(cc) BY

Трубилин Алексей Григорьевич
соискатель, преподаватель
Лоскутов Андрей Игоревич
студент

ЧОУ ВО «Южный институт менеджмента»
г. Краснодар, Краснодарский край

РОЛЬ НЕФОРМАЛЬНОГО ВИДА ОБЩЕНИЯ В КОММУНИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация*: в настоящей статье рассмотрены основные понятия, связанные с неформальным видом делового общения «Виноградная лоза». Изучение специфики использования деловой коммуникации является на сегодняшний день актуальной темой. Обратная связь – это важный инструмент управления персоналом и повышения эффективности бизнес-процессов, который должен учитываться в каждом аспекте любой организации. Это мощный инструмент влияния, с помощью которого осуществляется информационный обмен между руководителем и подчиненными, позволяющий руководителю получать актуальную информацию о последствиях управленческих решений, корректировать работу отдельных сотрудников и целых подразделений.*

Ключевые слова*: обратная связь, коммуникация, актуальная информация, инструмент воздействия, управление, виноградная лоза.*

Коммуникация – суть управления, основные функции управления (планирование, организация, комплектование штата, руководство и контроль) не могут быть выполнены хорошо без эффективного общения. Хорошо организованная коммуникация помогает сотрудникам чувствовать себя более уверенно и комфортно, что позволяет им раскрывать весь свой потенциал.

Задачей любого сильного руководителя или менеджера является установка такой коммуникации среди своих подчиненных.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Деловое общение предполагает постоянный поток информации. Обратная связь при этом является неотъемлемой частью делового общения. Организации в наши дни имеют тенденцию к росту и включению в себя большого количества людей. Существуют различные уровни иерархии в организациях. Чем больше количество уровней иерархии, тем сложнее задача управления организацией. Общение здесь играет очень важную роль как часть процесса управления людьми в организации. Немедленную обратную связь можно получить и избежать недоразумения, если таковая есть. Коммуникация должна быть эффективной между вышестоящими и подчиненными уровнями организации, между организацией и обществом в целом (например, между руководством и профсоюзами). Это необходимо для успеха и роста организации. Коммуникационные пробелы ни в одной организации возникать не должны.

Деловая коммуникация не исчерпывается ни передачей сообщений, ни самим сообщением. Она представляет собой взаимный обмен пониманием, происходящий с получателем и важный элемент любого рабочего коллектива на любом предприятии вне зависимости от его размера. От уровня коммуникации зависит не только полноценное функционирование организации, но и её будущее на рынке в целом.

Ни один обмен информацией не может происходить без обратной связи. Хороший руководитель всегда должен иметь доступ к обратной связи с подчиненными. Обратная связь необходима по ряду причин:

1) она служит мощным инструментом мотивации;

2) улучшает способность членов организации слушать;

3) на основе обратной связи делаются выводы и корректировка в работе.

Один из видов неформального делового общения – это так называемая «Виноградная лоза».

«Виноградная лоза» – неформальный вид делового общения. Она называется так потому, что распространяется по всей организации во всех направлениях, независимо от уровня полномочий участников коммуникации. Несмотря на наличие официальных каналов в организации, неформальные каналы, как

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

правило, развиваются, когда человек взаимодействует с другими людьми в организации. Виноградная лоза больше распространяется на более низких уровнях организации.

«Виноградная лоза» развивается по разным причинам. Один из них заключается в том, что, когда организация сталкивается с рецессией, у работников появляется чувство неуверенности. Кроме того, иногда сотрудники не имеют уверенности в себе, из-за чего они образуют профсоюзы. Иногда руководители отдают предпочтение некоторым сотрудникам, вызывая у других сотрудников чувство сегрегации. Таким образом, когда сотрудники чувствуют необходимость обмена мнениями, они идут на виноградную сеть, так как не могут использовать в этом случае формальный канал связи. Как правило, во время перерывов в столовой подчиненные говорят об отношении и поведении своего начальника и обмениваются мнениями. Они обсуждают слухи о продвижении по службе и переводе других сотрудников.

«Виноградная лоза», как неформальный вид делового общения, также имеет ряд плюсов и минусов, которые необходимо рассмотреть.

Положительные стороны:

1. Каналы быстро несут информацию. Как только сотрудник узнает какую-то конфиденциальную информацию, он становится любознательным и передает ее в скором времени своему ближайшему другу, который, в свою очередь, передает ее другому. Таким образом, информация распространяется поспешно.

2. Руководители узнают реакцию подчиненных на их политику. Таким образом, полученная обратная связь быстра по сравнению с формальным каналом связи.

3. Создаётся чувство единства среди сотрудников, которые делятся и обсуждают свои взгляды друг с другом. Таким образом, это помогает в развитии групповой сплоченности.

4. Этот вид общения служит эмоциональной поддержкой.

5. Является дополнением в тех случаях, когда формальное общение не работает.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Недостатки «Виноградной лозы» как неформального вида делового общения:

1. Может нести искажённую информацию. Таким образом, она не дает четкого представления о полном положении дел.

2. Снижается производительность труда, так как сотрудники много времени тратят на общение, не относящееся к процессу производства.

3. Может привести к враждебности по отношению к руководителям.

Хороший руководитель должен обладать достаточными навыками для того, чтобы эффективно обратить рассматриваемый вид общения на пользу себе.

Среди способов такого обращения можно выделить следующие:

1. Предоставлять реальные новости инициаторам.

Менеджеры должны идентифицировать людей, которые принимают активное участие в «виноградных» каналах и предоставлять им реальные новости, чтобы они могли передавать реальные факты по «виноградным» каналам.

Это, в конечном итоге, будет противодействовать передаче ложных и искаженных сообщений.

2. Рассматривать «виноградную лозу» как инструмент распознавания настроения у работников.

Поскольку «виноградная лоза» является важным источником получения обратной связи, менеджеры должны использовать ее как инструмент распознавания настроения у работников.

3. Опровергать ложные слухи.

Если в организации возникают какие-либо ложные слухи, руководство должно немедленно опровергнуть их и опротестовать по официальным каналам. В результате подача ложных слухов уменьшится.

4. Предоставлять работникам возможность участия в процессах принятия решений.

Если работники могут принимать участие в процессе принятия решений, они будут хорошо информированы о фактах. В такой ситуации нечего будет поддерживать и создавать ложные слухи.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Исходя из всего сказанного выше, можно сделать вывод, что «Виноградная лоза», как неформальный вид делового общения, является эффективным способом для руководителя получить обратную связь.

Наконец, возможно заявить, что, хотя организация не может нанять и уволить «виноградную лозу», она может обеспечить среду, в которой люди могут практиковать «виноградную лозу» наиболее желательным и эффективным способом.

Список литературы

1. Алдер Г. Маркетинг будущего: диалог сознаний. Общение с потребителями в XXI веке. – М.: ФАИР-Пресс, 2017. – 448 с.

2. Баева О.А. Ораторское искусство и деловое общение. – М.: Новое знание, 2016. – 368 с.

3. Бер Е. Хорошие манеры & деловой этикет. Иллюстрированное руководство. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 168 с.

4. Бороздина Г.В. Психология делового общения. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 с.

5. Бостико М. Этикет бизнесмена. Официальный. Дружеский. Международный. – М.: Центрполиграф, 2017. – 795 с.

6. Бриза О. Имидж делового мужчины / О. Бриза, Г. Эйтвин. – М.: Говорящая книга, 2015. – 506 с.

7. Ваш зарубежный партнер. Переписка, документация, контракты. – М.: Пресса, 2015. – 144 с.

8. Воротынцева Т. Пять правил успеха. – М.: Питер, 2013. – 176 с.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)