

COMMUNICATION IN THE PERSONNEL MOTIVATION IN THE COMPANY

Lukyanenko A.S. (Russian Federation) Email: Lukyanenko233@scientifictext.ru

*Lukyanenko Andrey Sergeevich - Graduate Student,
CORPORATE MANAGEMENT DEPARTMENT, MANAGEMENT FACULTY,
FINANCIAL UNIVERSITY UNDER THE RUSSIAN FEDERATION GOVERNMENT, MOSCOW*

Abstract: *the purpose of this article is to study and analyze the role of communications in motivating staff in a corporate organization. The work emphasizes the fact that the modern system of personnel management is based on the idea that people are the most important economic resource of the enterprise, the source of its profit, competitiveness and prosperity. Motivation of the personnel of the corporation is one of the leading functions of corporate management, since the achievement of the main goal depends on the coherence of people's work.*

Keywords: *communication, human resources management, motivation.*

КОММУНИКАЦИИ В МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА КОРПОРАЦИИ Лукьяненко А.С. (Российская Федерация)

*Лукьяненко Андрей Сергеевич - магистрант,
кафедра корпоративного управления, факультет менеджмента,
Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, г. Москва*

Аннотация: *цель данной статьи – изучить и проанализировать роль коммуникаций в мотивации персонала в корпоративной организации. В работе акцентируется внимание на том, что современная система управления персоналом базируется на том, что люди - есть важнейший экономический ресурс предприятия, источник его прибыли, конкурентоспособности и процветания. Мотивация персонала корпорации является одной из ведущих функций управления корпорацией, поскольку достижение основной цели зависит от слаженности работы людей.*

Ключевые слова: *коммуникации, управление персоналом, мотивация.*

Коммуникации в корпорации – неотъемлемая часть деятельности руководителя и подчиненного. Некоторые исследователи считают, что эффективность управления персоналом пропорциональна эффективности коммуникационных процессов в организации. Небрежно организованные коммуникативные связи увеличивают затраты времени на решение любого вопроса, затрудняют достижение результата, порождают возникновения конфликтов и недоразумений. К тому же налаженные внутренние коммуникации улучшают процесс управления организацией, а следовательно, уменьшают затраты времени на адаптацию сотрудников, смягчают сопротивление изменениям со стороны персонала. Организация с налаженными коммуникационными связями демонстрирует быструю реакцию на изменения на рынке труда, качественное обслуживание, высокую мотивацию персонала.

Информатизация современного общества, с одной стороны, углубляет и разнообразит коммуникационные процессы внутри организации за счет постоянного усовершенствования и развития средств и каналов передачи информации, с другой – актуализирует проблему выработки действенной стратегии коммуникации с учетом разнообразия современных коммуникативных технологий [1].

Для создания эффективной системы коммуникаций в управлении персоналом организации возникает необходимость анализа производительности наиболее распространенных форм коммуникаций внутри организации.

Динамика развития современной организации определяется не только его экономическими показателями, но и существованием эффективных технологий, обеспечивают информационный обмен, коммуникацию.

Коммуникация является процессом взаимодействия, во время которого происходит передача или обмен информацией. При этом коммуникация считается успешной, если она прошла полный цикл. Отправитель передает информацию адресату, последний должен однозначно понять ее содержание.

Успешный коммуникационный процесс зависит также от последовательного построения информационного сообщения отправителем: привлечение внимания – интерес – переход к основной части – уточнение деталей – обсуждение – заключение – призыв к действию. Ожидаемым результатом успешной коммуникации является изменение поведения адресата [2].

Выделяют следующие виды коммуникаций:

- Формальные. Определяются организационной структурой предприятия. Чем большее количество уровней управления, тем выше вероятность искажения информации, ведь каждый отдел имеет возможность отфильтровывать и корректировать коммуникационные сообщения;

- Неформальные коммуникации – общение между друзьями, приятелями или канал распространения слухов, сплетен. По данным зарубежных исследователей, именно неформальное общение составляет 66% информации сотрудникам организации, однако 80% которой – производственная информация;
- Вертикальные коммуникации – восходящие или нисходящие;
- Горизонтальные – канал обмена информацией между отделами для согласования действий;
- Межличностные коммуникации – вербальное общение людей в любом из видов коммуникации.

Система внутренних коммуникаций – это комплекс мероприятий, который предусматривает налаживание взаимодействия всех видов коммуникации. К тому же каждый из видов коммуникации не является идеальным и имеет недостатки. Так, по данным некоторых зарубежных исследований, практическая эффективность горизонтальных коммуникационных связей достигает 90%, вертикальных – 20-25%, то есть исполнитель имеет в своем распоряжении лишь пятую часть нужной информации.

Недостаточную эффективность вертикальных коммуникаций подтверждают данные о том, что в зависимости от присущего способа слушания получатель послания может ронять до 70% информации. Восходящие вертикальные коммуникационные связи имеют также низкий процент эффективности – 10%. То есть в топ-менеджмент обладает лишь десятой частью информации от сотрудников [3, с. 147-149].

Идеальная модель коммуникаций внутри организации заключается в том, что все решения руководства должны доводиться до подчиненных, а сами решения должны базироваться на тех потоках информации, которые поступают от различных структурных подразделений при условии налаженных коммуникационных связей. С созданием отлаженной системы коммуникаций организация получает единые стандарты, единые подходы в работе, создается система корпоративных ценностей, уменьшается текучесть кадров. Это приобретает особую актуальность в условиях разветвленной структуры и территориально удаленных структурных подразделений организации.

Основными характеристиками качественной коммуникации является вовлечение сотрудников в процесс коммуникационной взаимодействия, их готовность к сотрудничеству и способность работать с большими информационными массивами; неформальный характер коммуникаций в организации, наличие атмосферы доверия в организации; использование эффективных коммуникационных технологий; количество коммуникационных каналов; благоприятный социально-психологический климат и своевременность распространения информации.

Для построения эффективной коммуникации необходимо использовать все каналы и информационные ресурсы. Служба персонала вместе с топ-менеджментом организации должен заботиться о своевременном и регулярном информировании сотрудников о новостях компании, ее миссии, стратегии, ближайшие планы и перспективы развития. Коммуникации внутри организации должны обязательно отвечать таким критериям, как простота, ясность, точность, достоверность, что в целом призвано способствовать их эффективности и адекватному пониманию.

Руководитель до 90% времени тратит на коммуникацию с подчиненными, коллегами, другим руководством. 80% зарубежных топ-менеджеров считают коммуникационное взаимодействие одной из самых сложных проблем в организациях, а неэффективные коммуникации – основным препятствием на пути к процветанию компании. Однако очень часто современные руководители пренебрегают налаживанием эффективных коммуникационных потоков внутри организации из-за занятости, собственное негативное отношение к коммуникационной взаимодействию, что негативно сказывается на формировании организационной культуры в целом, имиджа руководителя и управляемости процессе организацией, мотивации сотрудников.

Для выработки или изменения коммуникационной стратегии внутри компании службе персоналу необходимо изучить управленческую среду, организационную структуру и проанализировать наличие уже существующих коммуникаций. Кроме того, необходимым является проведение внутреннего социологического исследования среди сотрудников о желаемых формах коммуникаций.

Следует осознать, что форма, которую принимают коммуникации, способна влиять на взгляды сотрудника, их мотивацию, степень понимания и поддержки ими политики руководства, также уменьшать сопротивление изменениям со стороны сотрудников. К тому же недостоверность или недостаточность информации является источником значительного количества конфликтов внутри организации [4].

Выводы. Проведенное исследование показало, что успешное функционирование организации, формирования и существования организационной культуры, усвоения и проповедование корпоративных идей и ценностей невозможно без отлаженного процесса коммуникаций. Коммуникация создает благоприятные условия для раскрытия профессиональных и деловых качеств сотрудников, способствует развитию их творческого потенциала для создания дополнительных ценностей и получения результата. Эффективная система внутренних коммуникаций синтезирует в себе теорию управления, теорию организации, теорию психологии управления, теорию коммуникаций. Просчеты, некомпетентные или малоэффективные действия в одной из сфер потянут за собой ошибки во всех других сферах.

Современное экономическое развитие, последние научные достижения в области управления и значительное количество информационных каналов и ресурсов, которые предлагает настоящее, побуждает к поиску наиболее эффективных форм коммуникационного взаимодействия, к постоянному совершенствованию уже существующих коммуникаций, а также дает толчок к выработке качественно новых научных методик и конструктивных подходов по развитию внутренних коммуникаций.

Список литературы / References

1. Как работают японские предприятия: Сокр. пер. с англ. под ред. Я. Мондена, Р. Сибакавы. М.: Экономика, 2009.
2. Бергельсон М.Б. Коммуникативные методы в управлении или менеджмент как искусство коммуникации / М.Б. Бергельсон // Теория коммуникации & прикладная коммуникация, 2004. Вып. 2. С. 6–26.
3. Базарова Г. Коммуникации в управлении персоналом: формируем корпоративную культуру / Г. Базарова, А. Хмеленко // Маркетинг. Менеджмент, 2010. С. 36–40.