

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ

Машиностроение занимает важное место в экономике не только региона, но и Украины в целом, обеспечив за прошлый год шестую часть общего объема реализованной машиностроительной продукции страны и десятую часть реализации всей промышленной продукции Донецкого региона [11, с. 80]. Уровень эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия машиностроения зависит от его системы управления, совершенство которой определяется рядом факторов, одним из которых есть степень развития системы коммуникаций.

Проблема управления коммуникационными процессами в организациях получила отражение в научных трудах как отечественных так и зарубежных ученых: Д. Апурба, А.С. Винарик, В.Б. Кашкин, Д.Э. Клаус, Е.Ф. Коханов, М.И. Крулькевич, Г.В. Осовская, Д.Д. Питерс, [12, 2-5, 7,9].

Современные исследования позволяют выделить следующие основные научные подходы к управлению коммуникациями:

1. *Персонализирующий, или интуитивистский подход*, при котором основное внимание уделяется главным носителям знания – людям, аккумулировать их и делиться ими. Сторонникам этого подхода является Б. Гейтс. В книге «Бизнес со скоростью мысли» он писал, что конечная цель деятельности любой компании «состоит в повышении интеллектуального потенциала организации, или корпоративного коэффициента интеллекта (IQ), которое начинается с обмена накопленными и текущими знаниями. Свой вклад в повышение вносит как индивидуальное повышение сотрудников, так и их «перекрестное опыление» идеями друг друга» [1, с. 248-249].

2. *Информационный, или технологический подход*. Сторонники данного подхода [2, 3, 7, 9, 12] рассматривают управление коммуникациями

как установленный в компании формальный порядок работы с информационными ресурсами для облегчения доступа к знаниям и повторного их использования с помощью современных информационных технологий и аппаратных средств. Знания в этом случае представляют собой лишь точную информацию по данной проблеме. Системой управления знаниями становится технология, способная точно ответить на запрос.

Таким, образом, невзирая на то, что ряд ученых исследует процессы информационного обеспечения процесса принятия решений в коммуникационной системе, большинство из них концентрирует внимание на отдельных аспектах коммуникаций, при необходимости учета особенностей коммуникаций и их комплексного влияния на конечный результат деятельности предприятия. В существующих исследованиях недостаточно освещена проблема комплексного влияния коммуникаций на результаты деятельности предприятия, авторы преимущественно рассматривают отдельные коммуникации или их группы, а системный подход к развитию коммуникаций недостаточно глубоко разработан.

Целью исследования является построение концептуальной модели коммуникационной системы предприятия машиностроения.

Ориентируясь на интуитивистский подход в управлении знаниями, целесообразно рассматривать коммуникацию как субъектно-субъектную систему. В ее рамках информация адресуется такой подсистеме, которая индивидуальна, своеобразна и в соответствии со своей уникальной природой должна перерабатывать получаемую информацию, становясь партнером ее отправителя. В этом варианте взаимодействия нет отправителя и получателя сообщения — есть равноправные участники, соучастники общего процесса [4, с. 59-62].

Если опираться на информационный подход, следует определить, что понятия информации и коммуникации взаимосвязаны, но коммуникация включает и то, что передается (информацию), и то, как передается [10, с. 128].

В трудах последних исследований, понятие «информационная система» трактуют как «коммуникационная» или наблюдается недостаточно четкое разделение различий между ними. Так, в коллективной монографии отечественных ученых [6, с. 46] к основным составляющим информационной системы относятся отбор информации, кодирование информации, передача информации. Кроме того, здесь описывается основная особенность и отличительная характеристика именно коммуникационной системы, а именно то, что «получатель информации должен отреагировать на получение информации.. В идеале обратная связь должна быть осведомленной, поэтому планироваться наперед, приобретать форму, соответствующую данной ситуации, возможности восприятия партнером, устанавливаться без промедлений в ответ на конкретный сигнал» [6, с. 48]. Также в работе О. Пилипенко [8] также прослеживаются характеристики именно коммуникационной системы. Так, А. Пилипенко характеризует информационную систему как «совокупность внутренних и внешних потоков прямой и обратной информационной связи экономического объекта, методов, способов, специалистов, которые берут участие в процессе обработки информации и разработке управленческих решений» [8, с. 22].

Кроме информационно-технической и социально-психологической составляющих коммуникационной системы особое место занимает управленческая составляющая, которая характеризует функции и методы менеджмента. Именно эффективная реализация функций менеджмента с использованием комплексных методов управления способствует бесперебойному и эффективному функционированию коммуникационной системы предприятия машиностроения.

Таким образом, под **коммуникационной системой** предприятия машиностроения», как совокупность взаимосвязанных элементов информационно-технической, социально-психологической и управленческой составляющих, которые обеспечивают обмен информацией внутри предприятия машиностроения.

Исходя из предложенного понятия, можно построить концептуальную модель коммуникационной системы предприятия машиностроения (рис. 1).

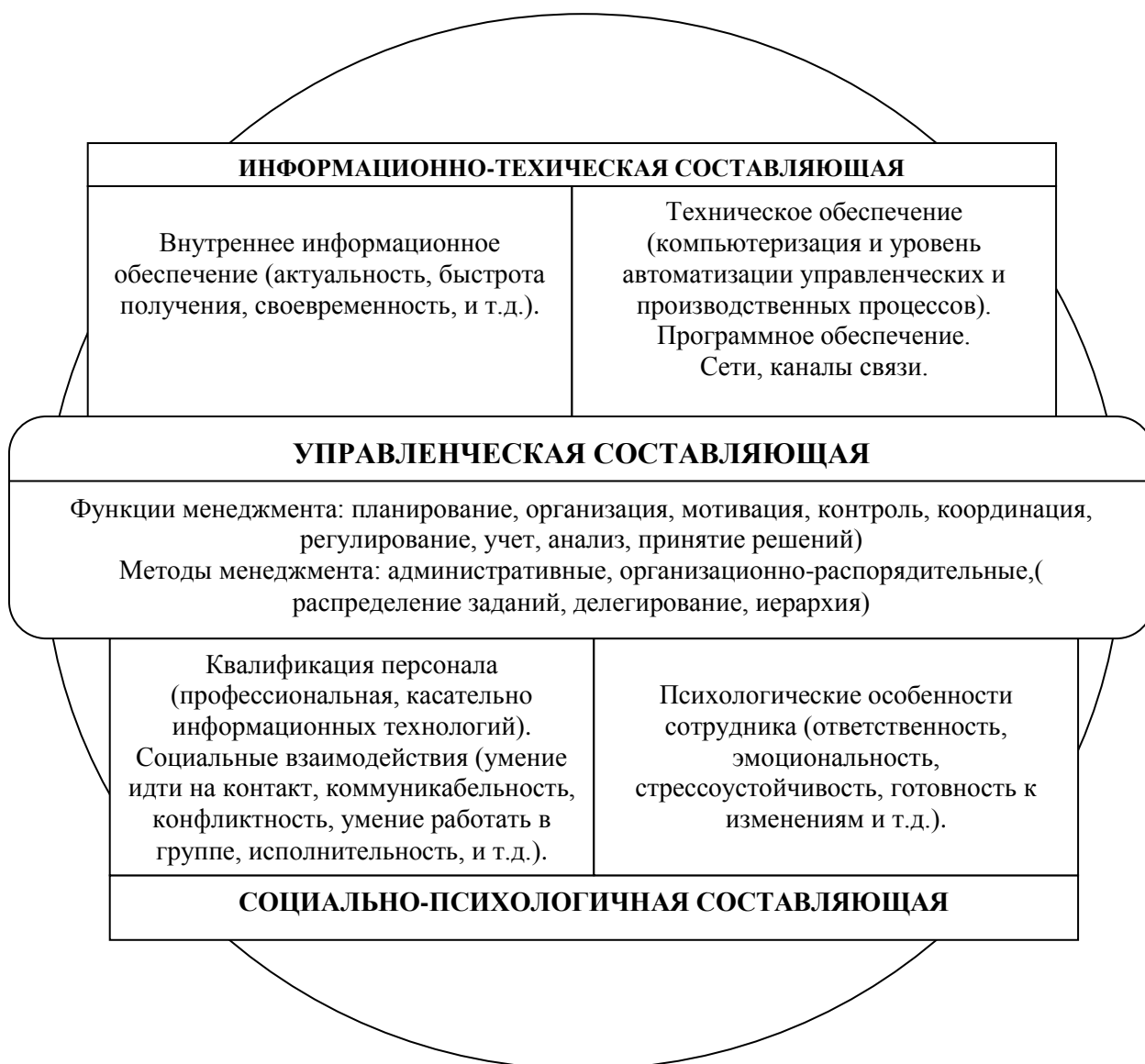


Рисунок 1 – Коммуникационная система предприятия машиностроения

Таким, образом, применение концептуального системного подхода к процессу управления предприятием как совокупности взаимосвязанных элементов в коммуникационно-информационной системе позволит руководителям предприятия научно обосновывать управленческие процессы.

Литература:

1. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли. / Б. Гейтс. – М.: Эксмо-пресс, 2001. – 299с.

2. Кашкин В.Б. Введение в теорию коммуникации: [Учеб. пособие.] / В.Б. Кашкин. – Воронеж: Изд-во ВГТУ, 2000. – 175 с.
3. Клаус Д. Экк. Знание как новая парадигма управления. // Проблемы теории и практики управления. – №2. – 1998. – С.68-73
4. Коханов Е.Ф. Паблик рилейшнз как феномен доверия // Менеджмент России и за рубежом. – М.: Издательству «Финпресс», 1999. – № 1. – С. 59-62.
5. Крулькевич М.И., Винарик А.С. Менеджерские системы коммуникаций в организациях. / М.И. Крулькевич, А.С. Винарик. – Донецк: Изд-во ИЭПИ НАН Украины, 1999. – 180с.
6. Левицький С.І., Лепа Р.М., Коваленко Ю.О., Фінагіна О.В., Харіна К.В. Інформаційні системи на підприємствах: розвиток теорії та практики: [Монографія]. / С.І. Левицький, Р.М. Лепа, Ю.О. Коваленко, О.В. Фінагіна, К.В. Харіна. / НАН України. Ін-т економіки пром-ті: За ред. Лепи М.М. – Донецьк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2007. – 250с.
7. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті. / Г.В.Осовська. – К.: «Кондор», 2003. – 218 с.
8. Пилипенко О. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень на сучасному підприємстві. // Схід. – Донецьк: Східний видавничий дім, – №2(68). – березень-квітень, 2005. – С. 21-24
9. Пітерс Д.Д. Слова на вітрі: Історія ідеї комунікації / [Пер. з англ. А.Іщенко.] – К.: ВД «КМ Академія», 2004. – 302 с.
10. Семенов А.К., Набоков В.И. Основы менеджмента. / А.К. Семенов, В.И. Набоков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2004. – 300 с.
11. Тигипко С.Л. Украина: Проект развития / Тигипко С.Л. – К.: «Саммит-книга», 2009. – 184 с.
12. Apurba Das. Line Communication System. / Das Apurba.– Kolkata, West Bengal: New Age International, 2006 – 178p.