DOI: 10.17117/na.2016.12.01.148

Поступила (Received): 19.12.2016

<http://ucom.ru/doc/na.2016.12.01.148.pdf>

Казакова Д.С.
Коммуникативные и психологические
приемы в управлении проектами

Kazakova D.S.
Communicative and psychological techniques
in project management

В данной статье рассматривается такое утверждение, как «коммуникации – это ключ к успешному управлению проектом». Ведь, несомненно, поддержание открытых, регулярных и точных каналов коммуникации со всеми уровнями занятых в проекте сотрудников и с заинтересованными лицами жизненно важно для обеспечения эффективности многих процессов управления

Ключевые слова: коммуникации, руководитель, персонал, управление, проект

Казакова Дарья Сергеевна

Студент

Белгородский государственный университет
г. Белгород, ул. Победы, 85

In this article it is discussed such statement as «Communication is the key to successful project management». Because, of course, maintaining open, regular and accurate channels of communication with all involved in the project stuff and stakeholders is vital to ensure the effectiveness of the management processes

Key words: communication, a director, stuff, management, a project

Kazakova Daria Sergeevna

Student

Belgorod state university
Belgorod, Pobedy st., 85

Научный руководитель: Усманов Д.И.

Руководители неизбежно сталкиваются с утверждением: «Коммуникации в проекте – это неотъемлемая часть, на которую стоит обращать внимание». Если говорить более точно, коммуникации в проекте – это процесс, в ходе которого одни участники проекта передают другим какую-либо информацию, связанную с достижением целей проекта [3]. Цель коммуникации – добиться от принимающей стороны точного понимания отправленного сообщения. В этом всегда участвуют, по крайней мере, два человека – стороны коммуникаций. Без хорошо отлаженного взаимодействия заинтересованных сторон все усилия по реализации проекта, тем более такого, в котором задействовано большое количество людей или даже компаний, могут оказаться тщетными.

Взгляд, согласно которому, коммуникация – это простая передача послания, является неверным. Это более сложный процесс, который включает следующие шаги: возникновение идеи, кодирование, передача, получение, декодирование, принятие, использование. Возникновение идеи означает зарождение мысли, которую отправителю необходимо передать в качестве информации

получателю. Процесс кодирования – перевод данного сообщения в понятный собеседнику вид. После определения формы сообщения (письмо, телефонный разговор, беседа с глазу на глаз, телеконференция и т.д.), осуществляется уже его передача. Тогда вступают в действие каналы коммуникации. Коммуникация бывает: вербальная, невербальная, письменная, пиктографическая, пространственно-символьная и т. д. Естественно, форма кодирования влияет на способ, которым передается информация. Визуальную информацию, такую как картинки или письменные сообщения, можно отправить по почте, передать с курьером или переслать по электронной почте. Устная информация может передаваться через телефонные, радио- и телевизионные волны, или как личное общение. Какой бы канал ни использовался, главная цель – послать закодированное сообщение тому, кому нужно, без помех, с минимальными искажениями. Получение означает принятие адресатом сообщения. Успех в этом зависит от многого, например, от того, насколько он хороший слушатель или даже наблюдательный человек, умеющий улавливать информацию, скрытую в изменении интонации, тембра голоса, темпа речи или громкости. После декодирования, когда информация делается доступной, получатель решает, принять ее или отвергнуть (основания могут быть разными: например, она не имеет никакого отношения к проблеме, содержит устаревшие сведения, есть сомнения в истинности намерений отправителя и др.) Использование информации проявляется как принятие решений или коррекция уже принятых [4].

Для того чтобы убедиться в том, что другие люди правильно воспринимают исходящую информацию, необходимо соблюдать ряд требований [2]. Прежде всего нужно обратить внимание на принципы эффективной коммуникации:

1. Все участники должны быть заинтересованы в положительном результате общения.
2. Реципиент (субъект, воспринимающий адресованное ему сообщение) должен прилагать максимальные усилия для правильного восприятия сообщения.
3. Сообщение должно быть четким, структурированным и кратким.
4. Реципиент должен доверять оратору, уважать его мнение.
5. Эффективная коммуникация всегда эмоциональна в той степени, которая приемлема в данной ситуации.

Собеседники воспринимают друг друга не только на слух. Словесное воздействие может быть усилено или уменьшено с помощью различных невербальных сигналов. Наше тело посылает их в большом количестве, а другие люди интерпретируют их на подсознательном уровне. Необходимо быть чистыми и опрятными, стараться контролировать мимику и эмоции (выражение лица должно быть нейтрально-позитивным и реагировать изменениями в зависимости от течения беседы), избегать касаний лица во время коммуникативного акта, научиться «зеркалить» положение тела собеседника (важно делать это деликатно, без излишнего рвения, чтобы не выглядеть карикатурно), избегать «закрытых» поз – скрещенных рук и ног [3].

Несомненно, руководитель должен уметь оптимально подбирать персонал так, чтобы работники могли комфортно взаимодействовать друг с другом, находить общий язык. Поэтому управляющий должен обладать психологическими методами управления [5]. К таким методам относятся:

1) методы комплектования малых групп и коллективов – определение соотношения между работниками в малых группах и коллективах посредством социологических исследований, выявляются симпатии и антипатии внутри коллектива, определяется место каждого его члена на основе психологической совместимости работников в коллективе или группе [1];

2) методы гуманизации труда – внесение элементов творчества в трудовой процесс, исключение однообразия труда и т.п.;

3) методы психологического побуждения (мотивации) – формирование мотивов труда: убеждение – воздействие на волю работника, направленное на снятие напряженности в коллективе, психологических барьеров; внушение – влияние субъекта управления на психику объекта управления; подражание руководителем либо сам демонстрирует образец должного поведения, либо указывает на работника, чье поведение может служить образцом; вовлечение – побудительный прием, посредством которого работник-исполнитель становится участником процесса подготовки и реализации решений, принятых руководителем; оказание доверия – психологическое воздействие, выражающееся в выделении положительных качеств работника, его опыта, квалификации и т.п.; принуждение – психологическое воздействие на работника, заставляющее его (иногда вопреки воле и желанию) выполнить соответствующее задание.

4) методы профессионального отбора и обучения.

Ключевая мысль, отмеченная в начале статьи и прошедшая красной нитью через все описанные ситуации, – успешная реализация проектов во многом зависит от того, насколько оптимально настроены проектные коммуникации. Действительно, ведь именно они позволяют обеспечить эффективность многих процессов управления. Почему? Ответ лежит на поверхности. Достижение целей проекта предполагает организацию работы команды, в состав которой входят люди с разным менталитетом и опытом, с разными специальностями. Все это накладывает отпечаток на то, как и какую информацию каждый член команды может воспринять, какой стиль руководства для него предпочтительнее, какие мотивационные факторы действенны и т.д. Именно поэтому инструменты коммуникативного характера, способствующие достижению целей проекта в условиях разнородной команды, становятся крайне востребованным.

Список используемых источников:

1. Аширов Д.А. Управление персоналом. М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2005.
2. Болотова А.К., Жуков Ю.М. Психология коммуникаций. М., 2015. 495с.
3. Гончаров. С. Эффективные коммуникации в проекте. URL: <http://www.osp.ru/cio/2006/01/379826/>
4. Грушевицкая Т.Г., Попков В.Д., Садохин А.П. Основы межкультурной коммуникации. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 352с.
5. Иванова С.В. Искусство подбора персонала: Как оценить человека за час. М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. 160 с.