и ее окружением, между выше и ниже расположенными уровнями, между подразделениями организации необходим обмен информацией. Руководители связываются напрямую с подчиненными, будь то индивиды или группы.

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, поощряя формирование обратной связи. Распространенными препятствиями на путях обмена информацией в организациях служат фильтрация плохих новостей подчиненными, перегрузка информационной сети и неудовлетворительная структура организации. 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.

Значение коммуникаций трудно переоценить, они важны для руководителей по следующим причинам:

1. Руководители тратят большую часть времени на коммуникации.

Согласно данным многих экспертов, на это уходит 75-95% времени руководителей. Поэтому они должны быть заинтересованы в улучшении данного вида деятельности;

2. Коммуникации необходимы для эффективности управления;

3. Коммуникации необходимы для 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.

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, выбирать элементы информационной системы согласно свойственным его предприятию особенностям.

Существуют и четыре этапа коммуникационного процесса, в ходе которого осуществляется непосредственная коммуникация. Каждый из этапов имеет свои особенности, которые были рассмотрены. Роль коммуникации в системе управления определяется тем, что коммуникация – это совокупность информации и информационных потоков, которые находятся друг с другом во взаимодействии и в системе управления также определяется тем, что коммуникация представляет собой пространство, в котором осуществляются и реализовываются данные коммуникации.

Во второй главе данной работы было проведено исследование коммуникативного процесса на предприятии ООО Лотос.

- была рассмотрена общая организационная характеристика предприятия ООО Лотос. Определена основная деятельность, а также направления его производственной деятельности.

- также были рассмотрены особенности управления, которые оказывают значительное влияние на характер деятельности анализируемого предприятия.

- были рассмотрены коммуникации, которые имели место на предприятии ООО Лотос.

- был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде отправления запроса в медицинское учреждение и получение ответа из данного учреждения.

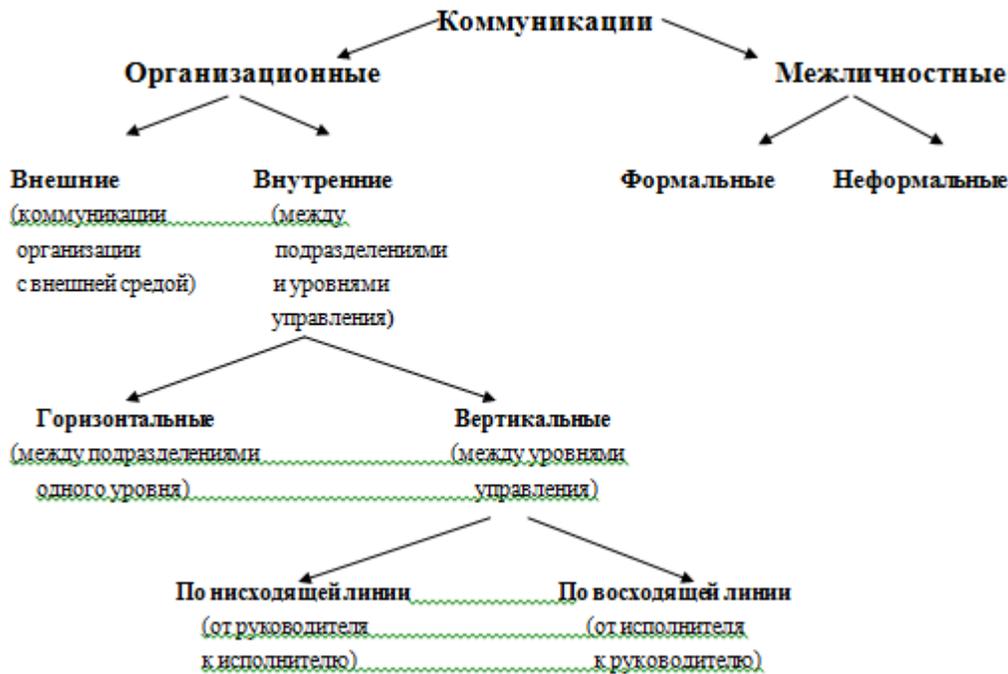
- также был рассмотрен пример вертикальной внутренней коммуникации в виде предоставления отчетов главного бухгалтера вышестоящему руководству. Отчет был передан в устной форме коммуникации, а также в форме кодирования коммуникации в виде символа рисунка.
- предприятию ООО «Лотос» было предложено повышение эффективности деятельности за счет инновационных коммуникаций.
- данная инновационная коммуникация состояла во внедрении повсеместно в компании программного обеспечения SKYPE.
- SKYPE дает широчайшие возможности для проведения видеоконференций до 250 участников, для контроля работы удаленных сотрудников и прочие преимущества.

Библиография

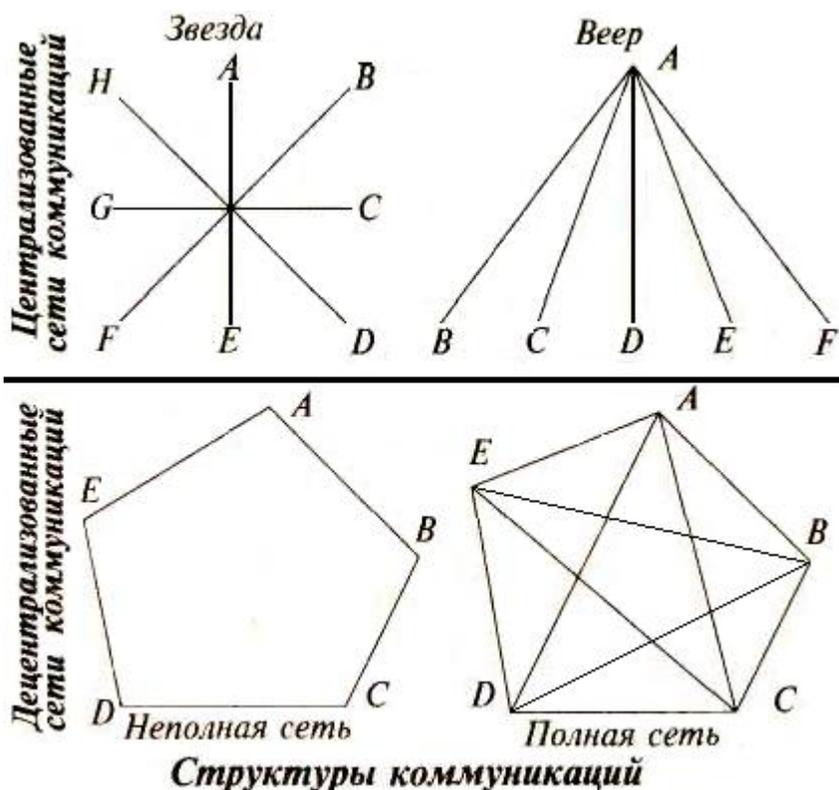
1. Федеральный закон от 30.01.2001 г. (в ред. от 10.01.2016 г.) № 197 – ФЗ. Трудовой Кодекс Российской Федерации.
2. Алавердов, А.Р. Управление персоналом: Учебник для вузов / – М.: МФПУ Университет, 2013. – 392 с.
3. Арзуманова, Т.И. Экономика организации: Учебник для вузов /– М.: Дашков и Ко, 2013. – 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. Гродских, В.С. Экономическая теория: Учебник для вузов /– СПб.: Питер, 2013. – 208 с.

10. Кибанов, А.Я. Конфликтология: Учебник для вузов /- М.: ИНФРА-М, 2012. – 343 с. – ISBN 5-234-67407-3.
11. Клочкова, Е.Н. Экономика предприятия: Учебник для вузов /- М.: ЮРАЙТ, 2014. – 448 с.
12. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /- М.: Общество «Анкил», 2012. – 310 с.
13. Масленников, Р. 101 совет по PR: /- М.: Альпина Паблишер, 2012. – 68 с.
14. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / - М.:, 2012. – 501 с.

Приложение 1



Приложение 2



Приложение 3



2. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
3. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
4. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
5. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
6. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
7. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
8. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
9. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
10. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
11. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
12. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)
13. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
14. Почепцов, Г.Г. Теория коммуникации: учебное пособие / – М.:, 2012. – С. 301. [↑](#)
15. Веснин, В.Р. Менеджмент: Учебник /– М.: Проспект, 2012. – С. 127. [↑](#)
16. Лебедева, М.М. Уметь вести переговоры: практические рекомендации по подготовке и ведению переговоров: Учебное пособие. /– М.: Общество «Анкил», 2012. – С. 235. [↑](#)