

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ РАБОТУ

**УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИЯМИ В ОРГАНИЗАЦИИ
(НА ПРИМЕРЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА
ФГБОУ ВО «СГУ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»)**

студентки 4 курса 421 группы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Луценко Анны Владимировны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

кафедры менеджмента и маркетинга

Л.И. Дорофеева

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

Л.И. Дорофеева

Саратов 2018

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы. Коммуникации имеют огромное значение для успеха деятельности организации и представляют одну из сложных проблем менеджмента. По существу коммуникации представляют собой «кровеносную систему» единого организма фирмы.

Роль коммуникаций очевидна как на малых, так и в мощных компаниях и корпорациях. От эффективности коммуникационных связей и взаимодействий зависит будущее не только предприятия, как хозяйствующего субъекта на рынке, но также и людей, работающих на данном предприятии, а на глобальном уровне и благополучие всей страны в целом.

Менеджер организации, согласно некоторым оценкам от 50 до 90% всего времени тратит на коммуникации. Это кажется невероятным, но становится понятным, если учесть, что руководитель занимается этим, чтобы реализовать свои роли в межличностных отношениях, информационном обмене и процессах принятия решений, не говоря об управленческих функциях планирования, организации, мотивации и контроля. Именно потому, что обмен информацией встроен во все основные виды управленческой деятельности, коммуникации называют связующим процессом.

Поскольку руководитель осуществляет свои три роли и четыре основные функции управления, с тем, чтобы сформулировать цели организации и достичь их, качество обмена информацией может прямо влиять на степень реализации поставленных целей. Это означает, что для успеха организаций необходимы эффективные коммуникации, находящиеся под управлением менеджера. Именно поэтому менеджер организации должен знать и уметь применять на практике основные методы, принципы, элементы и формы коммуникаций и быть способным применять ответственные решения по их применению.

Степень разработанности проблемы. Сложность проблемы управления коммуникациями в организации predetermined наличием

большого объема литературы, посвященной данной проблеме. Проблемам и особенностям управления коммуникациями и информационным потокам на предприятии посвящены работы многих теоретиков и практиков управленческой науки такие, как Гислена С., Дудинской Э., Звешинского С.П., Лазарева С., Сальниковой Н., М. Мескона, О. С. Виханского, Р. Л. Дафта, Б. З. Мильнера, В. А. Спивака, С. В. Рогожина, Ф. И. Шаркова, А. В. Кострова, Багаркова А., Куроленькина Н., Уланцева Д., Фисун А. Научные исследования перечисленных ученых дали возможность рассмотреть с позиций менеджмента различные теоретические подходы к управлению коммуникациями в организации.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование процесса управления коммуникациями в организации на примере экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Для реализации указанной цели были поставлены следующие **задачи**:

1. дать понятие управления коммуникациями в организации;
2. определить место и раскрыть элементы управления коммуникациями в организации;
3. рассмотреть формы коммуникаций в организации;
4. раскрыть классификацию коммуникационных барьеров и коммуникационных стилей в организации;
5. дать общую характеристику деятельности экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»;
6. рассмотреть виды и стили коммуникаций на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»;
7. определить барьеры на пути межличностных и организационных коммуникаций на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»;
8. разработать эффективные способы и принципы совершенствования коммуникационных потоков на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского»;

9. Рассчитать эффективность предложенных мероприятий по совершенствованию коммуникаций на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Объектом исследования является система управления коммуникациями в организации, в том числе на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Предметом исследования являются управленческие отношения, возникающие по поводу осуществления коммуникационного процесса в организации, в том числе на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Теоретической и методологической основой исследования служат труды зарубежных и отечественных ученых по проблемам теории управления коммуникациями в организации. В работе автором были использованы следующие методы исследования внутренних организационных коммуникаций: метод теоретического исследования, основанный на анализе существующих концепций и подходов, относящихся к предмету исследования; анализ документов, опросы, наблюдение, анкетирование, количественные и графические методы обработки социологической информации, описание и объяснение полученных результатов.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы состоит в том, что результаты исследования могут быть использованы для построения эффективной системы коммуникаций в организации, в том числе на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Структура и объем работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложения. Работа включает 7 таблиц и 12 рисунков. Общий объем работы – 71 страниц печатного текста.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. В первой главе выпускной квалификационной работы «Теоретические основы исследования управления коммуникациями в организации» автором раскрываются понятие, место, элементы управления коммуникациями в организации; формы коммуникаций в организации; а также классификация коммуникационных барьеров и коммуникационных стилей в организации.

Коммуникации – это процесс обмена информацией между двумя и более людьми, ведущий к взаимному пониманию, на основе которого руководитель получает информацию, необходимую для принятия эффективных решений и доводит принятые решения до работников организации.

В процессе обмена информацией выделяют четыре элемента: отправитель, сообщение, канал и получатель. Этапами обмена информацией являются зарождение идеи, кодирование и выбор канала, передача и декодирование, интеграция и понимание информации.

Для того чтобы организация эффективно функционировала, менеджеру необходимо правильно управлять коммуникациями. Под управлением организационными коммуникациями понимается совокупность непрерывных целенаправленных управленческих воздействий на внутренние и внешние процессы информационного обмена и неинформационных взаимодействий, обеспечивающих удовлетворение коммуникационных потребностей и реализацию долгосрочных интересов развития предприятия.

Существуют межличностные и организационные формы коммуникаций, последние, в конечном счете, тоже сводятся к межличностным. В зависимости от канала передачи межличностные коммуникации подразделяют на устные и письменные. Выделяют несколько форм организационных коммуникаций, таких как: коммуникации с внешней средой, вертикальные коммуникации в рамках организации, горизонтальные коммуникации внутри организации, неформальные коммуникации и коммуникационные сети.

В процессе общения в различных ситуациях и между разными участниками коммуникационного процесса присутствуют барьеры на пути эффективных коммуникаций. Коммуникационные барьеры классифицируют на две группы: межличностные и организационные. К межличностным коммуникационным барьерам относят разное восприятие, стереотипы, неумение слушать, семантические барьеры, невербальные преграды; к организационным барьерам – различия в статусах и власти, различия целей и потребностей подразделений, несоответствие коммуникационных сетей и задач, дефицит формальных каналов.

Коммуникационный стиль — это способ, с помощью которого индивид предпочитает строить коммуникационное взаимодействие с другими. Существует много различных стилей, используемых людьми в межличностной коммуникации, так же, как и много подходов к определению этих стилей. Наиболее распространенными являются классификация коммуникационных стилей Виханского О.С. и «окно Джохари».

Во второй главе выпускной квалификационной работы «Анализ управления коммуникациями на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» автор дает общую характеристику деятельности экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского», проводит анализ видов и стилей коммуникаций, а также анализирует барьеры на пути межличностных и организационных коммуникаций на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

ФГБОУ ВО «Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского» – один из старейших и ведущих научно-образовательных центров России. Он был основан в июне 1909 года Высочайшим указом императора Николая II. Сегодня СГУ обладает значительным научно-исследовательским и инновационным потенциалом, играет системообразующую роль в социально-экономическом и культурном

развитии региона, широко вовлечен в международное образовательное и научное пространство.

Одним из самых молодых факультетов ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» является экономический факультет. Свою работу он начал 1 февраля 2006 года. Факультет готовит кадры высшей квалификации по направлениям бакалавриата, магистратуры и аспирантуры. С 2011 года экономический факультет возглавляет к.э.н. доцент Ольга Сергеевна Балаш. В состав факультета входят пять кафедр – экономической теории и национальной экономики, менеджмента и маркетинга, финансов и кредита, организации предпринимательской деятельности, банковского дела. Подготовку студентов осуществляют специалисты высокой квалификации, в числе которых 13 докторов экономических наук, 40 кандидатов экономических наук, 4 старших преподавателя и 5 ассистентов.

Как и в любой организации, на экономическом факультете присутствуют различные виды и формы коммуникаций: с внешней средой; межличностные (письменные и устные); неформальные; горизонтальные; вертикальные (восходящие и нисходящие) и коммуникационные сети.

На факультете используются несколько сетей, которые в зависимости от ситуации и поставленных задач могут принимать разные формы: «Шпора», «Звезда» или «Круг». Но все-таки, в большинстве ситуаций используются жесткие сети типа «Шпора» или «Звезда», что ведет к пассивности и невозможности проявления инициативы сотрудниками факультета. Сеть типа «Круг» используется очень редко, несмотря на то, что состав персонала квалифицированный, образованный, интеллектуальный, имеющий много идей, а руководство это игнорирует.

Было выявлено, что на экономическом факультете присутствуют коммуникационные барьеры: межличностные и организационные, которые необходимо устранить: барьеры восприятия, неумение слушать, различия целей и потребностей подразделений, несоответствие коммуникационных сетей и задач, дефицит формальных каналов.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Направления совершенствования управления коммуникациями на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» автор обосновывает основные направления совершенствования управления коммуникациями на экономическом факультете и проводит расчет экономической эффективности предложенных мероприятий.

Для устранения или снижения отрицательного влияния выявленных в результате анализа проблем управления коммуникациями на деятельность экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского» автор предлагает применение эффективных способов совершенствования коммуникационных потоков, таких как выстраивание системы обратной связи, регулирование информационных потоков, внедрение системы сбора предложений, информационные бюллетени и др.

Выявленные проблемы управления коммуникациями автор предлагает решить с помощью следующих мероприятий: участие сотрудников факультета в семинаре «Эффективная деловая коммуникация», разработка и настройка локальной сети для вспомогательного персонала и прохождение персоналом факультета курсов или тренингов по формированию коммуникативных навыков.

В целях обеспечения улучшения результативности управления коммуникациями на экономическом факультете было предложено придерживаться ряда принципов: обеспечение содействия официальной информации, использование компетентности руководителя факультета, определение стиля коммуникаций, умение сообщать плохие новости и формирование организационной культуры.

Экономическая эффективность предложенных мероприятий составит 2,2 руб. прибыли на каждый вложенный рубль. Кроме экономического эффекта предложенные мероприятия позволяют получить и социальный эффект.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Таким образом, коммуникации занимают центральное место в жизни организации и оказывают огромное влияние на индивидов и групп. Эффективный обмен информацией необходим на всех этапах деятельности и во всех подразделениях организации для достижения намеченных целей.

Без коммуникации невозможно существование никакой организованной группы людей. Коммуникация – это средство, с помощью которого в единое целое объединяется организованная деятельность. Коммуникация является средством, с помощью которого модифицируется поведение, осуществляются изменения, информация приобретает эффективность, реализуются цели.

Необходимо отметить, что коммуникацией надо управлять. Без грамотного управления коммуникациями немислимо расширение областей конкурентных преимуществ. Управление коммуникацией позволяет использовать сильные стороны организации, а также нейтрализовать или элиминировать слабые. Только по достижении необходимого уровня коммуникативности организация может своевременно реагировать на сдвиги в рыночной ситуации, а также оказывать направленное воздействие на рынок.

Проблема управления коммуникациями была рассмотрена на примере экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

Был проведен анализ управления коммуникациями на экономическом факультете ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского».

В результате анализа было выявлено несколько проблем, таких как:

- ✓ недостаточное понимание важности коммуникаций в эффективности деятельности экономического факультета со стороны руководителей и подчиненных;

- ✓ при невербальных коммуникациях не всегда невербальные символы точно соответствуют смыслу, который сотрудник факультета желает донести до собеседника;

- ✓ неумение внимательно слушать собеседника;

- ✓ недостаточно технически оснащены рабочие места и др.

Для устранения или снижения отрицательного влияния выявленных проблем управления коммуникациями на деятельность экономического факультета автор предлагает применение эффективных способов и принципов совершенствования коммуникационных потоков. В качестве основных мероприятий по совершенствованию управления коммуникациями было предложено следующее: участие сотрудников факультета в семинаре «Эффективная деловая коммуникация», разработка и настройка локальной сети для вспомогательного персонала и прохождение персоналом факультета курсов или тренингов по формированию коммуникативных навыков.

Расчет эффективности показал, что при внедрении предложенных мероприятий экономический факультет получит 2,2 руб. прибыли на каждый вложенный рубль. Помимо экономической эффективности, данные мероприятия будут иметь и социальную эффективность для экономического факультета ФГБОУ ВО «СГУ имени Н.Г. Чернышевского», а также для всего ВУЗа в целом.