

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Ризникова Ю.С. Коммуникации в организации // Материалы по итогам I –ой Всероссийской научно-практической конференции «Теория и практика современной науки», 20 – 30 октября 2018 г. – 0,2 п. л. – URL: http://akademnova.ru/publications_on_the_results_of_the_conferences

СЕКЦИЯ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ СОВРЕМЕННОСТИ

Ю. С. Ризникова

Студент 3-го курса факультета управления

**ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет
ИМЕНИ И.Т. ТРУБИЛИНА »**

**Научный руководитель: Зырянова О. Г., старший преподаватель
г. Краснодар, Краснодарский край,
Российская Федерация**

КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ

По общему признанию, коммуникации имеют колоссальную значимость для успешной работы организации и предполагают одну из сложных проблем менеджмента. Согласно существу, это своего рода «кровеносная система» общего организма компании. Эффективно работающими руководителями, считают тех, кто именно эффективен в коммуникациях. Менеджеры обязаны безусловно обладать искусством коммуникации, так как, образно говоря, они осуществляют службу «чужими руками».

Значимость коммуникаций неоспорима как на небольших фирмах, так и в мощных фирмах и корпорациях. От эффективности коммуникационных связей и взаимодействий зависит будущее не только лишь компании, как хозяйствующего субъекта на рынке, но также и людей, трудящихся в данной организации, а на глобальном уровне и благосостояние целой страны в целом.

Коммуникация - это процесс общения и передачи информации между людьми или их группами в виде устных и письменных сообщений, языка телодвижений и параметров речи.¹

Внутренние коммуникации – предстают как доля производственно-хозяйственной работы: взаимосвязь между отделами, отчеты отдела реализации либо ведомости складского учета и т.п. Важная задача внутренней коммуникации в компании - формирование среди работников поддержки целей и политики, проводимой начальством компании. С помощью коммуникации работники приобретают требуемые знания и мотивацию, становятся наилучшими защитниками и популяризаторами проектов фирмы.

Таким образом, коммуникация — это важный организационный инструмент и необходимое условие для эффективного развития и внедрения организационной политики.

Почему важны коммуникации для руководителя?

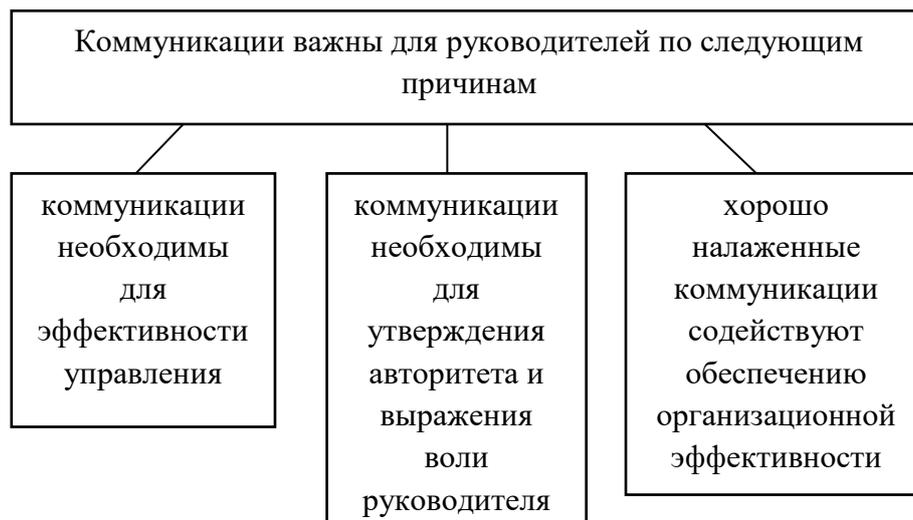


Схема 1 – Причины, по которым коммуникации важны для руководителей

¹ Лукиева Е.Б. Теория и практика связей с общественностью. Часть I. Основы PR: Учебное пособие. – Томск: ТПУ, 2013. – 156 с.

Получается, каждый руководитель обязан изучить все тонкости коммуникации, иначе не получится руководителем организации.



Схема 2 – Цели коммуникации

Коммуникация - как модель общения двух и наиболее субъектов контактирования - считается естественной и обязательной составляющей процесса управления. Так как общение предполагает взаимообмен данными между людьми, целью которого считается обеспечение понимания передаваемого сообщения, в таком случае можно говорить уже о коммуникационном процессе.

«Диффузная теория» Э.Роджерса, является наиболее известной, в изучении проблем коммуникаций.

Диффузия инновации — процесс, с помощью которого преобразование передается по коммуникационным каналам между членами социальной системы во времени. Нововведениями имеют все шансы являться идеи, предметы, технологии, являющиеся новыми для общества. В таком случае есть, диффузия — коммуникационный процесс, на протяжении которого новая

концепция либо новый продукт берется рынком. Э.Роджерс в своей работе «Диффузия инноваций» изучил «уровни принятия» различных инноваций.²

Он обнаружил, что большая часть графиков принятия инноваций членами общества напоминает стандартную колокообразную кривую (нормальное распределение), разделенную на 5 частей:

1. новаторы - 2,5 %;
2. ранние последователи — 13,5 %;
3. ранее большинство — 34 %;
4. позднее большинство — 34 %;
5. отстающие — 16 %.

Исходя из этого, в организации будет трудно вводить что-то новое, потому что сразу не все готовы воспринять нововведения.

Последствия проблем в коммуникациях:

Во-первых – срывается координация работы компании, страдает планирование работы.

Во-вторых – страдает репутация компании, то что косвенно либо непосредственно воздействует на рентабельность, результативность работы, а следовательно – и на стабильность компании.

В-третьих – усложняется адаптация новых работников. Значительно больше времени ими расходуется на представление процессов, совершающихся в компании, на установление ответственных лиц. Устранить проблемы в коммуникации, можно используя следующую схему.

² <https://studfiles.net/>

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации ЭЛ №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

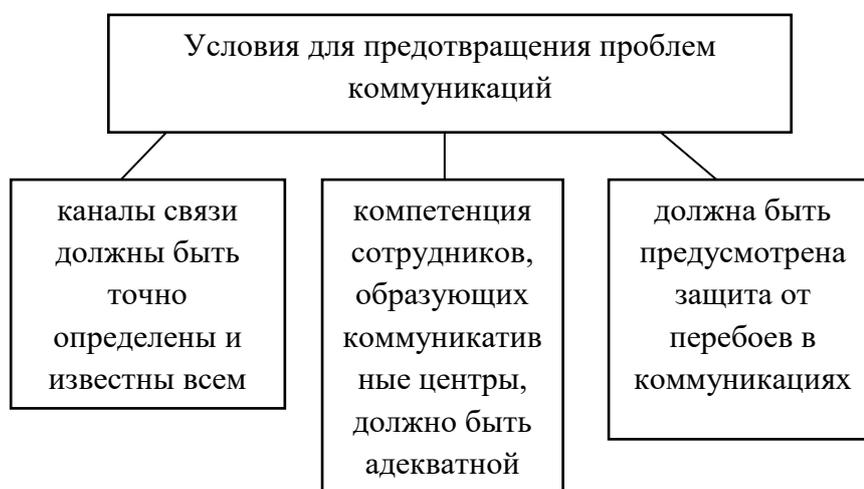


Схема 3 – Условия для предотвращения проблем коммуникаций.

Формированию единого информационного пространства в компании и ускорению движения адаптации новых работников способствует внедрение «Корпоративных правил». В них должна быть отражена вся информация, требуемая работникам: стандарты переписки, переговоров, условия к внешнему виду, структура компании, правила использования документов, процедура выплаты зарплаты. В то же время следует использовать внутренний сайт, где может быть расположена вся существенная информация о компании, новых работниках и пр.

Как можно заметить, одно из обстоятельств существования компании – присутствие взаимосвязей между работниками. В основе подобных связей находится процесс коммуникации. Следовательно, эффективные коммуникации – важное условие эффективного функционирования компании. В данной статье рассмотрены причины проблем в коммуникациях. Знание этих факторов немаловажно для введения системы эффективных коммуникаций и предотвращения вероятных проблем.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: akademnova.ru

e-mail: akademnova@mail.ru

Список использованной литературы:

1. Лукиева Е.Б. Теория и практика связей с общественностью. Часть I. Основы PR: Учебное пособие. – Томск: ТПУ, 2013. – 156 с.
2. Минзов А.С. Антикризисный PR в государственном и муниципальном управлении: Учебное пособие. – М.: МЭИ, 2015. – 427 с.
3. Янборисова Э. Р. Внедрение социальной технологии механизма антикризисного PR в регионе// Регионология, 2016. – №4. – С. 64-73.
4. Зырянова О.Г. Управление имиджем органов власти посредством эффективных коммуникаций пресс – службы. В сборнике: Материалы V международной научно-практической конференции: в 2-х томах. 2016. С. 146-150.

Опубликовано: 29.10.2018 г.

© Академия педагогических идей «Новация», 2018

© Ризникова Ю.С., 2018