

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИИ

Чёрная Яна,
группа 351

КОММУНИКАЦИЯ В ОРГАНИЗАЦИИ

* *Коммуникации в организации* - это сложная, многоуровневая система, охватывающая как внешнее окружение (внешние коммуникации), так и саму организацию и ее элементы (внутренние коммуникации).

Внутриорганизационные коммуникации должны обладать рядом характеристик:

- * быть ясными и точными;
- * прозрачными, а сообщаемые сведения - основанными на достоверных фактах;
- * должны взывать к лучшим интересам людей и помогать бороться с атмосферой недоверия в коллективе.
- * Коммуникация считается успешной, если получатель информации понимает ее содержание адекватно тому смыслу, который в нее вложил отправитель.



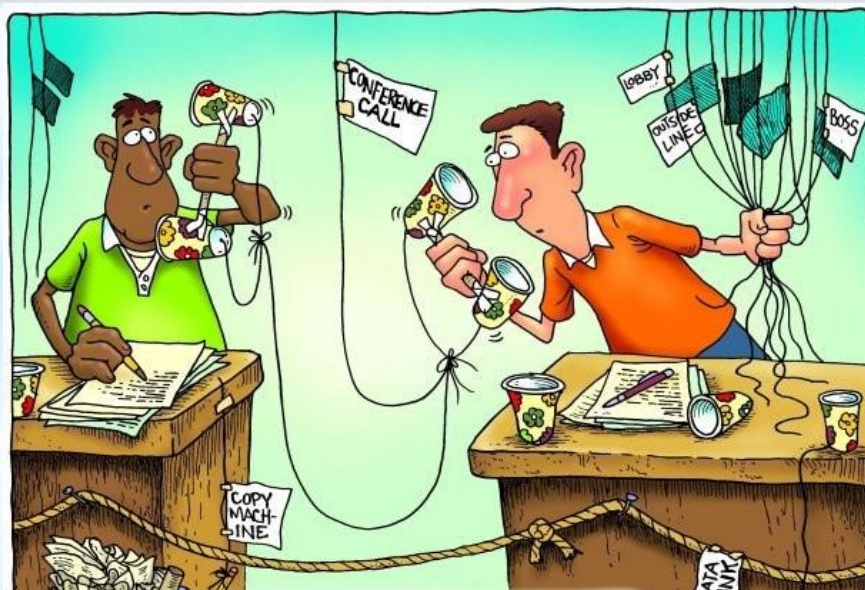
* *Факторы, снижающие эффективность коммуникации, называются коммуникационными барьерами. Помимо объективных причин затрудняют коммуникации и субъективные факторы. Например, предвзятые представления людей, отвергающих новые идеи в силу их новизны, кажущейся с первого взгляда сомнительной, или в силу стереотипов. В результате искажается восприятие сообщения и как следствие снижается его результативность, замедляется процесс обратной связи.*





*Эффективность коммуникаций может быть различной. По данным зарубежных исследований результативность горизонтальных связей достигает 90%, вертикальных - 20-25% (такое количество исходящей от руководителей информации доходит до работников и правильно понимается ими). Другими словами, исполнители способны реализовать свои функции, располагая лишь пятой частью предназначенной им информации.

*Недостаточную эффективность вертикальных (как восходящих, так и нисходящих) коммуникаций подтверждают данные о том, что ближайший начальник рабочих (бригадир), покидая кабинет первого руководителя предприятия, выносит только 30% информации, а начальник цеха - около 40%. Коммуникации снизу вверх еще более неэффективны, так как до начальства доходит не более 10% информации. Это убедительно свидетельствует о том, что не используются все возможности в организации коммуникаций.



ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОММУНИКАЦИЙ

Важно помнить, что успех коммуникационных процессов органически связан с соблюдением этических норм как со стороны получателя, так и со стороны отправителя информации.



Эффективность коммуникационных процессов зависит от многих факторов:

Необходимо определить потребность в информации. При этом следует обеспечить понимание работниками, как будет использоваться информация, и правильное направление информационных запросов.

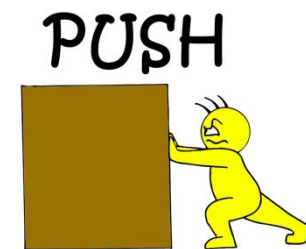


*Эффективность коммуникаций зависит и от того, как построено сообщение. При создании его необходимо соблюдать такую последовательность: от внимания к интересу, от интереса к основным положениям, от уточнения деталей к возражениям и вопросам, далее - к заключению и призыву к действию.



Существует два основных подхода к поиску информации:

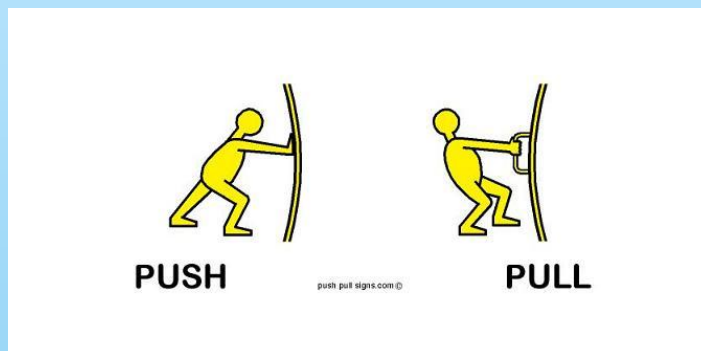
- * активный, когда определенный набор данных ищется либо непосредственно, либо опосредованно, например, с помощью сотрудника библиотеки. Этот подход на языке носителей информационных технологий называется «pull» — «вытягивание»;
- * пассивный, когда сотрудник оповещает свое подразделение или организацию в целом, какая ему требуется информация («push» — «выталкивание»).



* Персонал должен быть осведомлен о наличии информации, т.е. должны быть указатели, каталоги, телефонные справочники, навигаторы и т.д., а также возможность обращения к профессионалам для получения сведений о накопленных в организации знаниях. Содействие в поиске информации обеспечивается введением в организации новых должностей специально для помощи тем, кто занят поиском информации, а также привлечением экспертов для фильтрации информации.



* Обеспечение доступа к информации. Для получения информации методами «pull» и «push» необходимо обеспечить пользователю наиболее удобные средства и поддерживать баланс между этими методами.



* Система коммуникаций в организации должна характеризоваться завершенностью и полнотой, что означает, что обеспечен доступ как к централизованно управляемой, так и индивидуально создаваемой информации. Создаются структуры и методы повторного использования данных.

Для успешного осуществления коммуникации менеджеры должны руководствоваться следующими правилами:

- * Проанализировать истинную цель каждой коммуникации. Следует определить самую важную цель, а затем адаптировать язык, интонацию и подход в целом с тем, чтобы все они способствовали достижению поставленной цели. Не следует добиваться слишком многого одной коммуникацией.

* Проанализировать все физическое и человеческое окружение при любой коммуникации.

Большое значение имеют: выбор времени коммуникации, личная или иная форма коммуникации, социальный климат в организации, в подразделении и т.д.

Коммуникация должна постоянно приспосабливаться к изменяющимся условиям среды.



* При планировании коммуникации необходимо консультироваться с другими сотрудниками; часто важно добиваться участия других сотрудников. Это может придать дополнительную убедительность и объективность сообщению. Часто те, кто оказал помощь в планировании коммуникации окажут ей активную поддержку.



* Следует обратить самое пристальное внимание на интонацию и основное содержание сообщения. Это сказывается на позиции людей, которым направлено сообщение.

* Следует воспользоваться возможностями, когда они представляются, включить в сообщение нечто полезное и ценное для его получателя. Подчиненные с большей готовностью откликаются на такие сообщения.



* Необходимо устанавливать коммуникацию не только на сегодняшний день, но и на будущее. Хотя коммуникация направлена на решение в первую очередь непосредственных задач, она должна быть организована с учетом прошлого опыта и соответствовать долговременным интересам и целям организации.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ