

Полянских Арина Вячеславовна, Студент 2 курса
ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет путей сообщения»,
г. Самара

Лисюкова Елена Владимировна,
Старший преподаватель факультета «Экономика и логистика на транспорте»
ФГБОУ ВО «Самарский государственный университет путей сообщения»,
г. Самара

СУЩНОСТЬ И ТИПОЛОГИЯ КОММУНИКАЦИИ В ОРГАНИЗАЦИИ THE ESSENCE AND TYPOLOGY OF COMMUNICATIONS IN THE ORGANIZATION

Аннотация: В данной статье рассматриваются сущность и типология коммуникаций. Коммуникации являются важнейшей составляющей в деятельности руководителя, потому что коммуникации – это обмен информацией между людьми. Без обмена информацией они не могут вместе работать, формулировать задачи и решать их.

Abstract: This article discusses the essence and typology of communications. Communication is the most important component in the activities of a manager, because communication is the exchange of information between people. Without the exchange of information, they cannot work together, formulate tasks and solve them.

Ключевые слова: коммуникация; типология коммуникаций; функции коммуникаций; цели коммуникаций; цели и задачи коммуникаций.

Keywords: communication; communication typology; communication functions; communication goals; communication goals and objectives.

Коммуникация – является естественной и неотъемлемой частью процесса управления. Поскольку общение подразумевает обмен информацией между людьми, целью которого является понимание передаваемого сообщения, то можно говорить о коммуникационном процессе. Область изучения коммуникаций выходит в первую очередь на представление о типологии организаций, поскольку организация, несомненно, сказывается на сущности и особенностях коммуникационного процесса.

Хорошо налаженные коммуникации способствуют организационной эффективности. Говорят, если организация эффективна в области коммуникации, она эффективна и во всех других видах деятельности. Коммуникации должны быть таковы, чтобы руководство компании, фирмы имела объективную информацию в нужное время и в удобной форме для принятия решений. Так что, в конечном счете, наиболее важным является коммуникационный процесс.

Внутренние коммуникации играют особую роль в групповой динамике. Без коммуникаций нет общения, обмена информацией, а без этого нет и не может быть группы. Таким образом, коммуникации являются решающим условием для формирования группы и ее деятельности.

Первоначально процесс коммуникации был непосредственно вовлечен в совместную деятельность, и лишь позже произошло его «выделение» – так называемая психологическая спецификация, и в этой связи создание специфических средств – семиотическая спецификация. Набор информации, которой люди делятся друг с другом, можно рассматривать как информацию, и тогда сам процесс коммуникации может быть понят как процесс обмена информацией. Отсюда можно сделать следующий шаг и интерпретировать весь процесс человеческой коммуникации в терминах теории информации, что и делается в



ряде систем социально-психологического знания. В любом рассмотрении человеческой коммуникации с точки зрения теории информации фиксируется лишь формальная сторона дела: как информация передается, в то время как в условиях человеческого общения информация не только передается, но и формируется, уточняется, развивается.

Коммуникация является важным связующим звеном между руководителем и его подчиненными, между руководителями одного уровня, между организацией и внешней средой.

Взаимодействуя друг с другом, включая в процесс общения, люди обычно преследуют конкретные цели.



Рисунок 1. Основные цели коммуникации.

Коммуникации в организации или в группе выполняют ряд важных функций:



Рисунок 2. Основные функции коммуникации.

Внутренняя среда организации – это часть общей среды, которая находится в пределах организации.



Внутренняя среда организации формируется в соответствии, во-первых, с целями и задачами организации, а во-вторых, с ресурсами организации. Внутренняя среда состоит из структур, которые в совокупности определяют потенциал и возможности организации.

Эти структуры реализуют следующие цели и задачи:

- штатное расписание – взаимодействие руководителей и рабочих, наем, обучение и продвижение кадров, оценка деятельности и стимулирование, создание и поддержание отношений между работниками.
- организационная структура – коммуникационные процессы, организационные структуры, нормы, правила, процедуры распределения прав и ответственности, иерархия подчинения;
- производственная структура – изготовление продукта, снабжение и ведение складского хозяйства, техническое обслуживание промышленного парка, осуществление исследований и разработок;
- маркетинговая структура внутренней среды, стратегии ценообразования, стратегии продвижения продукта на рынке, выбор рынков сбыта и систем распределения;
- финансовая структура включает в себя процессы, связанные с обеспечением эффективного взаимодействия.

Внутренняя среда, можно сказать, пронизана организационной культурой, которая может либо способствовать тому, чтобы организация была очень сильная, постоянно выживала в конкурентной борьбе структурой, либо ослаблять организацию, не давая ей успешно развиваться даже при высоком уровне технического и финансового потенциала. Информацию об организационной культуре можно получить из различных публикаций, что сама эта организация. Как правило, в своих публикациях, организация уделяет большое внимание фирменной философии, продвижения своих ценностей.

Для организаций с сильной организационной культурой характерно подчеркивание важности "человеческого фактора", и для организаций со слабой организационной культурой характерно стремление в публикациях говорить о формальных организационных и количественных аспектах своей деятельности. Чтобы выжить в долгосрочной перспективе, чтобы быть успешной, организация должна уметь прогнозировать то, какие трудности могут возникнуть на ее пути в будущем, и какие новые возможности могут открыться для нее. Основное внимание должно быть обращено на выяснение того, какие угрозы и какие возможности таит в себе внешняя среда.

Список литературы:

1. Василица М.А. Основы теории коммуникации, 2015
2. Зверинцев А.Б. Коммуникационный менеджмент. СПб, 2010.
3. Панфилова А.П. Деловая коммуникация в профессиональной деятельности: Учеб пособие. СПб, 2011.
4. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: Учеб. пособие. – СПб.: Михайлов, 2002. – 460 с.
5. Лисюкова Е. В. Оценка уровня достижения индивидуальных и корпоративных интересов в условиях неопределенности, – Самара, 2017. – 133-134 с.

