

УДК 04.65

Т.В. Рибачук-Ярова,
канд. екон. наук, доц.
А. Савенко,
магістр
Національний університет
харчових технологій

КОМУНІКАЦІЇ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розглянуто проблеми сучасних комунікацій та комунікаційних систем, визначено їх роль у роботі підприємств, запропоновано авторський підхід до класифікації комунікацій.

Ключові слова: комунікації, інформаційні системи, інформаційні технології, управлінські рішення.

The problems of modern communications and of communications systems are considered, certainly their role in-process enterprises, author approach is offered to classification of communications.

Keywords: communications, informative systems, informations technologies administrative decisions.

Ускладнення зв'язків у середовищі підприємства вимагає сучасних підходів у розвитку комунікаційних процесів та становленні сучасних підходів, які забезпечують ефективність комунікацій з огляду на все зростаючу їх роль при збільшенні інформаційних потоків.

За визначенням менеджером можна назвати людину, яка управляє роботою людей та приймає управлінські рішення. Таким чином в основі діяльності менеджера лежать процеси, пов'язані із обміном інформацією та здійсненням комунікацій. Використовуючи і передаючи інформацію, одержуючи зворотні сигнали, менеджер будь-якої управлінської ланки організовує роботу підлеглих, управляє їх діяльністю та мотивує її.

Постановка завдання. Мережа сучасних комунікацій усе повніше охоплює всі сфери діяльності людини. Проблема ефективних комунікацій — одна із найважливіших у сучасному менеджменті. Будь-яка управлінська діяльність вимагає ефективного обміну інформацією.

Здійснення процесу обміну інформацією висуває певні вимоги до кожного із учасників комунікаційного процесу.

Забезпечення ефективного обміну інформацією дозволяє вирішити питання скорочення терміну прийняття управлінських рішень, підвищує ефективність та обґрунтованість управлінських рішень та забезпечує конкурентні переваги підприємству. Визначення шляхів ефективної комунікативної діяльності — є однією із вирішальних задач менеджменту підприємства.

Результати.

Ч. Бернارد у своїх працях визначив три функції керівництва: 1) забезпечення системи комунікацій; 2) розвиток забезпечення необхідних персональних зусиль; 3) формулювання та уточнення цілі.

Комунікації розглядають як обмін інформацією за допомогою слів, літер, символів, жестів, за допомогою яких менеджер отримує інформацію для прийняття ефективних рішень і доведення їх до виконавців [1].

Комунікації, виступаючи зв'язуючим процесом в менеджменті, поєднують всі функції менеджменту, забезпечують досягнення бажаної поведінки окремих осіб чи колективу в організації. Комунікації являють собою обмін інформацією, її змістом, а також різні форми зв'язків між людьми, засновані на будь-яких стосунках, які спрямовані на досягнення цілей організації. Це особлива форма впливу на співробітників підприємства та суб'єктів зовнішнього середовища. І, якщо вони реалізовані на високому професійному рівні, то їх ефективність в системі управління підприємством визначатиме якість управління підприємством та якість управлінських рішень.

© Т.В. Рибачук-Ярова, А.Савенко, 2010

Комунікації мають певні ознаки і виконують певні функції. До ознак комунікацій відносять: регламентованість, нормативність, впорядкованість, урегульованість, стандартизацію, коректність донесення інформації, дотримання етикету тощо.

Комунікації виконують притаманні їм функції. В економічній літературі виділяють наступні функції комунікацій: пізнавальна (розповсюдження комунікантом або одержання реципієнтом нових знань і вмінь); спонукальна (стимулювання інших людей до будь-яких дій, щоб одержати потрібні результати); експресивна (вираження або придбання визначених переживань, емоцій) [4].

Як у закордонній, так і вітчизняній економічній літературі немає повної розгорнутої класифікації комунікацій. Узагальнивши існуючі погляди науковців на класифікацію комунікацій [1—6], нами запропоновано наступний підхід до класифікації комунікацій (табл.).

Таблиця. Класифікація комунікацій на підприємстві

Класифікаційна ознака	Види	Підвиди
1) залежно від статусу:	– формальні:	а) за способом передачі інформації: – усні; – письмові; б) за характером спрямованості: – вертикальні; – горизонтальні; – діагональні;
	– неформальні:	а) непідтверджені повідомлення і чутки; б) менеджмент «нишпорки»; в) без використання слів (невербальні) комунікації;
2) за характером:	– організаційні; – міжособистісні:	а) вербальні (усні, письмові); б) невербальні (рухи тіла, параметри мови, погляд);
3) за формою:	– дигітальні; – аналогові	а) вербальні; б) невербальні
4) за сферою діяльності:	– виробничі; – невиробничі; – науково-дослідні;	
5) за кількістю каналів:	– одноканальні; – багатоканальні;	
6) за стійкістю:	– стійкі; – нестійкі;	
7) за умовами виникнення і характером прояву в діяльності людини:	– ситуативні; – постійні;	
8) за практичною реалізацією:	– уявні; – реальні;	
9) за місцем поширення:	– зовнішні; – внутрішні;	
10) за кількістю:	– однобічні; – двобічні; – багатобічні;	
11) за строком дії:	– короткострокові; – довгострокові;	
12) за періодичністю:	– регулярні; – епізодичні;	
13) за типом зв'язку:	– людина-людина; – людина-машина; – машина-машина;	

Класифікаційна ознака	Види	Підвиди
14) за мережевим спрямуванням:	– променеподібні – колові; – послідовні.	

Узагальнено та доповнено автором за [1—6]

Наведена класифікація дозволяє вирішити проблеми ефективного здійснення комунікаційних процесів та забезпечити високу якість прийняття управлінських рішень та їх реалізації.

Створення ефективних комунікацій як усередині, так і поза організацією досягається за допомогою чітко організованого комунікативного процесу. Комунікаційний процес визначають як обмін інформацією між двома або більше людьми. Основою комунікативних процесів виступає інформація. Основна мета комунікаційного процесу — забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак сам факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування людей. В економічній літературі у комунікаційному процесі, як правило, виділяють чотири базових елементи: відправник — особа, що генерує ідеї або збирає інформацію і передає її; повідомлення — власне інформація, закодована за допомогою символів; канал — засіб передачі інформації; одержувач — особа, якій призначена інформація і яка інтерпретує її.

Комунікативний процес — процес взаємодії між різними суб'єктами комунікації, при якому здійснюється обмін інформацією. Комунікативний процес містить у собі динамічну зміну етапів формування, кодування, передачі, прийому, декодування й використання інформації в обох напрямках при взаємодії комунікантів.

Як і будь-якою управлінською діяльністю комунікаційним процесом необхідно управляти. З позицій управління комунікаційним процесом виконуються загальні функції менеджменту: планування комунікацій, організація комунікацій, контроль за проходженням комунікацій та мотивація ефективних комунікацій та учасників комунікаційного процесу.

Крім того управління комунікаційними процесами в організації включає специфічні дії, які визначаються специфікою об'єкта комунікаційного процесу: визначення перешкод на шляху до ефективної комунікації; розробку й реалізацію засобів усунення таких перешкод та підвищення ефективності комунікаційних процесів.

Перешкоди на шляху комунікацій ускладнюють комунікаційний процес, викривляють інформацію, погіршують якість управлінських рішень, які приймаються. Підтримка комунікацій на належному рівні дозволяє забезпечувати на високому рівні якість управлінських дій, обґрунтованість рішень та в цілому підвищувати ефективність організації як за рахунок швидкої реакції на зміни оточуючого середовища, так і за рахунок скорочення часу на проходження процедури здійснення управлінського впливу.

Якість комунікацій визначається якістю та обсягом інформації. Зібрана інформація має відповідати певним критеріям, а саме: об'єктивністю, цільовою спрямованістю, доступністю, коректністю.

Висновки. Запропонований автором підхід до класифікації комунікацій дозволяє систематизувати види комунікацій та сформулювати теоретичні засади здійснення комунікаційної діяльності на підприємствах, обґрунтувати види комунікацій, які можуть бути використані у певних умовах при здійсненні конкретних управлінських дій.

ЛІТЕРАТУРА

1. Зарецкая Е.Н. Риторика. Теория и практика речевой коммуникации. — М.: Дело, 1999. — 480 с.
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. Рабочая книга менеджера РР. — Санкт-Петербург: Изд-во Буковского, 1995. — 267 с.

3. *Зернецька О.В.* Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини / О.В.Зернецька. — К.: Освіта, 1999. — 351 с.
4. *Конецкая В.П.* Социология коммуникации / В.П. Конецкая. — М., 1997. — 211с.
5. *Бавыкин В.* Новый менеджмент / В.Бавыкин. — М.: Экономика, 1997. — 368с.
6. *Новак В.О.* Інформаційні системи в менеджменті: Підручник / В.О. Новак, Ю.Г.Симоненко, В.П. Бондар, Є.В. Матвеев. — К.: Каравела, 2008. — 616 с.

Рибачук-Ярова Т.В. — L.yaroviyy@gmail.com

Надійшла до редколегії 15.04.2010 р.