**Лекція 1.**

**Тема: Сутність ділової комунікацій**

**Мета – охарактеризувати ділову комунікацію як значущий засіб забезпечення цілісності і функціонування організації.**

План

1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.

2. Ділова комунікація: сутність і зміст.

3. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації.

4. Цілі і функції комунікації в організації.

5. Комунікаційна функція керівника організації.

**1. Роль комунікації в управлінні організацією. Комунікація і інформація.**

Будь-яка загальна справа передбачає комунікацію і взаємодію учасників як необхідний засіб забезпечення її ефективності. Наприклад, у психології комунікація визначається як взаємодія двох або більш людей, що полягає в обміні між ними інформацією пізнавального або емоційно-оцінного характеру.

Мистецтво комунікації, знання психологічних особливостей і застосування психологічних методів украй потрібні фахівцям, робота яких передбачає постійні контакти типу "людина - людина" - політикам, бізнесменам, менеджерам і багато іншим. Таким чином, уміння будувати стосунки з людьми, знаходити підхід до них, розташувати їх до себе треба кожному. Це уміння лежить в основі життєвого і професійного успіху.

Не приваблива, похмура людина відчуватиме проблему в спілкуванні з колегами, їй складно буде встановлювати контакти з діловими партнерами, досягати успіхів на переговорах. Запорука успіху будь-яких починів ділової людини, яку б задачу вона не вирішувала - створення клімату ділової співпраці, довіри і пошани.

Комунікація з людьми - це наука і мистецтво. Тут важливі і природні здібності, і освіта. Саме тому той, хто хоче досягти успіху у взаємодії з іншими людьми, повинен вчитися цьому.

Комунікація (від лат. communicatio - "загальне", таке, що "розділяється усіма") в широкому сенсі - обмін інформацією між індивідами за допомогою загальної системи символів.

*Управлінська діяльність пов'язана з необхідністю постійної координації діяльності підрозділів організації і окремих її членів для досягнення загальних цілей.*Ця координація може здійснюватися за допомогою різноманітних форм, а, передусім - за допомогою різноманітних контактів членів організації - в процесі ділової комунікації.

Усе життя людини це нескінченний ланцюжок різноманітної діяльності. Щоб організувати її, потрібно передбачати результат, потрібно оцінювати дії з цього результату, тобто контролювати діяльність, потрібно бути просто зацікавленим у цьому результаті, розуміти свій інтерес і бачити реальність успіху. Усе це в узагальненому практичному уявленні називається *управлінням.* Усе це показує, що управління неминуче супроводжує діяльність людини. І всяка діяльність людини потребує управління. Завдяки управлінню виявляється можливою ця діяльність. Таким чином, управління - це вид діяльності людини, що виник в її структурі у міру її оформлення у свідому діяльність по виробництву необхідних людині благ.

Існують три необхідні чинники, три ключові моменти, що визначають реальність управління: мета, узгодженість і результат спільної діяльності. Мета є ідеальним образом стану керованої системи, причому цей образ існує не лише у свідомості менеджера, але і у свідомості кожного працівника фірми. Якщо поставлена менеджером мета відбиває співпадаючі інтереси усіх або, то мета є інтегруючим чинником, об'єднує людей, примушує їх шукати раціональні варіанти здійснення спільної діяльності, загального руху до отримання того результату, який відповідає розумінню мети. Узгодження - це також досягнення інтеграції, гармонійності взаємодії працівників в здійсненні своєї діяльності. Узгодження - це забезпечення взаємнододаткової, взаємноприйнятності. Результат управління теж має інтеграційне значення, тому що він показує, що дає узгодженість діяльності, наскільки можливе отримання загального результату при цьому варіанті інтеграції діяльності.

**2.Ділова комунікація: сутність і зміст**

Одним з найважливіших чинників інтеграції управління є комунікація. Комунікація - це спілкування людей в процесі їх спільної діяльності, це обмін ідеями, думками, почуттями, обмін інформацією. Без комунікації неможливе існування ніякої організованої групи людей. Комунікація - цей засіб, за допомогою якого в єдине ціле об'єднується організована діяльність, модифікується поведінка, здійснюються зміни, інформація набуває ефективності, реалізуються цілі. Іншими словами, комунікація –це засіб, за допомогою якого люди об'єднані в організацію для досягнення загальної мети. Саме що і виступає основною функцією комунікації. Без комунікації неможливе і управління, тому що воно, з одного боку спирається на існуючі форми комунікації, що склалися, з іншого - формує ті форми комунікації, які полегшують як спільну діяльність, так і само управління.

*Ділова комунікація - процес взаємозв'язку і взаємодії, в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, що передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію певної мети.*

Ще прагматичний Дж. Рокфеллер, прекрасно розуміючи значення комунікації для ділової діяльності, відмічав, що "уміння спілкуватися з людьми - такий же товар, що купується за гроші, як цукор або кава. І я готовий платити за це уміння більше, ніж за який-небудь інший товар у цьому світі"!

Практично усе, що здійснюється в організації, має прямий або непрямий зв'язок із комунікативними процесами. Відтак, вони є значущим засобом забезпечення цілісності і функціонування організації.

Законом України «Про інформацію» виокремлено такі основні види інформації:

1. статистична інформація — офіційно документованім державна інформація, що дає кількісну характеристику масових явищ та процесів, які відбуваються в економічній, соціальній, культурній та інших сферах життя суспільства;

2. інформація про товар (роботу, послугу) - відомості та/або дані, які розкривають кількісні, якісні та інші характеристики товару (роботи, послуги);

3. податкова інформація - сукупність відомостей і даних, що створені або отримані суб'єктами інформаційних відносин у процесі поточної діяльності і необхідні для реалізації покладених на контролюючі органи завдань і функцій у порядку, встановленому Податковим кодексом України;

4. правова інформація — сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про право, його систему, джерела, реалізацію, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику. Джерелами її є Конституція України, норми і принципи міжнародного права, кримінальний кодекс, інші законодавчі і підзаконні правові акти тощо;

5. інформація про фізичну особу — сукупність документованих або публічно оголошених відомостей про особу (національність, освіта, сімейний стан, релігійність, стан здоров'я, адреса, дата і місце народження);

6. інформація довідково-енциклопедичного характеру — систематизовані, документовані або публічно оголошені відомості про суспільне, державне життя і навколишнє природне середовище;

7. соціологічна інформація — документовані або публічно оголошені відомості про ставлення громадян і соціальних І груп до суспільних подій і явищ, процесів, фактів тощо;

8. інформація про стан довкілля - стан складових довкілля та його компоненти, включаючи генетично модифіковані організми, та взаємодію між цими складовими, інші відомості. Основними принципами інформаційних відносин в Україні є: гарантованість права на інформацію; відкритість, доступність інформації та свобода її обміну; об'єктивність, вірогідність, повнота і точність інформації; законність її одержання, використання, поширення та зберігання тощо.

Одним із основних носіїв є документація — письмове надання інформації про факти, події, явища об'єктивної дійсності й розумової діяльності людини, носієм якої вона є. Відповідно до Закону України «Про інформацію» документ — передбачена законом матеріальна форма одержання, зберігання, використання і поширення інформації шляхом фіксації на папері, магнітній, кіно-, відео-, фотоплівці або на іншому носієві.

Документацію класифікують за різними ознаками.

За змістом:

- адміністративна (правила, процедури, інструкції, накази, розпорядження тощо);

- планово-економічна (техніко-економічний план, план збуту, інвестиційний проект та ін.);

- комерційна (договори щодо постачання та збуту, замовлення, оферти, рахунки-фактури тощо);

- фінансова (бюджет, фінансовий план, платіжні відомості та ін.);

- зовнішньоекономічна (зовнішньоекономічні договори, вантажномитна декларація, інвойс тощо);

- бухгалтерська (журнали-ордери, касова книга та ін.)»

- обліку кадрів (трудові книжки, штатні розписи, посадові інструкції тощо);

- технологічна (технологічні карти, конструкторські схеми, інструкції з експлуатації техніки та ін.).

За складністю:

- проста (відображає один процес);

- складна (відображає кілька процесів).

За призначенням:

- індивідуальна (призначена для конкретних посадових осіб);

- типова (призначена для широкого кола користувачів).

За місцем у менеджменті:

- службово-інформаційна (службові листи, акти тощо);

- розпорядча (накази, розпорядження, вказівки, інструкції, постанови, протоколи, циркуляри та ін.);

- спеціальна (фінансова, бухгалтерська, технологічна, планова, звітна та ін.).

Діловодство – процес, пов'язаний зі складанням документів, їх обробленням, проходженням, зберіганням тощо.

До основних функцій діловодства належать: попередній розгляд і облік документів; довідково-інформаційне обслуговування; контроль за виконанням основних положень документів; удосконалення (раціоналізація) документообігу; експедиційне оброблення і транспортування документів.

За рівнем централізації виділяють такі системи діловодства:

а) централізована — за такої системи вся документація прямує в єдиний центр організації (наприклад, у канцелярію);

б) децентралізована — передбачає надходження документів за призначенням у відділи, підрозділи тощо;

в) змішана — поєднує елементи централізованої та ще централізованої систем.

Роботу з документацією здійснюють в організаціях спеціальні служби. До них належать канцелярія, архів, бібліотека, довідкове бюро, юридичний відділ, секретаріат тощо.

Часто управління виробничо-господарською діяльністю вимагає застосування графіків і графічних засобів.

Графік — це спосіб наочного зображення стану і процесу виробничо-господарської діяльності з допомогою умовних позначень (крапок, ліній, фігур тощо). Він поєднує в собі графічний образ (систему накреслень) і легенду (умовні позначення на графіку). Графік має бути наочним, змістовним, образним, універсальним, зручним у користуванні тощо.

Графічні засоби поділяють на кілька груп:

1) органіграми — графіки, які характеризують структуру і взаємовідносини явища. До них належать: класифікаційні графіки (класифікація підприємств); оргсхеми (організаційні структури управління підприємств, цехів); оперограми (порядок руху сировини, деталей); хронооперограми (порядок руху в часі) тощо;

2) топограми — графіки, що відображають явища у просторі. Ними є маршрутні схеми руху предметів праці на робочих місцях; планування виробничих дільниць, робочих місць; схеми змащування обладнання; маршрут руху багатоверстатника тощо;

3) хронограми — графіки, які характеризують зміну явищ у часі.

Передусім це такі графіки: циклограми; планово-контрольні графіки; диспетчерські графіки руху транспорту тощо;

4) діаграми — графіки, що відображають кількісні співвідношення (показників, явищ). До них належать: діаграми порівняння показників; діаграми розподілу показників; хронодіаграми тощо.

**3. Підходи до розуміння сутності ділової комунікації.**

В процесі комунікації відбувається передача інформації від одного суб'єкта іншому. Тому головна особливість ділової комунікації полягає в значущості партнера в спілкуванні. При цьому ***суб'єктами і об'єктами ділової комунікації*** можуть виступати ***окремі особи, групи і навіть цілі організації***.

Сутність ділової комунікації можливо розглядати з позицій різних підходів, зокрема: ***механістичного, діяльнісного, н****ормативно-організаційного, суб'єктно-психологічного****та соціального підходи***.

Ділова комунікація - *в механістичному підході* - односпрямований процес кодування і передачі інформації від джерела і прийому інформації одержувачем повідомлення.

Ділова комунікація - *в діяльнісному підході* - спільна діяльність учасників комунікації (комунікантів), у ході якої виробляється загальний (до певної межі) погляд на речі і дії.

*Нормативно-організаційний підхід* пов'язаний з виявленням об'єктивних організаційних форм комунікації, умов її оптимальної реалізації в рамках системи ефективного комунікаційного процесу.

*Суб'єктно-психологічний підхід* до комунікації в організації спрямований на розкриття психологічних характеристик учасників комунікації (комунікантів). Він виявляє значущі риси комунікаційного процесу, в тому числі і ті, які є для нього бар'єрами.

*Соціальний* підхід розглядає ділову комунікацію як процес обміну інформацією і передачі відомостей між двома людьми або в групі людей в межах однієї організації, між двома і більш організаціями, між організацією і соціумом.

**4.Цілі і функції комунікації в організації**

Основна мета комунікативного процесу - забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак сам факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування брали участь в обміні людей. Щоб краще розуміти процес обміну інформацією й умови його ефективності, варто мати уявлення про стадії процесу, в якому беруть участь двоє чи більше число людей.

Незалежно від засобів і каналів комунікації ми передаємо повідомлення для того, щоб:

* попередити інших людей (дорожні знаки або крик);
* інформувати інших людей (телетекст або прес - реліз);
* пояснити що-небудь (підручник або план експерименту);
* розважити (анекдот або художній фільм);
* описати що-небудь (документальний фільм або усна розповідь);
* переконати кого-небудь (плакат, що закликає: "Зберігайте гроші в ощадній касі!").

Це - цілі комунікації. Найчастіше в межах однієї комунікації їх буває декілька (фільм може і розважати, і інформувати, і описувати, і попереджати, і пояснювати). Базовою причиною, по якій люди потребують комунікації, служать соціальні потреби людини або групи людей. Ми вступаємо в комунікативний процес з метою задоволення тих чи інших своїх насущних потреб. Таким чином, отже, мети комунікації обслуговують основні потреби людини:

* виживання;
* співробітництво з іншими людьми;
* особисті потреби;
* підтримка відносин з іншими людьми;
* переконання інших діяти або думати якимось чином;
* здійснення влади над іншими людьми (сюди відноситься і пропаганда);
* об'єднання товариств і організацій в одне ціле;
* отримання та повідомлення інформації;
* усвідомлення світу і нашого досвіду в ньому (у що ми віримо, що думаємо про себе, про стосунки з іншими людьми, про те, що є істинним);
* прояв творчої натури і уяви.

Прийнято розподіляти наші потреби по чотирьох групах: 1) особисті, 2) соціальні, 3) економічні, 4) творчі. Для трактування і розуміння теорії комунікації як наукового знання про закони соціальної взаємодії нас, насамперед, цікавлять особисті та соціальні потреби людини.

# Функції комунікації

Процес комунікації, як це відзначають вчені протягом вже цілих тисячоліть, починаючи з часів Аристотеля і до наших днів, може набувати різні форми свого прояву в залежності від зовнішніх і внутрішніх умов навколишнього середовища, числа учасників, істинних і декларованих цілей взаємодіючих сторін, засобів і стратегій виконання і ін. Безліч чинників впливають на визначення функцій комунікації. У реальному комунікативному процесі, навіть в одному окремо взятому комунікативному акті, можуть поєднуватися кілька функцій, одна або дві з яких будуть основними, визначальними. З погляду професійно-компетентнісного підходу в інтегративному соціально-комунікативному аспекті можна вести мову про функції комунікації в цілому (про її роль в житті і діяльності людини і суспільства). У такому ж ракурсі можна говорити про функції окремих комунікативних актів і комунікативних подій.

Функції комунікації, як правило, прийнято виділяти тільки в цілях науково-дослідного або науково-прикладного аналізу, необхідного для, наприклад, консультаційної діяльності. Виходячи з того, яка з виявлених функцій є провідною (визначальною, основною, головною і ін.), А які відносяться до другорядних, можна грамотно побудувати модель комунікативної взаємодії (модель - аналог реального об'єкта), дати правильну класифікацію комунікативних актів, вибрати верпів тактику комунікативної діяльності і правильну стратегію взаємодії в цілому.

Слід мати на увазі, що інструментальний спосіб моделювання - вивчення об'єкта (оригіналу) шляхом створення та дослідження його копії (моделі) в Коммуникология використовується у двох смислових парадигмах:

* 1) як дослідницький прийом, концептуальне засіб, основною метою якого є пояснення комунікативних процесів;
* 2) як планшетна панорама, схематизированное спрощене відображення реального комунікативного процесу, необхідне в якості проектного інструментарію, призначеного для управління модельованим процесом; алгоритм, в рамках якого і здійснюється даний процес.

**5. Комунікаційна функція керівника організації.**

З одного боку, ділова комунікація - це суспільне явище, процес, який має місце в організаційній системі на усіх ієрархічних рівнях і в усіх організаційних структурах (вони не обов'язково мають бути пов'язані безпосередньо з керівником).

З іншого боку, ділова комунікація є природною практикою взаємодії керівника з окремими підлеглими, групами підлеглих і окремими підрозділами організації.

І, нарешті, ділова комунікація - це особлива, специфічна функція управління, яка є об'єктом цілеспрямованого регулювання з боку керівника, компонент його управлінської діяльності.

Хоча комунікація має широке застосування в усіх областях управління, вона особливо важлива для здійснення функції керівництва і лідерства. Згідно з дослідженнями керівник від 50 до 90% свого часу витрачає на комунікації. Це здається неймовірним, але стає зрозумілим, якщо врахувати, що керівник займається цим, щоб реалізувати свої ролі в міжособових стосунках, інформаційному обміні і процесі ухвалення рішень, не кажучи про управлінські функції планування, організації, мотивації і контролю. Саме тому, що обмін інформації вбудований в усі основні види управлінської діяльності, можна назвати комунікації єднальним процесом.

У діяльності керівника комунікація відіграє значущу і, при цьому, специфічну роль. Ця особливість полягає в тому, що будучи істотною сама по собі, комунікативна функція входить до сукупності інших управлінських функцій, є засобом їх реалізації і взаємної координації. Таким чином, комунікативна функція, разом з іншими (наприклад, функція ухвалення рішення) є елемент "єднального або інтегративного процесу" в організації.

Специфіка комунікації як функції управління багатозначна і розкривається з різних сторін, якими виступають:

1) комунікативна поведінка керівника (менеджера);

2) комунікативні явища в роботі керівника (менеджера);

3) комунікативні процеси, пов'язані з діяльністю керівника (менеджера).

Суть комунікаційної функції керівника і її засадниче завдання полягає в забезпеченні і регулюванні оптимального обміну інформацією як усередині організації (між окремими підрозділами і індивідами), так і зовні (із зовнішнім оточенням). Критерій оптимальності в даному випадку те, наскільки наявна мережа сприяє досягненню загальних організаційних цілей.

Комунікативна функція в організації специфічна і включає ряд засадничих установок, таких як:

· розкриття суті і визначення особливостей комунікативної функції;

· розгляд і аналіз типів і видів комунікацій в організаційних системах;

· характеристика різноманітних форм реалізації комунікативної функції в організації;

· встановлення структурних елементів і ключових етапів комунікативного процесу;

· виявлення і вирішення типових проблем і помилок (так званих "комунікаційних бар'єрів"), які можуть бути характерні для тієї або іншої комунікативної функції;

· формулювання принципів оптимальної комунікації і відображення загальних вимог, спрямованих на вдосконалення комунікативної функції.

**Висновок**

Отже, ділова комунікація - процес взаємозв'язку і взаємодії, в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом що передбачає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію певної мети.

Ділова комунікація включає передачу і прийом важливої інформації, сприйняття її усіма сторонами.

Головна особливість ділової комунікації полягає в значущості партнера в спілкуванні. Тут це особа, діловий суб'єкт. Дуже важливим є взаєморозуміння людей, оскільки воно забезпечує ефективний результат взаємодії, що і визначає ефективність співпраці.

Література

1. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-01. – К., 1994.
2. ДСТУ 2628-94. Системи оброблення інформації. Оброблення тексту. Терміни та визначення. Чинний від 1995-01-07. – К., 1994.
3. ДСТУ 4163-2003. Державна уніфікована система документації. Уніфікована система організаційно-розпорядчої документації. Вимоги до оформлювання документів. – К., 2003.
4. ДСТУ 4423-2005 «Інформація та документація. Керування документаційними процесами». Ч.І.: основні положення (ISO 15489-1:2001, MOD). – К. : Держспоживстандарт України, 2007. – 28 с.
5. Осовська Г.В. Комунікації в менеджменті : курс лекцій/ Г.В. Осовська. - К. : Кондор, 2008. - 218 с.
6. Палеха Ю. І., Мурейко Н. В., Оксіюк О. Г. Документально-інформаційні комунікації : навч. посіб. - К. : Ліра-К, 2014. - 386 с.