

небольшим числом респондентов (39,3% от общей совокупности). Отсюда можно сделать вывод, что большинство опрошенных довольны проводимой на предприятии подготовкой и переподготовкой кадров.

Большинство респондентов (32,1%) склоняются к мнению о том, что на предприятии необходимо внедрять единую систему обучения, вкладывать больше денежных средств (26,8%) и расширять диапазон обучающих курсов и программ (23,2%).

Значительная часть респондентов - 46 человек (82,1%) – считают необходимым увеличение сроков производственной практики на предприятии студентов вузов. Только 10 человек (17,9%) высказались негативно по данному поводу.

Значительная часть респондентов - 50 человек (89,2%) – считают необходимым организацию семинаров с участием предприятий, на которых студент может определиться с будущим местом работы, опираясь не только на условиях работы, но и на стратегию предприятия. 6 человек (10,8 %) высказались негативно по данному поводу.

На основании проведенного анализа проект совершенствования кадровой политики ЗАО НПП «Машпром» должен включать следующие мероприятия: увеличение времени производственной практики для студентов ВУЗа, организацию семинаров с участием представителей предприятия, на которых студент может определиться с будущим местом работы, опираясь не только на условиях работы, но и на стратегию предприятия, разработку и внедрение целевых курсов специальной подготовки на предприятиях.

УДК 316.776.3

Зарова Анастасия Александровна,  
студент, nastya\_new21@mail.ru;

Демьянова Марина Владимировна,  
кандидат экономических наук, доцент, demjanovamarina@rambler.ru,  
Тюменский государственный нефтегазовый университет, г. Тюмень

### **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ МОДЕЛИРОВАНИЯ ВНУТРИФИРМЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

Аннотация: модель внутрифирменных коммуникаций включает субъектов, каналы коммуникации, обратную связи, шумы.

Ключевые слова: внутрифирменные коммуникации, модель внутрифирменных коммуникаций.

Zarova Anastasia Aleksandrovna,  
Demianova Marina Vladimirovna

### **SOME ASPECTS OF MODELING OF IN-COMPANY COMMUNICATIONS**

Abstract: the model of in-company communications includes subjects, channels of communication, feedback effect and noise sources.

Keywords: in-company communications, model of in-company communications.

Внутрифирменные коммуникации - это взаимодействие субъектов во внутренней среде компании, которое оказывает влияние на внешние информационные потоки организации.

Внутрифирменные коммуникации очень важны в организации. По сравнению с обычными межличностными коммуникациями они имеют такие особенности, как большая плотность информационного потока, искажение и потеря данных в процессе общения, зависимость от конфигурации организационной структуры управления. Соответственно, возникает потребность в адаптации этой системы к особенностям корпоративной культуры и придании ей статуса мотивационного механизма.

Структурированные и хорошо организованные коммуникации как внутри организации, так и во внешней среде контактов с бизнес-средой являются мощным конкурентным преимуществом. Сознательно формируя их, компания получает не только публицитный капитал (прирост стоимости бизнеса за счет коммуникативной активности), но и обеспечивает лояльность сотрудников.

Основной целью управления внутрифирменными коммуникациями является достижение приверженности персонала тем ценностям, которые топ-менеджмент считает необходимым для долгосрочной стратегии развития.

Субъектом внутрифирменной коммуникации выступает как отдельный сотрудник Компании (любого уровня) или группа сотрудников Компании, объединенная по некоторому принципу, так и подразделение.

Основными задачами внутрифирменных коммуникаций являются:

1. Формирование корпоративной общности. Сотрудники должны ощущать себя членами единой корпоративной команды.

2. Поддержка и развитие корпоративной культуры — корпоративных ценностей и норм поведения. Культурные ценности должны постоянно находить отражение в текущей деятельности предприятия в целом и его подразделений и отдельно взятых сотрудников в частности.

3. Информационная поддержка управленческих решений. Для того чтобы управленческие решения были успешно реализованы на практике, они должны быть грамотно донесены до непосредственных исполнителей и, безусловно, нуждаются в информационной поддержке.

4. Объяснение результатов работы предприятия. Сотрудники вправе ожидать от руководства своей компании информации о производственных и финансовых результатах работы.

5. Выявление управленческих и коммуникационных проблем внутри компании, которые в большинстве проблем в компании носят скрытый характер.

6. Мобилизация ресурсов сотрудников и общественного мнения для решения корпоративных задач.

7. Обратная связь. Отсутствие обратной связи может привести к демотивации сотрудников, распространении слухов, искажении информации и ненадлежащем исполнении своих обязанностей.

Каждая задача реализуется в зависимости от вида внутрифирменной коммуникации. Коммуникация в малой группе дает шанс и руководителю и подчиненному оперативно участвовать в решении стратегических и текущих задач: каждый участвует в обсуждении, каждый может быть услышан. Хорошие результаты дает эффект обратной связи. Взаимодействие усложняется с ростом числа членов группы.

Управление коммуникациями становится особенно актуальным в периоды неопределенности информационного пространства организации. Антикризисные коммуникации - это комплекс ориентированных на прогнозирование и предотвращение кризиса высокоэффективных технологий, а также разработка схем действий по быстрому и эффективному выходу из возможных кризисных ситуаций и регулированию их последствий. К антикризисным коммуникациям относятся технологии поддержания и оперативной коррекции имиджа, адаптации к новым условиям, нейтрализации негативных технологий.

Антикризисные коммуникации подразумевают оперативный мониторинг медиа среды - отслеживание актуальной информации и анализ развития кризисной ситуации; определение опасных зон, проблем, уязвимых мест внутри и вне компании, потенциально опасных для прибыли, имиджа, конкурентоспособности; разработку специальной программы, определяющей корпоративную политику и стратегию предприятия, направленную на минимизацию негативных внешних и внутренних воздействий; реализацию программы вывода компании из кризиса[21].

Для более детального изучения внутрифирменных коммуникаций и выявления проблем представляется необходимым использовать разработанную нами модель внутрифирменных коммуникаций. Она включает три основных элемента: отправитель, посредник и получатель.



Рис. 1. Модель внутрифирменных коммуникаций

Данные субъекты взаимодействуют между собой, образуя внутрифирменную коммуникацию. Однако присутствуют и другие, не менее важные элементы: кодирование и декодирование информации, обратная связь,

шумы, внешняя и внутренняя среда. Внутренняя и внешняя среда оказывают влияние друг на друга. При неблагоприятном положении во внутрифирменных коммуникациях, возможно отрицательное влияние на внешнюю среду и, наоборот, при неблагоприятных обстоятельствах во внешней среде негативные последствия могут коснуться и внутренней среды. Отправитель, генерируя информацию, кодирует ее и отправляет посреднику по формальным или неформальным каналам. Посредник, получив информацию, декодирует ее в соответствии со своим жизненным опытом, представлениями о полученной информации и т.д. Далее, он может дать обратную связь отправителю, либо закодировать информацию и передать ее по формальным или неформальным каналам получателю, который так же декодирует ее в соответствии со своим жизненным опытом, ожиданиями и т. д. Получатель, в свою очередь, может дать обратную связь посреднику, отправителю, либо получить ее от отправителя. Так же в данной модели присутствует еще один немаловажный элемент – шумы. Именно из-за них могут возникать проблемы с построением коммуникации на всех уровнях коммуникационного процесса. Шум - один из важнейших элементов модели. Это любой сигнал, который был получен реципиентом без ведома источника, или любую помеху, затрудняющую передачу или декодирование сообщения. Возникающие в модели шумы в основном семантические. Когда шумы присутствуют на уровне отправитель – посредник, возникают следующие трудности: топ-менеджер осуществляет только функцию контроля, игнорируя остальные, тогда как руководитель среднего уровня подразделения не следит за результатом работ своих подчиненных. Шум, имеющийся на данном уровне, свидетельствует, о проблемах в кодировании и декодировании информации между отправителем и посредником, а так же нарушениях в обратной связи. Если шумы происходят на уровне взаимодействия отправитель-посредник или же посредник – получатель, то характерно невыполнение плана работ, задержка или некачественное выполнении заданий, вследствие неправильного понимания работниками (т.е. получателями) своих заданий. На этапе посредник – получатель, шум проявляется через незнание миссии организации, отсутствие оценки результатов работы, отсутствии чувства причастности к общему делу всех сотрудников, работающих в организации. Однако, иногда, данные проблемы могут встречаться и на уровне отправитель – посредник, и так же характеризоваться нарушением в обратной связи. Есть шумы, выявляются на уровне получателя, то проблемы будут проявляться в отсутствии взаимодействия между сотрудниками разных отделов, отсутствии взаимопомощи, некомфортной обстановке во время проведения мероприятий, направленных на поддержание корпоративного духа и пр. Все это оказывает негативное влияние на построение процесса внутрифирменной коммуникации в целом, так как отсутствие правильно выстроенной коммуникации на конечном этапе модели, может не завершить процесс взаимодействия, либо продолжить его с искажениями.

Применение эффективных инструментов позволяет отделу по связям с общественностью своевременно спрогнозировать вероятность возникновения кризисной ситуации, избежать или минимизировать ее последствия.

УДК 35083:331.101.3

Кочкин Валентин Александрович,  
магистрант, kochkin.valentin@mail.ru, РАНХиГС Уральский институт, г. Екатеринбург

### **ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ**

Аннотация: в статье рассматривается профессиональная культура государственных и муниципальных служащих как необходимое условие высокоэффективного государственного и муниципального управления.

Ключевые слова: государственные служащие, муниципальные служащие, культура, профессиональная культура.

Kochkin Valentin Aleksandrovich

### **FEATURES OF PROFESSIONAL CULTURE OF PUBLIC AND MUNICIPAL EMPLOYEES**

Abstract: in the article the professional culture of state and municipal employees as a condition of the effectiveness of state and municipal governance.

Keywords: public servants, municipal employees, culture, professional culture.

В настоящее время существенно возрастают требования общества к содержанию и качеству профессиональной деятельности государственных и муниципальных служащих, усложняются требования к их квалификации, профессиональным и личностным особенностям. Тем не менее, очевидно, что качество деятельности органов власти зависит от конкретных людей, их особенностей и квалификации, а меры по совершенствованию законодательства, реформированию органов власти – лишь условия их эффективной работы.

Профессиональная деятельность государственных и муниципальных служащих, с одной стороны, имеет общественную значимость, с другой – продукт ее субъективен и зависит от профессионализма исполнителя. Следовательно, она может быть признана качественной при совпадении оценки результата самим субъектом и обществом.

Результатами деятельности государственных и муниципальных служащих являются правовые нормы различного уровня управления, социокультурные нормы отношений, нормы отчетности и ответственности, ресурсного обеспечения материальной деятельности. Возникающие же при этом диалектические противоречия между результатами труда государственных и муниципальных служащих и общественной формой их оценки можно считать спецификой государственной службы как профессиональной деятельности.

Следствием подобного рода противоречий выступают негативный эмоциональный фон и конфликтность как типичная среда профессионального общения государственных служащих.