

УДК 657.1

Панасюк В.М., к.е.н., доцент

Тернопільський національний економічний університет

## **ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В КОМУКАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ: СУТЬ ТА НАПРЯМКИ**

У публікації розкрито суть комунікації та необхідність використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах. Уточнено напрями використання інформаційних ресурсів та інформаційного потенціалу підприємств. З'ясовано особливості комунікаційних процесів на сучасному етапі розвитку суспільства та проаналізовано способи передачі інформації

Ключові слова: комунікації, комунікаційні процеси, інформаційні ресурси, управління комунікаційними потоками.

Panasjuk V.

## **USE OF INFORMATION RESOURCES IN KOMUKATSIYNYH PROCESS: ESSENCE AND DIRECTIONS**

This publication examines the essence of communication and the need to use information resources in the communication process. Refined areas of information resources and information potential of enterprises. Shown features of communication processes at the present stage of development of society and analyzed ways to transfer information

Key words: communication, communication processes, information resources, management of communication flows.

Панасюк В.Н.

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В КОМУКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССАХ: СУЩНОСТЬ И НАПРАВЛЕНИЯ**

В публикации раскрыта суть коммуникации и необходимость использования информационных ресурсов в коммуникационных процессах. Уточнены направления использования информационных ресурсов и информационного потенциала предприятий. Выявлены особенности коммуникационных процессов на современном этапе развития общества и проанализированы способы передачи информации

Ключевые слова: коммуникации, коммуникационные процессы, информационные ресурсы, управление коммуникационными потоками.

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними даними.** Сучасний етап

соціально-економічного розвитку національної економіки вкрай загострює актуальність проблеми використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах для розвитку підприємств та установ України. Якщо люди не зможуть обмінюватися інформацією, ясно, що вони не зможуть працювати разом, формулювати мету і досягати її. Інформаційні ресурси, що знаходяться в розпорядженні менеджера, є одним з найважливіших інструментів управління. Використовуючи і передаючи інформацію, а також одержуючи зворотні сигнали, він організовує, керує і мотивує підлеглих. Багато що залежить від його здатності передавати інформацію так, щоб досягалася найкраще сприйняття даної інформації тими, кому вона призначена.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Теорія комунікації і комунікативні процеси стали змістом багатьох робіт дослідників: Г.Г.Почепцова, О.В.Зернецької, В.П.Конецької, О.Д.Кузнецова, Г.І.Меліки, А.П.Панфілової, О.Я.Гойхман, Т.М.Надійної, А.В.Соколова, О.П.Сгоршина, О.П.Хміля, Г.В.Осовської.

**Цілі статті** полягають в науково - обґрунтованій побудові системи науково-технічної та економічної інформації, як основного засобу використання інформаційного ресурсу в комунікаційних процесах.

Для досягнення зазначеної мети поставлені наступні завдання:

- уточнити напрями використання інформаційних ресурсів та інформаційного потенціалу підприємств;
- розкрити суть комунікації та необхідність використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах;
- з'ясувати особливості комунікаційних процесів на сучасному етапі розвитку суспільства та проаналізувати способи передачі інформації.

Об'єкт дослідження – комунікаційні процеси.

Предметом дослідження є використання інформаційних ресурсів в комунікаційних процесах.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Ефективність роботи менеджера залежить як від його вміння працювати з людьми, так і від того, як він працює з інформацією. У сучасному науковому світі все більш наполегливо проводиться ідея про розгортання на базі сучасного етапу розвитку НТР інформаційно-комунікаційної революції. Для виконання своїх функцій організації необхідні ефективні комунікації.

Комунікації можна визначити як способи, за допомогою яких люди вступають у контакти один з одним. Комунікації – це спілкування, передача інформації від людини до людини в процесі діяльності. У

визначення розуміння комунікації – це процес обміну інформацією (фактами, ідеями, поглядами, емоціями тощо) між двома або більше особами. Дослідник Г.Г. Почепцов пропонує визначити комунікацію як процес прискорення обміну інформацією [5].

Проте сам факт обміну інформацією ще не свідчить про комунікацію, оскільки інформація, що передається, може бути незрозуміла для того, хто її отримує. В теорії управління під комунікацією розуміють процес обміну інформацією між двома або більше особами, який забезпечує їх взаєморозуміння.

Передача інформації від однієї людини до іншої здійснюється за допомогою жесту, мови, приладів або в письмовій формі (їх називають засобами комунікацій). Через засоби комунікацій інформація передається особам, які приймають рішення, а рішення – їх виконавцям. Без комунікацій не може бути організації, тому що без них неможливо забезпечити координацію діяльності людей.

Мережа сучасних комунікацій усе повніше охоплює земну кулю, окремі країни, галузі економіки, окремі підприємства й процеси. Комп'ютер як засіб відправлення й одержання інформації адресатам у всьому світі значно спрощує і прискорює процеси обміну інформацією. Автоматизація опрацювання, збереження й передачі інформації створює принципово нове середовище для ведення підприємницької діяльності, підготовки, прийняття та виконання рішень. Проблема комунікацій одна з найважливіших у сучасному менеджменті [3].

Ефективність інформаційного забезпечення управління значною мірою залежить і від спроможності організаційної системи долати інформаційні бар'єри.

Створення ефективних комунікацій як усередині, так і поза організацією досягається за допомогою добре організованого комунікативного процесу.

Основна мета комунікаційного процесу – забезпечення розуміння інформації, що є предметом обміну, тобто повідомлень. Однак сам факт обміну інформацією не гарантує ефективності спілкування людей.

У комунікаційному процесі, як правило, виділяють чотири базових елементи:

1) наявність щонайменше двох осіб: відправника – особи, яка генерує інформацію, що призначена для передавання; одержувача – особи, для якої призначена інформація, що передається;

2) наявність повідомлення, тобто закодованої за допомогою будь-яких символів інформації, призначеної для передавання;

3) наявність каналу комунікації засобу за допомогою якого передається інформація;

4) наявність зворотнього зв'язку процесу передавання повідомлення у зворотньому напрямку: від одержувача до відправника. Таке повідомлення містить інформацію про ступінь сприйняття і зрозумілості отриманого ним повідомлення.

На нашу думку, в процесі комунікації можна виділити наступні етапи:

- 1) формування концепції обміну інформацією;
- 2) кодування та вибір каналу;
- 3) передавання повідомлення через канал;
- 4) декодування;
- 5) зворотній зв'язок.

При обміні інформацією завдання відправника й одержувача полягає у тому, щоб скласти повідомлення й використати канал зв'язку для його передачі так, щоб обидві сторони зрозуміли і поділили вихідну ідею. Це зробити важко, тому що кожний етап є одночасно місцем, де її зміст може бути перекручено або повністю втрачено.

Етапи процесу комунікацій схематично відображено на рис. 1.

Перший етап комунікації починається з формулювання ідеї або добору інформації. Відправник вирішує, яку ідею або повідомлення варто зробити предметом обміну. При цьому відправник має:

- а) чітко уявляти собі мету такої комунікації;
- б) чітко усвідомлювати відповідність концепції комунікації конкретній ситуації.

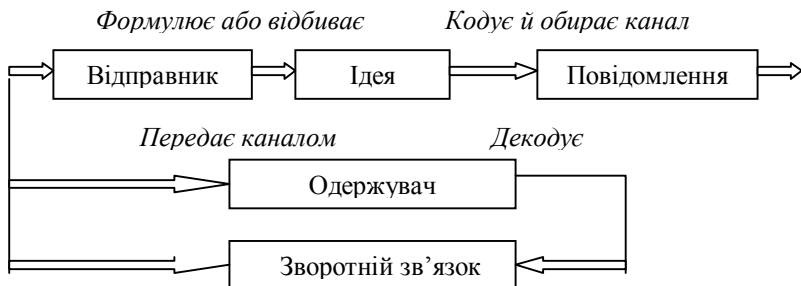


Рис. 1. Модель процесу комунікації

Отже, на першому етапі обміну інформацією необхідно усвідомити, які ідеї призначені для передачі перед відправленням повідомлення, і бути впевненим в адекватності й доречності ваших ідей з урахуванням

конкретної ситуації та мети.

На другому етапі відправник має за допомогою символів закодувати ідею, яку хоче передати. Таке кодування перетворює ідею в повідомлення. Кодування – це процес трансформації (перетворення) концепції комунікації у повідомлення за допомогою слів, інтонацій голосу, рисунків, жестів, виразів обличчя тощо. Повідомлення є реальним фізичним продуктом процесу кодування інформації. Результативність кодування залежить від: здібностей (хисту) відправника відповідним чином кодувати інформацію, що призначена для обміну; ставлення відправника щодо інформації, яка кодується; ступеня обізнаності (глибини знань) відправника про інформацію, що кодується; соціокультурного середовища, в якому знаходиться відправник.

На цьому ж етапі вибирається канал для передавання повідомлення.

Для підвищення результативності комунікації, на нашу думку, слід використовувати два або більше каналів для передавання одного і того самого повідомлення. Таким чином, одночасне використання засобів обміну усною і письмовою інформацією буде значно ефективніше, ніж тільки обмін письмовою інформацією. Орієнтація на обидва канали змушує ретельно готуватися і письмово реєструвати параметри ситуації.

На третьому етапі відправник використовує канал для доставки повідомлення одержувачу. Мова йде про фізичну передачу повідомлення, що багато людей помилково сприймають за сам процес комунікацій. Передача є лише одним із найважливіших етапів проходження ідеї від однієї до іншої особи.

На четвертому етапі одержувач повідомлення декодує його. Декодування – це переклад символів відправника для розуміння одержувача. Коли символи, обрані відправником, мають одне і те саме значення для отримувача повідомлення, останній зрозуміє (усвідомить), що мав на увазі відправник. Проте на практиці така ситуація складається далеко не завжди. Частіше одержувач тлумачить сутність та зміст повідомлення інакше, ніж його розумів відправник. До того ж слід враховувати вплив на процес передавання повідомлення різних перешкод (шумів). Обмін інформацією слід вважати ефективним, якщо одержувач продемонстрував розуміння ідеї, здійснивши дії, яких чекав від нього відправник.

Заключний етап комунікації – зворотній зв'язок. Йому належить найважливіша роль у комунікаціях. За наявності зворотного зв'язку відправник і одержувач обмінюються комунікаційними ролями. В процесі зворотнього зв'язку отримувач повідомлює відправнику про те, як він

зрозумів зміст повідомлення. При цьому одержувач:

- кодує інформацію про те, як він сприйняв і зрозумів повідомлення;
- обирає відповідний канал комунікації;
- передає це повідомлення відправнику.

Відправник, в свою чергу:

- декодує це повідомлення;
- порівнює інформацію відправника з оригінальною концепцією комунікації і визначає ступінь їх взаєморозуміння.

Безумовно, наявність зворотнього зв'язку збільшує тривалість комунікації, ускладнює процес, але підвищує його ефективність, забезпечує впевненість у правильності інтерпретації концепції комунікації.

З огляду на вищевисвітлене пропонується виділити два напрями підвищення ефективності комунікацій:

1) удосконалення повідомлень:

а) регулювання інформаційних потоків (поділ проблем між менеджером і підлеглими);

б) удосконалення зворотного зв'язку;

в) формування запитань в процесі повідомлення;

г) повторення всього або частини повідомлення;

д) застосування різних варіантів викладення інформації;

2) удосконалення механізму розуміння повідомлень:

а) використання емпатії – здатності поставити себе на місце співрозмовника, врахувати його особливості характеру тощо;

б) заохочення взаємної довіри;

в) спрощення мови повідомлення;

г) розвиток здібностей ефективно слухати (настанови «мистецтва ефективно слухати» Кіта Девіса).

Практикою опрацьовано багато різних підходів до підвищення ефективності комунікаційних процесів в організації.

Один із найвідоміших підходів запропонований Американською асоціацією менеджменту («10 настанов ефективної комунікації»):

1. Поясніть свої ідеї перед початком комунікації. Це означає системний аналіз проблем, які є предметом комунікації. Глибоке обміркування майбутніх повідомлень забезпечує прозорий і чіткий буде процес комунікації.

2. З'ясуйте дійсну мету комунікації. Чітке визначення мети повідомлення дозволяє менеджеру легко проектувати комунікації.

3. Зауважуйте всі елементи середовища комунікації, як фізичні, так і

людські. Запитання: що сказати; кому сказати; як сказати; коли сказати завжди сприяють успіху комунікації. При цьому їх слід пропускати крізь «сито» фізичних умов комунікації, соціального клімату, досвіду минулої комунікації і адаптувати до поточної ситуації.

**Висновки.** Підсумовуючи вищевикладане, слід констатувати:

1) завдання керівників і менеджерів – постійно піклуватися про те, щоб комунікативний процес та інформаційна система працювали ефективно;

2) обмін інформацією в організації можна поліпшити, створивши системи зворотного зв'язку, спрямовуючи інформаційні потоки, здійснювати управлінські дії, що сприяють формуванню різноманітних гілок інформаційного обміну;

3) розгорнути системи збору пропозицій, друкувати матеріал інформативного змісту для використання усередині організації і застосовувати досягнення сучасних інформаційних технологій;

4) поширеними перешкодами обміну інформацією в організаціях служать фільтрація поганих новин підлеглими, перевантаження інформаційної мережі і незадовільна структура організації;

5) будь-яка інформація, що увійшла до інформаційно-комунікаційної системи, повинна бути в ній оброблена як за формою, так і за змістом. На виході вона повинна стати короткою, ясною, цілісною і доступною для прийняття рішень.

На думку автора процес комунікацій достатньо складний й багатогранний. Знання всіх видів комунікацій має важливе значення для маркетологів, менеджерів та керівників підприємства для вдосконалення ефективного обміну інформацією та використання інформаційних ресурсів в управлінні підприємством та організації його діяльності.

1. Винарик Л.С. Электронные информационные ресурсы: проблемы формирования и использования [Текст] / Л.С. Винарик // Економіка промисловості. – 2002. – № 3. – С. 99–104.
2. Давидова І. Бази даних як інформаційний продукт [Текст] / І.Давидович // Вісник Книжкової палати. – 2000. – № 1. – С. 19–21.
3. Зернецька О.В. Глобальний розвиток систем масової комунікації і міжнародні відносини [Текст] / О.В. Зернецька. – К.: Освіта, 1999. – 351 с.
4. Курас І. Інформаційні ресурси України: стратегія розвитку [Текст] / І. Курас // Бібліотечний вісник. – 2001. – № 1. – С. 2–6.
5. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: Навч. посібн. [Текст] / Г. Г. Почепцов, С. А. Чукут. – Вид. 2-ге, стереотип. – К.: Знання, 2008. – 663 с.