

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ВАСИЛЯ СТУСА

НИКОНЧУК СНІЖАНА ВОЛОДИМИРІВНА

Допускається до захисту:

завідувач кафедри інформаційних
систем управління ,

д-р екон. наук, професор

_____ О. М. Анісімова

« _____ » _____ 20__ р.

**ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ПІДХОДІВ У
КОМУНІКАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»**

Спеціальність 029 Інформаційна, бібліотечна та архівна справа

Кваліфікаційна (бакалаврська) робота

Науковий керівник:

Анісімова О. М. д-р екон. наук, професор

в. о. завідувача кафедри

інформаційних систем управління,

(назва кафедри)

Оцінка: ____ / ____ / ____

(бали за шкалою ЕКТС/за національною шкалою)

Голова ЕК: _____

(підпис)

Вінниця – 2021

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»	6
1.1 Сутність комунікаційної системи	6
1.2 Теоретичні підходи до формування комунікаційної системи	11
1.3 Взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами	15
1.4 Особливості формування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком»	21
РОЗДІЛ 2 ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ПІДХОДІВ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ	31
2.1 Розробка основних складових соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»	31
2.2 Обґрунтування доцільності використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»	37
2.3 Соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком»	40
ВИСНОВКИ	45
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ	48

АНОТАЦІЯ

Никончук С. В. Використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком». Спеціальність 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа», Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, 2021.

У кваліфікаційній (бакалаврській) роботі було розкрито теоретико-методологічні засади вивчення комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком». Обґрунтовано використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі. Досліджено як соціально-психологічні підходи впливають на комунікаційну систему підприємства ПАТ «Укртелеком».

Ключові слова: комунікаційна система, ПАТ «Укртелеком», соціально-психологічні підходи.

50 стор., 5 табл., 13 рис., 23 джерел.

SUMMARY

Nykonchuk Snizhana. Use of social and psychological approaches in the communication system of PJSC «Ukrtelecom». Specialty 029 «Information, library and archive», Vasyl' Stus Donetsk National University, Vinnytsia, 2021.

In the qualification (bachelor's) work the theoretical and methodological bases of studying the communication system of PJSC «Ukrtelecom» were revealed. Substantiated use of socio-psychological approaches in the communication system. It is investigated how social and psychological approaches affect the communication system of the enterprise PJSC «Ukrtelecom».

Keywords: communication system, PJSC «Ukrtelecom», socio-psychological approaches.

50 p., Tabl. 2. Fig. 13, 23 items.

ВСТУП

Актуальність. У наш час, використання соціально-психологічних підходів на підприємствах, в організаціях, установах набуло чималого значення. Нині, замало ставити акцент лише на ділових якостях працівників, слід вивчати й внутрішній світ людини. Тому й вивчення та дослідження цих підходів є важливим елементом, задля цілісного функціонування підприємства, установи чи організації в загальному. Соціально-психологічні підходи, насамперед, призначені для вивчення психологічних процесів, станів та закономірностей роботи психіки людини, пов'язані з трудовою діяльністю та психологічними закономірностями організації праці у соціальних групах.

На мою думку, призначення соціально-психологічних підходів полягає у вивченні емоційно-почуттєвої сфери і вольових якостей особистості як регуляторів трудової діяльності; у вивченні основних психічних властивостей працівників; у розробці психологічних проблем та здібностей працівників щодо різних видів і типів трудової діяльності та інше.

Тому, актуальність використання соціально-психологічних підходів полягає у розкритті своєрідності особистості, притаманного їй індивідуального стилю діяльності та поведінки, у визначенні психологічних проблем працівників та засобів їх вирішення.

Мета роботи: дослідження умов формування соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»

Об'єкт дослідження: процеси функціонування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком»

Предмет дослідження: сукупність теоретичних, науково-методичних та практичних аспектів формування соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»

Основні завдання роботи:

- розглянути сутність комунікаційної системи;
- розкрити теоретичні підходи до формування комунікаційної системи;
- дослідити взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами;
- виділити особливості формування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком»;
- проаналізувати методологічні засади формування та використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»;
- сформулювати розробку основних складових соціально-психологічних підходів в комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»;
- обґрунтувати доцільність використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»;
- розкрити соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком»

Апробація. Матеріали роботи були апробовані на VI Всеукраїнської наукової конференції «Інформаційні технології і системи в документознавчій сфері» 02квітня 2021 р., м Вінниця з темою «Дослідження зовнішніх факторів, що впливають на діяльність ПАТ «Укртелеком».

Теоретичне значення та практичне значення Розкриття та доведення важливості використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»

Структура бакалаврської роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, двох основних розділів та вісьмох підрозділів, тринадцяти рисунків, двох таблиць висновку та списку використаних посилань. Загальний обсяг роботи складає сорок дев'ять сторінок друкованого тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ВИВЧЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ»

1.1 Сутність комунікаційної системи

Із настанням ХХ ст. почався динамічний розвиток комунікаційної сфери, що на початку ХХІ ст. вже становив особливу підсистему соціальної взаємодії людства.

З'явилися навіть певні уявлення про комунікаційні системи. Процес становлення комунікаційної сфери діяльності супроводжувався інтенсивними процесами її диверсифікації на основі впровадження комп'ютерних технологій. Під комунікаційною діяльністю слід розуміти комунікаційні процеси, що цілеспрямовано здійснюються суб'єктами комунікації [11].

Комунікація, у свою чергу, є смисловим аспектом соціальної взаємодії, однією із найбільших загальних характеристик будь-якої діяльності, включаючи управлінську. Вона являє собою нову форму політичної, наукової, організаційної і технічної сили в суспільстві, за допомогою якої організація включається у зовнішнє середовище, здійснюється обмін думками або інформацією для забезпечення взаєморозуміння. У вітчизняній та зарубіжній літературі все частіше зустрічається термін «комунікація», який ототожнюють з терміном «спілкування». Деякі автори наляють їм різного визначення, що може стати причиною непорозумінь. Я згодна, що комунікація є більш ширшим поняттям, у сфері людської діяльності вона не зводиться лише до між людської взаємодії. Комунікація виступає в якості універсальної умови людського існування. Весь досвід, вміння та навички, особистість отримує в результаті комунікативної взаємодії з іншими [11].

У свою чергу, із терміну комунікація впливає термін комунікаційної системи.

Тобто, комунікаційна система – це система для керування процесами зв’язку, взаємодії та обміну даними [7]

Серед численних теоретико-методологічних засад вивчення комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком», безсумнівну значущість мають ті з них, в яких здійснюється системний аналіз комунікативних процесів. Комунікативний процес тут є обміном інформацією або ж передаванням інформації від одного комунікатора до іншого.

Поняття «комунікаційна система» вже утвердилося в сучасному науковому знанні. Системний підхід був прийнятий фахівцями з теорії комунікації не лише як теоретична основа, а й як науковий принцип, знання і метод дослідження. Для того, щоб об’єкт вважати системним, потрібно мати його опис через набір певних властивостей або ознак. Питання дослідження комунікаційної системи у різний час розглядали у своїх працях В. Конецька, Ю. Лотман, Н. Луман, О. Швейцер. Складові комунікаційної системи представлено на рисунку 1.1.

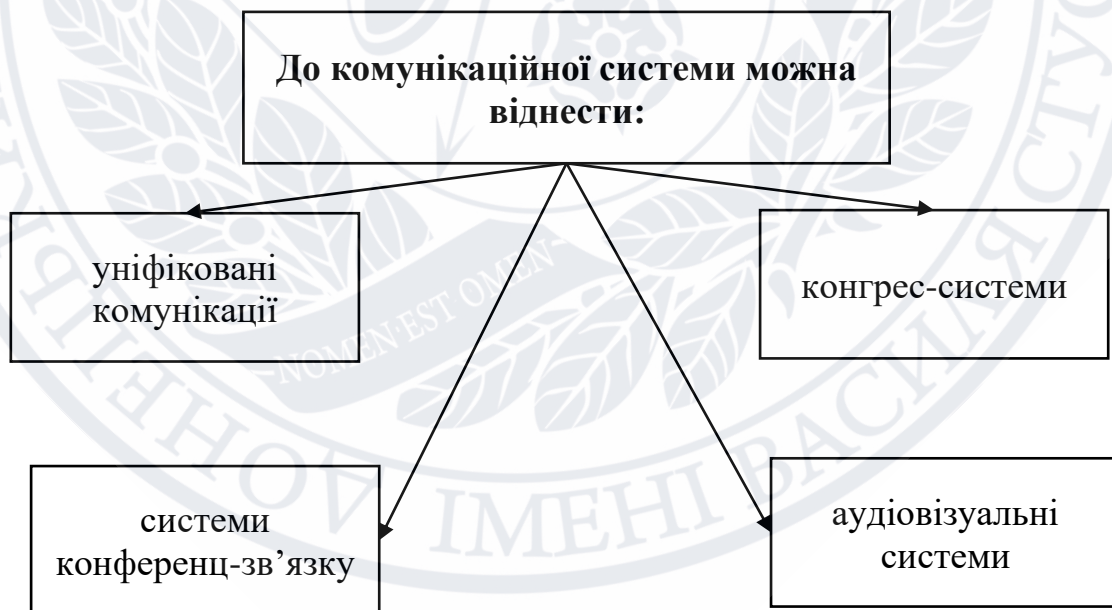


Рисунок 1.1 – Складові комунікаційної системи *

* розроблено автором

-уніфіковані комунікації, тобто рішення в галузі уніфікованих комунікацій з якими пов'язують усі необхідні операційні бізнес-технології (ІР-телефонія, мережа, системи сигналізації, контроль доступу тощо) в одну зручну в управлінні систему;

-конгрес-системи, тобто системи, що забезпечують певний набір функцій для проведення дискусій, конференцій, засідань, слухань, голосувань, синхронного перекладу;

-системи конференц-зв'язку, задля проведення інтерактивних нарад, переговорів, учасників, де б вони не знаходилися;

-аудіовізуальні системи. До них відносять: обладнання для комутації, перетворення і передачі аудіо- і відеосигналів [5].

Творцями поняття «комунікаційна система» можна вважати К. Шеннона та В. Вівера. Адже саме вони у 1949 р. своєю математичною моделлю комунікації зуміли пояснити процес передавання інформації від джерела до отримувача. За принципами так званої технічної комунікації джерело інформації створює повідомлення, яке потім надходить у передавач, де набуває форми сигналу, адаптованого для передавання каналом зв'язку, що з'єднаний із приймачем. Приймач відновлює повідомлення з отриманого сигналу. Потім відновлене повідомлення досягає адресата [11].

Наукова думка про комунікаційну систему отримала подальший розвиток у роботах канадського вченого Г. Маклюена. Відповідно до його технологізованих тверджень, сам засіб комунікації і є повідомленням. Іншими словами, будь-яке повідомлення ґрунтується на певному засобі комунікації. На думку вченого, всі структури передавання інформації можна вважати універсальними.

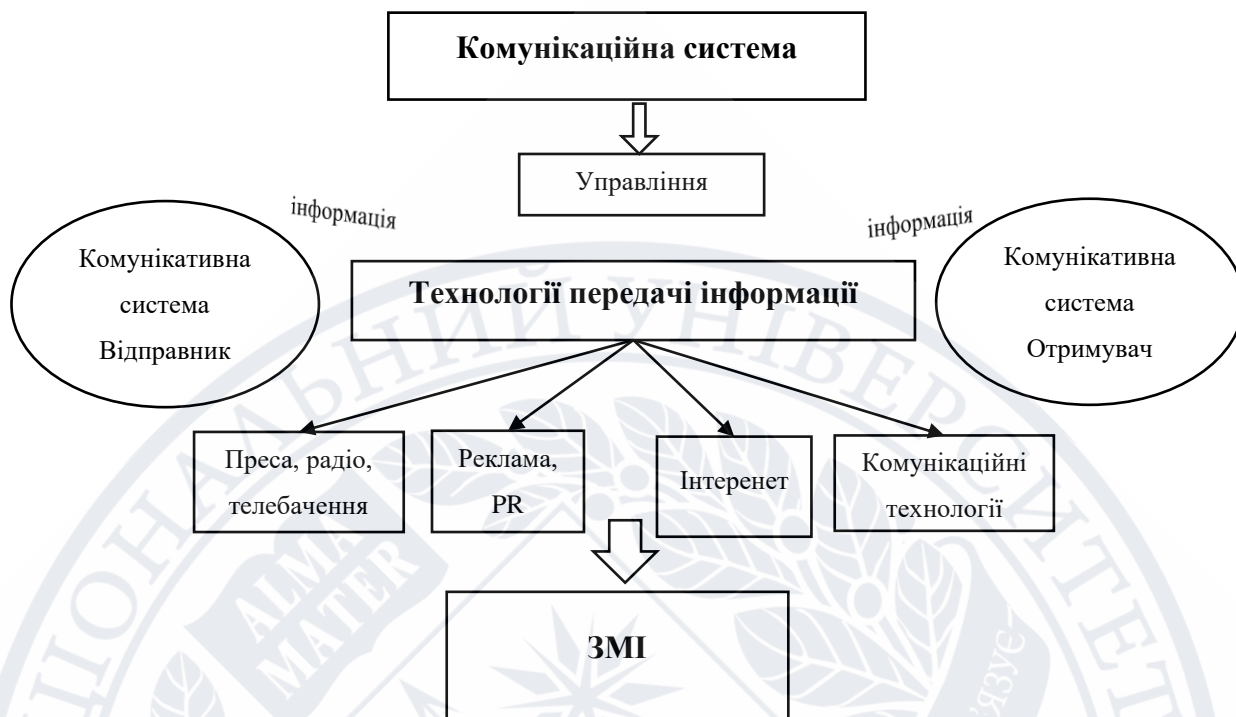


Рисунок 1.2 – Передавання інформації в межах комунікаційної системи

* розроблено автором

Комунікаційна система ПАТ «Укртелеком» - це структурована сукупність у межах підприємства як комунікаторів, реципієнтів, так і смислових повідомлень, комунікаційних каналів (включаючи комунікаційні служби, які мають матеріально-технічними ресурсами і професійними кадрами) і засоби комунікації [13].

Тому, пропоную розглянути передавання інформації саме у межах комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком» (рисунок 1.3)

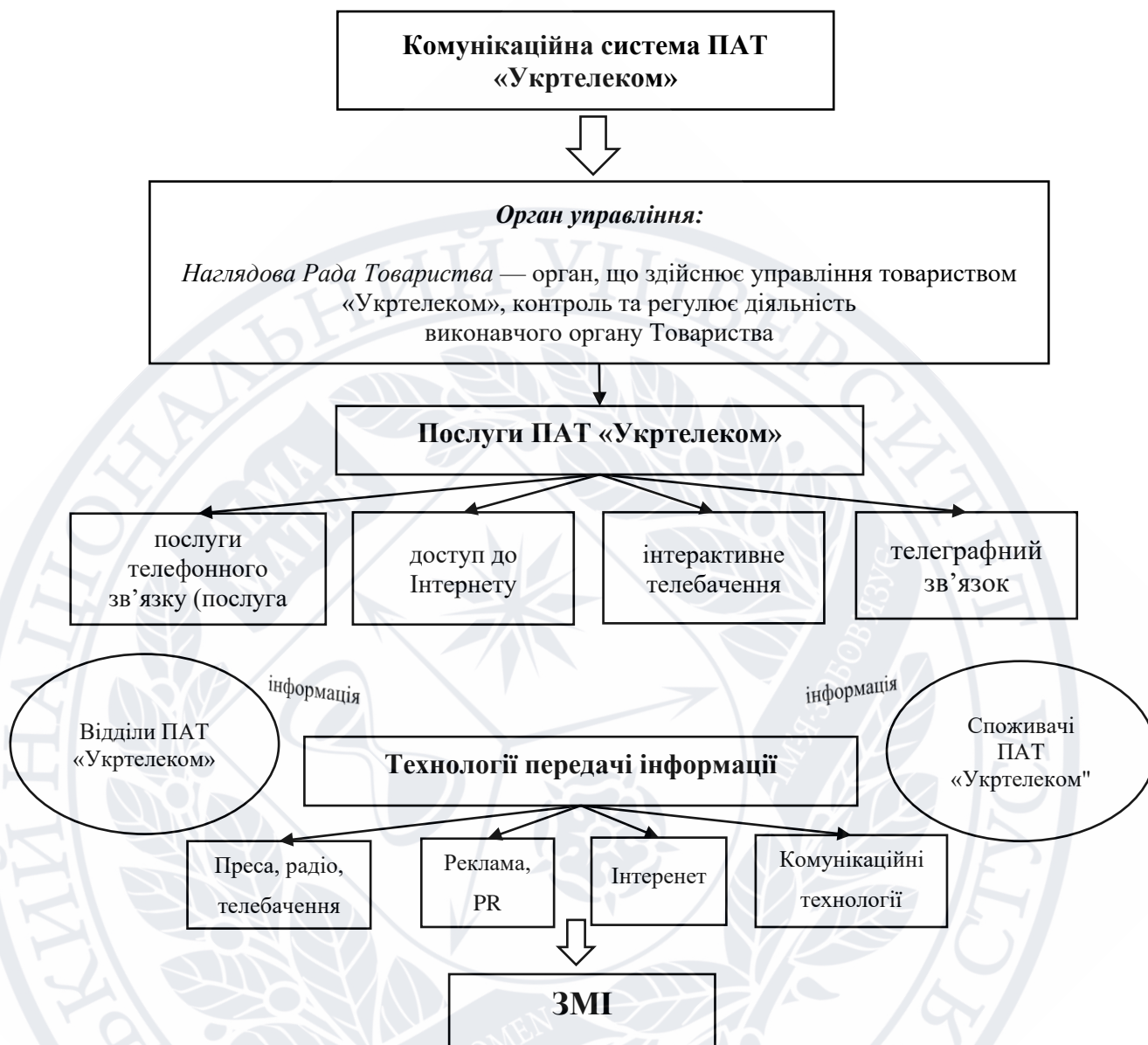


Рисунок 1.3 – Передавання інформації у межах комунікативної системи ПАТ «Укртелеком»

* розроблено автором на підставі [15]

Розглянувши рисунок 1.3, можемо сказати, що головним органом управління в комунікативній системі ПАТ «Укртелеком» виступає Наглядова рада товариства. Саме ця рада і є головним органом ПАТ «Укртелеком», через неї і протікає уся

інформація у межах комунікаційної системи. Також інформація, яка надходить з різних відділів ПАТ «Укртелеком» передається за допомогою таких засобів інформації як: телебачення, преса, радіо; реклама, PR; інтернет; комунікаційні технології і в кінцевому результаті надходить до споживачів ПАТ «Укртелеком».

Тому важливим елементом при передаванні інформації у межах комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком» є її фільтрування та відсіювання непотрібної, оскільки потім споживачі будуть отримувати неправдиву або ж неактуальну інформацію.

Отже, у загальному можна сказати, що комунікаційна система є структурована (впорядкована певним чином) сукупність реципієнтів, комунікаторів, смислових повідомлень, комунікаційних каналів (включаючи комунікаційні служби, які мають матеріально-технічними ресурсами і професійними кадрами) і засоби комунікації (знаки і символи). Якщо культура являє собою сукупність упредметнених і нематеріальній культурних, соціальних, смислів, то комунікаційна - це частина виражена культури, що забезпечує рух культурних смислів в соціальному просторі і часі. Іншими словами, комунікаційна система в цілому і її елементи – це матеріалізована комунікаційна культура. Весь комплекс відносин і взаємозв'язків між елементами системи, що спираються на інформаційно-комунікативні впливу і сприяють охороні її цілісності та ідентичності, називаються комунікативними структурами.

1.2 Теоретичні підходи до формування комунікаційної системи

У наш час будь-яке підприємство намагається побудувати свою діяльність таким чином, щоб у кінцевому результаті діяльність як його окремих складових, так і в цілому, була прибутковою та ефективною. З точки зору сучасних науковців,

дослідників та практиків з питань вивчення комунікаційної системи підприємства є можливим за умови наявності спеціального, індивідуально розробленого для кожного підприємства, механізму управління його діяльністю. Розробка такого механізму має бути одним з ключових завдань кожного менеджера чи власника підприємства, який планує здійснювати успішну діяльність.

Вивчення теоретичних засад комунікаційної системи викликана стрімким розвитком комунікаційних процесів та необхідністю інтеграції українського суспільства у світовий комунікаційний та культурний простори.

На сьогодні функціонує велика кількість визначень поняття комунікаційної системи. Особисто для себе, я визначила це поняття у вузькому та широкому значенні. У вузькому – це система для керування процесами зв'язку, взаємодії та обміну даними. У широкому – структурована (впорядкована певним чином) сукупність комунікаторів, реципієнтів, смислових повідомлень, комунікаційних каналів (включаючи комунікаційні служби, які мають матеріально-технічними ресурсами і професійними кадрами) і засоби комунікації (знаки і символи) [7].

Аналізуючи та вивчаючи комунікаційну систему, було зроблено висновки, що при відсутності комунікацій існування комунікаційної системи неможливе. Тому можна стверджувати, що поняття комунікації та комунікаційної системи тісно переплітається між собою. Саме ефективне функціонування підприємства, як у досліджуваному підприємстві ПАТ «Укртелеком», залежить саме від якості комунікацій.

Мета комунікації полягає в досягненні від приймаючої сторони точного розуміння відправленого повідомлення. При відсутності комунікацій працівники не мають інформації про те, що роблять колеги, менеджмент не отримує первинних даних, а керівники та лідери не в змозі віддавати вказівки. Комунікації забезпечують реалізацію основних функцій управління:

- планування;

- організації;
- мотивації;
- контролю.

Ефективні комунікації сприяють підвищенню показників діяльності організації та рівня задоволеності працівників працею, формуванню почуття причетності до роботи організації. При цьому основними елементами процесу комунікацій виступають:

- відправник - людина, що генерує ідеї і передає їх;
- повідомлення - текстова або закодована інформація;
- канал - засіб передачі інформації;
- одержувач - людина, якій відправник адресу передане повідомлення [10].

Аналізуючи важливість комунікацій на підприємстві, можна сказати, що кожен з нас щодня користується комунікаціями, але лише деякі це роблять досить узгоджено. Майже неможливо переоцінити важливість комунікацій в управлінні. Майже все, що роблять керівники, аби полегшити досягнення цілей організації, потребує ефективного обміну інформацією. Якщо люди не зможуть обмінюватися інформацією, то вони не зможуть і працювати разом, формулювати цілі й досягати їх.

Однак комунікації – це складний процес, що складається з взаємозалежних кроків. Кожен з цих кроків потрібен для того, щоб зробити наші думки зрозумілими іншій особі. Кожен крок – це пункт, у якому, якщо ми не будемо думати, що робимо, – зміст може бути втрачено. Тобто мета кожного керівника – зробити процес комунікації якнайбільш ефективнішим і не втратити при цьому змісту [9]

Ключовими складовими ефективних комунікацій є дані – це неопрацьовані цифри й факти, які відображають окремий аспект дійсності; а також інформація – це дані, представлені у вигляді або формі, які мають сенсові навантаження. Тобто, інформація є цінною, якщо вона достовірна, своєчасна, повна й доречна.

Комунікаційна система починає бути в силі лише тоді, коли одна особа (відправник) хоче передати факт, ідею, думку чи іншу інформацію комусь іншому (одержувачу). Ця інформація має значення для відправника незалежно від того, чи вона проста й конкретна, чи складна й абстрактна. Наступна дія - це кодування інформації у формі, що відповідає ситуації. Кодування може набувати форми слів, виразу обличчя, жестів, або навіть художнього вираження й фізичних дій [10].

Після того, як повідомлення закодоване, його передають відповідними засобами зв'язку (каналами). Звичайні засоби зв'язку в організаціях - це збори, наради, електронна пошта, записки, листи, звіти та телефонні розмови. Далі відбувається декодування у форму, яка має значення для одержувача. Значення інформації може бути різним, і в багатьох випадках воно є підставою для відповіді; і тоді утворюється цикл, оскільки нове повідомлення в такій самій послідовності передається початковому відправникові.

Також існують вертикальні та горизонтальні комунікаційні зв'язки в організаціях, які також впливають на комунікаційну систему в цілому.

Вертикальні комунікації відбуваються вгору й униз у ієрархічній структурі організації. У цих комунікаціях беруть участь менеджери, їхні керівники та підлеглі. Вертикальні комунікації можуть – і повинні бути – двонаправленими (спрямовані зверху вниз і знизу вгору), оскільки тоді вони (з активним зворотнім зв'язком) є ефективніші, ніж однонаправлені [11].

Горизонтальні комунікації відбуваються між колегами та співробітниками на одному рівні. Вони сприяють координації між підлеглими ланками й відіграють головну роль у робочих командах, де є працівники різних відділів.

Особливий вплив на комунікаційну систему певного підприємства, на мою думку, мають електронні засоби комунікацій. Інформаційні технології можуть використовувати комп'ютери, комп'ютерні мережі, телефони та інше устаткування.

Існує шість найпоширеніших видів інформаційних систем:

-операційно-виконавча система – з її допомогою виконують рутинні та поточні операції;

-інформаційна система менеджменту – збирає дані, організовує й систематизує їх у формі, зручній для менеджерів, а тоді забезпечує цих менеджерів інформацією, необхідною для їх роботи;

-система підтримки рішень – автоматично знаходить, опрацьовує та підсумовує інформацію, необхідну для специфічних рішень;

-адміністративна інформаційна система – призначена для спеціальних потреб опрацювання інформації менеджерами вищого рівня;

-інтернет-мережі – комунікаційні мережі, які діють у межах однієї організації;

-експертні системи – створені за принципом визначення усіх можливостей «якщо-тоді», які стосуються конкретної ситуації [12].

Отже, саме завдяки ефективним комунікаціям на підприємстві можливе цілісне функціонування комунікаційної системи в цілому. Адже саме комунікація напряду впливає на її функціонування.

1.3 Взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами

Увесь комплекс відносин і взаємозв'язків між елементами системи, що спираються на інформаційно-комунікативні впливу і сприяють охороні її цілісності та ідентичності, називаються комунікативними структурами. Комунікативними структурами можна назвати лише ті відносини і зв'язку, які мають стійкий, повторюваний характер. Вони забезпечують стабільність комунікації, її відтворюваність і ефективність. Комунікативні структури є каналами поширення інформації, в яких функціонують певні культурні форми. У процесі комунікації

відбуваються процеси освоєння культурного досвіду, відбір певних зразків і цінностей, виникають культурні феномени, норми, стереотипи [8].

Взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами, я пропоную розглянути схематично (рисунк 1.4)

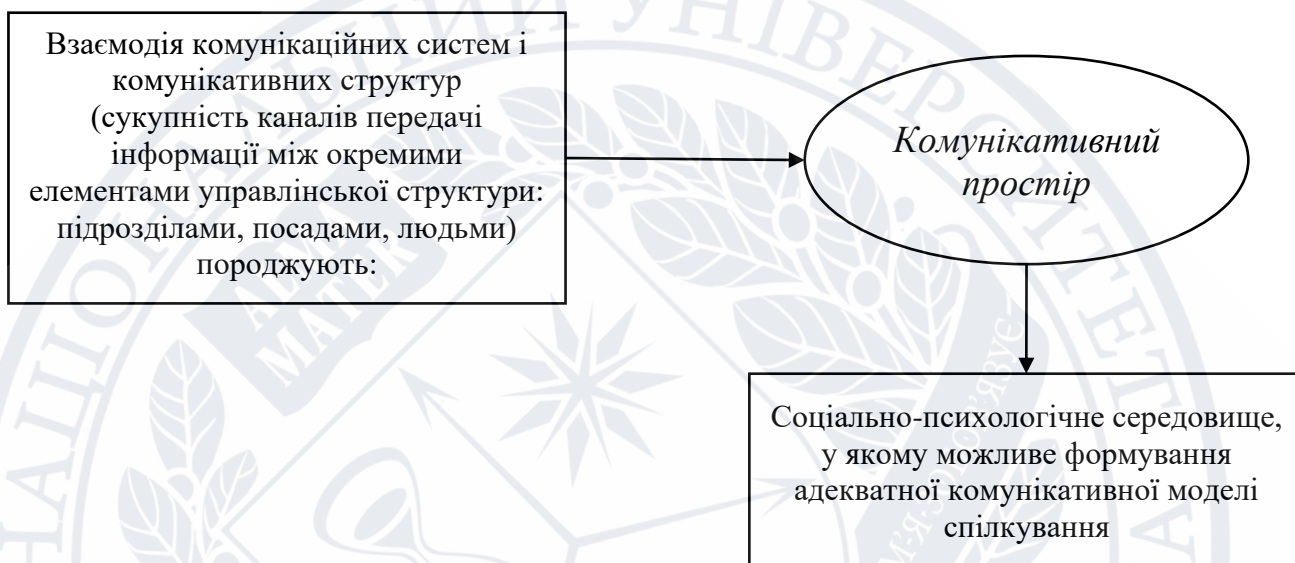


Рисунок 1.4 – Взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами

* розроблено автором

Отже, із рисунку 1.4 зрозуміло, що взаємодія комунікаційних систем різного рівня, а також їх елементів і комунікативних структур породжують комунікативний простір.

Комунікативний простір неоднорідне, володіє різною щільністю, може бути розірваним. Основою комунікативного простору є закони збереження вироблених символів. У комунікативному просторі завжди присутній компонент техніки (в широкому сенсі цього слова) як умова і досвід взаєморозуміння - це так звані техніки спілкування, мислення, мови, невербальних дискурсів, «архівування», прочитання смислів і знаків.

Саме процес обміну інформацією, налагодження діалогу, взаєморозуміння між учасниками комунікації, досягнення результату спілкування відбувається у певному комунікативному просторі.

Комунікативний простір міжособистісних відносин є складним утворенням, пронизаним різноманітними зв'язками. Його характеризують такі системні властивості:

- цілісність (міра комунікативної рівноваги),
- структурність (обсяг, інтенсивність і складність взаємозв'язку компонентів),
- автономія чи функціональна однорідність структурних компонентів (місце кожного компонента в системі комунікативного процесу, кількість варіантів, які можуть використати суб'єкти комунікації у виборі засобів і способів передавання інформації, досягненні мети спілкування).

Характеризують його і такі власне соціально-психологічні властивості (рисунк 1.5)

Взагалі дослідники відзначають, що поняття «комунікативний простір» поєднує у собі два терміни: «простір» та «комунікація». Простір можна охарактеризувати такими властивостями, як структурність, довжина, співіснування й взаємодія елементів у всіх матеріальних системах. На думку М. Каткової, комунікативний простір – це історично сформована, забезпечена правовими гарантіями й засобами зв'язку, з найбільшою доступністю для споживача форма скоординованих і структурованих, територіально близьких і віддалених інформаційних ресурсів, котрі акумулюють результати комунікаційної діяльності людей [2].

У комунікативному просторі завжди суб'єктивно сприймаються і мають різний ступінь суб'єктивної актуальності обсяг, форма і вид інформації, тобто кожний учасник комунікативного процесу на основі своїх комунікативних знань і вмінь, розуміння ситуації спілкування інтерпретує повідомлення комунікатора, вступає у

діалог. Їх комунікативна компетентність, комунікативний досвід створюють комплекс установок, умов, що опосередковують відмінності у суб'єктивному сприйнятті інформації. Внаслідок цього комунікативний простір міжособистісних взаємин може мати різний ефект комунікативної комфортності для учасників спілкування [8].

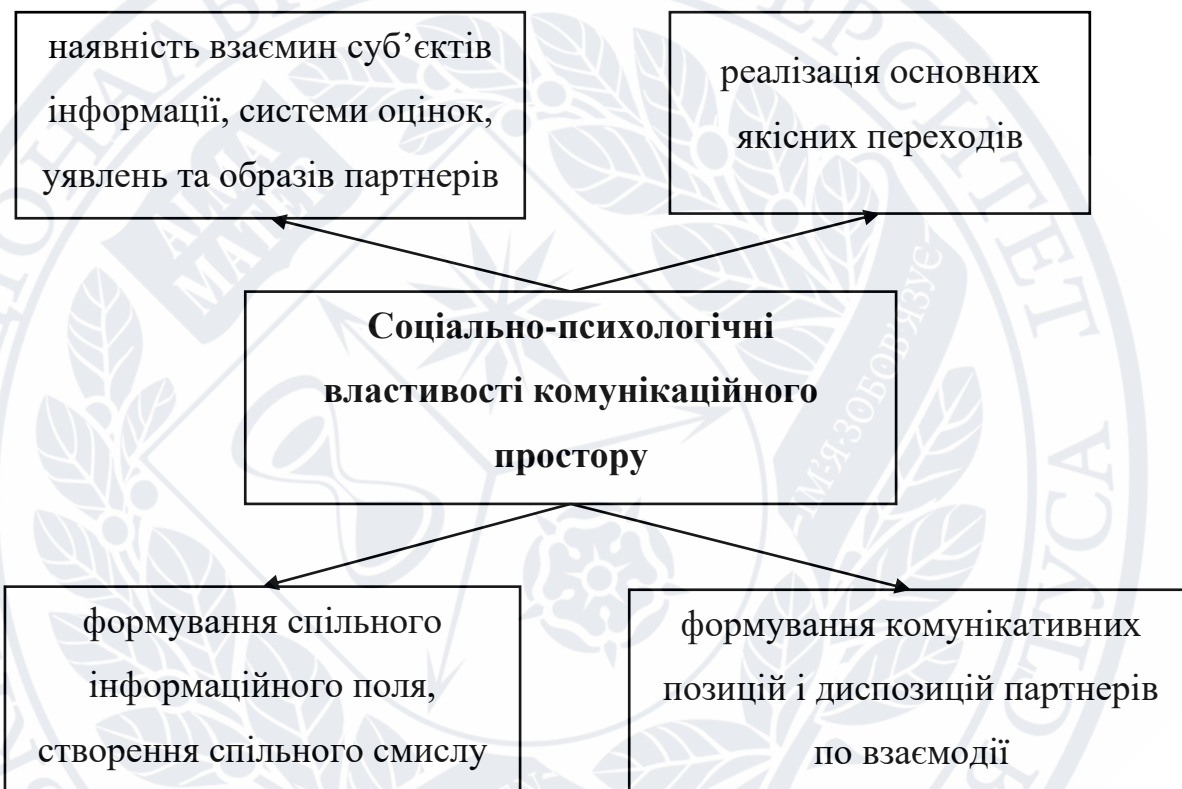


Рисунок 1.5 – Соціально-психологічні властивості комунікативного простору

* розроблено автором на підставі [3]

До компонентів комунікативного простору міжособистісних відносин належать суб'єкти комунікації, спільна комунікативна дія, зворотний зв'язок, спільне інформаційне поле, загальний смисл, налагодження діалогічних відносин, механізми і феномени, що сприяють чи гальмують взаєморозуміння (рисунок 1.6).

Суб'єкти комунікації. Ними є щонайменше два індивіди, які в комунікативному просторі виступають не відокремлено, хоча кожен з них є автономним, унікальним, а разом.

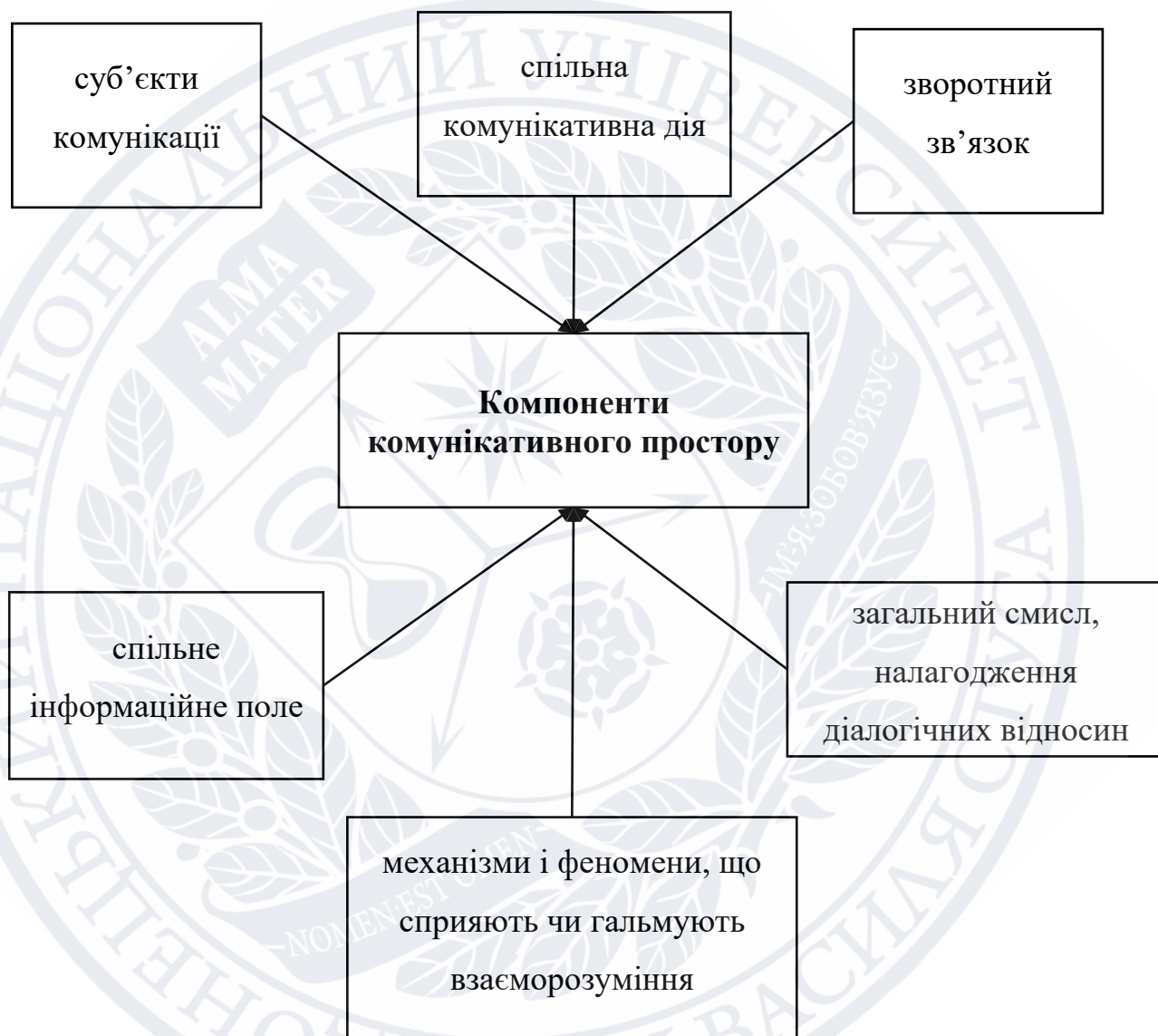


Рисунок 1.6 – Компоненти комунікативного простору

* розроблено автором

Спільна комунікативна дія. Її особливість полягає у схрещенні, переплетенні потреб людей у певній інформації. Саме у спільній комунікативній дії заглиблена можливість задоволення потреб

Зворотний зв'язок. Чинниками його є інформація про те, наскільки правильно реципієнт сприйняв повідомлення, оцінив поведінку і слова комунікатора.

Механізм зворотного зв'язку полягає в тому, що комунікатор впевнюється в правильності інтерпретації своєї інформації лише тоді, коли відбудеться зміна ролей, внаслідок якої реципієнт стає комунікатором, засвідчуючи своїми висловлюваннями, наскільки адекватно він зрозумів суть інформації;

Спільне інформаційне поле. Інформація, що зародилася у процесі обміну (уточнення, доповнення тощо), набагато глибша від первинної. І за змістом вона може відрізнятися від попередньої. Більше того, спільне інформаційне поле містить загальний настрій, відомості про особливості кожного суб'єкта, їх ставлення один до одного. Однак виникнення спільного інформаційного поля ще не свідчить про досягнення взаєморозуміння;

Механізми і феномени, що сприяють чи гальмують взаєморозуміння. Якщо, наприклад, форма зворотного зв'язку є різкою, недобррозичливою, то він наймовірніше може бути сприйнятий як критика, тиск образу з усіма наслідками для спілкування. Важко досягти взаєморозуміння, якщо комунікатор не визнає причин негативного настрою партнера;

-загальний зміст, налагодження діалогічних відносин. Вони сприяють збагаченню, прийняттю (неприйняттю) інформації. Виникнення загального змісту пов'язане з однаковою мотивацією та спрямованістю, предметно-цільовою і ціннісною орієнтацією учасників міжособистісних взаємин, що виявляється у психологічній єдності, взаєморозумінні, узгодженості, впорядкуванні комунікативних дій [1].

Чим вищий рівень інтеграції комунікатора і реципієнта, тим повніше задоволені їх потреби в обміні інформацією, тим глибший і повніший загальний смисл повідомлення, змістовніший діалог сторін.

Отже, проаналізувавши комунікаційну систему з комунікаційними структурами, можемо підсумувати, що саме їх взаємозв'язок між собою і породжує комунікативний простір. У свою чергу, комунікативний простір – це соціально-психологічне середовище, у якому можливе формування адекватної комунікативної моделі спілкування.

1.4 Особливості формування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком»

ПАТ «Укртелеком» – це найбільший оператор фіксованого зв'язку в Україні, лідер серед провайдерів інтернет. Компанія охоплює близько 71% ринку послуг місцевого телефонного зв'язку та 83% ринку послуг міжміського та міжнародного телефонного зв'язку [15].

Історія створення ПАТ «Укртелеком» бере початок у 1993 році, коли було зареєстроване Українське об'єднання електрозв'язку «Укрелектрозв'язок» (з 1994 року — Укртелеком). Пізніше, у 1998 році, відповідно до затвердженої Кабінетом Міністрів України програми об'єднання «Укртелеком» було реорганізоване в єдине державне підприємство, а у січні 2000 року, після проведення корпоратизації, його було перетворено на відкрите акціонерне товариство [15].

На сьогодні, ПАТ «Укртелеком» – це підприємство, організаційна структура якого сформована за вертикальним принципом управління фінансами, технологічними процесами, персоналом. До складу товариства входить 32 філії, одну з яких — філію «Утел» було створено у 2005 році за рішенням Загальних зборів акціонерів. У грудні 2005 року ПАТ «Укртелеком» отримав ліцензію на

надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку за технологією UMTS/WCDMA [16].

У приватному акціонерному товаристві сформовано дворівневу централізовану вертикальну систему управління:

-І рівень – Загальних Зборів Акціонерів, яким належить прийняття важливих рішень. Наприклад затвердження необхідних структурних змін та відновлення Наглядової ради товариства.

-ІІ рівень - Директор. До його функцій належить виконання доручень та наказів, прийнятих на Загальних Зборах Акціонерів; управління підприємством, за допомогою Апарату управління [18].

Апарат управління, який складається з наступних підрозділів:

1. Бухгалтерія:

- Головний бухгалтер
- Секретар

2. Маркетинг.

- Директор по маркетингу
- Консультанти «гарячої лінії»
- Експерти-консультанти

3. Виробництво.

- Інженер-дослідник
- Програмісти
- Тестувальники
- Зборщики

Приватне акціонерне товариство «Укртелеком» здійснює телекомунікаційне забезпечення споживачів усієї України. Діяльність товариства регулюється:

Господарським Кодексом України, Кодексом законів про працю України, Статутом товариства та іншим чинним законодавством [16].

Телекомунікаційний ринок є одним з найбільш перспективних та швидко зростаючих напрямків галузі зв'язку України. На даний час система телекомунікацій в Україні знаходиться на шляху швидкого розвитку, що в цілому орієнтоване на вхід української системи зв'язку в світову, як рівноправного партнера. В Україні на сьогоднішній день в сфері телекомунікацій поряд з підприємствами і організаціями мережі загального користування функціонує достатньо велика кількість господарських суб'єктів, що надають послуги міжміського, міжнародного, міського зв'язку, передачі даних, Інтернету, мобільного зв'язку та ін. Тому є всі підстави говорити, що в сфері телекомунікацій проходить формування конкурентного ринку. Виходячи з цього, проблема визначення та оцінки конкурентних позицій телекомунікаційного оператора ПАТ «Укртелеком» є актуальним напрямом дослідження [13].

Під конкурентоспроможністю телекомунікаційного оператора розуміють його реальні й потенційні можливості пропонувати послуги, по своїх споживчих параметрах більше привабливі для абонентів, ніж послуги конкурентів. Ті характеристики ринкової діяльності компанії, які забезпечують їй певні переваги над конкурентами, називають конкурентними перевагами або факторами конкурентоспроможності. Конкурентні переваги телекомунікаційних операторів визначаються їх виробничим потенціалом, ефективністю діяльності, маркетинговим комплексом, фінансовим станом, конкурентоспроможністю окремих послуг [17].

ПАТ «Укртелеком» знаходиться на ринку монополістичної конкуренції. В таких умовах ПАТ «Укртелеком» має ряд конкурентних переваг, завдяки яким може утримувати свої позиції на ринку послуг зв'язку (рисунк 1.7)



Рисунок 1.7 – Конкурентні переваги ПАТ «Укртелеком»

* розроблено автором на підстав [15]

1. ПАТ «Укртелеком» створено на базі Українського об'єднання електрозв'язку «Укрелектрозв'язок» 1 січня 1994 р, це підтверджує величезний досвід роботи.

2. Наявність власної розгалуженої транспортної телекомунікаційної мережі (первинної мережі), що охоплює всю Україну та використовується, як для власних потреб, так і для надання послуг іншим операторам.

3. ПАТ «Укртелеком» пропонує широкий асортимент телекомунікаційних послуг. Всі телекомунікаційні послуги поділяються на чотири великі асортиментні групи: проводове мовлення, міжміський та міжнародний зв'язок, Інтернет-послуги та послуги мобільного зв'язку.

4. Наявність ліцензій на надання послуг мобільного зв'язку третього покоління у стандарті UMTS.

5. Наявність ліцензії на розвиток мережі Wi-Fi в усіх областях України.

6. Власна розгалужена мережа сервісних центрів з обслуговуванням споживачів [19].

На жаль, у телекомунікаційного оператора ПАТ «Укртелеком» є і слабкі сторони.

1. Виконання функцій оператора з надання збиткових загальнодоступних послуг.

2. Неефективна організаційна структура та висока трудомісткість діяльності.

3. Служба продажу для «бізнес-клієнтів» знаходиться в стадії становлення.

4. Значна частка морально та фізично застарілого комутаційного обладнання.

5. Велика дебіторська заборгованість та нестача обігових коштів.

6. Відсутність достатнього покриття стільниковою мережею 3-го покоління.

7. Слаборозвинута маркетингова діяльність (реклама тощо).

8. Масштабність телекомунікаційного оператора ПАТ «Укртелеком», через яку підприємство не може гнучко реагувати на зміни у зовнішньому середовищі [16].

Загрозою для ПАТ «Укртелеком» є її конкуренти. Якщо розглядати сферу телекомунікаційних послуг точки зору кількості операторів, то, на перший погляд, можна зробити висновок, що тут існує досить розвинений конкурентний ринок. Для обґрунтування цього висновку, я розглянула ринок послуг телефонного зв'язку, який забезпечує отримання більш ніж 90% усіх доходів від цієї сфери діяльності. Цей ринок може бути поділений на два сегменти – ринок послуг фіксованого телефонного зв'язку та рухомого (мобільного) телефонного зв'язку. Разом із тим, значна кількість операторів, що надають послуги фіксованого телефонного зв'язку ще не свідчить про існування тут розвиненого конкурентного ринку [20].

Головною метою діяльності товариства є забезпечення телекомунікаційними послугами всієї України за тарифами, що регулюються відповідно до чинного

законодавства в умовах функціонування єдиної телекомунікаційної системи України [15].

Місія ПАТ «Укртелеком» включає три ключові аспекти:

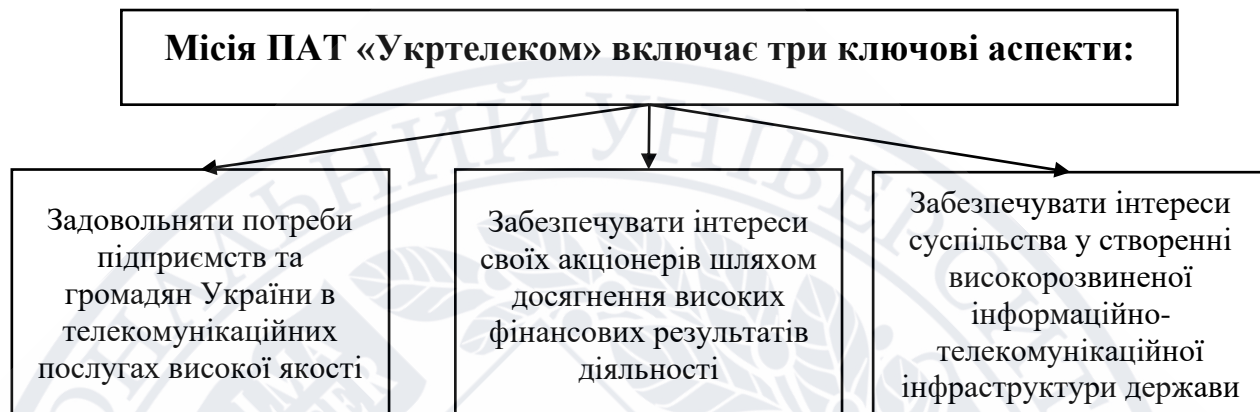


Рисунок 1.8 – Ключові аспекти місії ПАТ «Укртелеком»

* розроблено автором на підставі [12]

Організаційна структура підприємства складається з багатьох ланок, які мають свої завдання. Існує навіть загальний апарат управління, якому підпорядковується інші.

Управління здійснюється головою управління Авдонін Василем Миколайовичем. Апарату управління безпосередньо підпорядковується: директор тех. ком. – відповідає за організацію роботи з забезпечення вчасних та в повному обсязі розрахунків за куповану електричну енергію; директор технічний - вирішує питання, пов'язані з енергетичним та технічним обслуговуванням підприємства; директор з охорони праці – зобов'язані постійно забезпечувати здорові і безпечні умови праці відповідно до вимог, правил і норм з охорони праці, спрямувати роботу підпорядкованих їм керівників структурних підрозділів на запобігання аваріям, пожежам, травмам та професійним захворюванням на виробництві; директор з економічної безпеки - перевіряє правильність віднесення витрат на виробництво і реалізацію готової продукції, облік витрат, їх обґрунтованість і вплив на собівартість продукції; директор з капітального будівництва та загальних питань -

забезпечує виконання робіт з капітального будівництва на підприємстві, цільове і раціональне використання інвестиційних ресурсів, направляючи кошти на технічне переозброєння і реконструкцію підприємства, їх концентрацію на пускових об'єктах, скорочення обсягу незавершеного будівництва; директор з питань персоналу та перспективного розвитку – відповідає за функціонування персоналу, роботу кадрів, виплату заробітної плати, кваліфікацію робітників, забезпечує найкращі умови для працівників підприємства; головний бухгалтер - забезпечує ведення бухгалтерського обліку; начальник управління технічної політики – визначає технічну політику і напрями технічного розвитку підприємства [13].

У сьогоденних умовах жорсткої конкуренції та постійного розвитку новітніх технологій позиція «Укртелекому» проста – тільки використання ефективних засобів комунікацій з партнерами та між співробітниками.

Тому, я пропоную розглянути особливості формування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком» (рисунок 1.9)

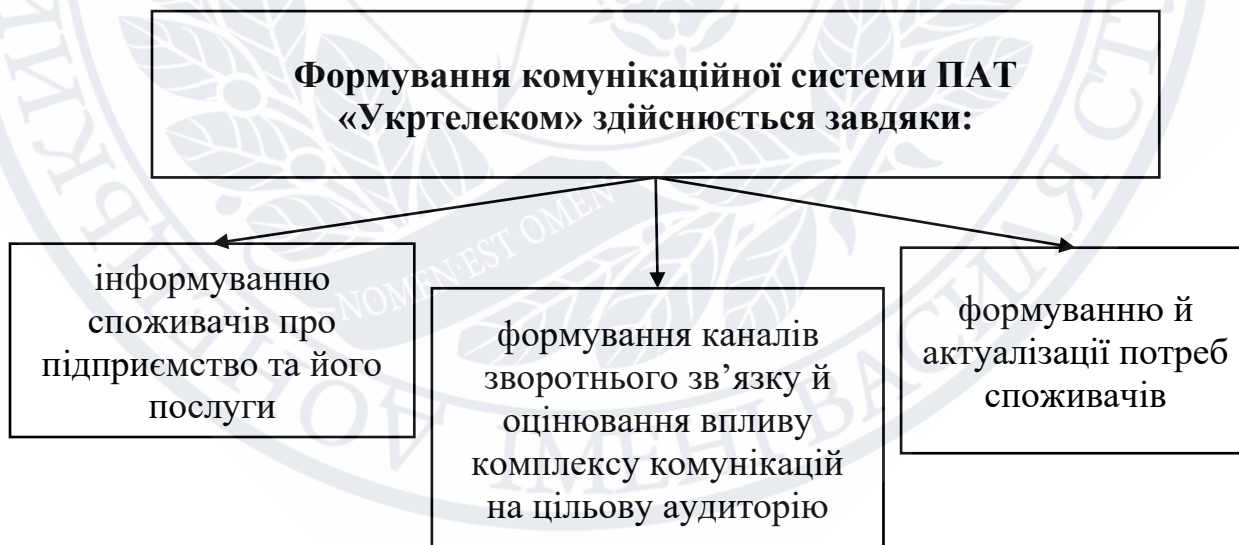


Рисунок 1.9 – Особливості формування комунікаційної системи ПАТ
«Укртелеком»

* розроблено автором на підставі [12]

Сучасне бізнес-середовище характеризується швидкою мінливістю та динамічністю, що більшою чи меншою мірою впливає на діяльність підприємства. Тому для більш детального і ґрунтовного аналізу діяльності компанії, я вважаю, доцільно розглянути зовнішні фактори, що впливають на роботу ПАТ «Укртелеком».

Найбільш ефективною методикою для оцінювання факторів зовнішнього середовища є PEST-аналіз, у якого головною метою є виявлення тих факторів бізнес-середовища, які чинять найбільший вплив на діяльність підприємства. Вплив зовнішнього середовища на ПАТ «Укртелеком» є досить значним. Перелік факторів непрямого впливу представлені у таблиці нижче. Для визначення факторів непрямого впливу, які здійснюють найбільший вплив на діяльність ПАТ «Укртелеком», було побудовано таблицю 1.1, де визначила наступні бали: 3 – сильний вплив; 2 – помірний; 1 – слабкий; 0 – відсутність впливу.

Таблиця 1.1 – Оцінювання факторів непрямого впливу на діяльність ПАТ «Укртелеком» *

Група факторів	Перелік факторів	Прояв впливу фактору	Характер впливу фактору	Оцінка впливу факторів у балах	Ваговий коеф.	Підсумок
Правові	Регулювання граничних тарифів на послуги зі сторони НКРЗІ	1.НКЗІ рішенням №606 від 28.11.2017 встановлює граничні ставки на послуги	-1	2	0,04	-0,08
	Наявність великої кількості нормативних та законодавчих актів, які впливають на діяльність компанії	2.Велика кількість регулятивних документів	+1	3	0,01	0,03
Економічні	Зростання рівня інфляції в країні	Високий рівень інфляції в країні, його зростання	-1	2	0,06	-0,12
	Високі податкові ставки	Наявність великої кількості податкових ставок	-1	2	0,04	-0,08

Група факторів	Перелік факторів	Прояв впливу фактору	Характер впливу фактору	Оцінка впливу факторів у балах	Ваговий коеф.	Підсумок
	Зниження рівня доходів населення країни	Зниження купівельної спроможності клієнтів	-1	1	0,05	-0,05
Політичні	1.Нестабільність політичного середовища в країні, втрата частини філій компанії	Наявність воєнного конфлікту, втрата частини територій та відповідно втрата філій компанії у східних областях країни та в Криму	-1	1	0,05	-0,05
Природні	Вплив клімату	Кліматичні умови є помірними, практично не мають негативного впливу, за винятком сильних дощів, буревіїв, снігопадів	+1	1	0,06	0,06
	Погіршення екологічного стану	Підвищення рівня забрудненості навкол. середовища	-1	1	0,05	-0,05
Соціально-культурні	Впровадження міжнародних стандартів діяльності компанії у	Укртелеком продовжує впроваджувати міжнародні стандарти діяльності	-1	1	0,09	-0,09
	Підвищення рівня освіти населення	Споживачі надають перевагу більш сучасним засобам передачі інформації та відповідним послугам	+1	2	0,11	0,22
Демографічні	Різноманітність вікового складу населення	Збільшення кількості людей похилого віку, у порівнянні з молоддю	-1	1	0,08	-0,08
	Наявність несприятливої демографічної ситуації	Зменшення чисельності населення	-1	2	0,03	-0,06
	Відтік працездатного населення	Віїзд працездатного населення на роботу закордон	+1	2	0,1	0,2
Науково-технічні	Удосконалення та модернізація обладнання	Оновлення обладнання та перехід на використання нових оптичних кабелів	+1	2	0,12	0,24
	Постійний розвиток технологій на телекомунікаційно му ринку	Розширення асортименту шляхом використання нових технологій (датацентри тощо)	+1	3	0,11	0,33
Сума					1,00	0,42

*Складено автором

Таким чином фактори зовнішнього середовища впливають на діяльність ПАТ «Укртелеком» позитивно, ступінь впливу слабка. Найбільший позитивний вплив від науково-технічних факторів, а саме розширення асортименту шляхом використання нових технологій. Найбільший негативний вплив від економічних факторів, а саме від рівня інфляції.

Щодо конкурентів, то на сьогоднішній день основними конкурентами ПАТ «Укртелеком» є ПрАТ «Київстар», ТОВ «Лайфселл» та ПрАТ «ВФ Україна», які надають послуги мобільного зв'язку, доступу до мережі інтернет за 3G технологіями та планують перехід до 4G технологій найближчим часом, а також надають різні послуги з підключення телебачення, розробляють мобільні додатки для більшої зручності споживачів тощо. Найбільш активним конкурентом сьогодні на ринку телекомунікацій є «Київстар», абонентська база якого складає близько 28 млн. абонентів. Компанія надає послуги високої якості та надає високий рівень обслуговування клієнтів. Загалом, телекомунікаційна галузь є надзвичайно прогресивною та перспективною, проте аби залишатися конкурентоспроможним та надавати послуги високої якості, необхідно постійно вкладати кошти у оновлення матеріально-технічної бази та оновлювати технології надання послуг, що Укртелеком поки що проводить не дуже активно [4]

Отже, на сьогоднішній день ПАТ «Укртелеком» має багато конкурентів, які надають послуги мобільного зв'язку, доступу до мережі інтернет за 3G технологіями, а також надають різні послуги з підключення телебачення, розробляють мобільні додатки для більшої зручності споживачів тощо. Тому задля того, щоб залишатися конкурентоспроможним підприємством, необхідно ставити акцент на вивченні соціально-психологічних підходів та застосовувати їх у діяльності ПАТ «Укртелеком».

РОЗДІЛ 2

ВИКОРИСТАННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИХ ПІДХОДІВ У КОМУНІКАЦІЙНІЙ СИСТЕМІ

2.1 Розробка основних складових соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»

Соціальна психологія — розділ, галузь психології, яка займається вивченням закономірностей діяльності людини в умовах взаємодії в соціальних групах. Соціальна психологія, це наукове дослідження того, як на думки, почуття та поведінку людей впливає дійсна, уявна чи передбачувана присутність інших [23].

Соціальні психологи досліджують фактори, які спричиняють поведінку, що розгортається певним чином у присутності інших. Вони вивчають умови, за яких відбуваються певні поведінки, дії та почуття. Соціальна психологія стосується того, як когнітивно будуються ці почуття, думки, переконання, наміри та цілі, і як ці розумові уявлення, у свою чергу, впливають на нашу взаємодію з іншими особами.

Більшість соціально-психологічних досліджень стосуються або кореляційних, або експериментальних. Кореляційні дослідження, для проведення яких інколи використовують метод систематичного опитування, виявляють взаємозв'язок між змінними, такими, наприклад, як рівень освіти і дохід. Ставлячи експерименти, соціальні психологи інколи створюють події які зачіпають емоції людей. У цьому разі вони зобов'язані слідувати професійним етичним правилам: отримувати згоду від обізнаних випробовуваних, дотримуватися принципу «не нашкодь», після завершення експерименту повністю розкривати їм будь-який тимчасовий обман [21].

У свою чергу, у структуру соціальної психології входять такі три групи проблем (рисунок 2.1).

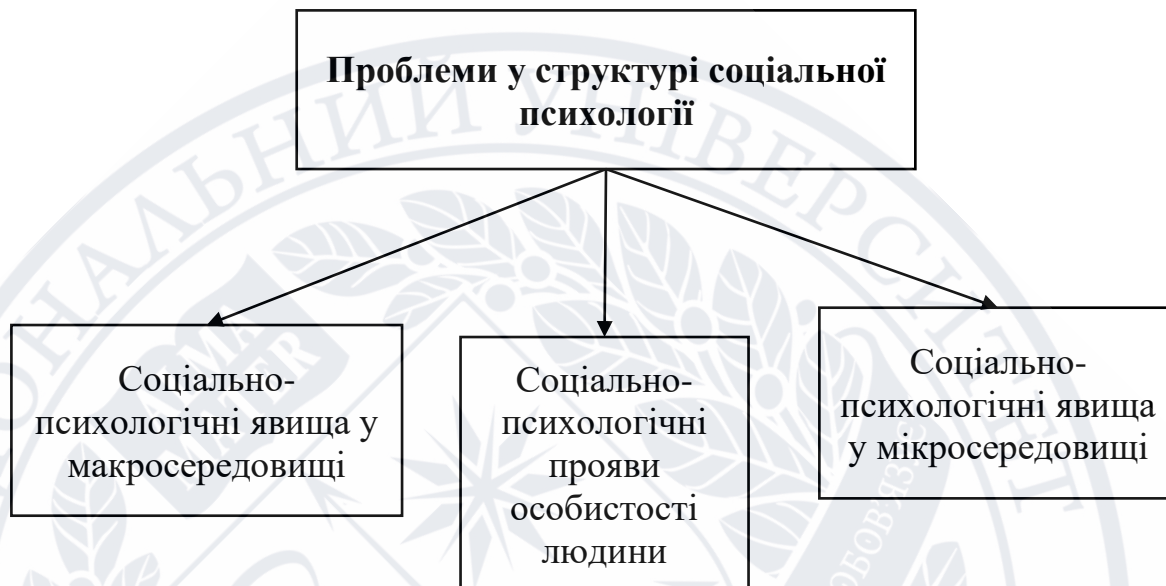


Рисунок 2.1 – Проблеми у структурі соціальної психології

* розроблено автором на підставі [6]

- Соціально-психологічні явища у великих групах (у макросередовищі). Сюди відносяться проблеми масової комунікації, механізми і ефективність впливу засобів масової комунікації на різні спільності людей, закономірності поширення суспільних настроїв, обрядів, звичаїв тощо.

- Соціально-психологічні явища в малих групах (у мікросередовищі). Вони стосуються проблем психологічної сумісності в замкнутих групах, міжособистісних відносин, лідерства і інших.

- Соціально-психологічні прояви особистості людини (соціальна психологія особистості). Тут розглядають, наскільки особистість відповідає соціальним очікуванням у великих і малих групах, як вона сприймає вплив малих груп, яка

залежність самооцінки особистості від оцінки її групою, в яку входить особистість, тощо [14].

Важливе значення у вирішенні завдань соціальної роботи має теорія соціального конфлікту, як індивідуально-особистісного, так і індивідуально-групового і міжгрупового. Відповідний соціально-психологічний аналіз конфлікту забезпечує дієвість соціальної роботи, підвищує ефективність трудової (навчальної) діяльності.

До соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» насамперед слід віднести:

- вивчення особистості, а саме визначення її соціально-психологічних орієнтирів дослідження її комунікативного потенціалу;
- пояснення механізмів соціалізації;
- діагностування найважливіших компонентів структури, виявлення регуляторів поведінки;
- дослідження конкретних груп, у яких особистість засвоює соціальні впливи і реалізує свою соціальну сутність [6].

Аналізу піддають такі важливі соціально-психологічні вияви особистості, як соціальна установка, соціальна адаптація, індивідуалізація, інтеграція особистості, соціальна діяльність, активність, статусно-рольова реалізація особистості у групі, її статево-рольова диференціація, нормативна поведінка, соціально-психологічні якості тощо. При цьому враховують, що вся система суспільних відносин (економічних, політичних, моральних та ін.), до якої залучена людина, є об'єктивною основою формування її особистісних соціально-психологічних властивостей, якостей і рис характеру.

Саме в процесі соціально-психологічної діяльності людина, з одного боку, інтегрує соціальні відносини навколишнього середовища, а з другого — виробляє своє особливе ставлення до оточення. Елементами соціально-психологічної основи

особистості є: соціально окреслена мета її діяльності; соціальні статуси, позиції і виконувані соціальні ролі; зумовлені статусами і ролями очікування; норми і цінності (культура), якими вона керується в процесі діяльності; соціокультурна, етнопсихологічна програма поведінки; система знаків, яку вона використовує; соціально-психологічне відображення соціальних відносин; сукупність знань; рівень освіти і спеціальної підготовки; комунікативний потенціал; особистісні механізми регуляції соціального процесу; активність і ступінь самостійності в прийнятті рішень. Становлення особистості в соціумі з погляду соціальної психологи неможливе поза суспільними відносинами, поза взаємодією з групою, спілкуванням і діяльністю [21].

Проаналізувавши, соціально-психологічні підходи у комунікаційній системі, можу виділити основні складові соціально-психологічних підходів в комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком». На мою думку, вивчення різних аспектів процесу спілкування показує, що зміст кожного із них включає в себе певні способи впливу індивідів один на одного.

Тому одним із головних складових соціально-психологічних підходів, я вважаю, вплив. У свою чергу, вплив - це процес і результат зміни індивідом поведінки іншої людини, її установок, намірів, уявлень, оцінок тощо у ході взаємодії з нею.

Переконання як засіб соціально-психологічного підходу – це свідома, аргументована дія щодо однієї людини або групи людей з метою змінити їхнє судження, ставлення, намір чи рішення. Засобами переконання є: ясні, чітко сформульовані аргументи, висунуті співрозмовнику в прийнятному для нього темпі та зрозумілій термінології (метод розгорнутої аргументації); відкрите визнання як сильних, так і слабких сторін рішення дає співрозмовнику змогу зрозуміти, що ініціатор впливу «володіє ситуацією» (метод двосторонньої аргументації);

отримання згоди у відповідь на кожен доказ (метод позитивних відповідей Сократа). Засоби переконання зображені на рисунку 2.2

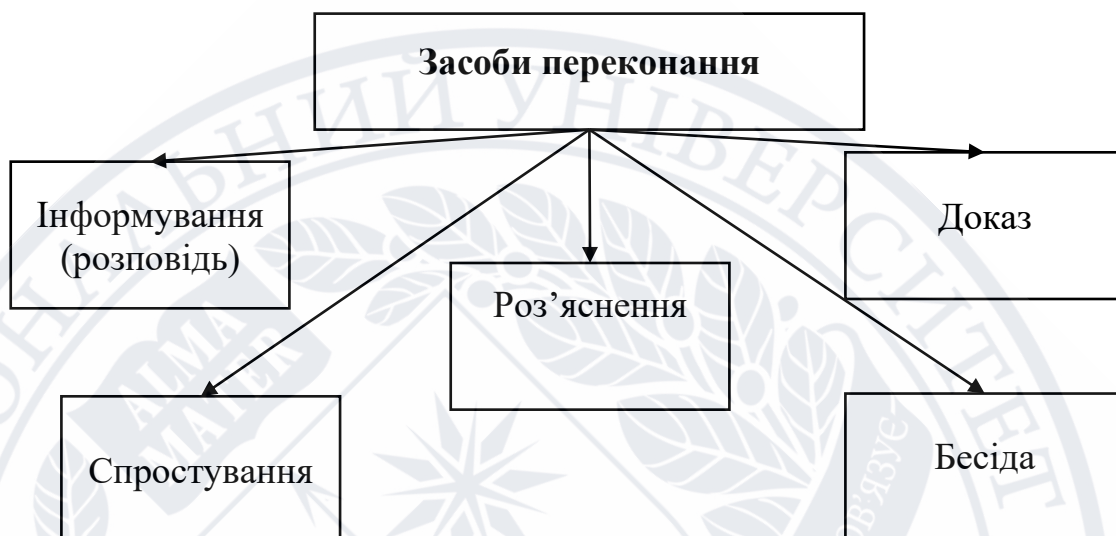


Рисунок 2.2 – Засоби переконання

* розроблено автором

Наступний, не менш важливий соціально-психологічний підхід, навіювання – це свідомий неаргументований вплив на людину або групу людей з метою змінити їхній стан, ставлення, схильність до певних дій. Засобами навіювання є: володіння методом гіпнозу; особливі індивідуальні якості; особистий авторитет; використання умов і оточення, які посилюють сугестію (приглушене освітлення, ритмічні звуки, ритуальні дотики та інше); вибір партнерів, які найбільше піддаються впливу.

Зараження – це передача свого стану або ставлення іншій людині, або групі, котрі якимось чином (немає пояснення яким) переймають цей стан або ставлення. Це може відбуватися як мимоволі, так і свідомо. Засобами зараження є: висока динаміка і неенергійність особистої поведінки; артистизм; інтеграційне залучення

партнерів; поступове нарощування інтенсивності дій; прямий погляд в очі співрозмовника; дотики і тілесний контакт.

Наслідування – це здатність викликати бажання бути подібним до себе. Воно може виявлятися як мимоволі, так і застосовуватись свідомо. Засобами наслідування є: публічне визнання (популярність); демонстрація високої майстерності; приклад сміливої поведінки, милосердя, служіння ідеї; новаторство; особистий «магнетизм», тяжіння; «модні» поведінка та оформлення зовнішності; заклик до наслідування

Чутка- це повідомлення, що надходить від однієї або більше осіб, про нічим не підтверджені події. Як правило, вони стосуються важливих для певної соціальної групи чи людини явищ, зачіпають актуальні для них потреби та інтереси. Очікування одержати задоволення потреби в інформації є головним мотивом сприймання і відтворення почутого (чутки). Засоби протидії чуткам можна поділити на дві групи - профілактичні та активні. Профілактичні засоби пов'язані з ефективністю дії засобів масової інформації та пропаганди, наявністю обов'язкового зворотного зв'язку між керівництвом та переважною масою народу. Важливим при цьому є ефективність керівництва на всіх рівнях, довіра до нього та засобів масової інформації. Засоби активної протидії, як правило, пов'язані з контрпропагандою, яка виходить з того, що замовчування чуток призводить до їх поширення, виникнення нових чуток. Пряме спростування чуток часто викликає ефект «бумерангу». Вони знову повертаються і поширюються серед людей ще з більш недостовірними деталями [23].

На мою думку, кожен із вищеперелічених соціально-психологічних підходів має місце в комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком».

Отже, можу підсумувати, що до основних соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» насамперед слід віднести: вивчення особистості, а саме визначення її соціально-психологічних орієнтирів дослідження

її комунікативного потенціалу; пояснення механізмів соціалізації; діагностування найважливіших компонентів структури, виявлення регуляторів поведінки та дослідження конкретних груп, у яких особистість засвоює соціальні впливи і реалізує свою соціальну сутність.

2.2 Обґрунтування доцільності використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»

Соціально-психологічний підхід у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» – являє собою процес становлення особистості, поступове засвоєння нею вимог суспільства, придбання соціально значимих характеристик свідомості і поведінки, які регулюють її взаємини із суспільством. До соціально-психологічних підходів відносять: процес вивчення особистості, а саме визначення її соціально-психологічних орієнтирів дослідження її комунікативного потенціалу; пояснення механізмів соціалізації; діагностування найважливіших компонентів структури, виявлення регуляторів поведінки; дослідження конкретних груп, у яких особистість засвоює соціальні впливи і реалізує свою соціальну сутність [21].

На мою думку, використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» є важливою. Оскільки, саме завдяки цим підходам, і формується людина як особистість із власними думками, поглядами і цінностями. Норми, правила і вимоги, що склалися в організації, породжують особливі психологічні відносини між людьми – управлінські відносини, що утворюють спільну діяльність.

У свою чергу, вивчаючи особистість у межах комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком», я виокремила у структурі особистості чотири підструктури (рівні),

в залежності від яких і визначається соціально-психологічний підхід до кожної людини (рисунок 2.3)

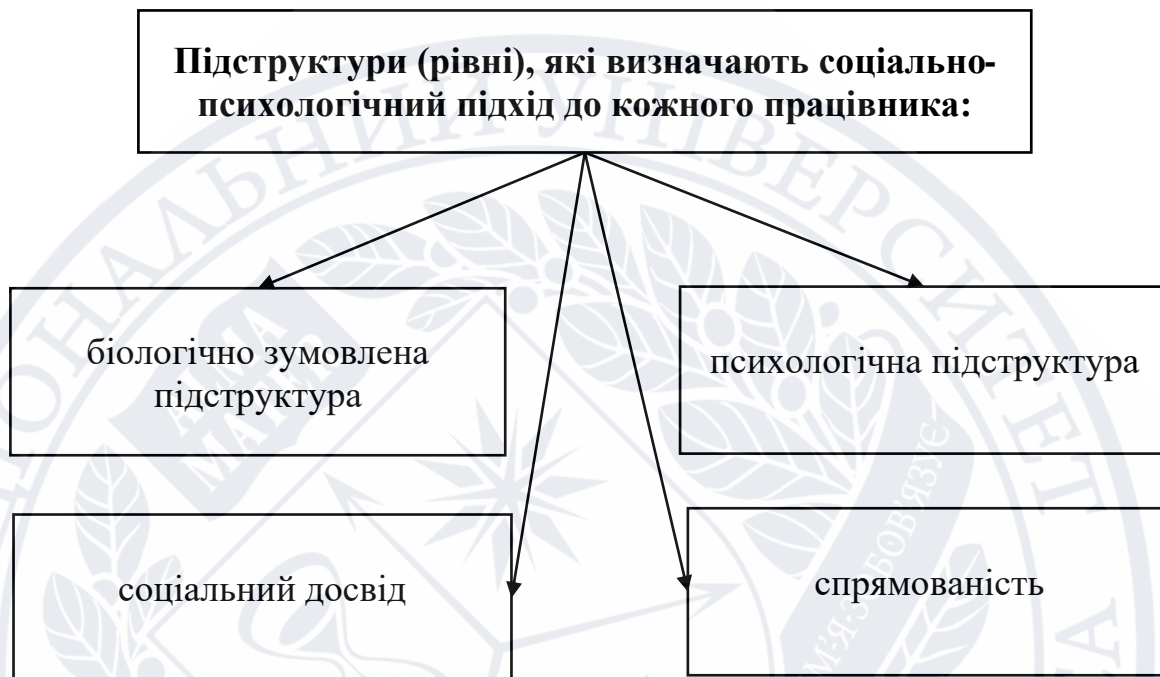


Рисунок 2.3 – Рівні соціально-психологічних підходів до працівників

* розроблено автором на підставі [23]

-біологічно зумовлена підструктура (темперамент, статеві, вікові, патологічні властивості психіки). Зрозуміло, що кожна людина індивідуальна, тому й підхід потрібно вибирати в залежності від цих критеріїв;

-психологічна підструктура (індивідуальні властивості окремих психічних процесів, які стали властивостями особистості, — пам'яті, емоцій, відчуттів, мислення, сприймання, почуттів і волі);

-соціальний досвід (набуті людиною знання, навички, вміння і звички);

-спрямованість (нахили, бажання, інтереси, потяги, ідеали, індивідуальна картина світу, переконання) [3].

Соціально-психологічний підхід відрізняється від психологічного підходу передусім баченням структури особистості. Саме особистісні якості, властивості, психічні процеси, темперамент, риси характеру, здібності людини, її потреби, інтереси та ідеали мають своєрідні, неповторні індивідуальні особливості, які позначаються на всьому: пізнавальній діяльності, навчанні, праці, вчинках і поведінці особистості, стосунках з іншими, загалом на взаємодії із суспільством або ж як у моєму випадку, у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком».

У наш час, навіть існує навіть окрема наука – психологія управління, яка й вивчає доцільність використання соціально-психологічних підходів в установах, підприємствах, організаціях. Об'єктом психології управління виступає організована (індивідуальна і спільна) діяльність людей, об'єднаних загальними симпатіями, інтересами, цілями і цінностями, підпорядкованих правилам і нормам організації, людей, що виконують спільну роботу у відповідності із економічними, соціальними, технологічними, корпоративними, правовими та організаційними вимогами. Правила, вимоги та норми, що склалися в організації, породжують особливі психологічні відносини між людьми – управлінські відносини, що утворюють спільну діяльність [22].

Тому, можу сказати, що об'єкт вивчення психології управління складають люди, що у фінансовому і юридичному відношенні входять в самостійні організації, їх стосунки в організації, де учасники об'єднані загальним порядком, пов'язані один з одним сукупністю аспектів відповідальності –матеріальної, моральної, соціальної, психологічної, правової.

2.3 Соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком»

На формування особистості впливають такі чинники як діяльність, пізнання і спілкування. Останній з них є найважливішим, так як саме завдяки спілкуванню відбувається обмін інформацією між учасниками (працівниками), сприймання людьми один одного, а також процеси згуртування у колективі, симпатія, конфлікти та інше.

Саме завдяки спілкуванню формуються міжособистісні стосунки, які є основою соціального життя суспільства, а також сприяють формуванню спільності настроїв і поглядів, взаєморозумінню та узгодженості дій. Спілкування – важлива умова формування особистості, тому вивчення комунікативної сфери є важливим на сьогодні.

З соціально-психологічної точки зору спілкування можна пояснити як взаємодію двох і більше людей, під час якої відбувається обмін інформацією пізнавального та афективно-ціннісного характеру. Завдяки спілкуванню людина задовольняє особливу потребу в контакті з іншими людьми, яка іноді може бути одним з провідних мотивів, які спонукають особистість до активної діяльності [23].

Н. В. Захарчук виділяє наступні характеристики спілкування:

- процес взаємодії;
- певний обмін інформацією;
- потреба у спілкуванні

На мою думку, соціально-психологічні підходи є вкрай важливими задля їх взаємодії не лише між собою, а й між працівниками та керівництвом. У свою чергу, комунікація між працівниками можлива завдяки включенню людини у діяльність.

Тобто, завдяки взаємодії з іншими людьми з'являється можливість засвоїти суспільні цінності, сформувати індивідуальний стиль діяльності і спілкування.

Діяльність дозволяє людині виробити власні способи досягнення мети, виробити власну життєву позицію, стати відповідальним, розуміти свої можливості, навчитись реалізувати свій потенціал у суспільстві.

Я пропоную розглянути основні соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком» (рисунок 2.4)

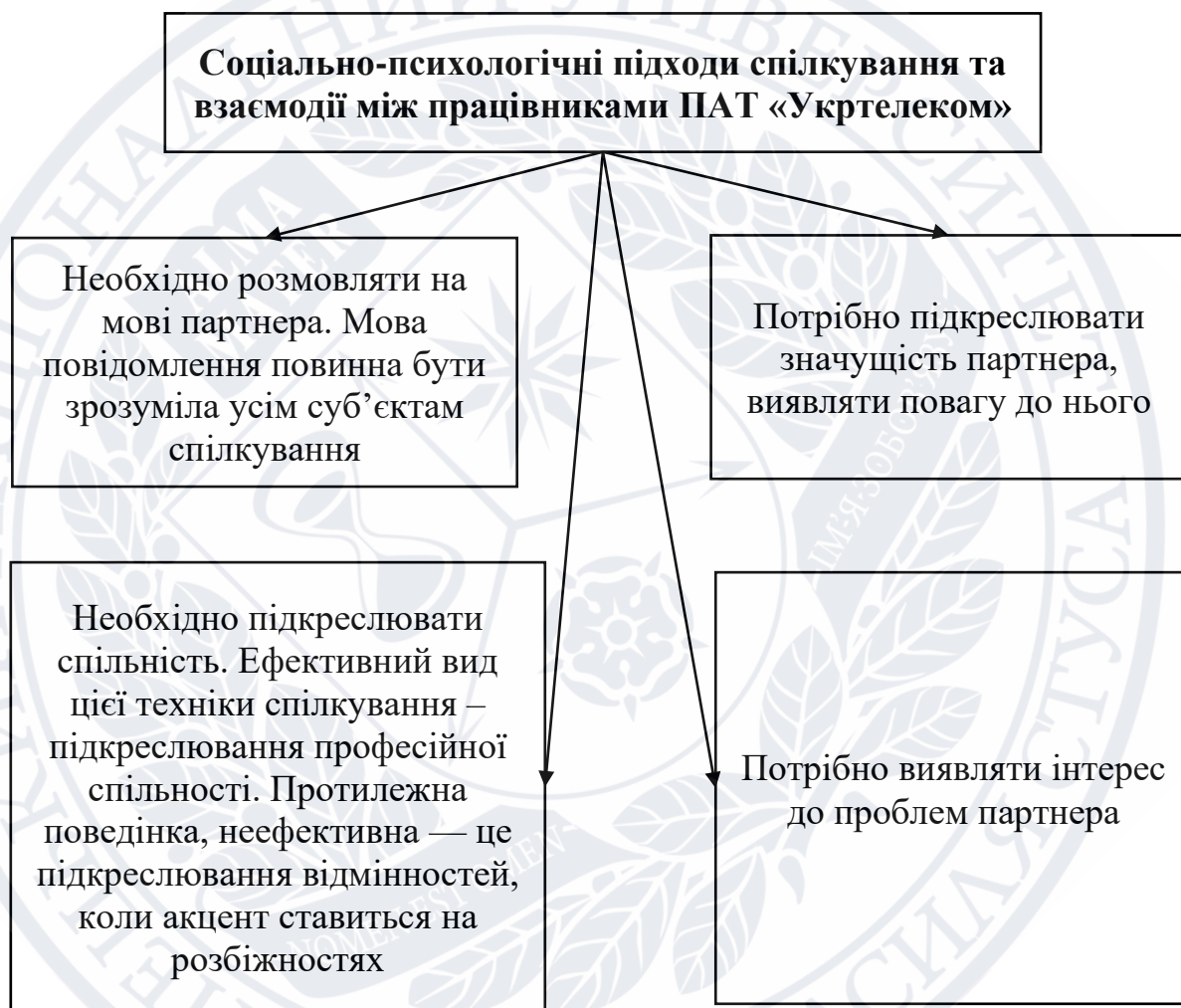


Рисунок 2.4 – Основні соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком»

* розроблено автором

Якщо розглядати спілкування між працівниками з соціально- психологічної точки зору, то для цього процесу потрібні як мінімум дві особи — відправник і одержувач інформації. Тут мова йде про діалогічний тип відносин, який можна вважати універсальною умовою буття людини, формою становлення, розкриття та вираження її сутності [21].

Діалогічне спілкування у сфері управлінських відносин відбувається за монологічним і діалогічним принципами, передумовами яких є управлінські цілі та завдання, індивідуальні риси й психологічні особливості керівників та інших учасників процесу управління. За монологічного підходу в ділових стосунках індивід є носієм істини, застосовуючи діалогічну форму спілкування для того, щоб підвести співрозмовника до цієї істини. Діалогічний підхід передбачає визнання за співрозмовником права на особисту думку, власну позицію, яку необхідно обґрунтувати. Суттєвою ознакою ділового спілкування в управлінні є особливий морально-психологічний клімат, якому притаманні доброзичливість, взаємна довіра, відкритість. Відкритість як складова професійної компетентності керівника — це готовність та вміння бути самим собою, неприховано виявляти співрозмовнику свою позицію. Водночас у процесі ділового спілкування керівник впливає на психічну сферу людини, групи людей. При цьому можливі послаблення їх усвідомленого контролю, некритичне оцінювання змісту повідомлення. За таких обставин виявляє себе один із традиційних способів впливу під час спілкування — навіювання, характерною ознакою якого є істотне зниження критичності людини до інформації, відсутність прагнення перевірити її достовірність, необмежена довіра до її джерел. Ця довіра і становить основу ефективності навіювання. Навіть за високого самоконтролю цілком позбавитися навіювання людина не спроможна, тому керівники часто вдаються до нього, намагаючись досягти необхідного впливу на співробітників [3].

Загалом ефективність будь-якого способу психологічного впливу керівника на підлеглих залежить від низки чинників, до яких необхідно віднести:

-вміння керівника об'єктивно оцінювати свої особистісні та ділові якості, компетентність щодо винесених для обговорення проблем. Завищена або занижена самооцінка створює додаткові труднощі керівнику для досягнення поставлених цілей. Залежно від особливостей розмови варто обирати відповідний тон спілкування;

-знання керівником особливостей партнера по спілкуванню (професійні, культурно-освітні, національні, психологічні якості). На їх підставі у процесі обміну інформацією враховують рівень професіоналізму співрозмовника, загальний рівень інтелекту, обсяг його інформаційного фонду;

-досконале знання змісту, предмету того, про що йтиметься;

-володіння керівником технологічним інструментарієм риторики [21].

У структурі ділового спілкування між працівниками ПАТ «Укртелеком» слід виділити перцептивну, комунікативну та інтерактивну складові (таблиця 2.1)

Таблиця 2.1 – Складові ділового спілкування ПАТ «Укртелеком»

Складові	Зміст
Перцептивна	Передбачає сприймання людьми один одного. У процесі спілкування індивіда формується уявлення про партнера, його здібності, характер світогляду, знання, вміння, тощо. Перцептивні навички виявляються в умінні визначати контекст зустрічі, розуміти настрій партнера по його вербальній та невербальній поведінці, враховувати психологічні ефекти сприйняття при аналізі комунікативної сторони
Комунікативна	Передбачає використання засобів спілкування яке підрозділяються на вербальні та невербальні. Охоплює обмін інформацією, а також те як інформація формується уточнюється розвивається

Складові	Зміст
Інтерактивна	Передбачає обмін не лише інформацією, а й різними діями, за допомогою яких здійснюється взаємне стимулювання, контроль та взаємодопомога у розв'язанні спільного завдання. Взаємодія в цьому контексті є аспектом спілкування, що виявляється в організації взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення спільної мети.

*Складено автором

Таким чином, соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком» – це насамперед соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії з:

- працівниками ПАТ «Укртелеком» – це насамперед спосіб взаємодії особистості(тобто працівника);
- з суспільством – це сприяє засвоєнню суспільних цінностей, формуванню індивідуального стилю діяльності і спілкування;
- з підприємством – це сприяє збільшенню прибутку.

Діяльність дозволяє працівнику виробити власні способи досягнення мети, виробити власну життєву позицію. Основними характеристиками спілкування між працівниками ПАТ «Укртелеком» є процес взаємодії, обмін інформацією, потреба особистості у спілкуванні.

ВИСНОВКИ

У бакалаврській роботі було розглянуто сутність комунікаційної системи; розкрито теоретичні підходи до формування комунікаційної системи; досліджено взаємозв'язок комунікаційної системи з комунікаційними структурами; виділено особливості формування комунікаційної системи ПАТ «Укртелеком»; проаналізовано методологічні засади формування та використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»; сформульовано розробку основних складових соціально-психологічних підходів в комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком»; обґрунтовано доцільність використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» та розкрито соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії між працівниками ПАТ «Укртелеком»

1. Розглянувши сутність комунікаційної системи, у загальному можна сказати, що комунікаційна система є структурована (впорядкована певним чином) сукупність реципієнтів, комунікаторів, смислових повідомлень, комунікаційних каналів (включаючи комунікаційні служби, які мають матеріально-технічними ресурсами і професійними кадрами) і засоби комунікації (знаки і символи). Якщо культура являє собою сукупність упредметнених і нематеріальній культурних, соціальних, смислів, то комунікаційна - це частина виражена культури, що забезпечує рух культурних смислів в соціальному просторі і часі. Іншими словами, комунікаційна система в цілому і її елементи – це матеріалізована комунікаційна культура

2. Розкривши теоретичні підходи до формування комунікаційної системи можна сказати, що завдяки ефективним комунікаціям на підприємстві можливе цілісне функціонування комунікаційної системи в цілому. Адже саме комунікація на пряму впливає на її функціонування.

3. Проаналізувавши комунікаційну систему з комунікаційними структурами, можу підсумувати, що саме їх взаємозв'язок між собою і породжує комунікативний простір. У свою чергу, комунікативний простір – це соціально-психологічне середовище, у якому можливе формування адекватної комунікативної моделі спілкування.

4. Отже, на сьогоднішній день ПАТ «Укртелеком» має багато конкурентів, які надають послуги мобільного зв'язку, доступу до мережі інтернет за 3G технологіями, а також надають різні послуги з підключення телебачення, розробляють мобільні додатки для більшої зручності споживачів тощо. Тому задля того, щоб залишатися конкурентоспроможним підприємством, необхідно ставити акцент на вивченні соціально-психологічних підходів та застосовувати їх у діяльності ПАТ «Укртелеком».

5. До основних соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» насамперед слід віднести: вивчення особистості, а саме визначення її соціально-психологічних орієнтирів дослідження її комунікативного потенціалу; пояснення механізмів соціалізації; діагностування найважливіших компонентів структури, виявлення регуляторів поведінки та дослідження конкретних груп, у яких особистість засвоює соціальні впливи і реалізує свою соціальну сутність.

6. Використання соціально-психологічних підходів у комунікаційній системі ПАТ «Укртелеком» є важливою. Оскільки, саме завдяки цим підходам, і формується людина як особистість із власними думками, поглядами і цінностями. Норми, правила і вимоги, що склалися в організації, породжують особливі психологічні відносини між людьми – управлінські відносини, що утворюють спільну діяльність.

7. Об'єкт вивчення психології управління складають люди, що у фінансовому і юридичному відношенні входять в самостійні організації, їх стосунки в

організації, де учасники об'єднані загальним порядком, пов'язані один з одним сукупністю аспектів відповідальності –матеріальної, моральної, соціальної, психологічної, правової.

8. Соціально-психологічні підходи спілкування та взаємодії з:

-працівниками ПАТ «Укртелеком» – це насамперед спосіб взаємодії особистості(тобто працівника);

-з суспільством – це сприяє засвоєнню суспільних цінностей, формуванню індивідуального стилю діяльності і спілкування;

-з підприємством – це сприяє збільшенню прибутку.

Діяльність дозволяє працівнику виробити власні способи досягнення мети, виробити власну життєву позицію. Основними характеристиками спілкування між працівниками ПАТ «Укртелеком» є процес взаємодії, обмін інформацією, потреба особистості у спілкуванні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ПОСИЛАНЬ

1. Архипова С. П. Професійна компетентність і професіоналізм соціального працівника: сутність і шляхи розвитку // *Соціальна робота в Україні: теорія та практика*. К.: Аспект-Поліграф, 2004. Вип. 2 (7). С. 15-24.
2. Баюра Д. О. Соціальна відповідальність як інструмент удосконалення корпоративного управління в Україні // *Теоретичні та прикладні питання економіки: збірник наукових праць*. Т. 1. К. : ВПЦ «Київський університет». 2012. С. 204-210.
3. Бороздина Г. В. Психология делового общения. Учеб. пособие. М.: ИНФРА, 1998. 222 с.
4. Внутрішня документація ПАТ «Укртелеком»: Положення «Про персонал підприємства».
5. Галенко В.П. Управление персоналом и эффективность предприятий. СПб.: Изд-воСПбУЭФ, 1994. 325с.
6. Кайлюк Є. М., Фесенко Г.Г. Психологія управління: навч. посіб. Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. 2-ге вид. перероб. та доп. Х. : ХНАМГ, 2012. 202 с.
7. Комунікаційна система. URL: <http://um.co.ua/2/2-6/2-60616.html>
8. Комунікаційний канал. URL: http://megalib.com.ua/content/1952_67_Komunikaciini_kanali.html
9. Комунікація. URL: <https://uk.wikipedia.org/>
10. Короткий термінологічний словник URL: www.info-library.com.ua/books-text-1273.html
11. Нікіточкіна І. В., Шпільчак О. Предмет і об'єкт теорії комунікації; Конечкая В. П. Социология коммуникации : учебник. М. : Международный ун-т бизнеса и упр., 1997. 302 с.

12. Крушельницька О.В., Мельничук П. Управління персоналом : Навч. посіб. 2 -ге вид., переробл. і доп. К. : Кондор, 2005. 308 с.
13. Офіційний сайт ПАТ «Укртелеком». URL: [http:// ukrtelecom.ua](http://ukrtelecom.ua).
14. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління: Навчальний посібник. Івано-Франківськ: «Плай», 2001. 695 с.
15. ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ». URL: <https://ukrtelecom.ua/about/accounting/>
16. Публічне акціонерне товариство ПАТ «УКРТЕЛЕКОМ». URL: <https://ukrtelecom.ua/about/>
17. Система управління. URL: <http://studies.in.ua/polit-men-shpora/2565-sistema-upravlnnya-yiyi-funkcyi-ta-elementi.html>
18. Смоленюк П. С. Корпоративна культура як основа розвитку організації *Наука й економіка*. 2010. № 1. С.123-128.
19. Стрехова С. В. Кадрова політика: важелі впливу на ефективність, механізми та інструменти реалізації *Економічний часопис—XXI*. 2012. № 3/4. С. 66-70.
20. Стефінін В.В. Якість праці: чинники забезпечення та напрями поліпшення: автореферат дис. к. е. н. Київ, 2008. 23 с.
21. Ткач Р. В. Психологічні особливості творчої активності особистості. Запоріжжя: В-во ЗДІА, 1999. 24 с.
22. Тридід О. М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства : монографія. Х. : Вид-во ХДЕУ, 2002. 364 с.
23. Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации. Ученик для ВУЗов. СПб: Питер. 2004. 400 с.
- 23 Щёкин Г. Организация и психология управления персоналом: Учебно-методическое пособие. К.: МАУП, 2002. 832 с.