

ОРГАНІЗАЦІЯ КОМУНІКАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто сутність поняття «комунікація» та «комунікаційний процес», проаналізовано структуру комунікаційного процесу, систематизовано бар'єри на шляху комунікаційного процесу та запропоновано шляхи удосконалення процесу комунікації

Ключові слова: комунікація, комунікації на підприємстві, комунікаційний процес

Abstract

The article clarified the essence of the concept of «communication» and «communication process», the effectiveness the structure of the communication process, systematic barriers to the communication process and suggests ways to improve the communication process

Keywords: communication, communication in the enterprise, communication process

Вступ

В сучасних умовах без обміну інформацією сьогодні не обходиться жодна організація, тому комунікації можна назвати ключовим процесом. Саме інформація, яка перебуває в розпорядженні менеджера є одним із найважливіших інструментів управління.

"Ми живемо у світі комунікації, – пише Почепцов Г. Г., – 70 % свого часу людина витрачає на спілкування" [1]. Без ефективної комунікації зупинилося б багато виробничих процесів. Тому питання організації комунікаційного процесу є важливим для творення суспільства.

Дослідженню розвитку комунікацій в управлінні, загальні моделі комунікаційного процесу були окреслені в працях таких зарубіжних та вітчизняних авторів, як: А. Файоля, Г. Почепцева [1], А. Соколова [2], Б. Мільнера [3], Ф. Хміля [4], О. Кузьміна [5], Т. Бурцевої [6], Дж. М. Лейхіфа [7], Т. Пацкуна [9], М. Туріянської [10], П. Журавльова, О. Граната [11] та інших. У своїх роботах ці вчені висвітлювали питання управління комунікаційними процесами та визначили місце комунікацій у системі менеджменту.

Проте слід зазначити, що ці автори досліджують переважно теоретичні питання комунікацій, не розглядаючи необхідних рекомендацій вдосконалення організації комунікаційних процесів на підприємствах.

Мета роботи полягає в узагальненні теоретичних засад комунікаційного процесу на підприємстві та розробці необхідних рекомендацій щодо його вдосконалення.

Виклад основних результатів дослідження

Дослідження теоретичних засад комунікаційного процесу насамперед потребує визначення сутності поняття «комунікація». Сутність даного терміну досліджували досить багато авторів, які виділяли велику кількість різноманітних трактувань.

Розглянуті вище підходи є свідченням різнобічної спрямованості поняття «комунікація», що говорить про необхідність врахування системного підходу при побудові комунікаційного процесу на підприємстві.

Однак комунікації — це складний процес, що складається з взаємозалежних кроків. Кожен з цих кроків потрібен для того, щоб зробити наші думки зрозумілими іншій особі. Саме для цього виникло поняття «комунікаційний процес», у ході якого дві чи більше особи обмінюються та осмислюють отриману інформацію, мета якої полягає в мотивуванні певної поведінки чи впливу на неї [9].

Таким чином, слід виділити основні елементи комунікаційного процесу:

1. Відправник – це особа, яка хоче донести свою ідею чи емоції до інших.
2. Повідомлення – це осмислене формулювання ідеї, закодованої за допомогою символів.

3. Канал – це певний засіб, за допомогою якого повідомлення надходить до отримувача.
4. Отримувач – це адресат, тобто особа, якій призначена інформація, що передається [10].

Таблиця 1 – Підходи до визначення поняття «комунікація»

Автор	Комунікація – це
Соколов А. В. [2]	спілкування, передача інформації від людини до людини, специфічна форма взаємодії людей в процесах їх пізнавально-трудова діяльності, яка реалізується за допомогою мови
Мільнер Б. З. [3]	процес, за допомогою якого керівники розвивають систему надання інформації, передачі відомостей великій кількості людей у середині організації та окремим індивідуумам та інститутам за її межами
Хміль Ф. І. [4]	обмін інформацією, у результаті якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень, і доводить її до відома співробітників
Кузьмін О. Е. [5]	процес зв'язку між працівниками, підрозділами, організаціями тощо
Бурцева Т. А. [6]	взаємодія, діяльність людей або тих чи інших організацій один з одним
Лейхиф Дж. М. [7]	Комунікація – засіб співробітництва, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, організації та суспільства через те, що сучасний бізнес становить складне виробництво, колективний характер праці, використання значних ресурсів
Грінченко Т. Д. [8]	ефективне спілкування з фактичними чи потенційними покупцями продукції

У процесі комунікацій основні елементи проходять ряд взаємопов'язаних етапів:

1. Зародження ідеї. Відправник вирішує, яку інформацію потрібно зробити предметом обміну.
2. Кодування інформації і вибір каналу передачі. Для того, щоб передати сформовану ідею, відправник повинен за допомогою символів закодувати її, використовуючи для цього слова, інтонації, жести. Кодування перетворює ідею в повідомлення.
3. Передача ідеї. Відправник використовує канал для доставки повідомлення отримувачу.
4. Декодування. Це переклад символів у думки. Якщо символи, які обрав відправник, мають теж саме значення до одержувача, то обмін інформацією буде ефективним.
5. Зворотний зв'язок. Це реакція одержувача повідомлення після ознайомлення із змістом [11].

Під час комунікаційного процесу можуть виникнути бар'єрів загального, організаційного та міжособистісного характеру (табл. 2).

Таблиця 2 – Види бар'єрів на шляху ефективних комунікацій (складено за даними [7-10])

ВИДИ БАР'ЄРІВ		
Загальні	Організаційні	Міжособистісні
1. Виникнення труднощів в отриманні зворотного зв'язку	1. Виникнення конфліктних ситуацій між підрозділами	1. Неточність у тлумаченні значення слів, жестів, інтонації, міміки тощо
2. Інформаційні перевантаження при отриманні інформації	2. Неefективний розподіл завдань, а також спосіб організації робіт	2. Психологічна несумісність осіб, що беруть участь у процесі комунікації
3. Велика кількість різних напрямків отримання інформації	3. Спотворення основного змісту повідомлення	3. Індивідуальне сприйняття змісту повідомлення
4. Одночасне сприйняття отримувачем декількох джерел інформації	4. Невідповідність способу передачі інформації її сприйняттю	4. Різний емоційний стан; рівень знань; різниця в статі, соціально-економічному статусі; різні потреби, інтереси
5. Спрощення інформації	5. Комунікативна та професійна некомпетентність персоналу	5. Бажання отримувача, щоб повідомлення отримав хтось інший
6. Втрата певної частини повідомлення під час його кодування	6. Страх керівників та підлеглих за наслідки при передачі відвертої інформації	6. Притаманні людині властивості перебільшувати те, що стосується її самої, та зменшувати те, що стосується інших

Всі зазначені бар'єри комунікацій повинні враховуватись при побудові комунікаційного процесу та вирішенні. Тому, щоб при здійсненні комунікацій таких бар'єрів не виникало слід підвищувати ефективність організації комунікаційних процесів на підприємстві, зокрема: чітко визначати головну ідею процесу комунікації; проаналізувати мету здійснення комунікації; вміти чітко пояснювати свої повідомлення; демонструвати розуміння та відвертість у розмові; регулювати інформаційні потоки; звертати увагу на інтонацію повідомлення та однозначність його інтерпретації; завжди дбати про наявність зворотного зв'язку; вживати постійні управлінські дії, які сприяють полегшенню обміну інформацією; розгортати системи збору пропозицій; використовувати внутрішньоорганізаційні інформаційні системи: друківані видання, стінгазети, стенди; планувати комунікаційний процес.

Висновки

Отже, в результаті проведеного дослідження було узагальнено теоретичні засади комунікацій та комунікаційного процесу на підприємстві, визначено основні види бар'єрів, які можуть трапитися на шляху ефективних комунікацій та розроблено необхідні рекомендації щодо вдосконалення процесу комунікацій. Слід зазначити, що успішне функціонування організації, формування та існування організаційної культури, засвоєння та проповідування корпоративних ідей і цінностей неможливе без налагодженого процесу комунікацій. Комунікація створює сприятливі умови для розкриття професійних і ділових якостей співробітників, сприяє розвитку їх творчого потенціалу задля створення додаткових цінностей і отримання результату.

Для вдосконалення комунікаційних процесів було запропоновано: забезпечити управління інформаційними потоками в організації, проявляти постійну увагу до процесів обміну інформацією, організувати систему зворотного зв'язку, удосконалювати організаційну структуру управління; застосовувати сучасні інформаційні технології та оновлювати технічну інфраструктуру тощо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации : [учебник] / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефлбук; К.: Ваклер, 2013. – 656 с.
2. Соколов А. В. Социальная коммуникация / А. В. Соколов. – М.: ИПО Профиздат, 2001. – 224 с.
3. Мильнер Б. З. Теория организации : [учебник] / Б. З. Мильнер. – М. : ИНФРА-М, 2012. – 345 с.
4. Хміль Ф. І. Менеджмент : [навч. посібник] / Ф. І. Хміль. – К. : Вища школа, 1995. – 351 с.
5. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : [навч. посібник] / Кузьмін О. Є., Мельник О.Г. - К.: Академвидав, 2007. - 464 с.
6. Бурцева Т. А. Управление маркетингом / Т. А. Бурцева. – М. : Экономистъ, 2005. – 271 с.
7. Лейхиф Дж. М. Бизнес- коммуникации : [учебн. пособ.] / Дж. М. Лейхиф, Дж. М. Пенроуз. – СПб. : Питер, 2001. – 688 с.
8. Гірченко Т. Д. Маркетинг : [навч. посібн.] / Т. Д. Гірченко, О. В. Дубовик. – К. : Фірма "ІНКОС", Центр навчальної літератури, 2007. – 255 с.
9. Пацкун Т. В. Інформаційні технології в управлінні комунікаціями на підприємстві / Т. В. Пацкун // Економіка України. – 2014. – №5. – С. 70-76.
10. Туріянська М. М. Комунікація в системі управління знаннями / М. М. Туріянська // Бюлетень економічних наук України. – 2014. - №2. – С. 194-196
11. Гранат О. В. Принципи та підходи до оцінки комунікаційних систем підприємств аграрного сектора / О. В. Гранат // Економіка та держава. - 2013. - № 4. - С. 68-70.

Вікторія Віталіївна Кривіцька - студентка групи МОф-156, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, email: viktoria.victory98@gmail.com

Науковий керівник: В'ячеслав Васильович Дзеджула – доктор економічних наук, професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Viktoria V. Kryvitska - student, faculty of management and informational security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, email: viktoria.victory98@gmail.com.

Vyacheslav V. Dzhezdzula – Doctor of Economic Sciences, Professor of Finance and Innovation Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa