

image not found or type unknown



Внутренние коммуникации – это общение в компании персонала и менеджмента в ходе совместной деятельности: обмен информацией, идеями, мыслями, решениями, задачами.

Система внутренних коммуникаций – структурированная совокупность информационных каналов, позволяющая получать и оптимально распределять информационные сообщения делового, интеллектуального и эмоционального содержания в компании целенаправленно и с заданной эффективностью.

Руководитель от 50 до 90% всего времени тратит на коммуникации. Это кажется невероятным, но становится понятным, если учесть, что руководитель занимается этим, чтобы реализовать свои роли в межличностных отношениях, информационном обмене и процессах принятия решений, не говоря об управленческих функциях планирования, организации, мотивации и контроля. Именно потому, что обмен информацией встроено во все основные виды управленческой деятельности, мы называем коммуникации связующим процессом.

Поскольку руководитель исполняет три свои роли и осуществляет четыре основные функции, с тем, чтобы сформулировать цели организации и достичь их, качество обмена информацией может прямо влиять на степень реализации целей. Это означает, что для успеха индивидов и организаций необходимы эффективные коммуникации.

### **Внутренние коммуникации, организация взаимодействия структур, подразделений**

В рамках внутренних коммуникаций происходит обмен информацией как от руководства к сотрудникам, так и в обратном направлении. В процессе этого обмена происходит накопление информации, которая служит дополнительной базой для разработки и принятия управленческих решений. В обратном же направлении коммуникации помогают понять работникам свою причастность к общему процессу. В случае «неполадки» в функционировании каналов внутренних коммуникаций, возникает возможность принятия неправильного управленческого решения, которое может повлечь за собой серьезные последствия для организации. Поэтому внутренние коммуникации очень важны для любой

компании.

По внутренним каналам коммуникаций, по сути, передаются два вида информации. С одной стороны - это информация о том, что происходит внутри компании, с другой - это информация о том, какое место компания занимает во внешней среде.

Коммуникации рассматриваются как явление и как процесс.

Как явление коммуникации представляют собой установленные нормы (правила, инструкции, принципы, положения) взаимодействия между людьми в рамках организации, соответствующих организационных форм при выполнении ими закрепленных функций.

Как процесс коммуникации отражают отношение работников друг к другу, к поставщикам, потребителям, отношения между человеком и компьютером, информационными технологиями.

Принята следующая типология внутренних коммуникаций:

- между подразделениями. Организация состоит из множества подразделений, поэтому обмен информацией между ними нужен для координации задач и действий. Периодические встречи между представителями различных подразделений помогут более эффективно распределять ресурсы, координировать деятельность рабочих групп, контролировать издержки, решать общие проблемы и др. Для этих целей существуют различные комитеты или специальные группы.

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

Передача информации с низших уровней на высшие может заметно влиять на производительность. Также коммуникации по восходящей выполняют функцию оповещения верха о том, что делается на низших уровнях. Таким образом, руководство узнает о текущих или назревающих проблемах и предлагает возможные варианты исправления. Последняя управленческая инновация в коммуникациях по восходящей - это создание групп из рабочих, которые регулярно, обычно 1 час в неделю, собираются для обсуждения и решения проблем

на производстве или в обслуживании потребителей.

- межличностные. Данные коммуникации - это те, в которых каждый участвует ежедневно, но лишь немногие делают это достаточно согласованно.

Межличностные коммуникации состоят из восприятия, семантики, обмена невербальной информацией и обратной связи. Наибольшее количество проблем возникает на «этапе» обратной связи, например семантические проблемы, неумение слушать и др.

- неформальные. Канал неформальных коммуникаций можно назвать каналом распространения слухов. Приписываемая слухам репутация неточной информации сохраняется и до сегодняшнего дня. Тем не менее, исследования показывают, что информация, передаваемая по каналам неформального сообщения, т.е. «слухи» чаще всего оказываются точной, а не искаженной. 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» (например, предстоящие сокращения производственных рабочих, новые меры по наказаниям за опоздания, изменения в структуре организации, грядущие перемещения и повышения, подробное изложение спора двух руководителей на последнем совещании по сбыту, кто кому назначает свидание на работе и т.д.)

## **Общая характеристика и показатели коммерческой деятельности**

### **ООО «ОмскЛизинг»**

ООО «ОмскЛизинг» основано 29 января 2003г. И является универсальной, динамично развивающейся независимой лизинговой компанией, предоставляет в лизинг автотранспорт, оборудования, спецтехнику, коммерческую недвижимость, проектное финансирование.

За первые 2 года работы на рынке было заключено более 100 договоров лизинга на сумму более 320 млн. руб. Известные российские компании, занимающие лидирующие позиции в своих областях, сотрудничают с «ОмскЛизинг» с момента её основания и стали постоянными клиентами.

В 2005 году компания «ОмскЛизинг» вошла в рейтинг ТОП-100 ведущих лизинговых компаний России подготовленный рейтинговым агентством «Эксперт РА» и в рейтинг ТОП-150 лизинговых компаний Европы (по данным европейской лизинговой ассоциации LEASEUROPE).

Компания «ОмскЛизинг» является средней, имеет штат 70 сотрудников и активно развивается на рынке лизинга г. Омске. Во многом это достигается благодаря грамотному планированию отношений с внутренней общественностью. Большое внимание уделяется коллективу и организации его рабочего места, а так же созданию максимально комфортных условий для их труда. За счет налаженной работы отдела маркетинга и PR в «ОмскЛизинг» преобладает дружественная обстановка, что благоприятно сказывается на работе персонала. Это помогает им реализовать свой профессиональный и личностный потенциал. Генеральный директор стремится создать комфортную рабочую атмосферу. Компания уважает уникальность и личностные особенности работников.

Корпоративная культура формирует такие отношения между Компанией и сотрудниками, которые дают возможность раскрыться не только их профессиональным качествам, но и личным талантам. «Кодекс делового поведения» - основной документ, который знакомит работников с ценностями и принципами Компании. Действие этого документа распространяется на всех работников, включая высшее руководство.

«ОмскЛизинг» уделяет особое внимание обучению и развитию своих сотрудников. По результатам оценки их деятельности, специалисты отдела развития персонала совместно с непосредственным руководителем планируют обучение коллектива, определяя необходимые тренинги, программы или курсы. Компания предоставляет работникам равные возможности индивидуального развития и построения успешной карьеры по результатам профессиональной деятельности.

Одним из средств внутриорганизационных коммуникаций с внутренней общественностью является корпоративный журнал «ОмскЛизинг», который выходит с февраля 2005 г. Тираж издания составляет 1300 экземпляров. Аудитория -- руководящий персонал, менеджеры и др. работники ООО «ОмскЛизинг», кредиторы, государственные органы, Российские и зарубежные партнеры ООО «ОмскЛизинг», СМИ, инвестиционные компании и экспертное сообщество.

В журнале публикуются уникальные аналитические материалы о деятельности, стратегии, планах российской компании, интервью ее топ-менеджеров и, заметки о приоритетных направлениях для социальных инвестиций «ОмскЛизинг». Таковыми являются инвестиции в охрану окружающей среды, поддержку спорта и активного образа жизни, поддержку образования и культуры, поддержку местных сообществ в чрезвычайных ситуациях. В них принимают участие представители администраций, негосударственные организации, школьники, студенты,

журналисты и другие жители города, а также сотрудники Компании.

Менеджер периодически обходит подразделения и рабочие места, неформально беседуя с людьми о проблемах и решениях, позволяет усилить взаимопонимание менеджеров и "занятых". Также в компании введен порядок - носить табличку с именем, тем самым это делает коммуникации персонифицированными, т.е. более личными, открытыми, убирая барьеры неизвестности и неопределенности. В офисах и на сайте ООО «ОмскЛизинг» есть доски объявлений, на которых размещается информация для «занятых», она постоянно обновляется.

Компания также устраивает корпоративный отдых чтобы сотрудники смогли пообщаться в свободной обстановке для установления дружеских отношений. Традиционными стали различные корпоративные мероприятия, организуемые на время праздников.

Таким образом, в ООО «ОмскЛизинг» создается гибкая система управления персоналом, ориентированная на работу предприятия в рыночных условиях. Функционирование этой системы, включающей в себя решение комплексных управленческих, трудовых, финансово-экономических, социально-экономических, образовательных и многих других проблем, в рыночных отношениях невозможно без концепции, определяющей основные положения кадровой политики: создание единых принципов стратегического управления и развития персонала в отрасли; интеграция кадровой политики при стратегическом планировании предприятий с учетом кадровой работы на всех уровнях управления; внедрение новых методов и систем подготовки и переподготовки персонала; проведение скоординированной политики оплаты труда; разработка экономических стимулов и социальных гарантий, куда входит также система мотивации персонала, которая предусматривает не только материальные вознаграждения, но и награждение лучших работников Общества ведомственными и корпоративными наградами, награждение победителей развлекательных соревнований и конкурсов.

И все это говорит о том, что ООО «ОмскЛизинг» профессионально ведет подготовку кадров, и заботится о сотрудниках, а значит и обратная связь будет эффективной, т.е. производительность труда и эффективность работы будет выше, при том стимулировании (материальном и духовном), которое предоставляет организация персоналу.

## **Список литературы**

1. Базарова Т.Ю., Еремена Б.Л. Управление персоналом, 2005
2. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика. М., 2007
3. Звериецев А.Б. "Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера PR"., 2008
4. Кибанова А.Я. Управление персоналом. - М.: ИНФРА-М., 2004
5. Шарков Ф.И., Баргоякова И.И.: Коммуникационный менеджмент (Учебно-методический комплекс по изучению дисциплины)., 2009
6. Внутренние документы ООО «ОмскЛизинг», корпоративный портал