

О.Ф. ШАПОВАЛ,

к. е. н, доцент, Національний університет харчових технологій

КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В КОНСАЛТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті наведені результати досліджень особливостей комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб в умовах посилення конкурентних процесів ринкової системи. Обґрунтовані основні принципи формування конструктивного механізму позитивного комунікаційного клімату.

Ключові слова: *комунікаційний процес, модель комунікації, консалтингова діяльність, дорадча служба, ринкова система*

Е.Ф.ШАПОВАЛ,

к.э.н, доцент, Национальный университет пищевых технологий

КОМУНИКАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В КОНСАЛТИНГОВОЙ ДЕЯЛЬНОСТИ

В статье приведены результаты исследования особенностей коммуникационных процессов в консалтинговой деятельности сельскохозяйственных консультационных служб в условиях усиления конкурентных процессов в рыночной системе. Обоснованы основные принципы формирования конструктивного механизма позитивного коммуникационного климата.

Ключевые слова: *коммуникационный процесс, модель коммуникации, консалтинговая деятельность, сельскохозяйственные консультационные службы, рыночная система.*

O.SHAPOVAL,

Ph.D. in Economics, Associate Professor, National University of Food Technologies

COMMUNICATION PROCESSES IN CONSULTING ACTIVITIES

The article dedicated to research of communication processes of extension service consulting in conditions of competition intensification in the market system. Based the main principles of constructive mechanism of positive communicative climate.

Keywords: *communication process, communication model, consulting, extension services, market system.*

Постановка проблеми. Реалізація стратегій розвитку сільськогосподарських підприємств в умовах посилення конкурентної боротьби на ринках стає все більше залежною від оперативного використання інформаційних продуктів та якості консалтингових послуг, які отримують від дорадчих служб сільськогосподарські підприємства та населення.

Саме конкурентний тиск ринкового середовища вимагає переосмислення та вдосконалення здійснення комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб.

Світовий досвід свідчить про те, що організація консалтингової діяльності шляхом впровадження ефективної комунікації та сучасних комунікаційних технологій, дозволить підняти на більш високий рівень функціонування дорадчих служб та посилити власну кон'юнктуру політику.

Це обумовлює необхідність дослідження особливостей здійснення комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.

Сучасні підходи щодо організації комунікації в сфері професійної діяльності, а також підвищення ефективності консалтингової діяльності дорадчих служб висвітлені в наукових працях: Г.Г.Почепцова, В.Ф.Іванова, О.Холода, М.Ф.Кропивка, А.П.Посадського та ін.[4,6,7].

Однак окремі аспекти цієї проблеми, щодо вдосконалення комунікаційного процесу в консалтинговій діяльності дорадчих служб, у вітчизняній літературі розглянуті недостатньо.

В той же час прискорений розвиток ринкової системи висуває нові вимоги щодо стилю і методів здійснення комунікації в консультативній діяльності. Сучасна концепція підвищення ефективності агроконсалтингу розглядає комунікаційні процеси як засіб посилення конкурентоспроможності функціонування дорадчої служби в ринковій системі[1,2,5,].

Саме це зумовлює необхідність проведення подальших досліджень вищезазначеної проблеми.

Метою статті є дослідження особливостей механізму комунікаційних процесів в консалтинговій діяльності дорадчих служб в умовах посилення власної кон'юнктурної політики.

Виклад основного матеріалу. Експерти-дорадники, реалізуючи основну мету діяльності дорадчої служби, через систему консалтингу здійснюють поширення та сприяють впровадженню у виробництво інноваційних досягнень науки, техніки і технологій, а також надають консалтингову підтримку сільськогосподарським товаровиробникам та сільському населенню щодо ефективного господарювання в сфері сільськогосподарського підприємництва. Консультативні послуги надаються: з менеджменту і маркетингу; при обґрунтуванні та впровадженні інвестиційних проектів та розробці бізнес-планів; в сфері вибору напрямів спеціалізації, обґрунтуванні нових підходів та освоєнні прогресивних методів ринкового господарювання [3].

Конкурентне ринкове середовище аграрної сфери виробництва суттєво впливає на роботу дорадчої служби та її підсистем, а саме: інформаційно-довідкової, інноваційної, навчальної та консультативної. На наш погляд, успішне функціонування консультативної підсистеми дорадчої служби можна забезпечити шляхом вдосконалення комунікаційних процесів, що дозволить встановити гармонійні взаємовигідні відносини між суб'єктом і об'єктом в конкретній комунікаційній ситуації та сприятиме наданню якісних консультативних послуг.

За своїм змістом комунікаційні процеси об'єднують систему методів і прийомів, що дозволяють отримувати заплановані результати в ході комунікації.

В професійній діяльності експертів-дорадників комунікаційні процеси реалізуються через структуру маніпуляційних дій-комплексів та впливів, що спрямовані на вирішення поставлених завдань та підтримку комунікаційно-організаційних функцій дорадчої служби. До таких функцій відносяться: інформаційно-посередницькі, забезпечення зв'язків, а також сприяння ефективному господарюванню в ринковій системі.

Комунікаційні процеси в агроконсалтингу базуються на використанні комунікаційних технологій, основними рисами яких є:

- універсальність (обумовлює застосування комунікаційних технологій в різних комунікаційних ситуаціях);
- конструктивність (визначає націленість на вирішення поставленої задачі або проблеми);
- результативність (обумовлює досягнення кінцевого ефекту комунікаційного процесу);
- гнучкість (визначає рівень адаптації комунікаційних технологій до обставин, що змінюються).

Успішна консалтингова діяльність також ґрунтується на організації комунікаційних процесів за визначеними моделями комунікації.

Теоретико-практичні концепції моделей комунікації активно розвивалися в ХХ-му столітті та вдосконалюються і в поточному періоді з урахуванням особливостей сучасного етапу розвитку ринкової системи [8].

Центральне місце в системі визнаних парадигм комунікації належить моделі комунікації, яка запропонована американським соціологом-дослідником Г. Лассуеллом.

В аспекті класичних схем комунікації структуру комунікаційного процесу в консалтинговій діяльності дорадчої служби можна представити у вигляді “ланцюга” (рис.1) .

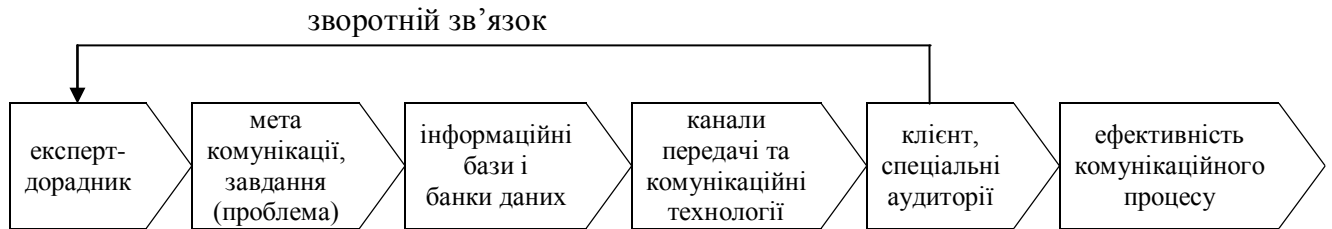


Рис. 1. Складові комунікаційного процесу

Відповідно до рис. 1, комунікаційний процес в консалтинговій діяльності дорадчої служби розглядається як комплексний процес зі своїми особливостями і базується на детальному обґрунтуванні таких складових:

- виборі комунікатора – експерта-дорадника;
- визначенні мети комунікації та етапів вирішення поставленого завдання (проблеми);
- організації доступу експерта-дорадника до інформаційних баз даних науково-технічної, економічної, інноваційної та інших видів інформації;
- визначенні клієнтів або спеціалізованих аудиторій фахівців, з якими буде здійснюватися комунікація;
- виборі оптимальних каналів зв'язку, форм та умов застосування комунікаційних технологій;
- забезпеченні надійного, швидкого як прямого так і зворотного зв'язку між комунікатором і об'єктом комунікації (клієнтом або спеціальними аудиторіями);
- оцінці якості та ефективності комунікаційного процесу.

Експерт-дорадник є однією з головних дійових осіб в комунікаційному процесі та визначає особливі риси здійснення консалтингу в ході комунікації. Відмінні риси комунікації експерта-дорадника обумовлені не тільки рівнем його професійної підготовки, а і знаннями експертом-дорадником загальних законів спілкування та їх дотримання; володінням інформацією щодо норм етикету мовного спілкування та виконанням експертом-дорадником основних правил безконфліктного спілкування. Якщо в процесі комунікації з клієнтом експерт-дорадник дотримується комунікативної рівноваги, створення конфліктної ситуації буде неможливим.

Якість комунікації обумовлена також досягненням адекватного смислового сприйняття і адекватної інтерпретації інформаційного повідомлення, що передається від експерта-дорадника до клієнта, а також відповідними реакціями учасників комунікації на надіслані повідомлення шляхом підтримки зворотного зв'язку.

В ході комунікаційного процесу експерт-дорадник, надаючи агроконсалтингові послуги, зазвичай створює інтелектуальний продукт, що є результатом творчих розумових зусиль і має змістовне значення для вирішення поставленого завдання та задоволення потреб клієнта.

Експерти-дорадники, які удосконалюють свої знання і шукають нові рішення поставлених завдань в комунікативній системі, розглядаються як носії ідей та розробники інтелектуальних продуктів. Експерт-дорадник, який володіє знаннями з предметної галузі сільського господарства, навичками та творчими здібностями може себе реалізувати в інтелектуальний продукт. Цього можна досягти лише у процесі розробки та пошуку нового рішення поставленого завдання за певних умов, до яких належать: наявність мотивації, рівня концентрації розумових зусиль, споживчої зацікавленості, тощо. Пріоритет у прийнятті рішень в ході надання агроконсалтингових послуг належить експерту-дораднику, який зазвичай використовує потенціал стратегічного мислення та передбачення нових подій. Однак, певним недоліком людського інтелекту є те, що він не пристосований до значної кількості варіантних моделювань і оперативних розрахунків складних процесів.

В той же час, великі сільськогосподарські підприємства відносяться до складних соціотехнологічних систем, які знаходяться під впливом змін ринкового середовища. Тому можна стверджувати, що на якість агроконсалтингу істотно впливає обмеженість можливостей експерта-дорадника в роботі з великими обсягами комплексної та змінної в часі інформації. Допомогу експерту-дораднику в таких ситуаціях для здійснення ефективного консалтингу надають експертні системи, що працюють на базах знань (штучного інтелекту).

Отже, в ході агроконсалтингу, здійснюється акумуляція інтелектуальних продуктів, що обумовлює перетворення діяльності експертів-дорадників в особливий бізнес-комунікаційний процес, метою якого є використання нових ідей і знань, а також підвищення якості надання послуг в порівнянні з партнерами.

До основних умов якісної комунікації та досягнення її мети можна віднести також формування потреби в комунікативній зацікавленості та створення позитивного комунікативного клімату в процесі консалтингу.

Створенню такого клімату та формуванню атмосфери довіри та відкритості між учасниками комунікаційного процесу сприяє дотримання учасниками комунікаційного процесу ряду психологічних принципів, а саме принципу рівної безпечності, принципу децентричної направленості та принципу адекватності.

Так, принцип рівної безпечності передбачає виключення нанесення психологічної або іншої шкоди клієнту в ході інформаційного обміну шляхом використання образливих випадів щодо клієнта та обумовлює поважне відношення до особистості клієнта. Дотримання принципу децентричної спрямованості дозволяє експерту-дораднику провести вирішення визначеної задачі (проблеми) з урахуванням не власних інтересів, а інтересів та завдань клієнта.

Реалізація експертом-дорадником принципу адекватності в ході комунікаційного процесу передбачає створення умов щодо адекватного сприйняття інформації клієнтом та виключення появи можливих розбіжностей та взаємних непорозумінь.

Висновки.

Функціонування дорадчих служб ґрунтується на діяльності, що пов'язана із наданням агроконсалтингових послуг та сприянням доведення нововведень до сільськогосподарських товаровиробників та населення аграрних регіонів. Для того, щоб ця робота була ефективною та конкурентоздатною необхідно вдосконалювати комунікаційну діяльність та специфіку здійснення консалтингу

експертами-дорадниками, вмiло використовуючи iнструменти професiйного та органiзацiйно-психологiчного характеру. Зосередження експертiв-дорадникiв на комунiкативнiй iнтенцiї дозволить не тiльки сформувати конструктивний механiзм позитивного комунiкацiйного клiмату, а i створити платформу для подальшого спiвробiтництва всiх учасникiв комунiкацiйного процесу.

Список використаних джерел.

1. Бутко М.П. Консалтингове забезпечення процесiв iнновацiйно-iнвестицiйного розвитку: монографiя /М.П. Бутко, С.В.Повна; Чернiг. держ. технол. ун-т . – Нiжин: Аспект- Полiграф, 2010. – 249с.
2. Галич О.А. Сiльськогосподарське дорадництво: навч. посiбн. /О.А. Галич, О.О.Сосновська .– К.: ЦУЛ, 2007. –368 с..
3. Гонтарева I.В. Управлiння консалтинговою дiяльнiстю /I.В.Гонтарева. – Х.: ХНЕУ, 2010. – 134 с.
4. Кропивко М.Ф. Iнформацiйне забезпечення агропромислового виробництва України в ринкових умовах: монографiя /М.Ф.Кропивко. – К.: IАУ УААН, 1996. – 160 с.
5. Нестеренко С.А. Конкурентоспроможнiсть сiльськогосподарських пiдприємств: управлiнський аспект : монографiя/С.А.Нестеренко.- К.: Аграр Медiа Груп, 2013. – 483 с.
6. Почепцов Г.Г. Коммуникационные технологии /Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2001. – 348 с.
7. Почепцов Г.Г. Контроль над разумом /Г.Г. Почепцов. – К.:Киево-Могилян. Академ., 2012. – 350 с.
8. Холод О.М. Соцiальнi комунiкацiї: навч. посiбн. /О.М.Холод. – Львiв: ПАiС, 2011. – 288 с.