

УДК 37.048.4

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАТИВНИХ ПРОЦЕСІВ У МЕНЕДЖМЕНТІ

Бабинець Мирослава Миколаївна,
м.Ужгород

В статті розглядаються питання менеджменту. Особлива увага звертається на теоретичні аспекти комунікативних процесів у менеджменті.

Ключові слова : менеджмент, комунікація, інформація.

Різні аспекти проблеми менеджменту активно досліджуються вітчизняними вченими (Б.Андрушків, І.Сайтарли, С.Скибінський, Ф.Хміль, В.Яцура та ін.). Це, зокрема, стосується економічних, соціально-психологічних, правових, організаційно-технічних аспектів менеджменту.

Зауважимо, що сам термін «менеджмент» тлумачиться вченими по-різному. У найбільш загальному розумінні менеджмент – це специфічний вид діяльності, спрямований на досягнення певних передбачених цілей виробничо-господарською організацією (підприємством), яка функціонує в ринкових умовах, шляхом раціонального використання її матеріальних, трудових і фінансових ресурсів. Проте не слід забувати, що в багатьох зарубіжних країнах поняття менеджмент розуміють як спосіб та манеру спілкуватися з людьми в процесі виробництва, вміння ефективно організувати роботу [1]. Отже, комунікативні процеси в менеджменті, правильно організоване професійне

спілкування мають надзвичайно важливе значення. Тому в даній статті коротко охарактеризуємо деякі аспекти процесу спілкування в менеджменті.

Термін "професійне спілкування" зустрічається в працях багатьох учених (К.Абульханова-Славська, О.Бодальов, І.Зязюн, В.Кан-Калик, А.Капська, Т.Ліпатова, О.Мудрик та ін.), проте його тлумачення є неоднозначним.

Т.Ліпатова розглядає професійне спілкування як вербальну і невербальну взаємодію людей в рамках конкретної діяльності, спрямованої на вирішення тих чи інших завдань. У такому розумінні професійне спілкування має свої специфічні цілі, а також соціально-психологічні, психолінгвістичні особливості, відрізняючись від інших видів спілкування низкою параметрів: відносинами між комунікантами, спільністю їх інтересів, обізнаністю стосовно предмета розмови, вимогами до соціальних характеристик комунікантів, приналежністю до певного функціонального стилю, використання специфічної лексики. На думку Т.Ліпатової, професійне спілкування – це особливий вид спілкування, процес установлення і розвитку контактів між людьми, зумовлений потребами спільної діяльності, який включає обмін інформацією, розробку єдиної стратегії взаємодії, сприймання

і розуміння іншої людини. У професійному спілкуванні реалізуються три його сторони – комунікативна, інтерактивна і перцептивна, які властиві спілкуванню загалом і специфічно проявляються у професійному спілкуванні [2, с.4].

Важливою особливістю професійного спілкування є його ситуативний характер: чітко визначені часові, просторові та інші умови спілкування.

В залежності від кількості учасників в рамках безпосереднього спілкування можна виокремити: спілкування двох спеціалістів, спілкування групи спеціалістів даної галузі і спілкування спеціаліста з людьми, які не є спеціалістами в даній галузі, але потребують фахової допомоги.

Професійне спілкування може відбуватись по горизонталі (якщо комуніканти мають однаковий статус), і по вертикалі (якщо комуніканти перебувають у відносинах субординації).

Таким чином, враховуючи всі вищезгадані характеристики, ми розуміємо професійне спілкування як процес взаємодії індивідів, об'єднаних спільними професійними інтересами, професійною діяльністю, в процесі якої відбувається обмін професійно значимою інформацією, досвідом, ідеями і має місце реалізація поставленої професійної мети.

Професійне спілкування виступає як умова персоналізації і презентації особистості, є однією з важливих психологічних характеристик і важливим компонентом професійної діяльності.

Впродовж останніх років у науковій літературі часто почав вживатися термін «ділове спілкування». Більшість науковців вказують на тісний зв'язок ділового спілкування з професійною діяльністю, професійним спілкуванням, з чим, звичайно, варто погодитися. Одні з них вважають ці два терміни тотожними, інші вбачають певну різницю між ними.

Ми підтримуємо думку відомого російського вченого Р.Немова стосовно того, що ділове спілкування, зазвичай, включене як окремий аспект в певну професійну діяльність і слугує засобом підвищення якості цієї діяльності. Його змістом є те, чим зайняті люди, а не ті проблеми, які торкаються їх внутрішнього світу [3, с.134].

Подібну думку висловлює С.Жукова, яка вважає, що ділове спілкування – це спілкування, включене в процес конкретної професійної діяльності, взаємодія людей в процесі виробничої діяльності, зв'язана з їх офіційними ролями [4, с.3].

Таким чином, очевидно, ділове спілкування можна розглядати як спілкування, цілі якого визначаються цілями тієї професійної діяльності, в яку воно входить як складова частина, тому вважаємо допустимим використання різних термінів: професійне, ділове і навіть професійно-ділове спілкування.

Враховуючи все вищесказане, можна визначити ділове (професійне) спілкування як взаємодію ділових партнерів для вирішення конкретних проблем і організації ділового співробітництва, яке має на меті встановлення, підтримку і розвиток контактів з партнерами по спільній діяльності для досягнення певних результатів, є невід'ємною складовою будь-якої професійної, організаційної і управлінської діяльності.

Успіх професійної діяльності будь-якого фахівця в значній мірі залежить від рівня розвитку умінь професійно-ділового спілкування, що, в першу чергу, безперечно, стосується фахівців менеджменту. Обмін інформацією всередині організації, а також між організацією та зовнішнім середовищем забезпечують комунікативні процеси. Під час них відбувається живий обмін інформацією, яка осмислюється учасниками, інтелектуально збагачує їх. У процесі комунікації реалізується вміння менеджерів правильно інформувати працівників організації та суб'єктів навколишнього середовища і отримувати від них корисну інформацію.

Ф.Хміль слушно зауважує, що менеджмент без комунікації неможливий [5, с.348]. Незадовільно налагоджені комунікації породжують помилкові рішення, нерозуміння підлеглими вимог керівництва, погіршення відносин між людьми. Ефективність комунікацій зумовлює якість рішень і ефективність їх реалізації.

Зазвичай комунікація між людьми розгортається в площині змісту і площині зв'язків (стосунків).

Площина змісту – це послання, яке містить відомості про стан речей чи про події. Зміст може бути важливим чи незначним, правильним чи неправильним, актуальним чи не актуальним, мати різне значення для одержувача і відправника. До площини змісту відноситься не тільки безпосередня інформація у явній формі, але й мета комунікація, тобто прихований зміст, який читається «між рядками» прямої інформації, і часто є істинним і дуже корисним.

Площина зв'язків (взаємовідносин, стосунків) – це психологічна складова процедури комунікації, яка характеризується сприйняттям або відхиленням (часто в залежності від симпатії чи антипатії стосовно партнера по комунікації). Стосунки не завжди декларуються, і люди надають перевагу площині змісту, тоді послання має завуальований характер.

Під час переговорів, ділових бесід потрібно використовувати змістову площину, уникаючи впливу симпатії і антипатії, оскільки іноді схвалюють, позитивно сприймають не саму пропозицію, а того, хто її вносить. Це, безперечно, спричиняє помилки в комунікації.

Різноманітність ділової практики спричинила виникнення відмінностей між нормативними базами професійних етиків, детермінованих специфікою певної професії. Проте, як підкреслює І.Сайтарлі [6, с.140], існує загальний кодекс професійної етики, в основі якого лежать універсальні правила:

- глибока повага до іншої людини;
- принцип достатньої поінформованості, який вимагає говорити не більше і не менше, ніж це потрібно для справи;
- використання правдивої інформації, оскільки від цього залежить ступінь довіри між колегами. Довірливі стосунки між співробітниками виявляються також у їх спроможності надавати один одному професійну допомогу, підтримку;
- принцип доцільності у професійних відносинах, який означає вміння не відхилятися від теми розмови і знаходити ефективні вирішення складних питань;
- чітке і переконливе для співрозмовника висловлення думки, здатність уважно вислухати і адекватно сприйняти позицію співрозмовника.

Обмін інформацією між людьми забезпечує комунікативний процес, однак він не гарантує ефективності спілкування. Зрозуміти суть процесу обміну інформацією можна, розглянувши основні етапи цього процесу.

Відзначимо, що у науковій літературі [5, с.351] часто йде мова про чотири базові елементи процесу обміну інформацією:

- 1) відправник - особа, яка генерує ідеї або збирає і передає інформацію;
- 2) повідомлення - інформація, закодована за допомогою символів;
- 3) канал або засіб передавання інформації;
- 4) одержувач - особа, якій призначена інформація і яка її інтерпретує.

При обміні інформацією відправник і одержувач проходять кілька взаємозумовлених етапів комунікативного процесу. Їх завдання - створити повідомлення і використати канал для його передавання у такий спосіб, щоб обидві сторони зрозуміли одну вихідну ідею. Це досить складне завдання, оскільки кожний етап є одночасно точкою, у якій зміст може бути спотвореним або втраченим. До взаємозумовлених етапів належать: зародження ідеї, кодування її вибір каналу, передавання, декодування.

Отже, обмін інформацією, як правило, починається з формулювання ідеї або відбору інформації. Відправник самостійно вирішує, яку ідею слід зробити предметом обміну інформацією. Не завжди цей етап є ефективним, оскільки в багатьох випадках ідея ще не набула завершеної форми, є недостатньо обдуваною і відправник відчуває труднощі в її чіткому формулюванні, що негативно позначається на процесі комунікації.

Перш ніж передати ідею, відправник повинен за допомогою тих чи інших символів (слова, інтонація, жести) закодувати її. Таке кодування перетворює ідею в повідомлення. Водночас йому необхідно обрати канал, що поєднується з типом символів, які використовуються для комунікації. До загальновідомих

каналів належать : передавання мови та письмових матеріалів, електронні засоби зв'язку. Якщо канал непридатний для фізичного втілення символів, успішне передавання неможливе. Наприклад, важко картину художника адекватно передати за допомогою телефонного зв'язку, хоч, безперечно, можна орієнтовно описати її, висловити своє ставлення до того, що і як зображено художником. Іноді канал не повністю, а частково відповідає ідеї, тоді обмін інформацією може відбутися, але він не буде достатньо ефективним. Наприклад, відзначаючи день народження когось з підлеглих, керівник, разом з побажаннями висловлює зауваження щодо неприпустимості запізнь на роботу. Зрозуміло, що при цьому неможливо передати ідею серйозності порушень так ефективно, як, наприклад, в офіційному попередженні-листі чи під час виступу на нараді.

Слід підкреслити, що вибір засобу повідомлення не можна обмежувати єдиним каналом. Зазвичай доцільно поєднувати кілька засобів комунікації. Але при цьому відправник повинен встановити послідовність їх використання і визначити часові

інтервали передавання інформації.

На етапі передавання інформації відправник використовує канал для доставки повідомлення (закодованої ідеї або сукупності ідей) конкретному одержувачу інформації.

Одержане повідомлення необхідно зрозуміти, декодувати. Суть декодування полягає у розшифровці символів відправника мовою одержувача. Якщо символи, обрані відправником, не мають аналогічного значення для одержувача, він не зможе зрозуміти, що мав на увазі відправник, формулюючи свою ідею.

Слід підкреслити, що ефективність отримання інформації за різними комунікативними каналами не є однаковою. Наприклад, найшвидше забувається інформація, отримана за допомогою слухових відчуттів, трохи повільніше за допомогою зорових відчуттів і найповільніше забувається почуте й побачене одночасно.

Отже комунікативні аспекти в менеджменті мають не менш важливе значення, ніж економічні, соціально-психологічні, правові. Вони суттєво впливають на успіх професійної діяльності менеджера.

Література та джерела

1. Райт Г. Державне управління / Г.Райт. – К : Основи, 1994. – 139 с.
2. Липатова Т.И. Педагогические условия формирования коммуникативной компетентности студентов технических вузов / Т.И.Липатова. - Челябинск, 1992. – 164 с.
3. Немов Р.С. Психология. Учеб. пособие для студентов высш.пед.учеб.заведений / Р.С.Немов. - М.: Просвещение, 1981 – 576 с.
4. Жукова С.Л. Подготовка будущего специалиста к деловому общению в условиях обучения в техническом вузе / С.Л.Жукова. – М : Просвещение, 1987. - 168с.
5. Хміль Ф.І. Основи менеджменту: Підручник / Ф.І.Хміль. – К : Академвидав, 2007. - 576 с.
6. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків: Навч.посібн./ І.А.Сайтарли. – К : Академвидав. – 240 с.

В статье рассматриваются вопросы менеджмента. Особое внимание обращено на теоретические аспекты коммуникативных процессов в менеджменте.

Ключевые слова : менеджмент, коммуникация, информация.

In this article issues of management have been considered. Special attention has been paid to the theoretical aspects of professional communication in management.

Key words: management, communication, information.