

Ивановская Виталия Витальевна

Группа № 38.03.02

Финансовый Университет

При правительстве РФ

Научный руководитель: к.э.н.доцент Заярная И.А.

Сущность коммуникационных процессов в управленческой деятельности.

Аннотация. В ходе совместной деятельности люди обмениваются различными представлениями, идеями, взглядами, предложениями, знаниями, установками. Все это можно рассматривать как информацию, а сам процесс коммуникации представить как процесс обмена информацией. Одним из важнейших инструментов управления в руках менеджера является находящаяся в его распоряжении информация. Используя и передавая эту информацию, а также получая обратные сигналы, он организует, руководит и мотивирует подчиненных. Поэтому многое зависит от его способности передавать информацию таким образом, чтобы достигалось наиболее адекватное восприятие данной информации теми, кому она предназначена.

Ключевые слова: менеджмент, коммуникации, коммуникационные процессы, управленческая деятельность.

Главным и единственным субъектом коммуникации является человек, который для обеспечения своей жизнедеятельности вступает во взаимосвязь с другими людьми. Система человеческих взаимоотношений опосредуется культурой, которая определяет характер и эффективность человеческого общения. Но в ходе различных видов деятельности человека складывается потребность в поиске более совершенных и эффективных форм общения, что порождает различные роли и назначение тех или иных форм общения. Иными словами, в зависимости от разнообразных причин различные формы

общения приобретают соответствующее назначение в жизнедеятельности людей, то есть функцию. Функциональный анализ коммуникации дает возможность выявить ту социальную роль, которую она выполняет в обществе, и помогает более точно понять ее функцию.

Организационные коммуникации – это процесс, с помощью которого руководители предоставляют информацию большому количеству людей внутри организации и отдельным индивидуумам и институтам за ее пределами. Она служит необходимым инструментом в координации деятельности подразделений организации, позволяет получать необходимую информацию на всех уровнях управления.

Коммуникации важны для руководителей по ряду причин: коммуникации необходимы для эффективности управления; коммуникации необходимы для утверждения авторитета и выражения воли руководителя; коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности.

В научной литературе не существует однозначного решения вопроса о функциях коммуникации. Однако большинство зарубежных и отечественных ученых сходятся во мнении, что процессу коммуникации присущи такие функции, как информативная, социальная, прагматическая, интерпретативная.

Выделяют несколько различных видов коммуникаций:

1. Внутренние и внешние коммуникации.
2. Управляемые и неуправляемые коммуникации.
3. Формальные и неформальные коммуникации.
4. Вертикальные (сверху вниз и снизу вверх по служебной иерархии) и горизонтальные (между подразделениями одного уровня) коммуникации.
5. Межличностные и организационные коммуникации.
6. Входящие и исходящие коммуникации.

Достижение основных целей предприятия, будь то успех на рынке, завоевание и/или удержании рыночных позиций, привлечение новых

потребителей и удержание существующих, невозможно без налаживания эффективной системы внутренних коммуникаций, которая служит именно той платформой, на которой строится система внешних коммуникационных связей предприятия. Правильное управление внутренними коммуникациями дает возможность накапливать, формализовать, обобщать и структурировать знания и опыт сотрудников в единой информационной среде, обеспечивать свободную циркуляцию информации сверху вниз и снизу вверх, что, в свою очередь, обеспечивает повышение эффективности работы всего предприятия.

Коммуникационный процесс – это обмен информацией между двумя или более людьми.

Основная цель этого процесса – обеспечение осмысления информации, являющейся предметом обмена. Однако эффективности общения участвовавших в обмене людей сам факт обмена информацией не гарантирует.

В простейшей схеме коммуникационного процесса выделяют четыре основных элемента коммуникации: отправитель; сообщение; канал; получатель. Правильное управление внутренними коммуникациями дает возможность накапливать, формализовать, обобщать и структурировать знания и опыт сотрудников в единой информационной среде, обеспечивать свободную циркуляцию информации сверху вниз и снизу вверх, что, в свою очередь, обеспечивает повышение эффективности работы всего предприятия.

В процессе коммуникации человек может играть каждую из трех ролей: быть подрядчиком, принимающим и предающим средством связи. В то же время он является самым подверженным помехам каналом коммуникации, и тем не менее информация очень часто перелается именно через людей, что обуславливает определенные искажения в информационном процессе.

Человек как элемент коммуникации – сложный и чувствительный «получатель» информации со своими чувствами и желаниями, жизненным опытом. Полученная им информация может вызвать внутреннюю реакцию

любого рода, которая, возможно усилит, исказит или полностью блокирует посланную ему информацию.

Адекватность восприятия информации во многом зависит от наличия или отсутствия в процессе общения коммуникативных барьеров. В случае возникновения барьера информация искажается или теряет изначальный смысл, а в ряде случаев вообще не поступает к реципиенту.

Коммуникационный стиль — это способ, с помощью которого индивид предпочитает строить коммуникационное взаимодействие с другими. Существует много различных стилей, используемых людьми в межличностной коммуникации, так же как и много подходов к определению этих стилей. Знание стилей помогает определить то, как себя вести и чего можно ожидать от поведения, связанного с определенным стилем.

За основу измерения межличностной коммуникации можно взять такие две переменные, как открытость в коммуникации и адекватность обратной связи. Первое измерение включает степень открытия или раскрытия себя в коммуникации для других в целях получения ответной реакции от них, особенно их реакции, показывающей то, как они воспринимают нас и наши действия. Второе измерение показывает степень, с которой люди делятся с другими своими мыслями и чувствами о них.

Список использованных источников

1. http://knowledge.allbest.ru/management/3c0a65635b2bd68a4c43b88421206d37_0.html.
2. <http://bibliofond.ru/view.aspx?id=462607>.
3. <http://referat.yabotanik.ru/sociologiya/typy-i-klassifikacionnye-priznaki-kommunikacii/314854/448407/page1.html>.