https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

TOMSK POLYTECHNIC UNIVERSITY

ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА МАГИСТРАНТА

Тема работы
Управление коммуникационными процессами как инструмент повышения эффективности деятельности компании

УДК 005.57:005.336

Обучающийся

Группа	ФИО	Подпись	Дата
О-3АМ01	**Зейналов Э.Я.**		**23.01.2023 г.**

Руководитель ВКР

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	**Чистякова Н.О.**	**д.э.н., доцент**		**23.01.2023 г.**

КОНСУЛЬТАНТЫ ПО РАЗДЕЛАМ:

По разделу «Социальная ответственность»

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	**Черепанова Н.В.**	**к.филос.н.**		**24.01.2023 г.**

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ:

Руководитель ООП	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	**Чистякова Н.О.**	**д.э.н., доцент**		**25.01.2023 г.**

Томск – 2023 г.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

TOMSK POLYTECHNIC UNIVERSITY ТОМСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Томский политехнический университет» (ТПУ)

Школа инженерного предпринимательства
Направление подготовки 38.04.02 Менеджмент

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП
_____ _____ _Чистякова Н.О.
(Подпись) (Дата) (Ф.И.О.)

ЗАДАНИЕ

на выполнение выпускной квалификационной работы

Обучающийся:

Группа	ФИО
О-ЗАМ01	**Зейналов Эльмин Ялчын оглы**

Тема работы:

указывается тема ВКР	
Утверждена приказом директора (дата, номер)	**347-27/С от 13.12.2022**

Срок сдачи обучающимся выполненной работы:	**16.01.2023 г.**

ТЕХНИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Исходные данные к работе *(наименование объекта исследования или проектирования; производительность или нагрузка; режим работы (непрерывный, периодический, циклический и т. д.); вид сырья или материал изделия; требования к продукту, изделию или процессу; особые требования к функционированию (эксплуатации) объекта или изделия в плане безопасности эксплуатации, влияния на окружающую среду, энергозатратам; экономический анализ и т. д.)*	Внутренний корпоративный кодекс предприятия; Данные статистики о персонале, работающем на предприятии; Анализ показателей бурения предприятия; Результаты анкетирования и опроса персонала предприятия Общая информационная характеристика предприятия.
Перечень подлежащих исследованию, проектированию и разработке вопросов *(аналитический обзор по литературным источникам с целью выяснения достижений мировой науки техники в рассматриваемой области; постановка задачи исследования, проектирования, конструирования; содержание процедуры исследования, проектирования, конструирования; обсуждение результатов выполненной работы; наименование дополнительных разделов, подлежащих разработке; заключение по работе).*	Ознакомление с понятием и типами организаций с точки зрения коммуникационных процессов, анализ коммуникационных процессов и их функций в бизнес-организациях анализ структуры предприятия ЯФ АО «ССК», анализ коммуникационных процессов на примере компании ЯФ АО «ССК», анализ проблематики внутренних коммуникационных процессов ЯФ АО «ССК», анализ причин возникновения коммуникационных барьеров между работниками полевых и офисных служб ЯФ АО «ССК», составление мероприятий по совершенствованию коммуникационных процессов на предприятии ЯФ АО «ССК».
Перечень графического материала *(с точным указанием обязательных чертежей)*	Рисунки, отражающие: статистику по персоналу предприятия, статистику результатов анкетирования и опросов, аналитические данные. Таблицы, отражающие статистику по персоналу предприятия. Презентация в Microsoft Office PowerPoint для защиты магистерской работы.

Консультанты по разделам выпускной квалификационной работы
(с указанием разделов)

Раздел	**Консультант**
Социальная ответственность	**Черепанова Н.В.**

Дата выдачи задания на выполнение выпускной квалификационной работы по линейному графику	**10.02.2021 г.**

Задание выдал руководитель:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Профессор	**Чистякова Н.О.**	**д.э.н., доцент**		**10.02.2021 г.**

Задание принял к исполнению студент:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
О-3АМ01	**Зейналов Эльмин Ялчын оглы**		**10.02.2021 г.**

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

ЗАДАНИЕ К РАЗДЕЛУ «СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ»

Обучающемуся:

Группа	ФИО
О-3АМ01	Зейналову Эльмину Ялчын оглы

Школа	Инженерного предпринимательства	**Отделение (НОЦ)**	-
Уровень образования	магистратура	**Направление/ООП/ОПОП**	38.04.02 Менеджмент/ Экономика и управление на предприятии нефтегазовой отрасли

Исходные данные к разделу «Социальная ответственность»:	
1. Описание организационных условий реализации социальной ответственности - *заинтересованные стороны (стейкхолдеры) программ социальной ответственности организации, проекта, инновационной разработки, на которых они оказывают воздействие;* - *стратегические цели организации, проекта, внедрения инновации, которые нуждаются в поддержке социальных программ;* - *цели текущих программ социальной ответственности организации*	*Стейкхолдеры: Сотрудники компании, Федеральные, региональные и местные СМИ и тд.* *Цели: рациональное использование природных ресурсов, минимизация потерь нефти и газа; повышение эффективности контроля соблюдения требований промышленной и экологической безопасности на производственных объектах и тд..*
2. Законодательные и нормативные документы	*1. OHSAS 18001:2007* *2. Коллективный договор ЗАО «ССК» на 2016-18 г.;* *3. «Трудовой кодекс Российской Федерации» от 30.12.2001 N 197-ФЗ*
Перечень вопросов, подлежащих исследованию, проектированию и разработке:	
1. Анализ факторов внутренней социальной ответственности: - *программы, ориентированные на персонал;* - *программы, ориентированные на семьи сотрудников;* - *программы, ориентированные, на улучшение качества продукции;* - *программы, ориентированные на улучшение условий труда.*	*Реализация программ по подготовке квалифицированных кадров; Улучшение условий жизни работников; Социальные пакеты компании; Оплата страхования сотрудников и реализация курортно-оздоровительных процедур.*
2 Анализ факторов внешней социальной ответственности: - *благотворительные пожертвования;* - *социальные инвестиции;* - *эквивалентное финансирование;* - *корпоративное волонтерство;* - *корпоративные гранты;* - *социально-ответственные практики.*	*Участие в благотворительных мероприятиях; Охрана окружающей среды;* *Финансовые затраты на местные сообщества.*
3 Анализ внутренних регулирующих КСО документов: - *этического кодекса организации;* - *отчета об устойчивом развитии;* - *отчета компании о социальной ответственности.*	*Анализ коллективного договора и внутренних нормативных регламентов АО «ССК»*
Перечень графического материала:	
1.	*Стейкхолдеры АО «ССК»; Структура программ КСО ЗАО «ССК»; Экономические затраты на мероприятия КСО*

Дата выдачи задания к разделу в соответствии с календарным учебным графиком	

Задание выдал консультант по разделу «Социальная ответственность»:

Должность	ФИО	Ученая степень, звание	Подпись	Дата
Доцент	Черепанова Н.В.			12.12.2022

Задание принял к исполнению обучающийся:

Группа	ФИО	Подпись	Дата
О-3АМ01	Зейналов Эльмин Ялчын оглы		12.12.2022

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Планируемые результаты освоения ООП 38.04.02 Менеджмент

Код компетенции	Наименование компетенции
Универсальные компетенции	
УК(У)-1	Способность осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий
УК(У)-2	Способность управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК(У)-3	Способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК(У)-4	Способность применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном (-ых) языке (-ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК(У)-5	Способность анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК(У)-6	Способность определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
Общепрофессиональные компетенции	
ОПК(У)-1	Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач профессиональной деятельности
ОПК(У)-2	Готовность руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия
ОПК(У)-3	Способность проводить самостоятельные исследования, обосновывать актуальность и практическую значимость избранной темы научного исследования
Профессиональные компетенции	
ПК(У)-1	Способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями
ПК(У)-2	Способность разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию
ПК(У)-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач
ПК(У)-4	Способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения
ПК(У)-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде
Дополнительно сформированные профессиональные компетенции университета в соответствии с анализом трудовых функций выбранных обобщенных трудовых функций профессиональных стандартов, мирового опыта и опыта организации	
ДПК(У)-1	Способность осуществлять стратегическое управление процессами планирования производственных ресурсов и производственных мощностей

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

РЕФЕРАТ

Выпускная квалификационная работа содержит 104 страницы, 18 рисунков, 7 таблиц, 45 использованных источников литературы, 1 приложение.

Ключевые слова: коммуникационный процесс, коммуникационные барьеры, нефтесервисные компании, эффективная деятельность предприятия, функции коммуникаций, структура коммуникаций в предприятии.

Объектом исследования является Ямальский филиал АО «Сибирская Сервисная Компания». Предметом исследования является коммуникационный процесс на предприятии.

Цель работы – анализ управления коммуникационными процессами как инструментом повышения эффективности деятельности компании.

В ходе работы проводились: анализ коммуникационных процессов на примере компании ЯФ АО «ССК», анкетирование и опрос сотрудников предприятия, составление мероприятий по совершенствованию коммуникационных процессов на предприятии ЯФ АО «ССК».

В результате исследования выявлены коммуникационные барьеры, препятствующие эффективным коммуникационным процессам на предприятии. Предложены рекомендации и методы ликвидации коммуникационных барьеров с целью повышения эффективности деятельности компании.

Степень внедрения: предложенные мероприятия по совершенствованию коммуникационных процессов с могут быть использованы на предприятии АО «Сибирская Сервисная Компания».

Экономическая эффективность/значимость работы: работа считается практически значимой ввиду того, что совершенствование коммуникационных процессов напрямую влияет на эффективность деятельности предприятия.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

ОБОЗНАЧЕНИЯ, СОКРАЩЕНИЯ И НОРМАТИВНЫЕ ССЫЛКИ

HR – human resource;

MBA – master of business administration;

АО – акционерное общество;

ВЗД – винтовой забойный двигатель;

ГНВП – газонефтеводопроявление;

ГО – геологический отдел;

ИТР – инженерно-технический работник;

КПД – коэффициент полезного действия;

НК – нефтяная компания;

ОПО – опасный производственный объект;

ОТ – охрана труда;

ОТиПБ – охрана труда и промышленной безопасности;

ПАО – публичное акционерное общество;

СБР – служба буровых работ;

СИЗ – средства индивидуальной защиты;

СМИ – средства массовой информации;

ССК – Сибирская Сервисная Компания;

ЦРиОБО – цех ремонта и обслуживания бурового оборудования;

ЯФ – Ямальский филиал.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ..... 10

1 АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К РАЗВИТИЮ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ВНУТРИ ОРГАНИЗАЦИИ..... 14

1.1 Понятие и типы организаций с точки зрения коммуникационных процессов 14

1.2 Коммуникации в бизнес-организациях 15

1.3 Функции коммуникации в организациях 17

1.4 Сложности коммуникаций в организациях..... 17

1.5 Организационная структура и средства коммуникаций..... 18

1.6 Коммуникационные процессы «Networking» в структуре организации 21

1.7 Коммуникационный процесс как фактор мотивации персонала..... 24

1.8 Сотрудничество внутри организации 31

2 АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛЬСКОГО ФИЛИАЛА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКАЯ СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ» 34

2.1 Общая характеристика акционерного общества «Сибирская Сервисная компания» и анализ деятельности компании на нефтяном рынке 34

2.2 Стратегические цели акционерного общества «Сибирская Сервисная компания». удобством..... 40

2.3 Общий анализ показателей бурения акционерного общества «Сибирская Сервисная компания»..... 41

2.4 Анализ коммуникационного процесса в Ямальском филиале акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания» 49

2.5 Анализ структуры предприятия 51

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

3 УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЯМАЛЬСКОГО ФИЛИАЛА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКАЯ СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ» 57

3.1 Анализ проблематики внутренних коммуникационных процессов 57

3.2 Причины возникновения коммуникационных барьеров между сотрудниками полевых и офисных служб 60

3.3 Коммуникационные барьеры между работниками офисных и полевых служб 66

3.4 Мероприятия по ликвидации коммуникационных барьеров между работниками офисных и полевых служб 70

4 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ 79

4.1 Факторы внутренней социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания» 84

4.2 Факторы внешней социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания» 88

4.3 Анализ эффективности программы корпоративной социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания» 89

4.4 Затраты на проведение программ корпоративной социальной ответственности 92

4.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций 93

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 95

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 98

Приложение А 102

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

ВВЕДЕНИЕ

Человеческая среда пронизана коммуникациями, которые имеют важное влияние на жизнь общества. Библейская Ева пала жертвой аргументов змея и вкусила от древа познания добра и зла, а затем убедила Адама последовать её примеру. Современные политики убеждают избирателей поддержать их. Рекламодатели ориентированы на сегменты массового рынка, которые будут покупать их продукцию. Спамеры рассылают массам непрекращающийся поток нежелательных рекламных акций. В научной стезе ученые разрабатывают аргументы в своих рукописях, чтобы побудить принять представленные ими доказательства правоты собственных взглядов. Это лишь общие примеры коммуникаций и изменения отношения в обществе [40].

Процесс коммуникации не является сугубо человеческим средством передачи информации, важно отметить, что это явление проявляется на разных уровнях сложности у разных видов живых организмов, но в большей степени коммуникации распространены у социальных по своей природе живых существ. Человекообразные обезьяны убеждают с помощью жестов и вокализации. Даже пчелы общаются и вызывают изменение поведения у других пчел, хотя может быть сомнительно, что установки опосредуют эти отношения. У людей коммуникации могут вызывать эмоции, варьирующиеся от восторженных объятий до яростного сопротивления. Даже когда люди не осознают влияния коммуникации на их жизнь, общение других людей может вызвать тонкие сдвиги в мнении и отношении человека. Поскольку процесс коммуникации играет важную роль в человеческой жизни и культуре, данная работа имеет актуальное значение [27].

Ученые часто интересовались пониманием коммуникаций в надежде улучшить благосостояние людей и уменьшить количество войн и конфликтов. Тем не менее, хотя и хочется думать о коммуникации как о средстве служения высшие цели, как и любая другая технология, коммуникации могут служить многим дурным целям. Одним из наиболее печально известных случаев

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

использования знаний о коммуникации была партия пропаганды Гитлера в нацистской Германии, которое успешно заручилось поддержкой большинства населения страны, и распространяла идею по поиску «постоянного решения» проблемы присутствия «нежелательных» или «низших» людей в их стране.

Холокост свидетельствует о силе убеждения: организованные совместно с другими публичными мероприятиями целенаправленные кампании массовой коммуникации стремились и преуспели в своей цели, и эта цель была достигнута и реализована до тех пор, пока Германия не капитулировала перед союзниками. По иронии судьбы, представление о том, что люди могут так легко поддаться влиянию подобной пропаганды, подлило масла в огонь исследователей коммуникации, которые послужили катализатором дальнейшего изучения процессов, с помощью которых происходят такое влияние на общество.

Значительный прогресс в области коммуникации и убеждения произошел вслед за одним из величайших злодеяний в истории, хотя коммуникации были как феноменом, так и предметом научного интереса с древности.

Эффективное общение и хорошие коммуникативные навыки являются важными факторами успеха во всех межличностных социальных, политических и деловых отношениях. Хотя многие думают, что знают принципы коммуникации, уже на основании того факта, что они общаются, на самом деле коммуникация – это очень сложный процесс, требующий тщательной практики, планирования и постоянного совершенствования. Проще говоря, коммуникация – это обмен информацией, идеями и чувствами с использованием вербальных и невербальных средств, адаптированных к ситуационному контексту или социальной среде коммуникативного процесса

Процесс коммуникации предполагает наличие в потребности общения, постановку коммуникативных целей и передачу сообщений. Им нужно управлять, чтобы достичь оптимальных результатов [43].

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Процесс коммуникации является важным фактором успеха всех межличностных отношений, коммуникация играет решающую роль в создании благоприятного или неблагоприятного впечатления о людях, организациях, а также о ситуациях.

Коммуникация – это средство, с помощью которого в единое целое объединяется организованная деятельность. Ее также можно рассматривать как средство, с помощью которого социальные и энергетические вклады вводятся в социальные системы. Коммуникация является средством, с помощью которого модифицируется поведение, осуществляются изменения, информация приобретает эффективность, реализуются цели.

Эффективно работающие руководители – это те, кто эффективен в коммуникациях. Они представляют суть коммуникационного процесса, обладают хорошо развитым умением устного и письменного общения и понимают, как среда влияет на обмен информацией.

Актуальность темы исследования характеризуется тем, что процесс коммуникации является неотъемлемой частью любой деятельности в организации.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ управления коммуникационными процессами как инструментом повышения эффективности деятельности компании.

В соответствии с поставленной целью, в данной работе поставлены следующие задачи:

- Ознакомиться с понятием и типами организаций с точки зрения коммуникационных процессов
- Анализ коммуникаций и их функций в бизнес-организациях
- Анализ коммуникационных процессов на примере компании ЯФ АО «ССК»
- Анализ структуры предприятия ЯФ АО «ССК»

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

- Анализ проблематики внутренних коммуникационных процессов ЯФ АО «ССК»
- Анализ причин возникновения коммуникационных барьеров между работниками полевых и офисных служб ЯФ АО «ССК»
- Составление мероприятий по совершенствованию коммуникационных процессов на предприятии ЯФ АО «ССК».

Объектом исследования является Ямальский филиал АО «Сибирская Сервисная Компания».

Предметом исследования является коммуникационный процесс на предприятии.

Исследование и анализ проводились эмпирическим путем, через анкетирование и проведение опросов как сотрудников офисных служб, так и полевых сотрудников, ввиду чего результаты опросов и анкетирования, которые использовались для совершенствования коммуникационных процессов на предприятии, можно считать достоверными.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

1 АНАЛИЗ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К РАЗВИТИЮ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ ВНУТРИ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Понятие и типы организаций с точки зрения коммуникационных процессов

Люди функционируют в обществе как индивидуально, так и в составе организованных групп, таких как семья, клан, школа, община, профессиональные объединения, профсоюзы и т. д.

Организация, согласно одному из определений, – это организованная совокупность людей; организованная система [13].

Подобно организму (живому существу, отдельному животному или растению), это отдельная сущность, функционирующая как единое целое. Примером являются такие организации, как: ПАО «ГАЗПРОМ», НК «Роснефть», АО «Сибирская Сервисная Компания», Microsoft, Pepsi, Coca-Cola, Apple, и т. д.

Точно так же, как орган (отдельная часть тела животного или растения, приспособленная для выполнения определенной функции) теле живого организма, каждая организация выполняет определенную функцию – будь то образовательная, деловая, религиозная. А люди подобны отдельным клеткам в теле живого организма, тогда как организации подобны органам со своими специфическими функциями [38].

Поведенческая теория выделяет четыре уровня коммуникации в человеческом обществе или четыре основных типа коммуникативных связей (рисунок 1):

- Внутриличностная;
- Межличностная;
- Групповое взаимодействие;
- Культурная (религиозная).

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

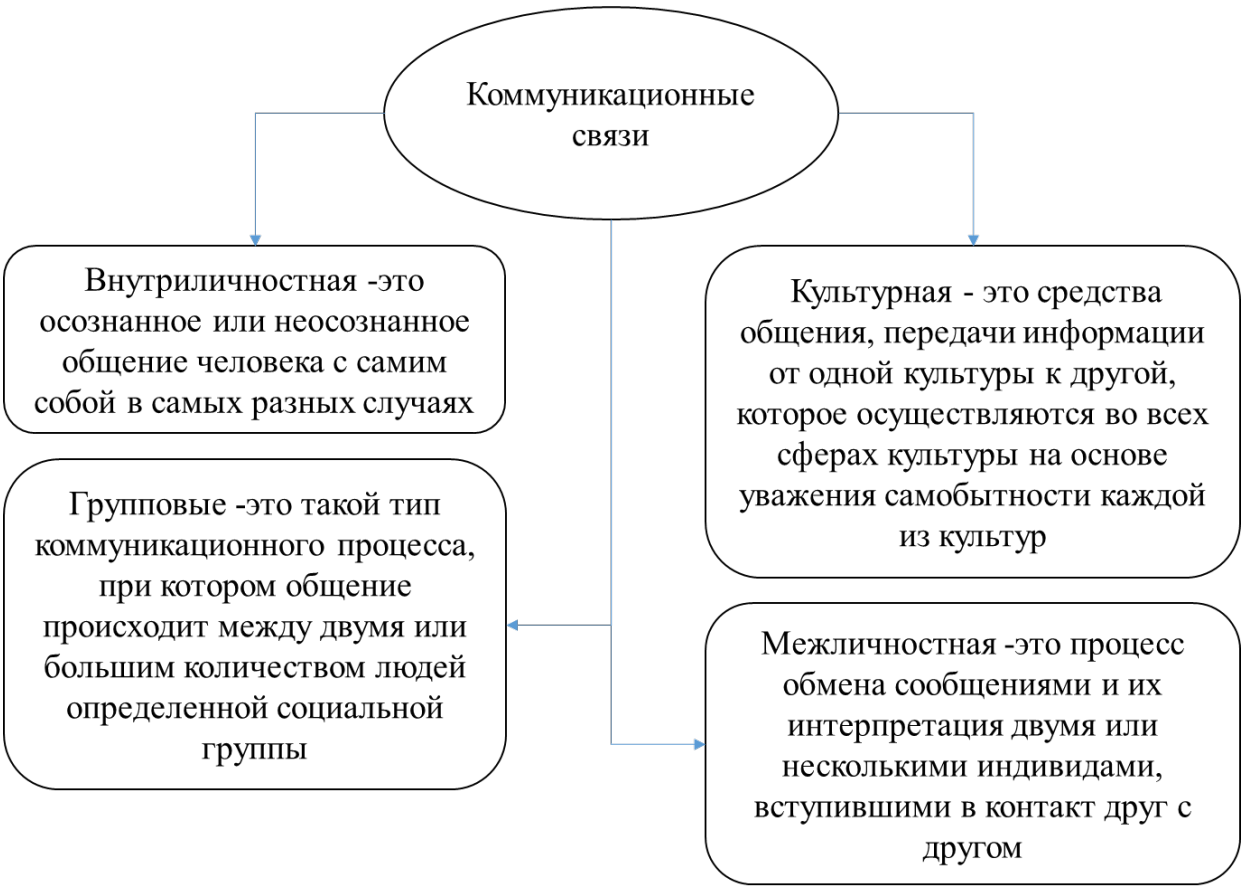

Рисунок 1 – Типы коммуникационных связей

1.2 Коммуникации в бизнес-организациях

Организации создаются для достижения определенной цели, к примеру, для производства некоторых товаров или услуг. Эффективная коммуникация жизненно важна для скоординированного функционирования любой организации [26].

Коммуникационный процесс подразделяется на два основных подвида: внутренние и внешние коммуникации.

Внутренняя коммуникация включает в себя все коммуникационные процессы внутри организации, то есть между различными уровнями иерархии, отделами, службами, филиалами или отдельными лицами [12].

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

К основным внутренним коммуникациям относятся:

- Письменные – записки, отчеты, бланки, доски объявлений, домашние журналы, пособия.
- Устные – интервью, консультации, формальные и неформальные встречи, слухи.
- Телекоммуникации – телефоны, домофоны, частные линии, факсы, компьютеры, электронная почта и т.д.

Внешние организационные коммуникация включают в себя всю коммуникацию организации с общественностью или другими организациями.

Цели внешней коммуникации варьируются от связей с общественностью и создания имиджа до государственных, образовательных, экологических и т. д [45].

Каналы внешней коммуникации включают средства массовой информации, рекламу, письма, отчеты компаний, дни открытых дверей, местное/общественное участие, спонсорство, торговые ярмарки и выставки, конференции и т. д [10].

Внутренняя коммуникация во всех организациях имеет формальные и неформальные каналы коммуникации.

В организациях существует четыре уровня делового общения

коммуникаций (рисунок 2):

1. внутриличностный (общение внутри отдела, службы)
2. межличностные (общение с начальником или подчиненным)
3. один ко многим (произнесение речи)
4. многие к одному (годовые отчёты компании и т. д.)

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

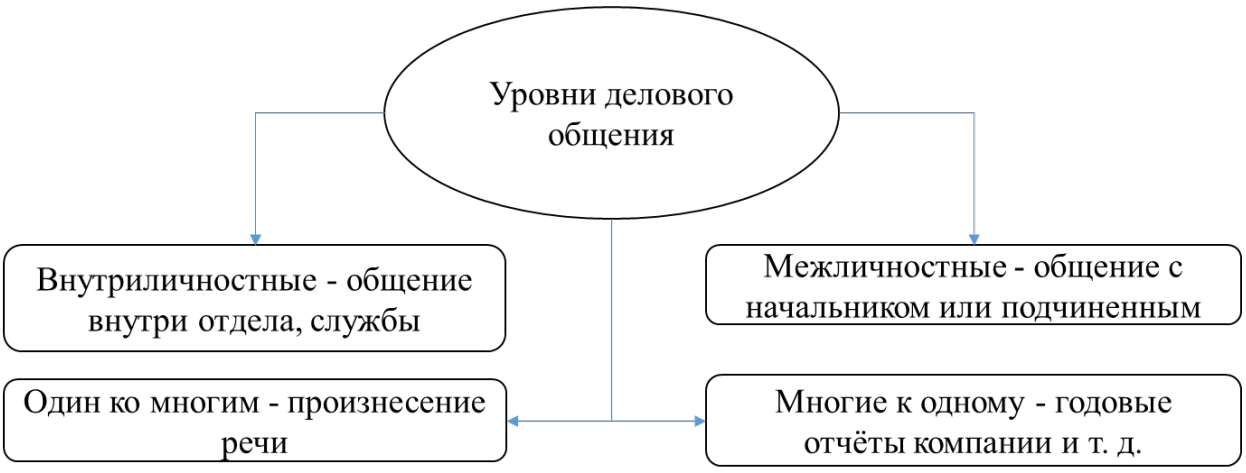

Рисунок 2 – Уровни делового общения

1.3 Функции коммуникации в организациях

Коммуникаций внутри организации выполняют множество функций, связанных одной целью – объединить в единое целое организованную деятельность внутри организации, создание эффективной рабочую обстановку в предприятии. Основные функции коммуникации [37]:

- Информация – передача информации между людьми, работающими в одной организации;
- Контроль – коммуникации (письменные, устные или даже невербальное) также используется как часть управленческого контроля, для планирования операций, оценки эффективности, направления и мотивации персонала.
- Мотивация. Трудность для менеджеров состоит в том, чтобы найти баланс между контролем, мотивацией и эффективностью. Чрезмерный контроль может снизить инициативу и фактически привести к снижению производительности, с меньшей направленностью на то, что хочет клиент, и большим упором на то, что, по мнению работников, хочет руководство [18].

1.4 Сложности коммуникаций в организациях

Мы знаем, насколько сложен внутренний и внешний коммуникационные процессы Сложность внутренних коммуникационных

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

процессов и информационных потоков увеличивается с ростом административных и канцелярских функций и размеров организаций. В небольшой организации, где небольшое количество сотрудников и все находятся в одном кабинете, общение простое и прямолинейное, люди разговаривают лицом к лицу друг с другом. Нет необходимости посылать бесчисленные заметки или пользоваться телефоном. Стоит заметить, что даже в таких небольших предприятиях будет существовать потребность в некоторой внутренней письменной коммуникации (информация, которая будет использоваться более одного раза, должна храниться в письменной форме, например, отчеты, финансовая информация, записи заказов и покупок, формы контроля запасов и т. д.) [19].

Как только организация расширяется, расширяется и система коммуникаций. Необходимо больше письменного общения, нужна более специализированная информация, даже одну и ту же информацию нужно будет передавать разным отделам по-разному.

Достижения в области телекоммуникационных технологий значительно расширили наши возможности для общения, но они не решили проблему коммуникационной связи на работе. Всегда было трудно донести нужную информацию до нужных людей в нужное время, данная проблема распространена повсеместно и актуальна практически во всех организациях.

На самом деле, скорость изменений и быстрый рост информационной индустрии делают эту извечную задачу еще более сложной, чем когда-либо. Ввиду большого объема и повышенной сложности коммуникаций внутри организаций возникает необходимость эффективного отбора, контроля и направления потоков жизненно важной информации. Это достигается с помощью формальной организационной структуры [25].

1.5 Организационная структура и средства коммуникаций

Бизнес-организации состоят из людей, которые работают вместе для достижения общих целей (по крайней мере, в теории). Организация – это

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

система, посредством которой люди сотрудничают, что повышает эффективность рабочего процесса. Данное определение характеризует основу организационной структуры. Все организации, как известно, имеют формальную и неформальную структуру. Формальная структура намеренно разработана для регулирования и направления потока информации, а также для контроля других аспектов организационной иерархии и структуры. Чтобы выбирать, ограничивать, направлять и контролировать поток коммуникации в рамках формальной организационной структуры, традиционные организации используют последовательную модель коммуникации, которая делает упор на иерархическую коммуникацию от верха вниз – вертикально интегрированная система коммуникационного процесса [5].

Чаще всего мы обозначаем общение с начальством как восходящее/вертикальное общение, сообщения подчиненным как нисходящее/вертикальное общение, а общение с теми, кто находится на нашем уровне, как боковое/горизонтальное общение. Диагональная коммуникация возникает, когда существует коммуникация между более низкими и более высокими уровнями иерархии, и в разных линиях власти (например, между старшими членами академического персонала и младшими стипендиатами и т. д.).

В большинстве традиционных организаций также существует политика общения (протокол), диктующая этикет (формальные стандарты/правила корректного и вежливого поведения внутри организации), призванная обеспечить эффективные коммуникации внутри организации [21].

Неформальные структуры/сети, основанные на личных отношениях, не будут отображаться ни в одной организационной схеме, но могут иметь такое же или даже большее влияние на функционирование организации, как и формальная система коммуникации.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Некоторые из положительных сторон неформальной коммуникации:

- Ускорение в производстве работ: когда сотруднику одного отдела нужна помощь для выполнения задачи или решения проблемы, члены неформальной сети в других отделах могут использовать свои полномочия или силу, чтобы помочь. Это позволяет избежать задержки в выполнении работы.

- Благоприятная рабочую атмосфера, что опять же приведет к повышению производительности: если потребности и цели формального руководства совпадают с потребностями и целями неформальной организации, другими словами, если персонал хорошо мотивирован, то атмосфера доверия между руководством и сотрудников приведет к повышению производительности.

- Неформальная рабочая обстановка: удовлетворенность работой также связана с социальной средой. Неформальные коммуникации позволяет сотрудникам «выпустить пар» с другими коллегами, таким образом рассеивая потенциально деструктивные конфликты.

- Обратная связь с руководством: если руководство следит за атмосферой внутри организации, то может получить информацию о том, как сотрудники относятся к организации, руководству и работе [22].

Некоторые из возможных негативных последствий неформальной организации:

Конфликт внутри формальной структуры: когда цели неформальной организации отличаются от целей формальной структуры, возникает конфликт. Если формальные каналы коммуникации неэффективны, слухи и сплетни распространяются со скоростью лесного пожара и могут нарушить рабочий процесс. Индивидуальное восприятие искажает информацию. Слухи являются неподтвержденной или ложной частью неформального общения и, следовательно, наносят большой ущерб организации [7].

Неформальная организация будет склонна сопротивляться изменениям: внутри организации (сокращение штатов и т. д.), которые воспринимаются как

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

угроза существующей структуре, будет эффективно противодействовать хорошо сформированной неформальной организации.

Каждая организация имеет постоянно меняющуюся неформальную коммуникационную сеть, которая включает связь между отдельными лицами и группами вне формальных систем иерархии и коммуникации. Чтобы эффективно справиться с ним, руководство должно признать его существование и попытаться повлиять на его вектор, узнавая о слухах, заменяя слухи фактами и создавая условия, поддерживающие цели обеих групп [34].

1.6 Коммуникационные процессы «Networking» в структуре организации

Бизнес-нетворкинг (по-русски – создание деловых сетей) – это налаживание связей с другими деловыми людьми: потенциальными клиентами и заказчиками, поставщиками и полезными специалистами. Цель – заявить о себе и своем бизнесе, сделать партнерами или даже друзьями, словом, начать сотрудничество с широким кругом людей, которые полезны друг другу.

Нетворкинг – это расширение сети социальных контактов для того, чтобы охватить как можно большее количество потенциальных клиентов, людей, которые могут повлиять на деятельность. Очень полезный навык – заводить полезные знакомства [41].

Это современный инструмент развития бизнеса, который работает следующим образом:

1. Расширяя количество социальных контактов, владелец проекта увеличивает узнаваемость своего бренда. Участие в специализированных мероприятиях, выставках, презентациях повышает его популярность;

2. Большое количество «социальных знакомых» открывает возможности выгодного сотрудничества: консультирования по разным вопросам, взаимной рекламы и пиара, гостевого блогинга, обучения;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

3. Сам факт расширения сети контактов создает рекламный эффект: о бренде или проекте начинают говорить, информация распространяется среди широкой аудитории.

Лидерство (управление) обычно считалось прерогативой генерального директора (главного исполнительного директора) или, в лучшем случае, нескольких человек на вершине организационной иерархии. «Командно-контрольное» руководство/управление вывело многие организации на очень высокий уровень финансовых показателей в периоды, когда конкуренция была не столь велика и все менялось не очень быстро, но его время прошло. Становится ясно, что никакая небольшая группа наверху не может обеспечить лидерство, необходимое для всей организации любого размера в век информации. Требования к общей организации слишком велики, чтобы несколько человек наверху могли управлять всем.

Сегодня более информированные клиенты, быстрые изменения и жесткая конкуренция со стороны глобальных конкурентов требуют наделения полномочиями сотрудников, осуществляющих лидерство на всех уровнях организации. Это невозможно без радикальной перестройки традиционной последовательной модели организационной коммуникации. Как упоминалось ранее, существует три широко распространенных шаблона, которые больше не будут работать в организациях, основанных на знаниях:

- первичный поток информации строго вертикальный – внутри ведомственных отделов, которые часто не доводится для остальных сотрудников;
- информация копилась и использовалась как источник власти над другими,
- люди наверху часто скрывали важнейшую стратегическую информацию от тех, кто находился ниже в организации, полагая, что они не смогут с ней справиться.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Ограничительная и регулирующая функция традиционной последовательной модели коммуникации уже не обеспечивает своевременную доставку нужной информации нужным людям на всех уровнях современной организации. Поскольку вертикальная коммуникация связана иерархией и функцией, коммуникация ограничена, отсутствует интеграция между функциями. Последовательная модель ограничивает инновации и не позволяет организациям эффективно использовать информационные ресурсы. Развивается новая модель параллельного общения – она ориентирована на цель и делает упор на интерактивный процесс, поддерживающий одновременное и спонтанное общение. Поскольку коммуникация является важным элементом организационной структуры, развивается новый тип «Networking» организации с формальными и неформальными интерактивными коммуникационными структурами во всех подразделениях и на всех уровнях. По мере того как окружающая среда становится более динамичной, общая тенденция состоит в том, чтобы организации переходили от механистической структуры к органической структуре, чтобы оставаться конкурентоспособными [29].

Когда мы общаемся с теми, кто выше нас, ниже нас или вокруг нас, мы создаем коммуникационные сети. Это могут быть официальные или неофициальные каналы.

Внутри организации обычно существует четыре типа нетворкинга:

- Колесо: данный тип существует, когда есть руководитель с несколькими подчиненными, подчиняющимися напрямую, без консультаций или связей друг с другом;
- Цепочка: в цепочке коммуникационной сети информация передается последовательно следующему сотруднику выше или ниже по служебной лестнице;
- Круг: данный тип представляет собой трехуровневую иерархию, в которой сотрудники нижнего уровня общаются друг с другом и напрямую с

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

человеком следующего уровня. Затем этот уровень подчиняется непосредственно вышестоящему уровню. Связь также происходит вниз между уровнями;

- Звезда, или всеканальный нетворкинг, является скорее идеалом, чем реальностью: каждый член организации может напрямую общаться на равных со всеми остальными членами.

Наиболее распространенным типом нетворкинга является «колесо», наименее распространенный –«звезда», где больше всего возможностей для обратной связи и обычно самый высокий моральный дух сотрудников [42].

1.7 Коммуникационный процесс как фактор мотивации персонала

«Кадры решают все» – истина, которой много десятилетий. Если компетентные сотрудники работают спустя рукава, если у них не будет мотивации (рисунок 3) работать с полной отдачей, бизнес будет буксовать.

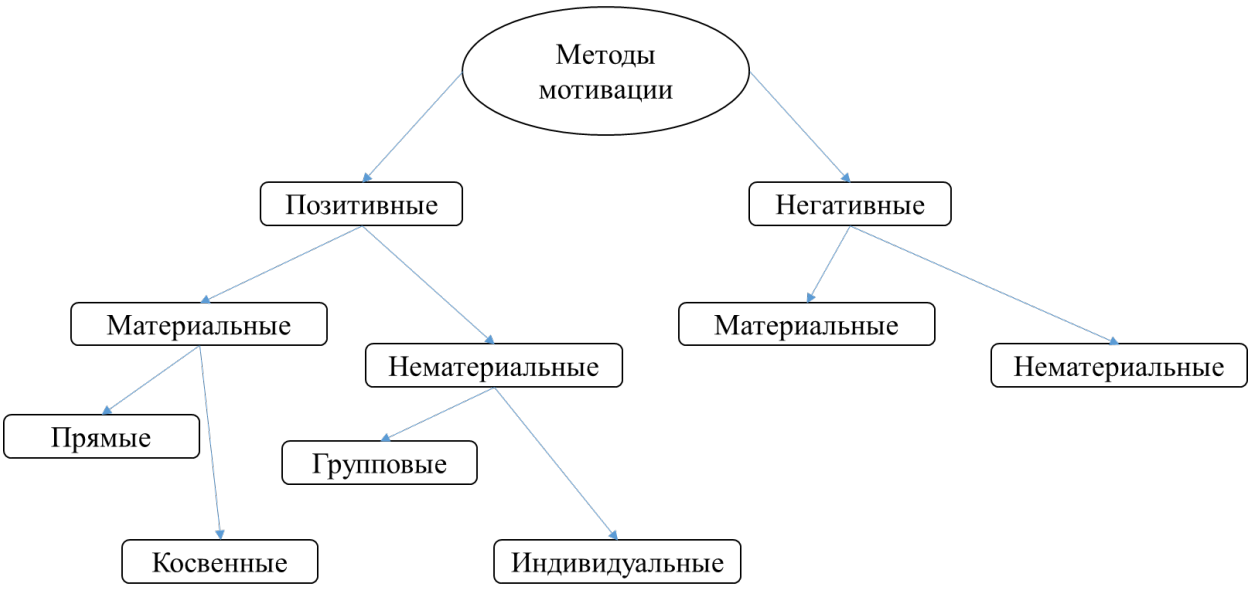

Рисунок 3 – Методы мотивации персонала

Мотивация работающего на предприятии персонала – это важнейший способ повысить общую производительность труда, она является главным направлением кадровой политики всех успешных организаций. Не секрет, что сотрудники желают получать больше, затрачивая на это меньше усилий. При

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

грамотно выстроенной системе мотивации даже самый отъявленный лентяй способен выдавать хорошие показатели [32].

Мотивацию можно рассматривать как причину или силу, стоящую за тем, почему человек делает то, что он делает. Можно сказать, что мотивация – это рычаг влияния на сотрудника, который побуждает работать лучше и эффективнее.

Мотивация необходима для роста сотрудника в организации. Сотрудник начинает свою карьеру с изучения, в основном, культуры организации и своих обязанностей. Мотивация является жизненно важным элементом обучения, потому что, если организация не обладает способностью мотивировать своих сотрудников, знания внутри организации практически не используются в полной мере. Таким образом, в каждой успешной обучающейся организации поиск факторов, которые будут мотивировать ее сотрудников участвовать в непрерывном обучении и, соответственно, использовать преимущества этих знаний, становится их целью.

В организации правильной человеческой мотивации, установленной в исследованиях, есть три предположения. Первый предполагает, что мотивация выводится из систематического анализа того, как личные, рабочие и экологические характеристики влияют на поведение и производительность труда работника. Следующий вывод заключается в том, что мотивация не является фиксированной чертой; скорее, она относится к динамичному внутреннему состоянию, возникающему в результате влияния личных и ситуационных факторов. Это означает, что мотивация может меняться с изменениями личных, социальных или других факторов. Наконец, мотивация влияет на поведение, а не на производительность. Инициативы, направленные на повышение производительности труда за счет повышения мотивации сотрудников, могут не увенчаться успехом, если существует слабая связь между эффективностью работы и усилиями сотрудника. Ниже изложены 5 основных факторов, которые мотивируют сотрудников на их работе:

1. Хорошая заработная плата;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

2. Полная признательность за проделанную работу;
3. Безопасность работы;
4. Продвижение по службе и рост в организации;
5. Интересная работа.

Данные факторы показывают, что лидерство играет важную роль в мотивации сотрудников. Руководитель должен знать, как распознать успех и как хвалить тех, кто заслуживает похвалы. Достойных сотрудников можно эффективно хвалить и признавать с помощью наград и бонусов. Разработка программы, в которой конкретный сотрудник с хорошей производительностью был бы назван сотрудником недели, также может быть хорошей идеей. Конечно, это также должно сопровождаться небольшими вознаграждениями, чтобы сотрудники чувствовали, что их усилия окупаются.

Кроме того, следует создать комиссию по мотивации, чтобы определить тех, кто заслуживает похвалы. Рейтинги должны основываться на поведении сотрудников и результатах работы.

Сотрудники в целом выражают важность оплаты труда как мотиватора, и эффективная программа компенсации имеет решающее значение. Хороший способ изменить мотивацию – убедиться, что она влияет на иерархию потребностей сотрудников. Например, ежедневное питание может удовлетворить их физиологические потребности, в то время как повышение заработной платы или дополнительные бонусы могут повысить уважение сотрудника, поскольку такие действия символически говорят им, что их усилия признаны и что они в безопасности в компании. Продвижение по службе также должно быть предоставлено тем квалифицированным работникам, которые заслуживают продвижения за высокую эффективность работы. Это действие может удовлетворить их социальные потребности [15].

Сотрудники, получающие более эффективно реализованные программы льгот, как правило, воспринимают меньшее влияние реализации программ льгот на производительность труда; это связано с тем, что, когда принимается

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

определенная программа, спрос сотрудников на нее уменьшается, как и ее предполагаемое влияние на производительность, и наоборот.

Программы льгот для сотрудников оказывают большее влияние на трудовую мотивацию, чем на производительность; программы денежных льгот наиболее высоко оцениваются как руководителями, так и работниками; существует когнитивный разрыв между руководство и работник на важность программ льгот для сотрудников; существуют различия между потребностями женщин и мужчин в выплатах работникам в результате различных социальных ролей; одинокие сотрудники воспринимают большее влияние льгот на производительность труда, чем состоящие в браке; сотрудники с разным уровнем образования воспринимают разные влияние пособий для сотрудников; сотрудники, занимающие разные должности, по-разному воспринимают влияние пособий для сотрудников; и, наконец, льготные программы для сотрудников оказывают большее влияние на производительность труда молодых сотрудников

Исследование показывает, что эффективная коммуникация жизненно важна для обеспечения того, чтобы предприятие могло добиться успеха во всех сферах бизнеса, а не только в финансовых аспектах. Аналогичным образом, индивидуальный успех - это достижение целей или потребностей человека. В сфере занятости человек достигает успеха, когда получает от бизнеса то, что ему нужно, что, в свою очередь, мотивирует его приносить пользу бизнесу. Для того, чтобы человек добился успеха в организации, он должен быть мотивирован. Мотивацию можно разделить внешнюю и внутреннюю.

Внешние мотиваторы могут включать деньги или служебный автомобиль, в то время как внутренние мотиваторы могут включать удовлетворенность работой, удобное для семьи рабочее место или гибкий график работы. Эффективная коммуникация в организации способствует индивидуальному успеху, удовлетворяя внутренние потребности человека.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Изучение иерархии потребностей Маслоу показывает, что общение является внутренним мотиватором, поскольку оно отвечает самоактуализации и принадлежности. Это означает, что эффективная коммуникация является жизненно важным мотиватором в организации, поскольку самореализация и принадлежность являются основными элементами иерархии потребностей Маслоу. Исследования показывают, что организации, способные эффективно общаться, выигрывают от снижения текучести кадров на 20% и 4.в 5 раз большая вовлеченность в работу указывает на то, что по мере того, как коммуникация между руководством и сотрудниками становится более эффективной, мотивация сотрудников также возрастает.

Мотивация сотрудников повышает производительность, что приводит к успеху организации, но также повышает удовлетворенность работой, что приносит пользу сотрудникам.

Как достигается мотивация? Для создания мотивации должна быть эффективная коммуникация, и решающее значение для этого имеет обратная связь. Важно установить двустороннюю коммуникацию, направляя сотрудников к взаимодействию.

Большинство производственных сотрудников не соглашаются с тем, что у них есть свобода высказывать свое мнение руководству. Поэтому их не волнует, что происходит на их предприятии, пока их зарплаты продолжают поступать. То же самое относится и к работникам сферы обслуживания, за исключением того факта, что их собственный процент не так высок, как у сотрудников производственной компании. Это показывает, что все они не мотивированы, потому что не могут высказать свое мнение. Производственные работники также не согласны с тем, что их мотивирует знание каждой политики в компании [7].

Отношение и лояльность сотрудников напрямую зависят от их участия в коммуникациях, и это оказывает прямое влияние на то, как они относятся к клиентам то, в свою очередь, приводит к росту прибыли.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Хорошая информированность, справедливая компенсация и защита мерами безопасности мотивируют сотрудников и избавляют их от беспокойства, хотя работники сферы обслуживания имеют более высокий уровень согласия по сравнению с работниками производства. Многие корпоративные коммуникационные усилия остаются неэффективными. Результаты показывают, что сотрудники менее сосредоточены на компании и больше сосредоточены на вопросах, не связанных с работой – семьях и качестве жизни.

Чем лучше коммуникация менеджеров, тем больше сотрудники удовлетворены всеми аспектами своей трудовой жизни".

Низкий уровень коммуникации в системе мотивации приводит к меньшему развитию целей, оставляя сотрудников неуверенными и менее мотивированными. Коммуникация как мотиватор должна быть реализована всеми компаниями, потому что сотрудники ценят общение и рассматривают его как средство быть важными или как сигнал о своей принадлежности к компании. Сотрудники считают, что общение, особенно внутреннее, является для них важным вопросом, потому что это помогает им достичь чувства принадлежности, или не остаться в стороне. Это означает, что когда менеджеры или супервайзеры постоянно общаются с сотрудниками, они чувствуют, что они не изолированы и рабочая среда, в которой они работают, благоприятна. Сотрудники чувствуют, что они не одиноки и что люди в организации готовы помочь, если им это нужно. Можно сделать вывод, что рабочая обстановка с плохой коммуникацией может ослабить рабочий дух сотрудников, поскольку это заставит их чувствовать себя изолированными или чуждыми культуре компании. Данная проблематика распространена среди сотрудников на предприятиях.

Сотрудники также считают, что общение дополняет информацию о том, что они знают о компании. Некоторые сотрудники считают, что быстрое и четкое объяснение того, что изменилось в компании, помогает им хорошо выполнять свою работу, потому что это дает понимание того, почему

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

произошли изменения. Общение также может быть средством для снятия стресса для некоторых. Одним из факторов, которые могут мотивировать сотрудников, является благоприятная рабочая среда.

Как общий вывод этого исследования, между работниками сферы обслуживания и производственными работниками наблюдается небольшая разница. Офисные сотрудники несколько более мотивированы общением по сравнению с полевыми сотрудниками. Коммуникационная политика, с которой они сталкиваются, имеет мало общего с их мотивацией и производительностью, поскольку эти факторы не были мотиваторами, которые подтолкнули бы их к действию.

Предприятия, для увеличения производительности труда, должно сосредотачиваться не на улучшении общей политики в области коммуникаций в своих компаниях, но и искать способы эффективного внедрения этой политики. Результаты исследования показывают, что сотрудники обеих отраслей ценят общение и считают его важным фактором мотивации. Другие важные мотивационные факторы, такие как заработная плата и льготы, также передаются сотрудникам через коммуникацию, и без эффективной коммуникации сотрудники будут сбиты с толку и потеряют интерес или стремление к работе.

Компании должны стремиться мотивировать тех сотрудников, кто заслуживает этой мотивации. Эффективная система вознаграждения для лучших сотрудников также должна быть хорошей идеей. Хотя компании внедряют систему вознаграждений, удовлетворены тем, как работает система. Компании должны обеспечить, чтобы система вознаграждения была сбалансированной и справедливой. Система должна быть хорошо объяснена, чтобы у них не возникло неправильного представления.

Наконец, рекомендуется, чтобы менеджеры и руководители были обучены знанию основ теории коммуникации, чтобы они могли лучше общаться со своими подчиненными. Менеджеры должны, по крайней мере, знать, как правильно мотивировать сотрудников или как разговаривать с ними

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

надлежащим формальным или неформальным образом. Менеджеры должны уметь читать и должны знать, что хорошая коммуникация является важной частью производительности [32].

1.8 Сотрудничество внутри организации

Командная работа, сотрудничество – это сердце и душа организации. Все аспекты эффективной коммуникации (вербальной и невербальной), которые мы рассмотрели, имеют решающее значение для создания и поддержания командного духа в организации. Теперь пришло время рассмотреть личные взаимоотношения и установки в организации, формирующие контекст коммуникации [28].

Что такое группа? Это просто случайное скопление людей? Вы не назовёте бы всех людей, стоящих в очереди в магазин, группой. Однако, когда вы идете на корпоратив, вы, увидите много групп людей, непринужденно общающихся. Так что же делает группу особенной?

У группы есть определенные атрибуты, которыми не обладает случайный набор людей. К таким групповым характеристикам относятся:

- Чувство идентичности. Независимо от того, является ли группа формальной или неформальной, ее члены чувствуют свою принадлежность к ней. Существуют общепризнанные границы группы, которые определяют, кто «внутри», а кто «вне», кто «мы», а кто «они». представляет этнические группы. Людям обычно необходимо чувствовать, что они «принадлежат» и принимаются другими. Организации пытаются создать у своих сотрудников чувство корпоративной идентичности и создать привлекательный имидж компании для широкой публики с помощью рекламы и связей с общественностью [1].

- Соответствие или принятие «норм» поведения и отношения, которые объединяют группу. Подумайте, например, о традициях и нормах поведения в вашей группе. В таких предприятиях как ПАО «ГАЗПРОМ», НК «РОСНЕФТЬ», АО «ССК» сотрудники носят одинаковую спецодежду,

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

которая их идентифицирует и создает ощущение идентичности и солидарности.

- Цель и лидерство. У большинства групп есть четко выраженная цель или набор задач, и большинство из них спонтанно или официально выбирают отдельных лиц или подгруппы, чтобы возглавить их. Лидерство помогает координировать и направлять членов группы и их деятельность.

Большинству групп и организаций нравится создавать образ согласованности и целостности. Однако часто они на самом деле состоят из многих подгрупп со своими атрибутами и характеристиками. Это естественное явление, продиктованное человеческой природой (личными симпатиями или антипатиями), общим опытом и сходными обстоятельствами (т. е. общим рангом, интересом, союзами и т.д.)

Когда вы присоединяетесь к группе или организации, вы берете на себя определенную роль. В социальных науках «роль» означает соответствующую модель поведения в определенном социальном обществе.

Эти модели поведения – то, чему мы должны научиться, чтобы быть принятыми. Мы тратим всю свою жизнь на адаптацию к новым обстоятельствам и часто оказываемся в нескольких ролях (ребенок, родитель, ученик, учитель, профессионал, начальник, подчиненный и т.д.) [33].

У всех групп есть набор поведенческих ожиданий, то есть моделей поведения, которые обычно считаются подходящими в определенном контексте.

Роли неразрывно связаны с коммуникациями. Вы играете роль в контексте, который включает в себя других людей. Вы не можете быть сыном или дочерью без родителей: вы ученик по отношению к учителю и т.д.

Наши роли на работе дополняют роли других людей. Чем крупнее организация, в которой вы работаете, тем сложнее становится распределение ролей. Однако существует 4 основные ролевые ситуации:

- Вы работаете на других людей (подчиненная роль);

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

- Вы работаете с другими людьми (роль равного или равноправного партнера);
- Другие люди работают на вас (роль руководителя);
- Вы представляете организацию перед посторонними.

Такое формирование ролей является потенциальным источником конфликта, поскольку часто приводит к столкновению интересов. Каждый индивид может в одно и то же время быть вовлечен в ряд различных отношений, каждое из которых имеет свои собственные требования и обязанности.

Все эти различные (а иногда и конфликтующие) роли влияют на процесс коммуникации; манеру общения, тон и содержание.

Люди склонны к ожиданиям в поведении индивидуума относительно их ролей в обществе:

- Общайтесь с группой в манере, соответствующей предполагаемым отношениям между вами;
- Создавайте и разделяйте восприятие внутри группы;
- Будьте более формальны и менее открыты с начальством;
- Будьте сдержанны и с подчиненными, чтобы сохранить формальную власть;
- Будьте более открыты и фамильярны со сверстниками или равными.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

2 АНАЛИЗ КОММУНИКАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ НА ПРИМЕРЕ ЯМАЛЬСКОГО ФИЛИАЛА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКАЯ СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ»

2.1 Общая характеристика акционерного общества «Сибирская Сервисная компания» и анализ деятельности компании на нефтяном рынке

Предприятие АО «Сибирская Сервисная Компания» – это лидер на рынке нефтесервиса, начиная с 2000 года. На сегодняшний день, компания также является членом ассоциации буровых подрядчиков (IADC), а также владеет филиалами, расположенными на территории Москвы, Нового Уренгоя, Красноярска, Нефтеюганска и Томска.



Рисунок 4 – Логотип компании АО «Сибирская Сервисная Компания»

Услуги компании (рисунок 5):

- Бурение эксплуатационное;
- Бурение поисково-разведочное;
- Ремонт скважин;
- Цементирование скважин;
- Сопровождение буровых растворов;
- Наклонно-направленное бурение, телеметрия, прокат ВЗД.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты



Рисунок 5 – Портфель услуг АО «Сибирская Сервисная компания»

Организация внутри разделена на службы, такие как: служба главного геолога, служба главного механика, служба супервайзера, служба буровых работ, а также на отделы: транспортный отдел, тендерный отдел и тд. Каждый отдел и службы выполняют жизненно необходимые функции для бесперебойного проведения соответствующих работ и выполнению услуг Заказчику.

Сибирская Сервисная Компания (ССК) – (Юридический адрес: 125284, г Москва, проспект Ленинградский, дом 31а строение 1, этаж 9) – это независимое предприятие, расположенное на территории России и обеспечивающее нефтегазовый рынок высококачественным комплексом проверенных и качественных услуг. На сегодняшний день из основных услуг компании можно выделить, конечно же, бурение скважин, а также нефте-газовую добычу. Кроме того, компания также использует уже готовые скважины, выполняет ремонтные работы, направленные на улучшение качества уже существующих конструкций. Кроме того, в процессе работы используются только качественные и проверенные материалы, с помощью которых обеспечивается планомерное обеспечение обслуживания для любых видов нефтегазовых скважин.

На сегодняшний день ССК (приведенная на рисунок 6) – это достаточно крупная компания, которая представляет собой ряд входящих в нее филиалов, расположенных по разным городам России. Среди самых востребованных регионов можно назвать Красноярский Край и Томскую область, также

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

филиалы ССК расположены в Республике Коми, Иркутской области, в Ямало-Ненецком округе и в ХМАО.

Кроме того, главная задача компании заключалась в том, чтобы обеспечивать расширение своей деятельности на еще большие территории. Так, в 2000 году был открыт филиал в Нефтеюганске, а уже в марте заработал Стрежевской филиал. После чего в мае был открыт филиал в Отрадненском. Стоит подчеркнуть, что благодаря тому, что в компании очень много отделений, на каждый отдел представлено по определенному количеству сотрудников. На сегодняшний день общее количество сотрудников внутри компании составляет более 6000. Исходя из этого, объем работы компании достаточно расширен, поскольку общее количество проведенных капитальных, которые выполняются компанией в год – примерно 3200-3300. Каждый год этот показатель увеличивается на 8% (примерное значение).

ССК была организована около 14 лет назад, и за это время она может похвастаться огромным количеством проведенных сотрудников, среди которых есть и те, кто из поколения в поколение передавал свои производственные возможности меняющемуся поколению. На сегодняшний день сотрудники ССК представляют собой не просто специалистов, но и участников многократных конкурсов, в ходе которых были получены почетные награды.

Нефтеюганский филиал. Был основан на базе предприятий, которые являлись частью Нефтеюганского УБР. Во время начального основания филиала, количество рабочих бригад составляло 8, а количество проведенных капитальных ремонтов не превышало значение 22. Сейчас эти показатели значительно увеличились. Крупнейшими проектами филиала можно назвать, прежде всего, работу над Салымском и Приморском месторождениях. Из главных преимуществ можно выделить то, что компания использует исключительно проверенное профессиональное оборудование, за счет

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

которого сроки обработки скважин сокращаются в разы – до 10 дней максимум.

Красноярский филиал. Был основан одновременно с ООО ГРК «Эвенкия», после чего преобразовался в филиал в начале 2006 года. На сегодняшний день активные работы ведутся не только на территории Красноярского края, но еще и в Иркутской области,

История Томского филиала началась в 2013 году, но на самом деле все произошло гораздо раньше, поскольку в 2003 году произошло объединение ССК и АО «Нефтепромбурсервис». После этого, в 2013 году был открыт филиал в Томске. Из главных особенностей данного филиала можно выделить: бурение ряда скважин, начиная от поисковых до эксплуатационных. Кроме того, количество открытых скважин превышает количество в 50000. Большое внимание филиала уделяется не только Томску, но и Новосибирску, а также Республике Коми.

Филиал «ССК-Технологии» – был основан в 2005 году в Нефтеюганске. На тот момент в основу компании входило два предприятия, которые занимались сопровождением буровых растворов. Через 7 лет филиал превратился в «ССК-Технологии». Кроме того, деятельность компании представляет собой активную разработку специальных буровых растворов, а обеспечивается процесс за счет наличия собственной лаборатории. Деятельность Нефтеюганского филиала распространяется на территории Поволжья, Западной и Восточной Сибири. Кроме того, начиная с 2011 года компания реализует услуги по технологическому сопровождению наклонно-направленного бурения.

Филиал «Управление цементирования скважин» был основан в 2005 году. У филиала есть несколько направлений, которые обеспечивают эффективную и планомерную работу, а в основной список деятельности компании входят: обеспечение услуг спецтехники, выполнение ремонтно-изоляционных колонн, цементирование обсадных колонн, подбор

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

тампонажных растворов. Техническое оборудование компании используется не только для возведения, но и для обеспечения рабочего процесса скважин.

Ямальский филиал. История этого филиала началась в 2016 году, в Новом Уренгое. ССК занимается производственной деятельностью, направленной на увеличение своих возможностей более нескольких лет. За ССК всегда старательно подбирает точки открытия своих филиалов, поскольку это позволяет не только увеличивать клиентский баланс, но и направить свои производственные силы на повышение качества услуг. Благодаря тому, что ССК обладает обеспечением своевременного выхода работа в ЯНАО, портфель заказов значительно возрос, а количество персонала выросло в разы.

Филиал «Ремонт скважин» был открыт с использованием производственных мощностей филиалов, которые входят в состав АО «ССК». Отдельным осуществлением услуг филиал занялся только в 2017 году, однако на сегодняшний день он отличается высококачественным оказанием услуг, за что уже не раз был награжден достойными и почетными наградами. На сегодняшний день, филиал старается уникализировать каждый вид услуг, тем самым обеспечив планомерное оказание услуг на высшем уровне работы.

Главная задача ССК заключается в том, чтобы выполнить регулирование даже тех секторов нефти на рынке промышленности, которые достаточно незаметны для большинства компаний. Предприятие уделяет особое значение управлению бизнеса с использованием инновационного оборудования.

Благодаря тому, что сегодня АО «Сибирская компания» обладает рядом квалифицированных профессиональных кадров, нет ничего удивительного в том, что предприятие вышло не совершенно новый уровень развития.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

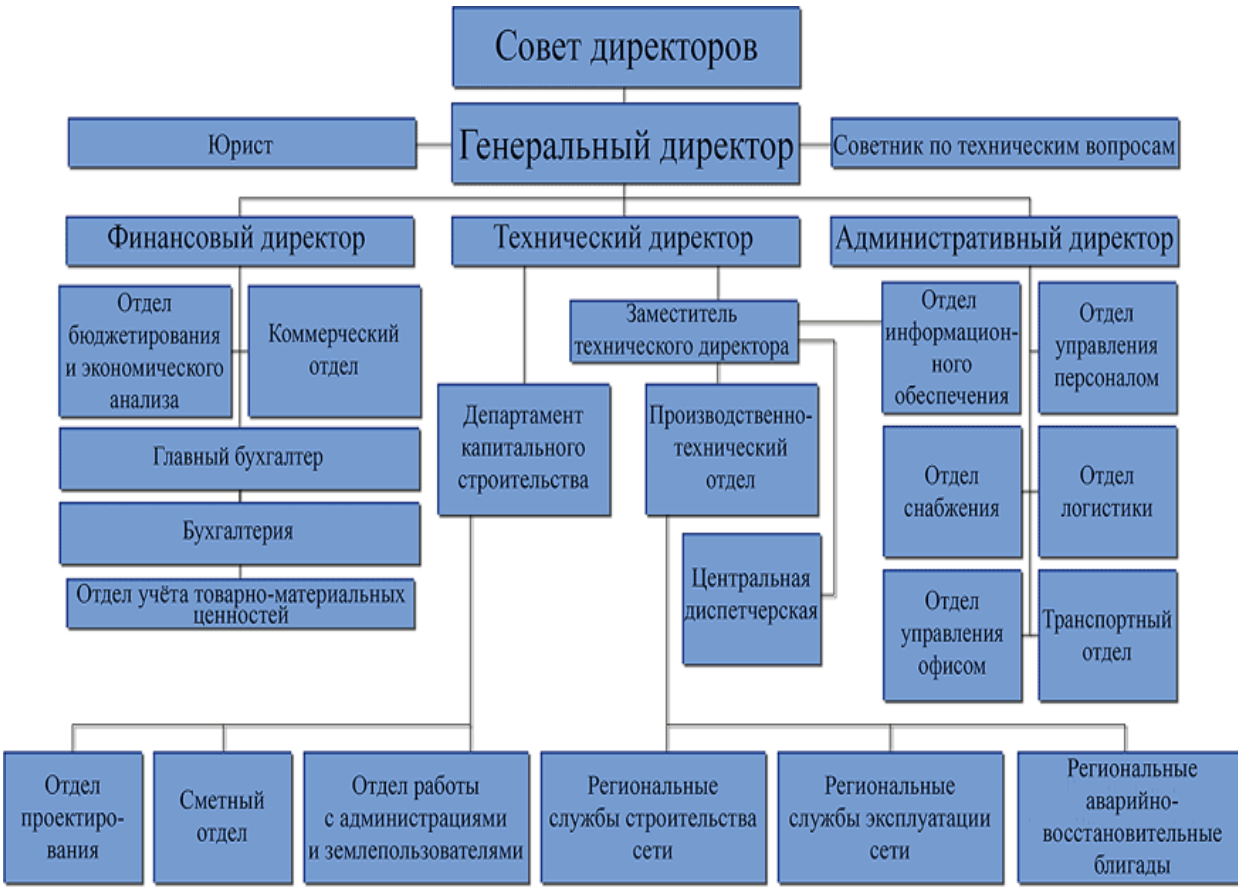

Рисунок 6 – Организационная структура АО «ССК»

Одной из главных задач ССК является соблюдение принципов, исходя из которых отбираются профессиональные кадры, способные ускорить процесс эффективности компании, находясь в своих отделах компании.

На данный момент в организации работают исключительно проверенные специалисты в области нефтедобычи. Под руководством кадров неоднократно осуществлялись процессы разработки нефтяных и газоконденсатных месторождений.

Множество других работников, которые принесли с собой в компанию, опыт, знания, традиции. Именно так был создан устойчивый фундамент, который во многом и позволил устоять компании даже в самые кризисные времена. Высокую планку профессионализма сотрудники ССК подтверждают и сегодня — ежегодными победами в конкурсах профессионального мастерства, отраслевыми и государственными наградами.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Лидирующие позиции по основным производственным показателям позволяют Сибирской Сервисной Компании уверенно занимать первые строчки в рейтингах заказчиков. Высокие темпы роста эффективности, ежегодный прирост выручки выше среднего по отрасли, сфокусированные инвестиции с максимальной отдачей на вложенный капитал — главные козыри АО «Сибирская Сервисная компания», которое едва ли не первым в России доказало, что независимая (частная) компания способна существовать на рынке, достойно выдерживая конкуренцию, как с российскими, так и с зарубежными компаниями.

Партнерами-заказчиками Сибирской Сервисной Компании на протяжении всей её истории являются ОАО Нефтяная компания «Роснефть», ОАО «Газпром», ОАО «Газпромнефть», ОАО «ЛУКОЙЛ», ОАО «НОВАТЭК», МГК «ИТЕРА», ОАО Нефтегазовая компания «РуссНефть», ОАО АНК «Башнефть», Компания «Салым Петролеум Девелопмент Н.В.», Иркутская Нефтяная Компания, ОАО «Новосибирскнефтегаз» и другие компании, говорит о доверии к ССК лучших представителей нефтегазовой отрасли.

Интенсивная динамика развития. Годовой объем поисково-разведочного и эксплуатационного бурения превышает 1,6 млн. метров проходки. Количество выполняемых текущих и капитальных ремонтов скважин в год – порядка 3200 (стабильный ежегодный прирост данных показателей составляет 5-7%).

2.2 Стратегические цели акционерного общества «Сибирская Сервисная компания». удобством

Стратегия АО «Сибирская Сервисная компания» направлена на усиление позиций компании на нефтесервисном рынке, как за счет развития существующего спектра услуг, так и за счет освоения новых перспективных направлений сервисной деятельности.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

В послужном списке компании сверхглубокие (свыше 5 тысяч метров) параметрические скважины «Восток-1» и «Восток-3», пробуренные в правобережном районе Оби. Участие в уникальном проекте для АО «Ванкорнефть» в северных районах Восточной Сибири.

Грамотная инвестиционная политика АО «Сибирская Сервисная компания» только за последние 5 лет позволила обновить большую часть парка буровых установок и оборудования. Объём инвестиций, начиная с 2007 года, составил 25 миллиардов рублей.

Со стороны компании заинтересованность персонала в работе поддерживается серьезной кадровой политикой. Ежегодно принимаются планы обучения специалистов всех категорий и рабочих.

Для повышения личной заинтересованности сотрудников действует рейтинговая система оценки эффективности работы буровых бригах и бригад по ремонту скважин.

АО «Сибирская Сервисная компания» активно сотрудничает с высшими учебными заведениями страны. Ежегодно в компании проходят производственную и преддипломную практику лучшие студенты российских вузов, которые в дальнейшем пополняют кадровый резерв. Молодым специалистам предлагаются индивидуальные программы развития, творческая работа, карьерный рост.

Перешагнув в феврале 2020 года 20-летний рубеж успешной работы на российском рынке нефтесервиса, АО «Сибирская Сервисная Компания» уверенно смотрит в будущее и строит перспективные планы своего дальнейшего развития.

2.3 Общий анализ показателей бурения акционерного общества «Сибирская Сервисная компания»

Для того чтобы обеспечить планомерную трансформацию технологи, которая необходима для совершенствования бурения скважин, используется соблюдение требований современного менеджмента. На данный момент

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

компания обладает рядом сертификатов со стандартами (ISO 9001, ISO 14001 и OHSAS 18001). Кроме того, у компании очень высокая социальная ответственность, которая налагается на защиту и заботу об окружающей среде. Таким образом, даже те идеи, которые на первый взгляд кажутся нереальными, ССК осуществляет оперативно, правильно и безопасно, выполняя все требования своих заказчиков.

Исходя из конкурентных преимуществ компании, можно сделать вывод, что персонал – это один из важнейших пунктов на предприятии. Все сотрудники предприятия обладают высокой квалификацией, которая позволяет им осуществлять планомерный рабочий процесс.

В процессе формирования проекта скважины, специалисты сначала работают над профилем. Кроме того, от того, каким будет этот профиль, зависит цена скважины и возможные риски, которые нужно учитывать на этапе проектирования. Так как инновационные технологии не стоят на месте и продолжают развиваться, программное обеспечение становится настолько актуальным и полезным, что процесс проектирования скважины сокращается до минимума и становится удобнее и выгоднее. Так как компания является достаточно развитой, ежегодный оборот строительства скважин является для нее не новостью. Таким образом, использование современных технологий позволяет эффективно добиться высокого уровня бурения.

Хотя в 2020-м году цены на нефть значительно сократились, это не отменяет того факта, что компании, специализирующиеся на нефтедобыче, активно участвуют в процессе наращивания нефтяных процессов. Однако сам процесс нелегкий. Сделать такой вывод можно, если обратиться к статистическим данным, которые гласят, что даже увеличение проходки не дает плановых показателей роста добычи: из-за истощения месторождений показатели роста добычи составляют лишь 25 т/м проходки при ожидании 50 т/м. В 2020-м году эксплуатация скважин возросла аж на 12%, но она была подкреплена, прежде всего, использованными инвестиционными средствами.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Несмотря на то, что объем инвестиций значительно снизился, минимизировать до нуля он все равно не сможет, если поддержание и добыча не будут обеспечены с помощью качественного нефтесервиса.

Когда рынок нефтедобывающей промышленности освободился от зарубежных компаний, предоставив российским предприятиям возможность активизироваться, не все сумели вовремя среагировать и выбиться в лидеры. Кроме того, процесс конкуренции значительно усложняет эту задачу, на что, кстати, влияет отсрочка платежей. Зарубежный нефтесервис особенно положительно относится к этой отсрочке. Еще одним фактом, который нужно принять во внимание является еще и то, что с 2012 по 2015 года было замечено массовое списание нефтедобывающего оборудования. Это оборудование было особенно востребовано в период Советского Союза, однако теперь перед предприятиями стоит совершенно иная задача. Тем более, что процесс списания продолжается до сих пор, поэтому очень важно найти всевозможные способы, которые могли бы помочь минимизировать необходимость использования импортного оборудования.

Компания, которая уже давно смогла выйти из этого круга и вступить на совершенно иной путь – это АО «Сибирская Сервисная Компания» (ССК). На сегодняшний день в список услуг компании входит, прежде всего, бурение скважин, в также их ремонт. Деятельность компании осуществляется на всех территориях нефтегазовой промышленности РФ, куда входят: ХМАО, ЯНАО, НАО, Красноярский край, Поволжский регион, Республика Коми, Якутия, Томская область, Новосибирская и Иркутская области. Вот уже несколько лет Стрежевской филиал ССК динамично расширяет географию работ, обусловленную объективным увеличением потребности в строительстве скважин в ЯНАО.

Для того чтобы значительно ускорить процесс управлением эффективности компании, 2015 год ознаменовался открытием нового филиала в Новом Уренгое. В 2020 году компании пришлось сложно, потому что

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

падение цен на нефть и очевидные санкции стали проблемой не только для различного рода предприятий, но и для ССК тоже.

Вопрос необходимости модернизации был и остается важнейшим в деятельности АО «Сибирская Сервисная компания». АО «Сибирская Сервисная компания» вошла в 2023 г., имея за плечами достойные результаты работы.

Одним из показателей эффективности компании стало присутствие АО «Сибирская Сервисная компания» в первых строках рейтинга буровых подрядчиков. Для повышения прозрачности рынка нефтегазосервисного оборудования в октябре 2020 г. Минпромторг РФ провел опрос среди 65 нефтегазовых компаний. Важно, что оценка подрядчиков осуществлялась на основе истории взаимодействия. По группе «Бурение» АО «Сибирская Сервисная компания» заняла почетное 2-е место (разница с лидером – 0,03 рейтингового балла), по группе «ТКРС и ЗБС» – вошла в тройку лидеров!

В целом, задачи по объемам бурения в 2022 году были в полной мере реализованы и достигли 1,615 млн м., а самый многочисленный – Нефтеюганский филиал АО «Сибирская Сервисная компания» уже в ноябре перешагнул рекордный показатель годовой проходки в 1 млн м. горных пород.

Бурить на максимальных скоростях и с надлежащим качеством Компании позволяют современное оборудование и применяемые в АО

«Сибирская Сервисная компания» эксклюзивные технологии ведения работ. Компания успешно прошла пик списания буровых установок, введенных в эксплуатацию на закате СССР, и ныне имеет более 300 единиц современного оборудования, в т.ч. 64 буровые установки различной грузоподъемности, 78 подъемных агрегатов, 18 цементировочных флотов, 50 партий наклонно- направленного бурения и 50 групп по инженерному сопровождению буровых растворов.

Санкции мало повлияли на работу компании, хотя и надо признать, что вопрос обеспечения оборудования запасными частями пока решен не до

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

конца. Однако внедрение нового оборудования, в т.ч. китайского и отечественного производства, постепенно снимает и эту проблему. Особенно активизировалась работа с российскими производителями. Успешно, например, показала себя установка УНБ2-600×70 Ижнефтемаша.

Весь этот потенциал позволяет АО «Сибирская Сервисная компания» производить работы по бурению и ремонту скважин в короткие сроки, в соответствии с высокими требованиями Заказчика к технологиям и качеству, с наименьшими рисками возникновения осложнений.

Продолжаемая программа модернизации позволяет всем филиалам Сибирской Сервисной Компании оставаться конкурентоспособными, мобильными, максимально готовыми к решению сложных производственных задач в любых климатических, геофизических и логистических условиях.

Сибирская Сервисная Компания со дня своего основания (22 года назад) была и остается социально ответственным предприятием, заботящимся о своем персонале, планомерно занимающимся его развитием. Образовательные программы для молодых специалистов, программы по развитию кадрового резерва, профессиональные конкурсы позволяют постоянно повышать квалификацию всего коллектива.

Забота о семьях и детях работников, материальная помощь, санаторно-курортное лечение – значимое направление в реализации социальной политики АО «Сибирская Сервисная компания». Есть в Компании добрая традиция – в честь своего профессионального праздника оказывать благотворительную помощь различным учреждениям, занимающимся лечением и образованием детей и взрослых: домам инвалидов, реабилитационным центрам, детским спортивным школам, больницам.

Говоря о планах и перспективах АО «Сибирская Сервисная компания» можно привести слова Ю. Шафраника: «Наступил новый, чрезвычайно сложный и ответственный этап в развитии отечественного нефтегазового комплекса. Сейчас требуется значительное и стремительное повышение

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

эффективности всех отраслевых производств, радикальный рост технического и технологического уровня всех видов деятельности, но действовать нужно намного целенаправленнее и активнее».

Сибирская Сервисная Компания сегодня имеет достойный портфель заказов. Модернизация, постоянное совершенствование технологий, планомерное расширение географии присутствия и спектра решаемых задач, социальная ответственность Компании, забота об окружающей среде являются её важнейшими конкурентными преимуществами. Современная АО «Сибирская Сервисная компания», начав отсчет своей истории с 2000 года, первой в России доказала, что независимая компания способна существовать на свободном рынке, достойно выдерживать конкуренцию с интегрированными отечественными и зарубежными компаниями, добиваться все больших успехов. ССК становится больше, осваивает все новые регионы и будет продолжать динамично идти вперед, приумножая достигнутое.

Увеличение объемов пробуренных скважин в большей степени связано с выходом компании на новых заказчиков, а также с увеличением количества предоставляемых услуг.

Основным фактором конкурентоспособности АО «Сибирская Сервисная компания» является разнообразие предоставляемых услуг, ценовая политика, которая в свою очередь зависит от грамотного выбора используемого оборудования, умения прогнозирования производственных рисков.

Нельзя отменять того факта, что применение дорогостоящего оборудования сопровождается различными рисками. Таким образом, ССК, выбирая исключительно проверенных специалистов, минимизирует расходы на дорогостоящее оборудование. Все благодаря тому, что квалифицированный персонал знает, как работать с уже имеющимися видами оборудования, вот почему требования каждого заказчика исполняются и производятся в короткие сроки.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

В 2016 году российские нефтедобывающие компании продолжали бороться за наращивание добычи. Так, к примеру, увеличение проходки не дает плановых показателей роста добычи по причине истощения месторождений показатели роста добычи, которые составляют лишь 25 т/м проходки при ожидании 50 т/м. Также отметим, что согласно данным Минэнерго, по итогам 2016 г. объемы эксплуатационного бурения выросли на 12%. При этом отметим, что объем инвестиций снижается, но уйти в ноль он не может, потому что ни наращивание, ни даже поддержание текущего уровня добычи невозможно без качественного нефтесервиса.

Ямальский филиал ССК динамично расширяет географию работ, обусловленную объективным увеличением потребности в строительстве скважин в ЯНАО.

Сибирская Сервисная Компания вошла в 2023 г., имея достойные результаты работы. Одним из показателей эффективности компании стало присутствие ССК в первых строках рейтинга буровых подрядчиков.

На долю АО «Сибирская Сервисная компания» приходится около 8% общероссийского объема пробуренных метров в год.

Годовой объем поисково-разведочного и эксплуатационного бурения более 1,6 млн м, более 3200 текущих и капитальных ремонтов скважин в год.

Ежегодно инвестируя в среднем 11% выручки, ССК является 2-й компанией в отрасли по удельным объемам инвестиций.

АО «Сибирская Сервисная компания», обладающая сбалансированным портфелем предоставляемых услуг, предлагает Заказчику полный спектр нефтесервисных работ.

Основным звеном при проводке скважин является буровая бригада, количественный и качественный состав бригады зависит от глубины скважины и вида привода буровой установки.

Анализ выполнения запланированных объемов буровых работ начнем с общей оценки выполнения плана по себестоимости путем сопоставления

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

фактических затрат с плановыми в расчете на выполненный объем работ. Необходимо определить абсолютное отклонение фактической себестоимости от плановой по направлениям и отдельным статьям затрат.

При выявлении основных путей снижения затрат определим факторы, которые формируют эти затраты. Как уже отмечалось, затраты на бурение скважин подразделяются на зависящие от времени и от 1 м проходки. Следовательно, на экономию или перерасход затрат на бурение влияет временной фактор и объемы бурения. Отдельно следует рассмотреть фактор организации производства и труда.

Поскольку в себестоимости буровых работ преобладают затраты на проходку ствола скважины, их необходимо рассмотреть в первую очередь. В структуре себестоимости бурения преобладают расходы на материалы - 45%, эксплуатацию бурового оборудования - 22,4%, а также расходы на содержание транспорта (9%).

Задачи анализа себестоимости требуют прежде всего обратить внимание на элементы затрат, по которым допущен перерасход. Однако, анализу должны подвергаться и те элементы затрат, по которым достигнуто изменение по сравнению с планом с целью использования путей экономии этих затрат в следующем плановом периоде. После определения отклонений фактических затрат от плановых необходимо выявить причины отклонения и оценить их количественное влияние.

Строительство скважин - довольно материалоемкое производство: как уже отмечалось, на долю материальных затрат приходится около 45% от всей суммы затрат. Важнейшими факторами, влияющими на отклонение фактических затрат на материалы от плановых, являются:

1) изменение планового объема проходки;
2) отклонение от установленных норм расхода материалов;
3) изменение пены на материалы.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

2.4 Анализ коммуникационного процесса в Ямальском филиале акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания»

На основе проведенного анализа компании «ССК», можно сделать вывод, что в сфере коммуникаций у филиала показатели находятся в пределах нормы. Это обусловлено, прежде всего, подробным изучением документационного оборота, который активно проводится внутри компании, кроме того, представляется достаточно продуманная система управления, которая позволяет предположить, что между сотрудниками будет осуществлена горизонтальная система сотрудничества, на основе которой процессы внутри компании будут проходить эффективно и с пользой для экономики предприятия.

Кроме того, чтобы обеспечить повышение коммуникации, компания активно участвует в рекламировании своих услуг, регулярно проводя беседы со СМИ, устанавливая баннеры, а также используя формы обратной связи, благодаря которым получает ответы от клиентов, и может осуществлять оперативное и эффективное прогнозирование [9].

В качестве не менее эффективного канала передачи информации можно выделить книжную литературу, содержание которой заключается в анализе строительства скважин.

Для того чтобы определить проблемы, которые есть на данный момент в компании, применяются методы анкетирования, которые позволяют определить реальные проблемы в работе предприятия, а также беседы. Обе эти методики дают возможность разработки мер, направленных на устранение проблем и перебоев в работе предприятия.

Каналы информации на предприятии – это уровни организации, а также вертикальный переход от одного уровня к другому. Информация также может передаваться по обратному пути, что говорит нам о вероятности обнаружения недочетов в процессе ее передвижения. На этапе обмена информацией обычно

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

расставляются приоритетные задачи, а также производится анализ заданий, которые необходимо выполнить в течение какого-либо периода времени.

В компании также присутствует передача информации по восходящей линии, потому что такой способ является достаточно эффективным и позволяет увеличить производительность компании в несколько раз. Для того чтобы обеспечить эту эффективность, необходимо, прежде всего, прислушиваться к сотрудникам. Сотрудники, которые могут предоставить идеи о возможных изменениях и усовершенствованиях структуры компании – это ценные люди, информация от которых передается уже руководителю. От руководства полученные идеи передаются генеральному директору, который решает, внедрять такие идеи в работу предприятия или нет.

Не стоит забывать и про наличие горизонтальных коммуникаций, потому что в организации есть множество структурных элементов, и передача информации между ними обычно осуществляются для того, чтобы генерировать новые задачи, а также производить способы реализации для уже существующих на данный момент времени. Организация – это, прежде всего, структурная система, все элементы которой связаны между собой. Если каждый элемент будет работать, это приведет к эффективному развитию компании.

В любой организации есть неформальная среда. В неформальной среде может проявиться еще один канал коммуникации, а именно: слухи. Слухи и сплетни – это неотъемлемая часть общественной жизни, которая живет на свете очень давно. На вопрос «Что появилось раньше: сплетни или общество», напрашивается вполне резонный ответ. Стоит также отметить, что несмотря на то, что люди сами осознают наличие конфликтов и сплетен, но перестают заниматься подобной диз моралью. Намеренное распространение слухов является актуальным вопросом не только для обыденной среды, в которой мы с вами привыкли жить, но на межнациональном уровне, в связи с чем появляется активное распространение конфликтов, происходит регулярное

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

нарушение правил и законов, но это лишь последствия всего того, что мы, люди, сами продвигаем в массы. Сплетни – это разновидность слухов, то есть это тоже слух о чем-либо, который в 99% случаев основан на неточных и недостоверных сведениях. Отличие сплетен от слухов заключается в том, что сплетни несут заведомо ложную информацию. Можно с уверенностью сказать, что каждый являлся частью сплетен. Возвращаясь тезису, стоит отметить, что сплетни действительно не приносят никакой пользы. Ни в коем случае нельзя путать два понятия между собой «сплетни» и «сарафанное радио». Прежде всего потому, что у второго явления может быть достаточно положительный эффект, в то время как первое явление – это совершенно не полезный, негативный эффект, который влияет на репутацию и приносит только отрицательное воздействие.

В завершении данной главы стоит подчеркнуть, что в каждой компании чаще всего внимание уделяется внешним коммуникациям, а не внутренним. Это обусловлено тем, что предприятия заинтересованы в расширении территории и рынка сбыта. Таким образом, внутренним коммуникациям уделяется меньше внимания, однако в компании все равно активно занимаются разработкой новых стратегий, которые повлекут за собой процесс дальнейшей организации внутренних коммуникаций.

2.5 Анализ структуры предприятия

Персонал ЯФ АО «ССК» является неотъемлемой частью предприятия, ключевым ресурсом. Среднесписочная численность персонала (рисунок 7-8) на начало 2021 г составило 674 сотрудника, в то время, как на начало 2022 г данное значение опустилось до отметки 568 сотрудников. Такой спад в количестве персонала связан с уменьшением объёмов проводимых работ и закономерным сокращением сотрудников, и переводом в другие филиалы.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты



Рисунок 7 – Диграмма численности сотрудников на 2021 год



Рисунок 8 – Диаграмма численности сотрудников на 2022 год

Человеческий ресурс – это один из ключевых капиталов предприятия, как финансы и основные средства. Контроль за движением кадров в предприятии необходим, по результатам этих данных можно сделать много выводов, таких как эффективность кадровой политики предприятия и тд. В таблице 1 приведены показатели кадрового состава Ямальского филиала АО «ССК»

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Таблица 1 – Показатели кадрового состава Предприятия ЯФ АО «ССК»

Показатель	2021	2022
Среднесписочная численность, чел	674	568
Число принятых, чел	113	29
Число уволенных (переведенных), чел	49	77
К общего оборота (%)	24,04	18,66
К оборота по приему (%)	16,77	5,11
К оборота по выбытию (%)	7,27	13,56
К восполнения работников	2,31	0,38
К постоянства кадров	1,38	0,86
Текучесть кадров (%)	5,93	9,68

Для анализа движения рабочей силы на предприятии ЯФ АО «ССК» и ситуацию на рынке труда, нужно определить коэффициент восполнения рабочей силы.

Коэффициент восполнения рабочей силы характеризует скорость и эффективность восполнения численности предприятия. При условии коэффициента значения больше 1 говорит не только об возмещении мест уволенных сотрудников, но и появления новых рабочих мест. Если значение коэффициента меньше 1, то в предприятии наблюдается сокращение рабочих мест. Исходя из данных таблицы 1 можно сделать вывод, что в 2021 появилось большее количество рабочих мест и происходило активное восполнение персонала в предприятии.

Следующим параметром для анализа является коэффициент постоянства кадров. Данный показатель характеризует неизменность состава работников на предприятии. Исходя из значений в таблице 1 за 2021 можно сделать вывод, что общий уровень состава сотрудников на предприятии стабилен. Данные за 2022 год указывает на нестабильность состава работников на предприятии.

Решающим параметром для определения уровня совершенства кадровой политики является коэффициент текучести кадров (рисунок 9-10) ввиду того, что отражает текущую ситуацию на предприятии. Высокое значение коэффициента говорит о плохом состоянии в области кадровой политики, и характеризует недоработанную корпоративную культуру, отсутствие умения

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

подбора кадров и тд. Низкое значение коэффициента текучести кадров позволяет сделать вывод и благоприятных условиях труда в организации.

Ориентируясь на результаты расчётов в таблице 1 мы наблюдается ухудшение состояния с текучестью кадров. Но не стоит забывать, что предприятие ЯФ АО «ССК» является нефтесервисной компанией и объёмы работ в данной отрасли изменчивы и напрямую зависят от количества выигранных тендеров на выполнение нефтесервисных услуг.

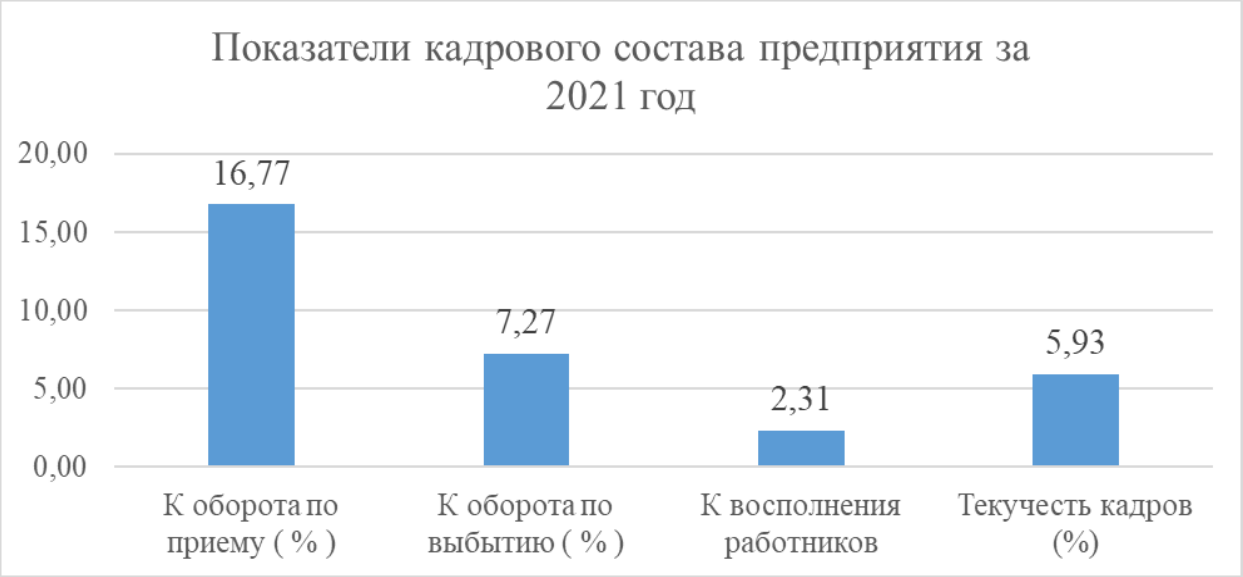

Рисунок 9 – Показатели кадрового состава предприятия за 2021 год

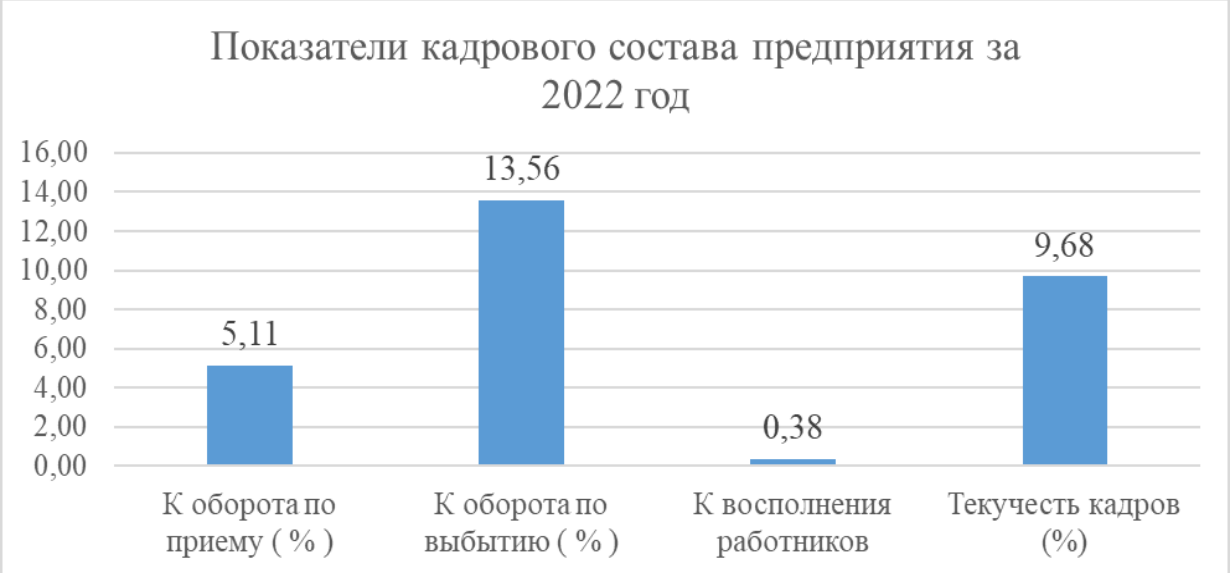

Рисунок 10 – Показатели кадрового состава предприятия за 2022 год

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Предприятия в области сервисных услуг увеличивают количество кадров с увеличением объёмов, и соответственно уменьшают количество сотрудников при том, случае, если спрос на услуги предприятия невелик. В связи с данной корректировкой, коэффициент текучести кадров приобретает дополнительную функцию и может отражать текущее состояние дел с объёмами предоставляемых нефтесервисных услуг предприятием [3].

Одним из приоритетных задач в кадровой политике предприятия ЯФ АО «ССК» является работа с молодыми специалистами. Работа со специалистами в данной организации подразделяется на:

- адаптация молодых специалистов на предприятии и наставничество;
- вовлечение молодых специалистов в научно-техническое творчество;
- выявление и развитие молодых специалистов с лидерским потенциалом;
- обучение и развитие молодых специалистов.

Таблица 2 – средний возраст сотрудников компании ЯФ АО «ССК»

Показатель	**2021**	**2022**
Общий средний возраст всех работников, лет	*39,28*	*39,00*
Средний возраст офисных работников:	*39,61*	*39,40*
Руководителей	41,32	41,17
Специалистов/инженеров	37,89	37,63
Средний возраст полевых работников:	*38,95*	*38,61*
Руководителей	42,15	41,93
Специалистов/инженеров	38,26	38,13
Работников	36,44	35,76

В таблице 2 проведен анализ среднего возраста всех сотрудников компании ЯФ АО «ССК». Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что средний возраст работников предприятия на 2022 год уменьшился относительно 2021 года.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Таблица 3 – Уровень образования сотрудников компании ЯФ АО «ССК» в 2021 году

Показатель	Высшее	Среднее профессиональное	Среднее общее
Уровень образования, %			
Офисные работники:			
Руководители	83,62	16,38	0
Специалисты/инженеры	63,17	36,83	0
Полевые работники:			
Руководители	74,32	25,68	0
Специалисты/инженеры	47,56	52,44	0
Работники	14,52	61,16	24,32
Общее значение	*56,64*	*38,50*	*4,86*

Таблица 4 – Уровень образования сотрудников компании ЯФ АО «ССК» в 2022 году

Показатель	Высшее	Среднее профессиональное	Среднее общее
Уровень образования, %			
Офисные работники:			
Руководители	85,41	14,59	0
Специалисты/инженеры	61,09	38,91	0
Полевые работники:			
Руководители	76,66	23,34	0
Специалисты/инженеры	49,17	50,83	0
Работники	17,73	59,75	22,52
Общее значение	*58,01*	*37,48*	*4,50*

Исходя из значений таблиц 3-4, можно сделать закономерный вывод, что уровень персонала с высшим образованием возрастает от 2021 года на 2022 год. Данный фактор указывает на большое количество высококвалифицированных сотрудников на предприятии, но и сами сотрудники не отстают, повышая свой уровень квалификации. Данный факт не может не радовать, так как он свидетельствует о наличии у компании высококвалифицированных специалистов, что значительно может повышать репутацию компании.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

3 УПРАВЛЕНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ЯМАЛЬСКОГО ФИЛИАЛА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА «СИБИРСКАЯ СЕРВИСНАЯ КОМПАНИЯ»

3.1 Анализ проблематики внутренних коммуникационных процессов

При текущем состоянии рыночной экономики, предприятия, преимущественно сервисных сфер, с целью продвижения своих услуг уделяют внешней экономике гораздо большее значение, чем внутренним, тем самым игнорируя развитие коммуникаций внутри предприятия. В связи с чем коммуникационные процессы внутри предприятия недостаточно развиваются для эффективной работы сотрудников.

Для увеличения эффективности коммуникационных процессов на предприятии, нужно разработать новую структуру внутренних коммуникаций.

Для того, чтобы новая структура внутренних коммуникаций производила необходимые изменения, необходимо проанализировать сущность управленческой среды внутри предприятия, после чего произвести оценку удовлетворенности сотрудников и общего состояния коммуникаций коллектива. Далее необходимо установить, какая структура коммуникаций является эффективной для самих сотрудников. Данное исследование проводится посредством опроса, анкетирования, личного общений руководства с персоналом.

Чаще всего само руководство внутри предприятия относится формально к идее опросов и анкетирования. Для того, чтобы увеличить эффиктивность исходящей информации, предлагается создать групповые предложения, что упростит процедуру анализа необходимой информации. Так же стоит отметить, что не нужно превращать процесс общения руководства с персоналом в фарс, не нужно заставлять сотрудников посещать собрания, необходимо достаточно мотивировать сотрудников на данные мероприятия.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Руководители, устраивая собрания, должны сами являть заранее и быть подготовленным к процессу коммуникации с сотрудниками, уметь вовлекать в диалог, для того, чтобы сплоить и воодушевить на решение коммуникационных барьеров [20].

Также необходимо произвести строгую выборку информации, распространяющуюся внутри коллектива. Данная информация должна быть направлена на увеличение эффективности труда и удовлетворённости предприятием, стимуляции персонала и т.д. Если персонал достаточно осведомлен о предприятии и знает свою роль в ней, то он поддерживает цели компании, увеличивает сплоченность и эффективность развития организации. В свою очередь малая осведомленность о внутренних целях и делах предприятия приводит к появлению всевозможных слухов уменьшает производительность труда персонала.

Для того, чтобы наладить коммуникационный процесс внутри предприятия, необходимо проанализировать текущую ситуацию коммуникаций. Для получения необходимой информации, необходимо:

- Разбить сотрудников предприятия на профессиональные и социальные группы;
- Определить среднюю продолжительность работы сотрудников в предприятии;
- Определить методы, позволяющие наладить коммуникации с удаленными подразделениями предприятия;
- Установить, из каких источников и каким образом сотрудники получают информации.

После сбора необходимой информации, необходимо приступить к разработке новой более эффективной коммуникации. Для этого необходимо установить, какие деловые цели разделяет руководство, какая стратегия позволит приводит к исполнению данных целей, какие отделы, и группы сотрудников нуждаются в изменениях источников получения информации, и

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

какая информация должна доноситься. Также необходимо произвести анализ средств, которыми мы хотим добиться вышеперечисленного.

Для того, что опробовать новую структуру коммуникаций, предлагается создать случайную выборку персонала и провести опрос среди них, либо проводить фокус-группы. Данные методы сопровождаются своими трудностями в оценке результатов: нужно максимально детализировано определить изменения в поведении и коммуникации сотрудников, установить, как изменилось прилагаемые усилия сотрудников для выполнения поставленных целей, а также определить изменение взглядов и восприятия к организации. Не стоит забывать и об эмоциональной составляющей персонала. Персонал выполняет задачи, поставленные руководителем, но эффективность выполнения задач можно увеличить, если руководитель умеет мотивировать и вдохновлять сотрудников. Кроме того, руководитель должен донести до сотрудников какие цели преследуются выполнением поставленных задач.

На предприятиях, где руководство, в силу специфики работ, удалено от персонала, зачастую мало уважаемо и не авторитетно среди них. В таких случаях донесение информации о целях и задачах предприятия предпочтительно при личных встречах руководителя с сотрудниками [31].

Не стоит недооценивать роль менеджеров и руководителей среднего звена, ведь именно через них цели и задачи руководства доходят до сотрудников и работы предприятия.

Коммуникации внутри предприятия должны осуществляться такими способами, как: рассылка информации по корпоративной электронной почте и личная беседа с персоналом.

Для того, что сформировать в сознании сотрудников правильный имидж предприятия и доводить до всех сотрудников необходимую ключевую информацию, необходимо использовать внутренние формы коммуникаций:

- Новостные листки;
- Бюллетень с предложениями;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

- Доски почёта;
- Общие собрания менеджеров и сотрудников
- Ежегодные отчёты и выполненных миссия и достижениях поставленных целей;
- Корпоративный доступ на сайт предприятия с повышенной информативностью.

При информационном взаимодействии с сотрудниками решаются такие ключевые задачи, как делегирование полномочий, воспитание чувства гордости за свою компанию [36].

3.2 Причины возникновения коммуникационных барьеров между сотрудниками полевых и офисных служб

Почему между полевыми и офисными специалистами стоит коммуникационный барьер, не позволяющий эффективно взаимодействовать друг с другом? В процессе анализа данной проблемы в ЯФ АО «ССК», выявлено ряд причин, о которых пойдёт речь ниже.

Для проведения анализа коммуникационного процесса в организации АО «Сибирская Сервисная Компания» был использован опрос сотрудников с помощью самостоятельно разработанной анкеты. Данная анкета представлена в приложении А.

Ввиду того, что должность геолога не закреплена на одном производственном объекте, в течении 3 лет профессиональной деятельности я производил работы на различных буровых установках, что дало возможность изучить проблематику и проводить опросы большей части полевых сотрудников предприятия. Работа ведущего геолога также сопровождается и периодической офисной деятельностью, что также дало возможность проводить опросы сотрудников офисных служб.

В общей сложности в опросах и анкетировании участвовало 302 полевых сотрудника и 49 сотрудников офисных служб.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

В анкетировании и опросах участвовали:

- *Полевые сотрудники:* мастера буровых, супервайзеры, менеджеры по работе с Заказчиком, специалисты по ОТиПБ, геологи, механики ЦРиОБО, электромеханики, бурильщики, помощники бурильщиков, слесари, сварщики.
- *Офисные сотрудники:* геологический отдел, служба супервайзинга, отдел технологического обеспечения по бурению, руководители и специалисты СБР, группа руководителей проектов, производственно-технический отдел по бурению, служба охраны труда, промышленной безопасности и экологии, отдел по работе с имуществом, отдел по работе с персоналом.

По своей структуре анкета включала в себя вводную часть, в которой обозначена тема и цель проводимого исследования, а также указание на анонимность исследования, что обеспечивает достоверность полученных данных. Основная часть анкеты включала в себя вопросы, направленные на получение данных по состоянию коммуникационного процесса в компании. После этого был проведен подробный анализ результатов анкетного опроса.

На вопрос (рисунок 11): «Вы согласны с утверждением, что эффективные коммуникации – это один из основных элементов успешно существующей компании?» ответили согласием 80% офисных сотрудников и 67% – полевых.

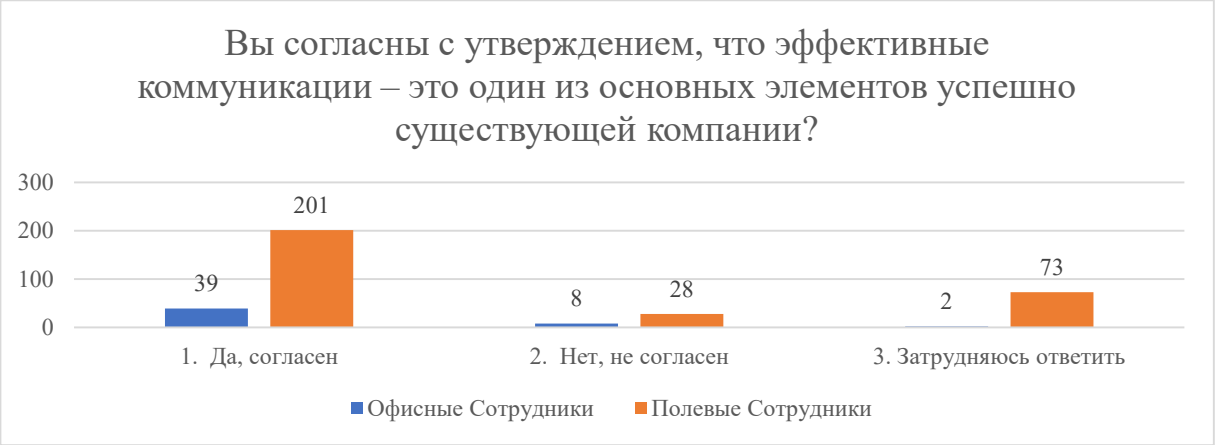

Рисунок 11 – График результатов анкетирования на вопрос №2

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

В вопросе с просьбой отметить суждения, с которым согласны (риссунок12) – офисные сотрудники преимущественно отметили пункты: «Мне нравится то, как в компании организованы коммуникации между сотрудниками» – 41% голосов; «Я недоволен коммуникационным процессом в компании» – 35% голосов. Мнение полевых сотрудников несколько отличались, наибольшее количество голосов получил пункт «Я недоволен коммуникационным процессом в компании» – 48%, чуть меньше получил пункт «Для меня не играют важной роли хорошие коммуникационные процессы, главное – чтобы за работу достойно платили» – 34%.



Рисунок 12 – График результатов анкетирования на вопрос №3

На вопрос: «Возникают ли у Вас проблемы с коммуникационным процессом в цепочке офисный работник-полевой работник-офисный работник?» (рисунок 13) 67% офисных сотрудников проголосовало за присутствие проблемы, остальные 33% сотрудников не встречают проблем с коммуникационным процессом в данной цепочке. Полевые сотрудники также преимущественно, и даже в большей степени, проголосовало за присутствие проблемы – 81% голосов, против 19% голосов.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты



Рисунок 13 – График результатов анкетирования на вопрос №4

На вопрос «Чем обусловлены проблемы с коммуникационным процессом?» (рисунок 14), большинство офисных сотрудников проголосовало за «Удалённость между структурами деятельности» – 51% голосов, следующим по количеству голосов выступил пункт «Разный профиль работ» – 24% голосов, остальные голоса распределились между другими пунктами. Полевые работники также выбрали данные пункты как самые важные («Удалённость между структурами деятельности» – 48% голосов, «Разный профиль работ» – 30% голосов).



Рисунок 14 – График результатов анкетирования на вопрос №5

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

На вопрос «Если в Вашей организации происходят изменения, из каких источников Вы узнаете об этом?» 37% офисных сотрудников узнают об изменениях из приказов и распоряжений руководства, 27% сотрудников – от начальника отдела, остальные голоса распределены между другими пунктами. Полевые сотрудники в 41% случаев узнают об изменениях через своих коллег, что неудивительно, ввиду вахтового условия работ, в 29% случаев – от начальника отдела (рисунок 15).

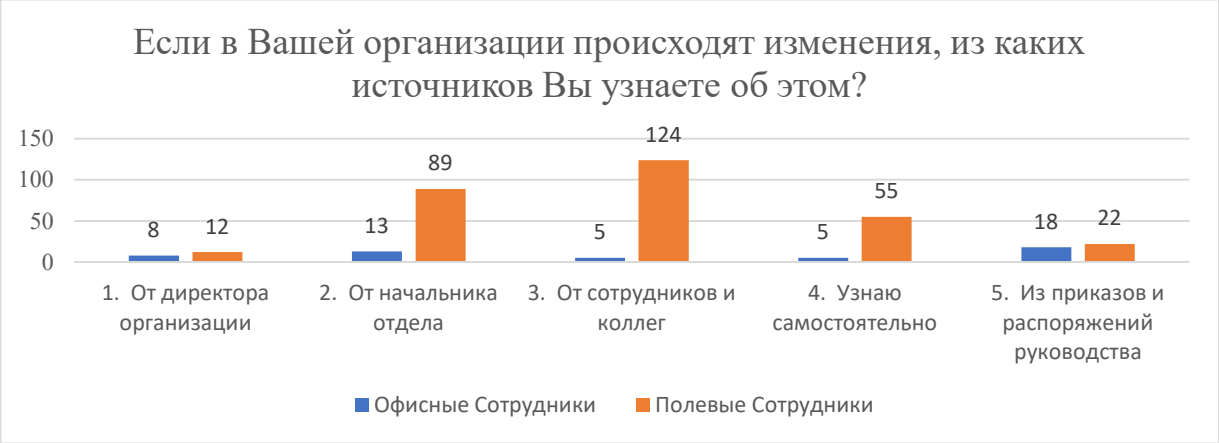

Рисунок 15 – График результатов анкетирования на вопрос №6

На вопрос «Как Вы считаете, на каком уровне находится коммуникационный процесс в Вашей компании?» (рисунок 16) и офисные и полевые сотрудники отдали преимущественно голоса за «средний уровень» (51% офисных сотрудников, 62% полевых сотрудников). За уровень «ниже среднего» проголосовало 10% офисных сотрудников и 25% полевых сотрудников.

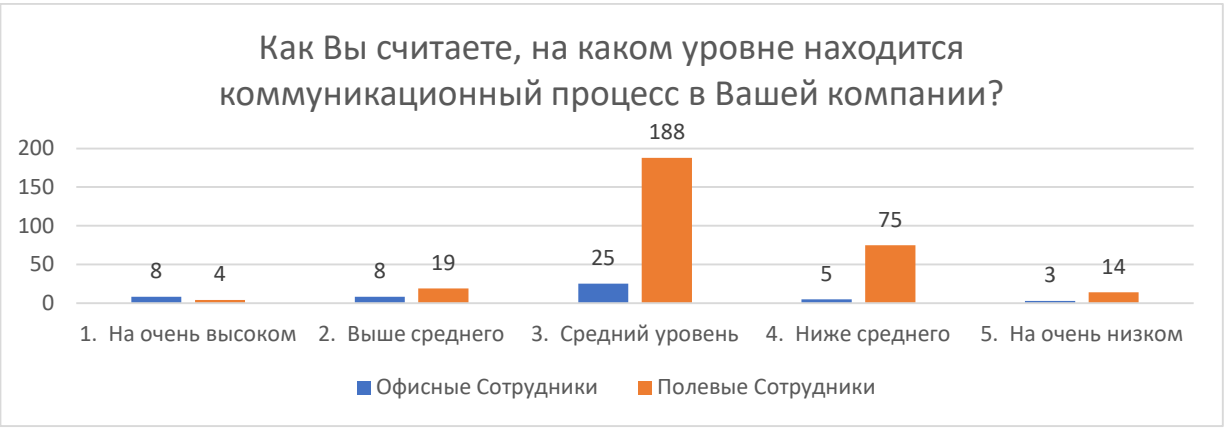

Рисунок 16 – График результатов анкетирования на вопрос №7

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

На вопрос «Устраивает ли Вас система мотивации персонала?» 39% голосов офисные сотрудники отдали пункту «Нет, не устраивает», 35 % сотрудников проголосовали за пункт «Не устраивает система нематериальной мотивации». Полевых сотрудников преимущественно тоже не устраивает система мотивации на предприятии (47% полевых сотрудников), 32% полевых сотрудников не устраивает система материальной мотивации (рисунок 17).



Рисунок 17 – График результатов анкетирования на вопрос №8

Следующий пункт в анкете заключал в себе перечень вопросов с условиями работы, в которых респондентами предлагает указать удовлетворенность. Согласно количеству голосов (78% офисных сотрудников, 75% полевых сотрудников), работники ЯФ АО «ССК» удовлетворены своей заработной платой. Санитарно-гигиеническими условиями удовлетворены 92% офисных сотрудников, в то время, как 61% полевых сотрудников данными условиями не удовлетворены. Отношениями с руководством удовлетворены 65% офисных сотрудников, полевые сотрудники преимущественно не удовлетворены отношениями с руководством – 55%. Офисные работники не удовлетворены возможностью повышения квалификации – 73% голосов, обратного мнения полевые работники – 67% сотрудников удовлетворены. Возможностью непосредственного участия в руководстве компанией 84% офисных сотрудников ответило

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

удовлетворенностью, то время как полевых сотрудники в 82% голосов утверждают, что не имеют такой возможности.

Офисных сотрудников со стажем работы на предприятии АО «ССК» до 1 года – 14%, от 1 до 2 лет – 31%, от 2 до 5 лет – 39%, и свыше 5 лет – 16%.

Полевых сотрудников со стажем работы на предприятии АО «ССК» до 1 года – 6%, от 1 до 2 лет – 16%, от 2 до 5 лет – 52%, и свыше 5 лет – 26%.

Основной причиной возникновения коммуникационных барьеров между работниками полевых и офисных служб является разный профиль и удаленность выполняемых работ. Как мы знаем, теория, в большинстве случаев, отличается от практики. Точно также бурение на бумаге и теоретическая организация процесса бурения отличается от практической обеспеченности и непосредственного проведения работ.

Исходя из анализа результатов анкетирования сотрудников организации АО «Сибирская Сервисная Компания», можно сделать вывод о том, что коммуникационный процесс нуждается в улучшении. В учреждении существуют определенные налаженные коммуникационные потоки и связи, но их явно недостаточно для полноценного функционирования компании. Перейдем теперь к разработке мероприятий по улучшению коммуникационного процесса в организации.

3.3 Коммуникационные барьеры между работниками офисных и полевых служб

Эффективность деятельности организации в значительной степени зависит от успешности делового общения менеджеров и персонала, а также от особенности общения персонала с клиентами и партнерами организации. Содействие достижению взаимопонимания между людьми, которые работают бок-о-бок, создание особенного коммуникативного комфорта для каждого работника и организации в целом – неотъемлемая часть работы организационного психолога.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Среди явлений, затрудняющие общение в организации, а иногда приводят к полному его блокировки, ведущую роль играют коммуникативные барьеры. В общем виде коммуникативные барьеры можно определить, как препятствия на пути передачи информации от коммуникатора (отправитель информации) до реципиента (получателя) [17].

Другие авторы выделяют типы барьеров, препятствующих как отправке, так и получению информации в организации: а) связанные с восприятием информации; б) организационные. Причины барьеров восприятия заключаются в различии во время наблюдения, отбора и организации стимулов, которые постоянно получают участники коммуникации, и интерпретации информации. Причинами организационных барьеров общения выступают: слишком большое количество звеньев в коммуникационной цепочке; монополия на информацию; отношения, основанные па статусе; обход информации; «зашоренность» начальника или коллеги; защитная реакция кого из сотрудников; равнодушие и халатность руководства; озабоченность (собственная ли кого из коллег); невнимательность и т.д. [23].

Выделим основные коммуникативные барьеры в организации, обусловленные индивидуально-психологическими, социально-профессиональными и социально-демографическими особенностями участников коммуникации:

1. Коммуникативные барьеры, обусловленные особенностями направленности личности;

2. Барьеры, обусловленные различными мотивами выполнения деятельности и поведения участников коммуникации – мотивационные барьеры;

3. Барьеры, обусловленные различными установками участников коммуникации – барьеры установок;

4. Барьеры, обусловленные различными моральными ценностями участников коммуникации – моральные барьеры;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

5. Барьеры, обусловленные особенностями информационной основы взаимодействия участников коммуникации – информационные (гносеологические) барьеры;

6. Барьеры, обусловленные особенностями интеллектуальной сферы участников коммуникации – интеллектуальные барьеры;

7. Коммуникативные барьеры, обусловленные особенностями эмоционально-динамической сферы личности;

8. Коммуникативные барьеры, обусловленные особенностями общения участников коммуникации;

9. Барьеры, обусловленные особенностями информационной составляющей общения;

10. Барьеры, обусловленные особенностями языка и процессами говорение участников коммуникации – языковые барьеры и барьеры говорение – фонетические, семантические, стилистические, логические и др.;

11. Барьеры, обусловленные особенностями процесса слушания участников коммуникации - барьеры слушания;

12. Барьеры, обусловленные наличием (отсутствием) эмпатии в процессе общения – эмпатийные барьеры;

13. Барьеры, обусловленные наличием определенных стереотипов в общении – барьеры стереотипного восприятия;

14. Барьеры, обусловленные эстетичностью имиджа участников коммуникации и коммуникативной ситуации – эстетические барьеры;

15. Барьеры, обусловленные различным стилем и стратегиями общения;

16. Барьеры, обусловленные социально-профессиональными и социально-демографическими характеристиками участников коммуникации;

17. Барьеры, обусловленные различным социальным, управленческим и профессиональным статусом участников коммуникации;

18. Барьеры, обусловленные гендерными особенностями участников коммуникации [2];

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Проанализируем основные факторы, влияющие на возникновение коммуникативных барьеров в организациях.

Коммуникативные барьеры является одной из причин возникновения и развертывания внутренне-личностных, внутригрупповых и межгрупповых конфликтов, которые возникают в организациях. Они также могут приводить к снижению результативности деятельности менеджеров и персонала организаций, влиять на их межличностные отношения, эмоциональное состояние, степень удовлетворенности работой и т.д. Поэтому важность профилактики и преодоления коммуникативных барьеров в организации очевидна, а работа организационного психолога в этом направлении является насущной [44].

Под барьерами общения подразумевают те многочисленные факторы, которые служат причиной конфликтов или способствуют им. Ведь у партнеров по общению часто разные, а нередко и противоположные желания, стремления, установки, характеры, манеры общения, разное самочувствие [24].

Итогом проведения анкетирования и опросов является выявление ключевых причин возникновения коммуникационных барьеров между работниками офисных и полевых служб предприятия ЯФ АО «ССК». Ниже приведены результаты опросов и анкетирования причин возникновения барьеров:

• Отсутствие у офисных и полевых специалистов и руководителей должного опыта в области работы с персоналом;

• Отсутствие полевого опыта работы офисных специалистов и руководителей;

• Несоблюдение коллективного договора в отношении полевых работников;

• Неполное доведение корпоративной информации полевым работникам;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

• Отсутствие должной мотивации и системы поощрения всех работников АО «ССК»;

• Самодеятельность полевых работников, несоблюдение регламентов и указаний.

Каждую из этих проблем мы разберем детально, однако уже сейчас можно с уверенностью сказать, данные барьеры разноплановы и работа с коммуникационными барьерами повысит эффективность работы, что приведёт к оптимизации и большей прибыли компании.

3.4 Мероприятия по ликвидации коммуникационных барьеров между работниками офисных и полевых служб

Для успешного функционирования организации необходимо максимальное снижение коммуникационных барьеров. Сделать это можно уже на начальных стадиях работы в коллективе. Рассмотрим пути решения ликвидации коммуникационных барьеров.

1. Отсутствие у офисных и полевых специалистов и руководителей должного опыта в области работы с персоналом.

В данном проблемном вопросе мы совершенно чётко видим барьеры, обусловленные социально-профессиональными и социально-демографическими характеристиками участников коммуникации, барьеры установок, а также барьеры, обусловленные различным социальным, управленческим и профессиональным статусом участников коммуникации;

Каким бы профессиональным опытом не владел руководитель, если он не умеет правильно ставить и распределять задачи, делегировать, и оптимизировать работу, то вся деятельность отдела/службы будет малоэффективна. Данная проблема быстро разрастётся в коммуникационный барьер, ввиду того, что офисный руководитель будет винить полевых работников в неопытности, а в свою очередь полевые работники и ИТР будут ссылаться на некомпетентность офисного руководителя.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Предлагается проводить обучение руководителей в работе с персоналом.

Бизнес школа «Moscow Business School» – команда профессионалов, состоящая из управленцев, менеджеров, тренеров и практиков с многолетним опытом в сфере бизнес-консультирования предлагает очные и онлайн курсы, семинары и тренинги по повышению квалификации в области работы с персоналом. в программу обучения входят несколько пакетов:

- MBA Start (General) где обучают основным компетенциям в области управления персоналом. Длительность обучения составляет 8 месяцев;
- Mini-MBA предполагает углубленное изучение процессов работы с персоналом и подходит для директоров подразделений и руководителей малого бизнеса с узкой специализацией. Длительность обучения составляет 8 месяцев.
- Повышение эффективности управления персоналом. Новые зарубежные HR-практики и инструменты. Повышение квалификации. Онлайн курсы, длительностью от 2 дней.

Длительное обучение будет негативно сказываться на предприятии, компания не может эффективно работать без руководителей, которые будут находиться на курсах обучения. Поэтому рассмотрим короткие онлайн-курсы по повышению эффективности управления персоналом. Длительность будет составлять от 2 дней, возможны вечерние онлайн-курсы. Разделим всех офисных и полевых специалистов и руководителей на 2 потока. Стоимость обучения одного патока будет составлять 100000 рублей (от 10 сотрудников).

Общая стоимость повышения квалификации для специалистов и руководителей офисных и полевых служб будет составлять 200 000 рублей.

2. Отсутствие полевого опыта работы офисных специалистов и руководителей.

Данный проблемный вопрос отражает барьеры, обусловленные особенностями информационной основы взаимодействия участников коммуникации – информационные (гносеологические) барьеры

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Как можно качественно руководить работой, если нет четкого понимания, видения и опыта в полевой деятельности? Данная проблема распространена повсеместно и также создаёт коммуникационный барьер, что влияет на сплоченность команды и на качество работы компании.

Предлагается проводить периодические командировки на полевые объекты офисных сотрудников.

Для осуществления данного предложения необходимо:

- выделить или приобрести для офисного персонала соответствующую спецодежду,
- провести курс обучения и выдать соответствующие удостоверения для возможности нахождения на опасном производственном объекте.
- согласование с Заказчиком и получение допуска нахождения офисного персонала на объектах Заказчика;
- выделить спальные места на полевых объектах;
- выделить транспорт для перевозки персонала.

На предприятии количество офисных сотрудников составляет 101 человек. Количество работников, направляемых на ОПО, для получения видения и понимания процесса работ, составляет 72 человека. Средняя стоимость спецодежды для одного ИТР-работника составляет 35700 рублей. Для приобретения спецодежды всего офисного персонала необходимо выделить 2 570 400 рублей.

Для прохождения обучения и получения соответствующего перечня удостоверений (охрана труда, первая доврачебная помощь, электробезопасность, контроль скважины при ГНВП, промышленная безопасность и тд) предприятие ЯФ АО «ССК» сотрудничает с учебным центром «ПРОГРЕСС». Общая стоимость прохождения курсов для одного сотрудника составляет 17500 руб. Общая стоимость прохождения курсов составляет 1 260 000 рублей.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Согласование с Заказчиком и получение допуска нахождения офисного персонала на объектах Заказчика не предполагает финансовых затрат.

Спальных мест на полевых объектах в достаточном количестве, финансовых затрат не требуется.

На предприятие ЯФ АО «ССК» транспорт работает в дежурном режиме, финансовых затрат на перевозку персонала не требуется.

Затраты предприятия на выплаты командировочных на одного сотрудника (с учётом общего размера отчислений в бюджет порядка 43 процентов от суммы выплат) составляет 1228 рублей в сутки. Предполагается нахождение офисного персонала на территории ОПО порядка 4 дней. Суммарные затраты предприятия на выплату командировочных составляет 353 664 рублей.

Общая стоимость реализация предложения составляет 4 184 064 рублей.

3. Несоблюдение коллективного договора в отношении полевых работников.

Ярким примером несоблюдения договора является выдача неполного комплекта спецодежды и обуви, задержки, а также проблема замены уже непригодной спецодежды.

В связи с чем у компании отсутствует возможность качественного закупа? Данная проблема вызывает ряд негатива от полевых работников, направленных на офисную службу.

Данный проблемный вопрос отражает мотивационные барьеры и барьеры установок.

Для того, чтобы списать износившуюся спецодежду, полевым работникам необходимо обратиться к специалисту по ОТ, совместно с ним оценить степень изношенности спецодежды, произвести фотофиксацию. Далее, специалисту по ОТ необходимо заполнить соответствующий акты на

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

списание спецодежды и выдачу на замену новой. После чего, данные акты и фото направляются в офисную службу для анализа и вынесения решения.

Незачем говорить, что данная процедура слишком трудоемкая и затратная по времени, в то время, как работник продолжает работать в изношенной спецодежде.

Предлагается проводить периодический контроль за соблюдением условий коллективного договора. Для списания спецодежды предлагается оптимизировать цепочку и создать условия, при котором работник сам может произвести фотофиксацию и написать акт списания спецодежды, а результаты направить в офис.

Для реализации предложения необходимо периодически формировать комиссию по проверке выдачи и списания спецодежды. В комиссию должны входить: начальник службы (СБР, ГО, супервазинга, ЦРиОБО, ОТ, ведущий специалист по ОТ, ведущий специалист отдела организации труда персонала.

4. Неполное доведение корпоративной информации полевым работникам.

Данный проблемный вопрос также относится к коммуникативным барьерам, обусловленным особенностями общения участников коммуникации, барьерам, обусловленным особенностями информационной составляющей общения;и барьерам установок.

Согласно пункту договора о бонусном премировании, Заказчик обязуется премировать подрядчика за ускорение в сроках строительства скважины. Довольно часто данная премия «не доходит» до полевых работников компании. В связи с чем возникает мнение об утаивании офисными сотрудниками и приватизации большего количества средств. Хотя, в большинстве случаев, данные премии уходят на штрафные санкции от Заказчика, на бытовое обеспечение полевых работников и тд. Данная проблема достаточно щепетильна и поднимается повсеместно, в связи с чем возникает коммуникационный барьер.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Предлагается после выдачи от Заказчика премии составить отчёт о затратах данных средств и направить на бурового мастера для ознакомления всех полевых работников. Данные отчёты составляются отделом по работе с персоналом и согласовываются с экономическим отделом и деректром ЯФ АО «ССК»

5. Отсутствие должной мотивации и системы поощрения всех работников АО «ССК».

У каждого работника есть потребность в признании своих заслуг в труде. На ее реализацию и направлено поощрение со стороны работодателя. Грамотно используя систему поощрения сотрудников, можно повысить мотивацию персонала, объединить и сплотить коллектив.

Данный проблемный вопрос относится к барьерам, обусловленным различными мотивами выполнения деятельности и поведения участников коммуникации – мотивационные барьеры.

Система поощрения персонала должна включать в себя материальные и нематериальные (рисунок 18) способы признания заслуг. Последним часто не придается большого значения – большинство работодателей строит систему поощрения сотрудников исключительно на денежных выплатах в той или иной форме. Такой подход не совсем правильный, потому что не все преследуют цель зарабатывать еще больше, некоторым важно, чтобы их признавали, желательно при всем коллективе.

Деньги – сильный стимул. Однако не только и не всегда самое важное. Если вы уже платите сотрудникам зарплату, сопоставимую с зарплатой конкурентов, ее дальнейшее повышение не принесет компании ни лояльности, ни производительности. В то же время нематериальные вознаграждения могут быть более эффективными для мотивации и удержания сотрудников.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

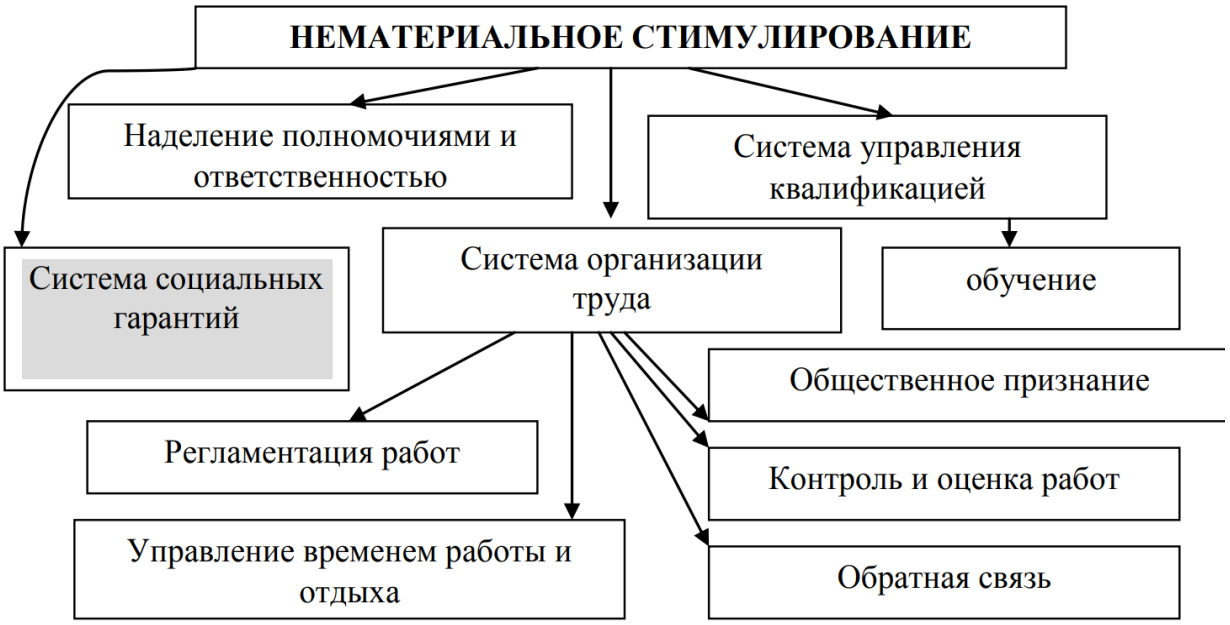

Рисунок 18 – нематериальная мотивация персонала

Предлагается доработать и сформировать качественную систему мотивации и поощрения персонала.

Для оптимизации и во избежание больших финансовых потерь акцентируем внимание не нематериальной системе мотивации персонала.

Нематериальная форма мотивации представлена следующими видами деятельности:

- дообеспечение продовольствием;
- предоставление брендовой одежды;
- организация медицинской помощи;
- предоставление абонементов для улучшения здоровья;
- улучшение условий труда;
- организация обучения;
- проведение корпоративных мероприятий.

Все эти методы реализуются внутри всей команды, и сотруднику, в данном случае, предоставляются своеобразные нефинансовые стимулы, что позволяет ему также чувствовать заботу о себе со стороны организации.

В отличие от материальной мотивации, которая формирует финансовое благополучие сотрудников, нематериальная мотивация больше ориентирована

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

на заботу о сотрудниках, которые хотят работать в комфортных условиях, чувствовать заботу и защиту. Однако нематериальная мотивация в большей степени может создавать неравенство в коллективе сотрудников, что может привести к негативным последствиям. Вот почему руководству необходимо принимать обоснованные решения относительно применения этой группы методов.

Для формирования качественной системы мотивации и поощрения персонала необходимо заложить 4 000 000 рублей для реализации вышеперечисленных методов нематериальной системы поощрения.

6. Самодеятельность полевых работников, несоблюдение регламентов и указаний.

Нечасты случаи, когда полевые работники не считаются с указаниями офисного руководства, надеясь только на свой опыт. Такая самодеятельность часто приводят к проблемам и финансовым потерям предприятия.

Данный проблемный вопрос относится к барьерам, обусловленным социально-профессиональными и социально-демографическими характеристиками участников коммуникации, и барьерам, обусловленным различным социальным, управленческим и профессиональным статусом участников коммуникации.

Предлагается проводить собрания и обучение персонала по должностным обязанностям и приобщить к вертикально-интегрированной системе работы в компании.

Для этого необходимо для начала обучить отдел по работе с персоналом необходимой квалификацией.

Бизнес школа «Moscow Business School» ведет онлайн-курс «Технологии и инструменты оценки персонала методом Assessment Center. Повышение квалификации». Данный курс позволит узнать, как разрабатывать модели компетенций в своей компании и адаптировать модели компетенций, передаваемые автором семинара, для внедрения в компании, внедрить технологию системного Assessment Center в своей компании. Стоимость

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

данного курса составляет 251 400 руб. для всего отдела по работе с персоналом.

Общая стоимость решения вышеперечисленных причин возникновения коммуникационных барьеров между работниками полевых и офисных служб обойдётся предприятию 8 635 464 рублей.

Для компании таких масштабов затраты несущественные, но потенциальный профит для самого предприятия и повышения квалификации всего персонала неоценим. Также стоит отметить, что решение проблем коммуникационных барьеров позволит увеличить эффективность работы всех сотрудников, что положительно повлияет на финансовую составляющую компании.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

4 СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ

Растущий дух экологического сознания в организациях часто выражается по-разному. К ним относятся, среди прочего, предоставление различных видов инфраструктуры и социальных удобств, поддержка безопасности, продвижение новых инициатив. Для этого была выяснена и подчеркнута необходимость большей корпоративной приверженности своей среде как более надежного пути к реализации своей основной цели.

В результате стало общепринятым считать, что крупные компании несут ответственность перед сообществами, в которых они работают, что объясняет, почему все типы корпоративных организаций прилагают все усилия, чтобы оправдать ожидания непосредственных сообществ путем предоставления социальных удобств в духе философии корпоративной социальной ответственности.

В отличие от других корпоративных организаций, вся операционная деятельность добывающих нефтегазовых и нефтесервисных компаний полностью связана с окружающей средой. Поэтому они не могут быть исключены из этой глобальной экологической кампании. Роль корпоративной социальной ответственности, ожидаемая нефтегазовых компаний, не может быть переоценена. Заинтересованные стороны ожидают, что компании будут управлять социальными и экологическими последствиями своей деятельности. В ответ на эти волнения многие нефтяные компании приняли программы корпоративной социальной ответственности (КСО).

Многие из этих программ не интегрированы в деятельность организаций, а просто воспринимаются как благотворительные жесты, несмотря на тяжелые последствия в регионах проведения работ. Помимо ухудшения состояния окружающей среды в результате разливов нефти и сжигания газа на факелах, существуют и другие проблемы, которые повлияли на отношения между компаниями нефтегазовой отрасли и регионами. С другой стороны, нефтяные компании считают, что они делают достаточно и фактически вышли за рамки обычной корпоративной социальной

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

ответственности. Перед лицом противоречивого восприятия спорных вопросов в нефтедобывающем регионе часто возникали кризисы. Какова же тогда реакция компаниями нефтегазовой отрасли на эти кризисы?

Практически во всех корпоративных публикациях компаний нефтегазовой отрасли отражены их заявления о приверженности окружающей среде принимающих их сообществ. Однако, несмотря на это заявленное обязательство по осуществлению этих программ развития сообщества, нас часто захлестывают беспокойства, вызванные обвинениями в бесчувственности, отсутствии приверженности заботе и экологических нарушениях в отношении нефтяных компаний нефтегазовой отрасли со стороны экологических организаций. Следовательно, ключевые деловые круги находятся под угрозой и, в конечном счете, потеряны из-за враждебной реакции со стороны населения организаций экологической отрасли.

Основная цель бизнеса – выжить и расти, а его второстепенная цель – наилучшим образом использовать свои ресурсы для улучшения общества. К сожалению, эти цели могут быть не достигнуты компаниями нефтегазовой отрасли из-за некоторых проблем, связанных с их внутренней и внешней средой. К ним относятся, среди прочего, отсутствие приверженности руководства улучшению благосостояния принимающих сообществ, неблагоприятные условия ведения бизнеса и окружающая среда, неадекватные бюджетные ассигнования на программы КСО, враждебные действия экологических организаций, жесткая государственная политика. Эти факторы, играя вместе, ограничивают возможности компаний нефтегазовой отрасли проявлять адекватную и социальную ответственность в своих деловых кругах.

Корпоративная социальная ответственность (КСО) – это концепция, которая стала доминирующей в бизнес-репрезентациях и имеет бесчисленное множество определений, каждое из которых объединяет экономическое (окружающее среду) и социальное структуры. Согласно Фарелю (2007), это демонстрация ответственного поведения со стороны корпоративных организаций по отношению к обществу и окружающей среде. Очень

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

популярное определение КСО было дано Холмсом и Уоттсом (1990) как постоянное обязательство бизнеса вести себя этично. и способствовать экономическому развитию, улучшая качество жизни рабочей силы и их семей, а также их местного сообщества и общества в целом. КСО означает возвращение обществу некоторых выгод и выгод, полученных от общества.

Можно сказать, что корпоративная социальная ответственность – достижение коммерческого успеха способами, которые уважают этические ценности и уважают людей, сообщества и окружающую среду. Корпоративная социальная ответственность также означает удовлетворение правовых, этических, коммерческих и других ожиданий общества в отношении бизнеса и принятие решений, которые справедливо уравновешивают все требования всех основных заинтересованных сторон. В этом смысле КСО рассматривается как всеобъемлющий набор программ, политик и практик, интегрированных в бизнес-операции, цепочку поставок и процессы принятия решений по всей компании и везде, где компания ведет бизнес, которые поддерживаются и вознаграждаются высшим руководством.

По другим определениям КСО – это разумная и объективная забота о благополучии общества, которая удерживает индивидуальное и корпоративное поведение от в конечном счете деструктивной деятельности, какой бы непосредственно прибыльной она ни была, и ведет к направлениям позитивного построения человеческого совершенствования. В качестве усовершенствования приведенного выше определения определили КСО как личную обязанность каждого, поскольку он действует в своих собственных интересах, но он всегда должен должным образом учитывать, что его свобода не ограничивает других от действий. тоже самое.

Подчеркивая экологическую концептуализацию социальной ответственности, можно отметить, что любое хорошее определение социальной ответственности должно содержать, если не все, большую часть следующей ответственности, которая:

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

- Выходит за рамки производства товаров и услуг с целью получения прибыли;
- Помогает в решении важных социальных проблем, за создание которых отвечают организации;
- Обеспечивает организациям большую поддержку, чем только акционерам;
- Побуждает организации оказывать большое влияние, выходящее за рамки рыночных операций;
- Направляет организации служить более широкому кругу человеческих ценностей, которые можно охватить, сосредоточив внимание только на ценности;

Должны существовать симбиотические отношения между корпоративными организациями и экологическими организациями в регионах проведения работ, а также неписаный «общественный договор», должна быть не принудительная ответственность, а добровольная социальная деятельность, основанная на потребностях сообщества. Социально ответственная деловая практика подразумевает, что КСО является социальной практикой, при которой организация принимает и осуществляет дискретные деловые практики и инвестиции, которые поддерживают социальные цели для улучшения общественного благосостояния в целях защиты окружающей среды. в отношении деятельности, которые предписаны законами или регулирующими органами. Действительно, речь идет о том, что бизнес отдает обществу в качестве компенсации и признательности.

Политика КСО должна включать в себя обязательства, выходящие за рамки закона, и действия, которые требуют ожидания «отдачи» обществу. Это также обеспечит корпоративное управление и этику, здоровье и безопасность, права человека, управление человеческими ресурсами и т. д. Ключевые вопросы КСО, рассматриваемые в политике, включают права человека, права

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

сотрудников, охрану окружающей среды, участие сообщества и отношения с государством.

Выделим некоторые общие характеристики КСО, а именно:

- Удовлетворение потребностей нефтегазовых предприятий без ущерба для способности будущих поколений удовлетворять свои собственные потребности;
- Принятие КСО добровольно, а не как требование закона, поскольку считается, что это отвечает долгосрочным интересам организации;
- Интеграция социальной, экологической и экономической политики в повседневную деятельность;
- Принятие КСО в качестве основной деятельности, встроенной в стратегию управления организации.

Для достижения поставленных целей каждый корпоративный бизнес несет различные обязанности перед всеми заинтересованными сторонами. К ним относятся:

- Обязанность защищать благополучие людей в окружающей среде. Основной обязанностью фирмы является защита благополучия тех, кто живет в районе ее деятельности или в окружающей среде;
- Обязанность производить товары и предоставлять услуги, не наносящие вреда людям;
- Обязанность не обманывать других. Обман, как подразумевается здесь, включает в себя включение всех приобретенных количеств и качественных материалов для производства определенного продукта или оказания услуг, сговор с внешним аудитором для предоставления ложных финансовых отчетов акционерам, регулирующим органам и представителям общественности и т. д.;
- Обязанность прозрачности условий контрактов, которые должны быть четко сформулированы фирмой и хорошо поняты заинтересованными сторонами;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

- Обязанность приносить разумный доход акционерам в соответствии с уровнем инвестиций.
- Обязанность минимизировать вредное воздействие от проводимых работ;
- Обязанность выплачивать работникам конкурентоспособную заработную плату. Компания обязана использовать доход, полученный от ее коммерческой деятельности, для выплаты справедливой и разумной компенсации в виде заработной платы и пособий работникам;
- Обязанность использовать часть прибыли фирмы для обеспечения удобств, способствующих общему благу общества и региона, в котором она работает;
- Обязанность приступить к проектам, которые способствуют расширению и улучшению деятельности компании;
- Обязанность выполнять обязательства перед правительствами по уплате налогов и сборов, тем самым предоставляя правительству средства для предоставления объектов инфраструктуры и покрытия текущих расходов с целью содействия национальному развитию.

4.1 Факторы внутренней социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания»

АО «ССК» практически в полной мере реализуют мероприятия по КСО. Здесь большое внимание уделяют вопросам развития персонала и подготовке молодых специалистов. Среди основных ежегодно проводимых мероприятий по развитию и поддержке специалистов в компании осуществляются следующие: программа наставничества, карьерное планирование, программа адаптации специалистов, повышение квалификации, научно-технические конференции.

Следует отметить, что все обязательства компании перед сотрудниками закреплены в коллективном договоре, который предоставляет работникам социальные льготы и гарантии.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Коллективный договор предусматривает несколько пунктов, таких как льготы и гарантии работникам, социальную защиту молодых специалистов и поддержку ветеранов и пенсионеров.

В компании предусмотрены разные мероприятия, входящие в экономическую составляющую КСО. Данные мероприятия направлены на оплату аренды жилья для молодых специалистов (в размере 50 % от стоимости всей аренды), доплата за наставничество за каждого молодого специалиста (в размере 10 % от оклада наставника), также по всей организации, включая все филиалы, были увеличены размеры выплат материальной помощи женщинам по уходу за ребенком до трех лет, для ритуальных расходов, связанных со смертью сотрудника, также данная компания производит выплаты многодетным семьям и неполным семьям, детям-сиротам.

Для поддержки молодых специалистов компания предлагает социальную систему, которая включает корпоративный пакет и компенсационный пакет.

Корпоративный пакет состоит из дополнительных льгот и социальных гарантий, которые компания предлагает сотрудникам в добровольном порядке. Он включает в себя: добровольное медицинское страхование и корпоративные мероприятия (конференции, семинары, программы выходного дня).

Компенсационный пакет состоит из выплат за пользование имущества сотрудника (аренда жилья) и за услуги в связи с производственной необходимостью.

Данный пакет включает в себя:

• Форменная одежда (выдается работнику для постоянного пользования);

• командировочные расходы;

• проезд (в случаях производственной необходимости имеет право использовать такси до необходимого пункта).

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

К социальной составляющей КСО данной компании можно отнести ряд мероприятий, связанных с профессиональными конкурсами. Буровые бригады АО «ССК» принимают активное участие в конкурсах «Лучший по профессии» и показывают там высокие результаты. Победителей ждет премирование, что для рабочих нефтепромысла является приоритетным видом стимулирования. Ежемесячно на предприятии подводятся итоги производственных соревнований, где выявляется бригада, показавшая лучшие производственные показатели за месяц. По итогам этих соревнований работникам, занявшим призовые места, выплачиваются премиальные.

В компании приветствуются встречи всех сотрудников в дни профессиональных праздников: День нефтяной и газовой промышленности, день геолога, день рождения компании и самого филиала, а также в канун Нового года, дня защитника Отечества и международного женского дня.

Также компания предоставляет оплату расходов на санитарно-курортное лечение сотрудников и их семей, приобретает подарки для детей работников к Новогодним праздникам и школьные комплекты для первоклассников.

Данная компания выполняет обязательства по созданию безопасных условий труда, в соответствии с международным стандартом OHSAS 18001 разработана «Программа компании в области промышленной безопасности и охраны труда по недопущению травм, снижению риска, аварийности и внеплановых потерь». Данная программа направлена на сохранение жизни и здоровья работников, снижение аварий, повышение безопасности работы на оборудовании и улучшение противопожарного состояния объектов.

Рассматривая внешнюю социальную ответственность, можно выделить несколько целей, которыми руководствуется компания:

• рациональное использование природных ресурсов, минимизация потерь нефти и газа;

• повышение эффективности контроля соблюдения требований промышленной и экологической безопасности на производственных объектах;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

• обеспечения надежной и безаварийной работы технологического оборудования;

• улучшение методов диагностики оборудования;

• сокращение негативного воздействия на окружающую среду за счет внедрения технологий, оборудования, материалов и повышения автоматизации процесса [6].

На данный момент в компании реализуется «Экологическая программа» созданная в 2016 году и рассчитанная на период 2016-2023 годы, которая призвана поддерживать состояние окружающей среды региона деятельности компании на нормативно допустимом уровне, соответствующем потенциальным возможностям самовосстановления природных экосистем.

Для того, чтобы предприятию укрепить свои лидирующие позиции среди сервисных компаний, которые оказывают услуги по бурению и ремонту скважин, в области безопасного персонала и охраны окружающей среды, АО «ССК» принимает на себя следующие обязательства:

• Последовательно снижать негативное воздействие на окружающую среду, принимаю своевременные меня по предупреждению загрязнения эффективному реагированию на чрезвычайные ситуации во всех районах деятельности компании;

• Планировать и осуществлять производственную деятельность с минимальными рисками для здоровья работников компании;

• Выполнять требования действующего законодательства, стандартов, норм и правил Российской Федерации в области промышленной безопасности, охраны труда и охраны окружающей среды;

• Улучшать деятельность в области экологической промышленной безопасности, при этом улучшая систему управления, обучения и мотивирования персонала;

• Учитывать в своей деятельности интересы своего персонала, населения и других внешних заинтересованных сторон, связанных с охраной здоровья и сохранением окружающей среды.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

АО «ССК» каждый год в день Нефтяника проводит «Экологические субботники», т.к. для компании экологическая безопасность является важным критерием, при этом все сотрудники выходят на работу и совместно убирают территорию предприятия.

4.2 Факторы внешней социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания»

Фактически со дня своего основания АО «ССК» четко занимает позицию социально ответственного предприятия, реализуя соответствующую политику, включающую в себя образовательные программы для молодых специалистов, их участие в научных исследованиях, научно - технических конференциях и инновационных конкурсах, проведение конкурсов профессионального мастерства, постоянную заботу о кадровом резерве. Забота о семьях и детях работников, материальная помощь, санаторно-курортное лечение - важные направления в реализации социальной политики АО «ССК» [14].

Есть в компании добрая традиция - в честь своего профессионального праздника оказывать благотворительную помощь различным учреждениям, занимающимся лечением и образованием детей и взрослых, - домам инвалидов, реабилитационным центрам, детским спортивным школам, больницам.

АО «ССК» участвовала в финансировании обучения туркменских студентов- нефтяников в Тюменском государственном нефтегазовом университете (первый выпуск состоялся в 2013 г.).

Сегодня, благодаря Сибирской Сервисной Компании, и у крымских студентов появилась замечательная возможность получить высшее образование в ТГНУ. С ребятами заключены ученические договоры, предусматривающие единовременное денежное пособие, ноутбук, дополнительную стипендию, оплату дважды в год авиаперелетов, индивидуальное материальное стимулирование за высокие показатели в учебе

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

и гарантию трудоустройства. Возможностям, которые предоставляет программа «Крымский студент», рады и сами студенты, и их родители. Нет сомнений, что ее по достоинству оценят и работодатели будущих выпускников.

4.3 Анализ эффективности программы корпоративной социальной ответственности акционерного общества «Сибирская Сервисная Компания»

Одной из главных задач при анализе эффективности программы КСО является оценка соответствия программы основным стейкхолдерам данного предприятия.

К стейкхолдерам компания относит организации, которые оказывают влияние на деятельность компании или перед которыми у данного предприятия имеются обязательства.

Стейкхолдеры могут оказывать как прямое, так и косвенное влияние на компанию.

К внутренним стейкхолдерам АО «ССК» относят акционеров и инвесторов, потребителей и сотрудников, деловых партнеров и органов государственной власти. Данные стейкхолдеры оказывают существенное влияние на деятельность предприятия и интересы, которых существенно затрагивает деятельность предприятия (таблица 5).

К косвенным стейкхолдерам АО «ССК» относят средства массовой информации, учреждения среднего и высшего профессионального образовании, различные общественные организации и местные сообщества (таблица 5).

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Таблица 5 – Стейкхолдеры АО «ССК»

Прямые стейкхолдеры	**Косвенные стейкхолдеры**
Сотрудники компании	Федеральные, региональные и местные СМИ
Потребители: • клиенты АЗС, • потребители химической; нефтяной, кабельной продукции; • нефтеперерабатывающие заводы.	Общественные организации: • Российский союз промышленников и предпринимателей; • Союз нефтегазопромышленников России;
Деловые партнеры: • подрядные организации; • поставщики.	Профильные учреждения среднего и высшего профессионального образования
Акционеры и инвесторы	Местные сообщества: • Учреждения культуры; • Медицинские учреждения; • Спортивные учреждения.
Органы государственной власти: • Федеральные органы гос.власти; • Региональные органы гос.власти; • Администрации муниципальных образований.	Инвестиционно-аналитические рейтинговые компании и агентства.

АО «ССК» понимает, что успешная работа во много зависит от отношения с прямыми стейкхолдерами, поэтому компания активно ведет диалог с заинтересованными ей сторонами. Например, компания обеспечивает достойный уровень жизни для сотрудников, предоставляется возможность карьерного роста и безопасность рабочий мест.

Что касается партнеров компании, то АО «ССК» предоставляет возможность своевременного выполнения договорных условий, честную конкуренцию и взаимовыгодное сотрудничество.

Также компания, поддерживает отношения с косвенными стейхолдерами, например, набор студентов на производственные практики. АО «ССК» уделяет большое внимание молодым специалистом, приходящим после вуза и прошедших производственные практики в самой компании.

Определение структуры программ КСО в данной организации производится путем выбора программ и выбора стейкхолдеров, на которых

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

будут направленные программы. Полученные данные структуры программ КСО представлены в таблице 6.

Таблица 6 – Структура программ КСО АО «ССК»

Наименование мероприятия	**Элемент**	**Стейкхолдеры**	**Срок и реализации мероприятия**	**Ожидаемый результат от реализации мероприятия**
Внутренние корпоративные мероприятия: день нефтяника, день геолога, Новый год и т.д	Социальные инвестиции	Сотрудники, клиенты и местное сообщество	1 раз в год	Имиджевые мероприятия, способствуют укреплению отношений внутри коллектива.
Экологическая программа, включающая экологический субботник	Корпоратив-ное волонтерство и социальные инвестиции	Сотрудники, местные сообщества, органы гос. власти	1 раз в год/ 1 раз в 3 месяца	Состояние окружающей среды региона деятельности компании на нормативно допустимом уровне, а также чистота на территории самой компании
Благотворительные пожертвования	Благотворительные пожертвования	Местные сообщества	в год 1 раз	Имиджевое мероприятие, для привлечения партнеров и инвесторов, а также для упоминания в СМИ
Набор персонала, повышение квалификации	Денежные гранты	Сотрудники, профильные учреждения, СМИ	В зависимости от ситуации в компании и на рынке	Улучшение качество и количества производства в компании
Санитарно-курортное лечение, спортивные соревнования, медицинское страхование, наставничество	Социальные инвестиции	Сотрудники	в год 1 раз	Улучшение жизни для сотрудников, а также привлечение рабочей силы.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

4.4 Затраты на проведение программ корпоративной социальной ответственности

Для начала рассмотрим механизм оценки эффективности программ внешней корпоративной социальной ответственности. Эффективность, в отличие от эффекта (затраты), это сравнение затрат с результатом. Поэтому необходимо сравнить выделенные затраты на программы КСО с их результатами. Можно выделить прямые (инвесторы, потребители, менеджеры высшего звена, прочие сотрудники компании, поставщики) и косвенные (население города, экологические организации, благотворительные организации, прочие организации (спортивные школы, школы-интернаты, детские дома и др.) [15].

Экономические затраты, связанные с набором персонала, обходятся компании в 250 000 рублей в год. Данные мероприятия связаны с работой СМИ и Интернет-порталом.

Экономические затраты компании на реализацию мероприятия, связанного с наставничеством молодых специалистов, ежегодно составляют 900 000 рублей. Оклад сотрудника примерно 15 000 рублей, на одного наставника приходится два молодых специалиста, соответственно, на одного наставника доплата ежемесячно 3 000 рублей. На данный момент в организации трудятся 50 молодых специалистов, таким образом, ежемесячные затраты компании на проведения наставничества составляют 75 000 рублей.

Заинтересовать сотрудников компания повышает за счет изменения величины заработной платы, за период с 2015 по 2017 год компания увеличила размер оклада на 12 %, что является существенной надбавкой постоянной части заработной платы. Также компания, для улучшений условий работы сотрудников, проводит мероприятия, такие как: оплата услуг медицинского страхования (ежегодно компания тратит 3 350 000 рублей), существенной части расходов на санаторно-курортное лечение (1750 000 рублей в год на 50

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

путевок в санатории), приобретения подарков для детей работников к Новогодним праздникам и школьные комплекты для первоклассников.

Также каждый год компания готовит сотрудников для переподготовки и повышения квалификации. Затраты на обучение и повышение квалификации сотрудников составляют 7 млн. руб.

В таблице 7 приведены затраты на мероприятия КСО на планируемы период 2023 года.

Таблица 7 – Экономические затраты на мероприятия КСО

№ п/п	Мероприятия	Ед. измерения	Цена	Стоимость реализации на планируемый период
1	Внутренние корпоративные мероприятия	млн. руб.	0,33	4
2	Набор персонала (реклама)	млн. руб.	0,02	0,25
3	Наставничество МС	млн. руб.	0,08	0,9
4	Благотворительные пожертвования	млн. руб.	0,08	1
5	Корпоративные подарки к праздникам	млн. руб.	0,21	2,5
6	Медицинское страхование	млн. руб.	0,28	3,35
7	Спортивные соревнования	млн. руб.	0,23	2,75
8	Санаторно-курортное лечение	млн. руб.	0,15	1,75
9	Повышение квалификации и переподготовка сотрудников	млн. руб.	0,58	7
10	Охрана окружающей среды	млн. руб.	0,13	1,5
11	Итого:	млн. руб.	-	25

Каждый год компания тратит миллионы рублей для проведения мероприятий КСО, чтобы улучшить работу и жизнь своих сотрудников.

4.5 Оценка эффективности программ и выработка рекомендаций

Составление и разработка социальных программ предполагает обязательный порядок их оценивания для обеспечения качественного контроля и фиксации выполненных результатов. Компания АО «ССК» имеет довольно высокий уровень среди сервисных нефтегазовых предприятий. Компания реализуют различные мероприятия, направленные на улучшение условий труда работников, обеспечение охраны труда и промышленной

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

безопасности на предприятии, что способствует созданию комфортных условий для работников компании.

Внешняя социальная ответственность компании развита достаточно хорошо. Компания уделяет достаточно внимание экологии, сюда относятся осуществление природоохранных мероприятий и различных экологических проектов, соответствие законодательным нормам, внедрение систем экологического менеджмента, рекультивация нарушенных земель после пробуренных скважин [39].

Компания, активно вкладывает средства на социальную поддержку своих работников и членов его семьи. Ведёт активную работу внутри компании с молодыми специалистами. Молодые специалисты в жизни Сибирской Сервисной Компании играют важную и активную роль. Именно они являются той жизненной силой, тем потоком энергии, который заставляет предприятие двигаться вперед. Очень многие инициативы и предложения по улучшению производственной, научной, общественной и творческой деятельности АО «ССК» исходит именно от них. оказывает благотворительную помощь различным учреждениям, занимающимся лечением и образованием детей и взрослых, домам инвалидов, реабилитационным центрам, детским спортивным школам, больницам. АО «ССК» участвовала в финансировании обучения туркменских студентов-нефтяников в Тюменском государственном нефтегазовом университете.

Компании выгодно вкладывать средства и развивать КСО, так как в привлечение квалифицированных работников и молодых специалистов компания заинтересована в первую очередь, ведь именно им предстоит реализовывать перспективные планы компании во всех регионах.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Коммуникационные процессы внутри организации выполняют множество функций, связанных одной целью – объединить в единое целое организованную деятельность внутри организации, создание эффективной рабочей обстановки в предприятии.

Коммуникационный процесс подразделяется на два основных подвида: внутренние и внешние коммуникации.

Внутренняя коммуникация включает в себя все коммуникационные процессы внутри организации, то есть между различными уровнями иерархии, отделами, службами, филиалами или отдельными лицами.

Коммуникаций внутри организации выполняют множество функций, связанных одной целью – объединить в единое целое организованную деятельность внутри организации, создание эффективной рабочую обстановку в предприятии. Основные функции коммуникации:

- Информация – передача информации между людьми, работающими в одной организации;
- Контроль – коммуникации (письменные, устные или даже невербальное) также используется как часть управленческого контроля, для планирования операций, оценки эффективности, направления и мотивации персонала.
- Мотивация. Трудность для менеджеров состоит в том, чтобы найти баланс между контролем, мотивацией и эффективностью. Чрезмерный контроль может снизить инициативу и фактически привести к снижению производительности, с меньшей направленностью на то, что хочет клиент, и большим упором на то, что, по мнению работников, хочет руководство.

Целью данной выпускной квалификационной работы является анализ управления коммуникационными процессами как инструмент повышения эффективности деятельности компании.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

Объектом исследования является Ямальский филиал АО «Сибирская Сервисная Компания».

Предметом исследования является коммуникационный процесс на предприятии.

Предприятие АО «Сибирская Сервисная Компания» – независимое российское предприятие, член международной ассоциации буровых подрядчиков (IADC). Один из ключевых участников рынка нефтесервиса. С 2000 года оказывает услуги по строительству скважин. Компания имеет филиалы в таких городах, как: Москва (головной офис), Красноярск, Новый Уренгой, Нефтеюганск и Томск.

Ямальский филиал открыт в 2016 году в Новом Уренгое в продолжение целенаправленной экспансии ССК в новые регионы. География работы филиалов ССК всегда связана с объективным увеличением потребности в строительстве скважин. Своевременный выход на работы в ЯНАО позволил прирастить портфель заказов, увеличить количество работающих буровых бригад, вспомогательного персонала.

Исследование и анализ проводились эмпирическим путем, через анкетирование и проведение опросов как сотрудников офисных служб, так и полевых сотрудников, ввиду чего результаты опросов и анкетирования, которые использовались для совершенствования коммуникационных процессов на предприятии, можно считать достоверными.

Итогом проведения анкетирования и опросов является выявление ключевых причин возникновения коммуникационных барьеров между работниками офисных и полевых служб предприятия ЯФ АО «ССК». Ниже приведены результаты опросов и анкетирования причин возникновения барьеров:

• Отсутствие у офисных и полевых специалистов и руководителей должного опыта в области работы с персоналом;

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

• Отсутствие полевого опыта работы офисных специалистов и руководителей;

• Несоблюдение коллективного договора в отношении полевых работников;

• Неполное доведение корпоративной информации полевым работникам;

• Отсутствие должной мотивации и системы поощрения всех работников АО «ССК»;

• Самодеятельность полевых работников, несоблюдение регламентов и указаний.

Каждый из проблемных вопросов характеризуется своими коммуникативными барьерами в организации, обусловленными индивидуально-психологическими, социально-профессиональными и социально-демографическими особенностями участников коммуникации.

Проблемы в коммуникационных процессах, в большинстве случаев возникает про причини малой квалификации и отсутствия соответствующего, должного обучения в области процессов коммуникации внутри предприятия.

Любые проблемы, возникающие в коммуникационных процессах внутри организации вызваны какими-либо коммуникационными барьерами, отраженными в проблемных вопросах. Очень часто, казалось бы, проблемные вопросы разного характера и рода имеют в своём начале один и тот же коммуникационный барьер.

Важно фиксировать и анализировать проблемы, возникающие в коммуникационных вопросах и сопоставлять с коммуникационными барьерами, характерными для предприятия.

Стоит отметить, что решение проблем коммуникационных барьеров позволит увеличить эффективность работы всех сотрудников, что положительно повлияет на финансовую составляющую компании.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абчук В.А. Лекции по менеджменту. Решение. Предвидение. Риск / А.В. Абчук. – Спб.: Союз, 2006. – 369 с.

2. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для вузов / Г.М. Андреева. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 274 с.

3. Бандурко А.М. Психология управления [Текст]: учебник / А.М. Бандурко, С.П. Бочарова, Е.В. Землянская. – Харьков: «Фортуна-пресс», 2006. – 410 с.

4. Большаков А.С. Менеджмент: учебное пособие / А.С. Большаков. – СПб.: изд. ЗАО «Питер», 2007. -342 с.

5. Вачугов Д.Д. Практикум по менеджменту [Текст]: учебное пособие / Д.Д. Вачугов, В.Р. Веснин, Н.А. Кислякова. – М.: Высшая школа, 2007. – 192 с.

6. Веснин В. Р. Основы менеджмента: учебник для вузов / В.Р.Веснин.– М.:Институт международного права и экономики им. Грибоедова, 2006. – 429 с.

7. Виханский О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – М.: ЮНИТИ, 2006. – 561 с.

8. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник для вузов / И.Н. Герчикова. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 480 с.

9. Голуб И.Б., Розенталь Д.Э. Книга о хорошей речи, Москва, 2010. – 187 с.

10. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни / И. Гофман. – М.: ЮНИТИ, 2008. – 365 с.

11. Граждан В. Д. Теория управления: учебное пособие / В.Д. Граждан. – М.: Гардараки, 2007. – 416 с.

12. Гришаева Л.И. Введение в теорию межкультурной коммуникации [Текст]: учебное пособие / Л.И. Гришаева, Л.В. Цурикова. – М.: Академия, 2007. – 336 с.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

13. Гудушаури Г.В. Управление современным предприятием / Г.В. Гудушаури. – М.: Тандем, 2007, – 332 с.

14. Дейк Т.А. Язык, познание, коммуникация / Т.А. Дейк. – Благовещенск, 2006. – 387 с.

15. Демин Д. Корпоративная культура – средство промывки мозгов? [Текст] / Д. Демин // Управление персоналом. – 2008. – № 6. – С. 79-82.

16. Дорошко В.Ю. Зотова. Л.И. Психология и этика делового общения, Москва, 2010. – 148 с.

17. Доценко Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – М.: ЮНИТИ, 2007. – 295 с.

18. Друкер П. Эффективный управляющий / П. Дукер.- М.: ЮНИТИ, 2007. – 295 с.

19. Егоршин А.П. Управление персоналом [Текст] / А.П. Егоршин. – Н. Новгород: НИМБ, 2006. – 624 с.

20. Жигалов В.Г. Основы менеджмента и управленческой деятельности: учебное пособие для кооперативных учебных заведений в 2-х частях / В.Г. Жигалов. – М.: 2007. – 397 с.

21. Зельдович Б.З. Деловое общение [Текст] / Б.З. Зельдович. – М.: Альфа-Пресс, 2007. – 456 с.

22. Зимняя И.А. Психология обучения иностранному языку в школе. – М., 2011. – 247с.

23. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента: учебник для вузов – Минск: ЗАО «Эконом-пресс» НПЖ «ФУА», 2006 – 457 с.

24. Кибанов А.Я. Организация управления персоналом на предприятии /А.Я. Кибанов, Д.К. Захаров. – М.: ГАУ, 2007. – 324 с.

25. Кнорринг В. И. Теория, практика и искусство управления: учебник для вузов / В.И. Кнорринг. – М.: НОРМА-ИНФРА, 2006. – 528 с.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

26. Кремнева Н.Ю. Формирование корпоративной культуры: инновации и стереотипы [Текст] / Н.Ю. Кремнева // Социологические исследования. – 2007. – № 7. – С. 52-59

27. Кузнецов И.Н. Преодоление коммуникативных барьеров в управленческом общении [Электронный ресурс] / И.Н. Кузнецов. – Режим доступа: http://www.elitarium.ru

28. Леонтьев А.Н. Проблемы развития психики. – М., 2012. – 189 с.

29. Ломов Б.Ф. Общение и социальная регуляция поведения индивида// Психологические проблемы социальной регуляции поведения, – М., 2010. – 334 с.

30. Маслов В.И. Корпоративная культура в современном менеджменте [Текст] / В.И. Маслов // Финансовый бизнес. – 2006. – № 5. – С. 31-38.

31. Мескон М. Основы менеджмента [Текст] / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 2006. – 720 с.

32. Мескон М. Основы менеджмента: учебник для вузов / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури.- М.: Дело, 2007. – 847 с.

33. Митителло В.Л., Этика и этикет делового человека., Самара, 2012. – 366 с.

34. Морозов А.В. Психология влияния/А.В. Морозов. СПб, 2001.–473 с.

35. Немов Р.С. Психология. Книга 1: Основы общей психологии. – М., Просвещение, 2010. – 378с.

36. Николаева Ж. В. Основы теории коммуникации. Учебно-методическое пособие для студентов «Связи с общественностью». – Улан-Удэ: ВСГТУ, 2011. – 211 с.

37. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. СПб., 2010. – С. 243-246

38. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура [Текст]: учебное пособие / Т.Н. Персикова. – М.: Логос, 2006. – 224 с.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

39. Руденский Е.В. Социальная психология: Курс лекций. – М.: ИНФРА-М; Новосибирск: НГАЭиУ, «Сибирское соглашение», 2010. – 244 с.

40. Смирнов Э.А. Теория организации [Текст]: учебник / Э.А. Смирнов. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 248 с.

41. Сороздина Г.В. Психология делового общения. – М., 2010. – 448 с.

42. Столяренко Л.Д. Основы психологии. Ростов н/Д.: «Феникс», 2010. – 145 с.

43. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. М.: ЮНИТИ, 2006.- 294 с.

44. Шепелъ В. Настольная книга бизнесмена и менеджера.- М., 2010. 243 с.

45. Юрасов И. Корпоративная культура на местах [Текст] / И. Юрасов // Управление персоналом. – 2006. – № 5. – С. 51-54.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

Приложение А

Анкета

Уважаемые сотрудники организации АО «ССК»!

Приглашаем Вас принять участие в анкетном опросе, цель которого – выявить особенности коммуникационного процесса в организации АО «ССК».

Опрос является анонимным, все ответы будут использоваться исключительно в обобщенном виде. Обведите, пожалуйста, те ответы, которые соответствуют Вашему мнению.

I. К какому виду рабочей деятельности Вы относитесь?

1. Офисный сотрудник
2. Полевой сотрудник

II. Насколько Вы согласны с утверждением, что эффективные коммуникации – это один из основных элементов успешно существующей компании? (где 1 – совершенно не согласен, 5 – полностью согласен)

1 2 3 4 5

III. Отметьте те суждения, с которыми Вы согласны (не более 2-х вариантов ответа)

1. Я считаю, что в компании очень хорошее и эффективное управление коммуникациями
2. Мне нравится то, как в компании организованы коммуникации между сотрудниками
3. В компании налажены эффективные коммуникации с внешней средой
4. Я недоволен коммуникационным процессом в компании
5. Для меня не играют важной роли хорошие коммуникационные процессы, главное – чтобы за работу достойно платили

IV. Возникают ли у Вас проблемы с коммуникационным процессом в цепочке офисный работник-полевой работник-офисный работник?

1. Нет, не возникает
2. Да, возникает

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

V. Если у Вас возникают проблемы с коммуникационным процессом, чем они обусловлены?

1. Меня не слушают
2. Равнодушное отношение
3. Семантический барьер (меня не могут понять)
4. Эмоциональный барьер (отсутствие субординации)
5. Разный профиль работ
6. Удалённость между структурами деятельности

VI. Если в Вашей организации происходят изменения, из каких источников Вы узнаете об этом?

1. От директора организации
2. От начальника отдела
3. От сотрудников и коллег
4. Узнаю самостоятельно
5. Из приказов и распоряжений руководства

VII. Как Вы считаете, на каком уровне находится коммуникационный процесс в Вашей компании?

1. На очень высоком
2. Выше среднего
3. Средний уровень
4. Ниже среднего
5. На очень низком

VIII. Устраивает ли Вас система мотивации персонала?

1. Да, устраивает
2. Нет, не устраивает
3. Не устраивает система материальной мотивации
4. Не устраивает система нематериальной мотивации

IX. Удовлетворены ли Вы перечисленными условиями работы?

1. Размер заработной платы	Да	Нет
2. Санитарно-гигиенические условия труда	Да	Нет
3. Отношения с руководством	Да	Нет
4. Возможность повышения квалификации	Да	Нет
5. Разнообразие работы	Да	Нет
6. Отношения с коллегами	Да	Нет

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты

https://право.информ2000.рф/uchebniki.htm
Бесплатная электронная библиотека по праву и экономике

7. Возможность самовыражения	Да	Нет
8. Возможность непосредственного участия в руководстве компанией	Да	Нет

X. Укажите свои мнение о причинах возникновения коммуникационных барьеров на предприятии?

XI. Укажите возможное решение, на Ваш взгляд, причин возникновения коммуникационных барьеров на предприятии?

XII. Ваш стаж работы в организации АО «ССК»:

1. До 1 года
2. От 1 года до 2 лет
3. От 2 до 5 лет
4. Свыше 5 лет

Благодарим за содействие! Дата_____ 202__г.

Вернуться в каталог дипломов по менеджменту
https://право.информ2000.рф/management3/management3.htm
Полные тексты