

ТАҚЫРЫПТАР БОЙЫНША ПРАКТИКАЛЫҚ САБАҒЫ

1. Семинар сабағының тақырыбы. Басқарудағы коммуникация

2. Сабақтың мазмұны:

1. Басқару ақпараты менеджменттің негізі ретінде.
2. Басқарудағы коммуникацияның ролі
3. Коммуникациялық процесс, оның кезеңдері мен элементтері.
4. Ұйымдық коммуникацияның кедергілері және оларды жою.

3. Сабақтың мақсаты мен міндеттері: Басқару ақпараты менеджменттің негізі ретінде, басқарудағы коммуникацияның ролін, коммуникациялық процесс, оның кезеңдері мен элементтерін, ұйымдық коммуникацияның кедергілері және оларды жоюды студенттерге таныстыру.

4. Техникалық (оның ішінде оқытудың да) және инструментальдық құралдар: слайдтар, презентациялар, электрондық оқулық, есептер.

5. Сабақтарды өткізу тәртібі:

- *Үйге берілген тапсырманы тексеру*

- *Тақырып бойынша теориялық білімді тексеру*

- *Кейс: ТАЛДАУҒА АРНАЛҒАН ЖАҒДАЙ: «МАККЕССОН» КОРПОРАЦИЯСЫНДАҒЫ КОММУНИКАЦИЯЛАРДЫ БАСҚАРУ*

1984 жылы «МакКессон» корпорациясы кеңсе жабдықтарын шығаратын және 17 өнім сату орталықтары бар «бас кеңсенің іс жүзінде араласуынсыз жұмыс істейтін» «Чемпион Интернэшнл» фирмасын сатып алды. Бас кеңсенің фирманың жұмысына араласуы мынаны білдіреді: «Чемпион Интернэшнл» фирмасы – «өзінің саласындағы мәңгілік аутсайдер» болуы.

1986 жылы «МакКессон» корпорациясының кеңсе жабдықтарын шығарумен айналысатын «Офис продактс дивижн» бөлімшесі өзінің өнімін сатудан түскен табысын 40%-ке ұлғайтты, ал сауда агенттері өнімді сатудан бұрынғы көрсеткіштерінен асып түсті. Мұндай өзгерістердің болуына не себеп болды?

Көп ұзамай «Чемпион Интернэшнл» фирмасын сатып алғаннан кейін Линда Бос «МакКессон» корпорациясының өнімді сату бойынша вице-президенті болып тағайындалды. Линда Бос мынаны түсінді, сауда агенттерінің арасында ақпаратпен тиімді алмасу мүлдем жоқ, сондықтан да ағымдағы және келешектегі мақсаттарды анықтауда бірігіп жұмыс ұйымның өзі үшін де істеу мүмкін емес. Ақпараттармен нашар алмасу ұйымның жұмыс иімділігін көтеру үшін басты кедергі болды. Ұйымдағы жеке адамдар арасында, сондай-ақ ұйым ішінде коммуникацияны жетілдіруге мұқтаж болды.

Линда Бос анықтағандай, сауда агенттері арасында идеялармен жүйелі түрде алмасып отыру механизмі мүлдем жоқ. Өйткені сауда агенттері ешқашан бірбірімен кездескен емес. Еске салу жазбалары ары-бері жүргенімен, сауда агенттерінің үнемі жан-жақта жүруі салдарынан, ол жазбалар апталап босқа жатты. Сондай-ақ, Линда Бос анықтағандай, «бір жапырақ қағазбен адамдарды сергіту мен жұмысқа деген ынтасын ояту қиынға соғады». Линда Бос сауда агенттеріне олардың әріптестерінің жұмысы жайлы хабар беріп отыру механизмін құруға шешім қабылдады, ол механизм қажетті ақпарат алу үшін және идеялар мен ұсыныстармен алмасу отыру үшін жарамды. Ол әрбір агенттің бір мезгілде жаңа бұйымдар бойынша, өнімді сатуға шығару бойынша іс-шаралар бойынша ақпараттар алуы қажет деп санады.

Линда Бос ай сайын бір жұмыс күнінің ұзақтығындай, фирманың өнімін сату бойынша, бас кеңсе мен өнімді сату орталықтары арасында сауда агенттері арасында

ақпараттар алмасуға ықпал ететін екі жақты ақпарат алмасуды жолға қоятын жиналысты күн тәртібіне қойды.

Енді жиналыс айына бір рет, айдың соңғы жұмасында, әрбір 17 өнімді сату орталықтарында өткізіледі, және де оған қатысу міндетті деп саналады. Мұндай жиналыстардың базалық формасы стандартты болып келеді, бірақ әрбір сату бойынша басқарушы күн тәртібіне өзінің сату бағасы, қажеттіліктері туралы енгізе алады. Жиналыстың күн тәртібі мен басты тақырыптарын Линда Бос пен оның көмекші қызметкері белгілейді, ал аймақтық өнімді өзінің нақты мұқтаждықтарына және өзінің сататын тауары мен сауда агенттерінің «қайталанбайтындығына» қарай өнімді сату күн тәртібін жаңалайды. Жергілікті орындармен кері байланыс – мұндай жиналыстардың басты артықшылықтарының бірі болып табылады. Кері байланыс әрбір жиналыстан кейінгі аптада аймақтық сату бойынша басқарушылардың Линда Босқа жіберетін формулярының көмегімен жүйеге енгізіледі. Бұл формулярларда «жиналыстың қалай өткендігі, жақсы өтті ме, немесе нашар өтті ме, және де қандай қосымша қолдау керектігі» жайлы ақпарат беріледі.

Линда Бос келесі жиналысқа дейін үлгеру үшін мұндай сұрақтарға тез арада жауап қайтаруға тырысады, және сауда орындарынан келіп түскен ұсыныстарға көңіл бөліп отырады. Ол былай дейді: - «Бізге қажетті ақпарат бер деу оңай, ал оның келіп түсуін қамтамасыз ету – бұл мүлдем басқа жұмыс, сондықтан да біз өзіміздің қызметкерлерімізге дер кезінде жауап беруге тырысамыз». Аймақтық сату бойынша басқарушылар алғашында Линда Босның идеясына біршама қарсы болды, бірақ бүгінде бас кеңсеге өздерінің ұсыныстарын жиі жіберіп тұрады. Сауда агенттері ай сайын болатын жиналысқа жиі тартыла бастады, өйткені ол жиналыста әрекет етудің сәтті стратегиялары талқыланып, және пайдалы ақпараттармен алмасу жүреді. Мәліметтер бойынша, олар тұтынушылар мен тауар жеткізіп берушілерге кәсіби деңгейде және көтеріңкі көңіл-күймен қызмет көрсете бастады. Жаңа коммуникациялық ахуал «компанияға қажетті ақпараттың барлығын қай жерге қажет болса, сонда жұмылдыруға ықпал ете бастады».

Мамандар мен аймақтық сату бойынша басқарушылар ақпараттармен алмасудың кеңеюін құптай бастады. Олардың пікірінше, бүгінде компанияның 17 сауда орталықтары біртұтас бөлім болып, нақты белгіленген айқын бағытта жұмыс істей бастады.

Талқылауға арналған сұрақтар:

1. «МакКессон» корпорациясы кеңсе жабдықтарын шығаратын және 17 өнім сату орталықтары бар «Чемпион Интернэшнл» фирмасын сатып алғанға дейін ақпараттармен алмасу жолында қандай кедергілер болды?
2. Өнімді сату бойынша ай сайын болатын жиналыс жеке адамдар мен ұйым ішіндегі адамдар арасында ақпарат алмасуға қалай ықпал ете бастады?
3. Ақпарат алмасуды жетілдіруге жиналысты өткізудің стандартты формасы қалай ықпал ете бастады?
4. Ақпараттармен алмасудың тиімділігін арттыруға кері байланыстың әсері тиетін әртүрлі механизмдері туралы пікіріңізді білдіріңіз?
5. Коммуникацияның жаңа жүйесінің қандай артықшылықтары бар?