

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Е.С. Суровцева

Значение коммуникаций в управлении постоянно возрастает. В статье рассмотрены наиболее актуальные проблемы в сфере организационных коммуникаций, решение которых будет способствовать превращению коммуникаций в стратегически значимый фактор развития организации.

Ключевые слова: управление коммуникациями, оценка эффективности, стратегия развития коммуникаций.

С каждым годом специалисты в сфере управления проявляют все больший интерес к организационным коммуникациям. Результаты многочисленных опросов, проведенных в Европе и США, показывают, что не только экспертами в сфере коммуникаций, но и большинством руководителей признается значительная роль коммуникаций в достижении целей организации.

Между тем, в сфере организационных коммуникаций существует ряд нерешенных проблем, начиная с трактовки термина «организационные коммуникации». На сегодняшний день существует множество определений организационных коммуникаций (табл. 1).

Мы понимаем под организационными коммуникациями процессы информирования и взаимодействия как внутри организации, так и с внешним окружением, направленные на достижение целей организации.

Анализ научных исследований в сфере организационных коммуникаций [1, 4–9] показал, что интересы ученых в основном сосредоточены вокруг следующих проблем:

- оказывают ли коммуникации влияние на эффективность организации, и через какие параметры проявляется данное влияние?
- возможно ли измерение эффективности коммуникаций и создание методик, с высокой степенью достоверности позволяющих судить о качестве реализации коммуникационных процессов в организации?
- возможно ли управление коммуникациями, должен ли при этом применяться полноценный управленческий цикл, и какие критерии эффективности управления коммуникациями?
- оправдано ли отнесение коммуникаций к стратегически значимым факторам развития организации и применение элементов стратегического управления?

Таблица 1

Определения организационных коммуникаций

Автор	Ключевая характеристика	Содержание коммуникации	Участники коммуникации	Цель
Э. Роджерс [1]	Процесс	Идея	Источник и получатель	Изменение поведения получателя
М. Мескон [2]	Обмен	Мысли, информация	~	Обеспечение взаимопонимания
Б. Мильнер [3]	Процесс	Информация	Люди и институты	~
R. Farace, P. Monge [4]	Обмен	Разделяемые символы	~	~
Shockley-Zalabak [5]	Процесс	Информация	Люди и организации	Создание результатов
D. Infante [6]	Процесс	Информация	Индивиды и группы	Достижение целей
J. Greenberg [7]	Процесс	Информация	Человек, группа, организация	~
G. Kreps [8]	Управление	Сообщения	~	Достижение понимания

На наш взгляд, ключевой проблемой в области управления организационными коммуникациями является проблема оценки эффективности и результативности коммуникаций. Существующие многочисленные методики носят разрозненный характер, не позволяя составить общее представление о коммуникационном потенциале организации и его воздействии на ключевые показатели деятельности. Кроме того, коммуникации рассматриваются изолированно от целей организации и принятой стратегии, что не позволяет интегрировать управление коммуникациями в систему стратегического управления организацией.

Одной из постоянных тенденций в управлении коммуникациями является постепенный переход от неформализованного подхода к формализованному. Все чаще коммуникации рассматривают как фактор, подлежащий количественному измерению, более того, происходит постоянное усложнение процедуры оценки организационных коммуникаций, поскольку только наличие четких критериев эффективности и результативности позволит применять к коммуникациям основные управленческие функции, в том числе планирование и контроль. Понятия эффективности и результативности не тождественны: если эффективность – это получение экономического эффекта при минимальных затратах, то результативность – ис-

пользование имеющихся ресурсов таким образом, чтобы были достигнуты поставленные цели (табл. 2).

Разработка методик оценки эффективности и результативности позволит применять к коммуникациям элементы стратегического управления, главным принципом которого должно стать соответствие коммуникационной стратегии целям организации.

На наш взгляд, управлять коммуникациями – значит, оказывать целенаправленные управленческие воздействия на внутренние и внешние процессы информирования и взаимодействия для получения запланированного результата.

Предлагаем рассматривать управление коммуникациями как семь последовательных этапов (рис. 1).

Предложенный алгоритм управления коммуникациями соответствует основным этапам управленческого цикла Деминга [10] и его принципу непрерывного совершенствования: после реализации отдельных элементов коммуникационной стратегии проводится анализ промежуточных результатов и вносятся корректировки.

Главным требованием и критерием эффективности управления организационными коммуникациями является строгая ориентация на стратегические цели организации и то, насколько коммуникационные мероприятия приблизили организацию к этим целям.

Составляющие оценки эффективности коммуникаций

Таблица 2

№ п/п	Составляющие системы оценки	Задача
1	Результативность	Определение процента результативности на основе сравнения целей системы коммуникаций, определенных экспертами как минимальные, с фактически достигнутым уровнем
1.1	Стратегический план развития системы коммуникаций	Определение степени разработанности и выполнения стратегического плана развития организационных коммуникаций на основе сравнения вынесенных в план и фактически достигнутых результатов
1.2	Генеральная стратегия организации	Определение степени достижения целей организации в результате выполнения стратегического плана развития организационных коммуникаций на основе сравнения ожидаемого и фактического влияния на цели организации
2	Экономическая эффективность	Определение соотношения выгод и затрат, связанных с развитием организационных коммуникаций

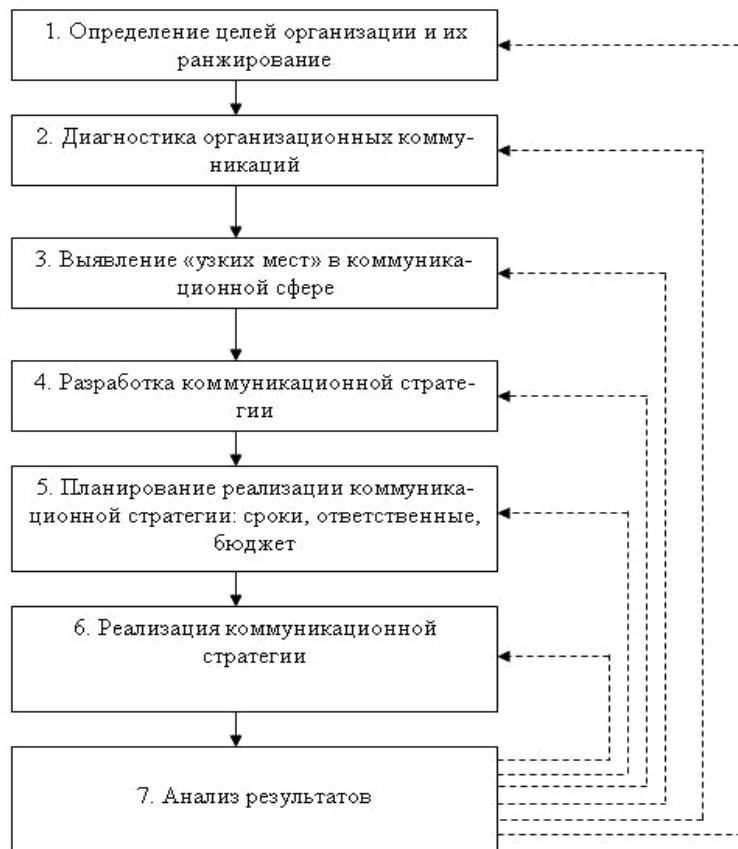


Рис. 1. Общая модель управления коммуникациями

В заключение отметим, что управление коммуникациями в нашей стране отличается определенной спецификой. Если в большинстве зарубежных компаний существуют отделы корпоративных коммуникаций, то в нашей стране интерес к организационным коммуникациям остается низким. Последнее особенно справедливо для крупных организаций с традиционной линейно-функциональной структурой. Между тем, именно в этих организациях проблемы коммуникативного характера носят особенно острый характер, что во многом связано с особенностями построения организаций. Высокий уровень иерархичности, «ведомственность», преобладание нисходящих коммуникаций, недостаточность горизонтальных связей создают ряд проблем, которые пытаются решить мерами, носящими эпизодический характер, например, введением санкций за сознательное искажение информации.

Включение коммуникаций в число управляемых факторов предоставит в распоряжение руководителей организаций дейст-

венный инструмент повышения конкурентоспособности, выгоды от использования которого значительно превысят затраты на внедрение в практику регулярного управления коммуникациями.

1. Роджерс Э. Коммуникации в организациях. М., 1980.
2. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 2000.
3. Мильнер Б.З. Теория организаций. М., 1998.
4. Farace R., Monge P., Russell H. Communicating and organizing. Addison-Wesley, 1977.
5. Shockley-Zalabak A. Fundamentals of organizational communication: knowledge, sensitivity, skills, values. N. Y., 1999.
6. Infante D.A., Rancer A.S., Womack D.F. Building communication theory. N. Y., 1997.
7. Greenberg J. Behavior in Organizations. Understanding and managing the Human Side of Work. L., 1995.
8. Kreps G. Organizational communication: Theory and practice. N. Y., 1990.

9. Кверк Б. Создавая связи. Внутрикорпоративные коммуникации в бизнес-стратегии. М., 2006.
10. Deming W.E. Out of Crisis. Cambridge, 1977.

Поступила в редакцию 20.12.2007 г.

Surovtseva E.S. Actual problems of the organizational communication's management. The role of organizational communications constantly increases. The paper is focused on the actual problems of organizational communications and oriented to strategic management of organizational communications.

Kew words: communications management, estimation of effectiveness, strategy of communications development.

ИННОВАЦИОННОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫМ ПРОЦЕССОМ В УЧРЕЖДЕНИИ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Е.И. Бабенко

Данная статья направлена на рассмотрение основных элементов инновационного управления образовательным процессом: идентификацию групп субъектов, заинтересованных в результатах деятельности вуза, структурирование параметров образовательного процесса и определение совокупности элементов инновационного управления образовательным процессом, основанным на принципах системного подхода.

Ключевые слова: инновационное управление, образовательный процесс, системный подход.

Актуальность рассматриваемой в данной статье проблемы расширения инновационной деятельности высших учебных заведений объясняется тем, что за последние десятилетия высшее образование приобрело широкомасштабный характер, что стало вызывать растущее беспокойство за конечный результат образовательного процесса. Массовость и относительная доступность высшего образования породили множество спекуляций на эту тему, начиная с точки зрения, что дешевизна образования должна привести к понижению статуса как образовательных учреждений, так и их работников, и заканчивая призывами к ограничению доступности высшего образования, выстраиванию «барьеров», направленных на сохранение элитарности высшего образования как института.

Высшее профессиональное образование призвано обеспечить отрасли экономики, политики и социальной сферы квалифицированными специалистами. В этой связи одной из основных задач высшей школы является создание необходимых условий обучающимся для получения высшего профессионального образования, направленных на формирование, профессиональное становление и развитие личности на основе национальных и общечеловеческих ценностей, достижений науки, техники, культуры. Важное место в

образовательной политике занимают процессы оптимизации и рационализации сети высших учебных заведений. Это обусловлено наличием дублирования в подготовке кадров по ряду специальностей, неэффективным использованием кадрового, финансово-экономического и материально-технического потенциала вузов, ориентированностью на подготовку узкопрофильных специалистов, не востребованных и не конкурентоспособных на рынке труда, что в конечном итоге не обеспечивает конкурентоспособного высшего образования страны.

В настоящее время все большее число вузов стремится осуществлять инновационное управление образовательным процессом, которое помогает не только решить обозначенные проблемы, но и открывает возможности для дальнейших инноваций посредством создания основы системного управления образовательным процессом, что, безусловно, требует теоретического обоснования.

Инновационное управление образовательным процессом является необходимым элементом деятельности вуза. Оно помогает высшему учебному заведению обозначить свою нишу на рынке образовательных услуг, является предупредительным шагом в конкурентной борьбе, способствует выходу на зарубежные рынки и повышению качества