

# ОРГАНИЗАЦИОНА КОМУНИКАЦИЈА

# ЗНАЧАЈ ОРГАНИЗАЦИОНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Ефективна комуникација представља основ за успешност једне организације.
- Никада не можемо комуницирати превише!

# ЗНАЧАЈ КОМУНИКАЦИЈЕ ЗА ПОСЛОВАЊЕ

- Сви облици пословних порука, од поздрава па све до писаних извештаја и презентација захтевају одговарајуће комуникационе вештине.
- Посао намеће запосленом различите видове комуникације у којима је потребно да учествује (писање имејлова, телефонирање, учествовање у групним дискусијама итд).
- Запослени на вишим нивоима организационе хијерархије проводе више времена у комуникацији од оних на нижим нивоима.

# СТРУКТУРА ОРГАНИЗАЦИЈЕ

- Организације се састоје од тимова и група.
- Чланови ових група проводе више од 80% свог времена комуницирајући са другима.
- Пословање саме организације зависи од квалитета комуникације између запослених појединачно, између група и унутар групе, као и комуникације са окружењем.

# КОМУНИКАЦИОНЕ МРЕЖЕ

- Порукe које се размењују између запослених у једној организацији путују такозваним комуникационим мрежама.
- Комуникациону мрежу може чинити:
  1. двоје људи,
  2. група људи или
  3. цела организација (сви запослени у компанији).

# ВРСТЕ ОРГАНИЗАЦИОНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Мреже могу бити постављене унутар организације или са окружењем.
- У зависности од чињенице које се мреже користе, можемо разликовати:
  1. интерну комуникацију и
  2. екстерну комуникацију.

# ОСНОВЕ ИНТЕРНЕ И ЕКСТЕРНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Интерна комуникација се одвија унутар саме организације.
- Дешава се слањем обавештења, на састанцима, телефонским позивима и формалним и неформалним дискусијама.
- Циљ интерне комуникације је да обезбеди успешно извршавање задатака и то кроз мотивисање запослених.

- Екстерна комуникација је усмерена ка купцима и спољашњем окружењу.
- Циљ екстерне комуникације је да упозна купце са производима или услугама саме организације.
- Екстерна комуникација обухвата брошуре, рекламе, контактна писама, телефонске позиве, веб сајт и сл. како би се јавност упознала са свим оним чиме се једна организација бави.



# ИНТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА

- Интерна комуникација представља размену порука између запослених унутар једне организације.
- Интерна комуникација је од суштинског значаја како би посао функционисао како треба и како би запослени ефикасно извршавали своје радне задатке.

# ЕФЕКТИВНА ИНТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА

- Ефективна интерна комуникација подразумева постојање одређених комуникационих вештина, на првом месту вештина слушања и говора.
- Ефективна интерна комуникација се постиже на основу искреног фидбека (повратне информације) у вези с тим које су сметње у комуникацији и како она може бити унапређена.

# ФУНКЦИЈЕ ИНТЕРНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Интерна комуникација има две основне функције:
  1. да информише запослене о променама у пословању организације и
  2. да омогући успешан рад на остварењу организационих циљева.

# ФОРМАЛНА КОМУНИКАЦИЈА

- Формалну комуникациону мрежу чине званично дефинисани канали или линије хијерархије и ауторитета.
- Формалне мреже омогућавају кретање поруке кроз канале који повезују запослене у односу на њихову позицију и улогу у једној организацији.

# ВРСТЕ ФОРМАЛНЕ ПОСЛОВНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Подела формалне пословне комуникације учињена је на основу правца у коме се комуникација одвија, и то на:
  1. вертикалну комуникацију и
  2. хоризонталну комуникацију.

# ВЕРТИКАЛНА КОМУНИКАЦИЈА

- Вертикална комуникација се обавља између запослених који се налазе на различитим хијерархијским нивоима.
- Формална је и одвија се званичним путем.

# ВРСТЕ ВЕРТИКАЛНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- У зависности од тога да ли се информације крећу са виших ка нижим позицијама или обратно, можемо разликовати:
  1. силазну и
  2. узлазну комуникацију.

# ПРАВАЦ КОМУНИКАЦИЈЕ



УЗЛАЗНА КОМУНИКАЦИЈА



СИЛАЗНА  
КОМУНИКАЦИЈА



# СИЛАЗНА КОМУНИКАЦИЈА

- У силазној комуникацији порука, тј. информација, се креће из правца надређених у правцу подређених у организационој хијерархији.
- Поруке се преносе путем формалних комуникационих мрежа.

# ПРИМЕР

ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР

ДИРЕКТОР ОРГАНИЗАЦИОНЕ  
ЈЕДИНИЦЕ

ЗАПОСЛЕНИ

# РАЗГОВОР



# ОБАВЕШТЕЊЕ



# САСТАНАК



# ПРЕДНОСТИ СИЛАЗНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Када је јасна и свеобухватна, силазна комуникација упућена запосленима дефинише њихове радне задатке и поставља јасна очекивања.

# НЕДОСТАЦИ СИЛАЗНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Један од основних недостатака силазне комуникације је бука.
- У силазној комуникацији долази до дисторзије (изобличавања) поруке, посебно ако порука не иде директно од пошиљаоца до примаоца, јер људи различито опажају поруке, додају или одузимају поједине информације и сл.

- Осим тога, поруке је неопходно дозирати и не оптеретити запосленог са превише информација истовремено.
- Још један недостатак силазних порука је њихова једностраност. Оваква комуникација није интерактивна јер пошиљалац не очекује одговор од примаоца.



# ПУТ КА ЕФЕКТИВНОЈ СИЛАЗНОЈ КОМУНИКАЦИЈИ

- Обезбедити запосленима копије свих важних докумената који се тичу њихових задужења.
- Организовати редовне састанке на свим организационим нивоима како би запослени били упознати са достигнућима, циљевима и потешкоћама, како би се обезбедило ефикасније функционисање организације.

# УЗЛАЗНА КОМУНИКАЦИЈА

- Узлазна комуникација предстваља комуникацију која се обавља из смера запослених на нижим у смеру запослених на вишим хијерархијским нивоима.
- Узлазне поруке су такође формалног типа.
- Узлазна комуникација обично обухвата информације у вези са пројектима, задацима, потребама запослених, ставовима.

# ИМЕЈЛ ПОРУКЕ

- Претерано коришћење имејл порука у некој организацији може довести до ситуације да неки запослени упућују имејлове узлазно директно топ менаџменту, не обазирјући се на нивое ауторитета.
- Ово је погрешна пракса. Никада не треба „прескакати“ своје шефове.



# ПРЕДНОСТИ УЗЛАЗНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Узлазне поруке обезбеђују повратне информације о томе како су схваћене директиве компаније и обезбеђују увид у активности које се обављају на нижим организационим нивоима.
- Запослени могу комуницирањем са надређенима разјаснити евентуалне нејасноће.
- Када запослени учествују у одлучивању или решавању неког проблема, задовољство послом се повећава, а тиме и сама продуктивност.

# НЕДОСТАЦИ УЗЛАЗНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Као и код силазних порука, и овде се јавља опасност од дисторзије и филтрирања. Наиме, запослени се боје чињенице да ће их надређени видети као неподесне да обаве одређени посао, док надређени који, на пример, не желе да чују лоше вести или проблем, могу у потпуности пречути негативну вест.

# ПУТ ДО ЕФИКАСНЕ УЗЛАЗНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Организовати појединачне састанке шефова са сваким запосленим. Ови састанци могу бити и формалне и неформалне природе јер су и једни и други драгоцени за унапређење посла.
- На овај начин се стиче увид у пословање, могу се разјаснити евентуалне недоумице и проблеми ако постоје.

# ХОРИЗОНТАЛНА КОМУНИКАЦИЈА

- Хоризонтална комуникација представља размену порука између људи који се налазе на истом хијерархијском нивоу.
- Поруке се могу размењивати међу члановима исте организационе јединице, као и између различитих јединица и тимова.

# КАРАКТЕРИСТИКЕ ХОРИЗОНТАЛНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- С обзиром да не постоје различити хијерархијски нивои у комуникацији, у хоризонталној комуникацији поруке се размењују брзо.
- Хоризонталне поруке се размењују када је потребно управљати пројектом и решавати проблеме на које се наилази.
- Већина информација које се размењују су пословне природе, али неке су и личне природе.
- Хоризонтална комуникација повећава радну продуктивност, радни морал, охрабрује тимски рад и сардању.



# НЕДОСТАЦИ ХОРИЗОНТАНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Најистакнутији недостатак хоризонталне комуникације је професионално ривалство, тј. такмичење између припадника различитих организационих јединица.
- Запослени каткад нерадо размењују информације са другима из бојазни да ће их то угрозити.

# ЕКСТЕРНА КОМУНИКАЦИЈА

- Екстерна комуникација је размена информација између организације и спољног окружења.
- То је размена порука између запослених у компанији и купаца, медија, државних органа итд.

# УКУПНОСТ ЕКСТЕРНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Екстерна комуникација обухвата:
  1. улаз (све информације које организација прима из окружења),
  2. трансформацију (анализа информација и њихово даље коришћење у пословању) и
  3. излаз (поруке које организација шаље у окружење очекујући нове повратне информације из окружења).

# КАРАКТЕРИСТИКЕ ЕКСТЕРНЕ КОМУНИКАЦИЈЕ

- Највећа предност екстерне комуникације је повратна информација из окружења која може бити од великог значаја за опстанак сваке организације.
- Понекад је ова комуникација пажљиво планирана, а понекад се одвија неформално.
- Екстерна комуникација помаже запосленима да формирају пожељну слику о компанији у јавности и да добију корисне информације од купаца.

# ОДНОСИ С ЈАВНОШЋУ

- Екстерна комуникација је веома важна из угла односа с јавношћу јер је имиџ компаније јако битан, а и најситнији детаљи некада могу бити од пресудног значаја.



# КОНТРОЛНА ПИТАЊА

1. Који је значај комуникације за пословање?
2. Ко чини комуникациону мрежу?
3. Које су врсте организационе комуникације?
4. Шта је то интерна комуникација?
5. Који је циљ интерне комуникације?
6. Шта је то формална комуникација и где се одвија?
7. Које су врсте формалне пословне комуникације?
8. Шта је вертикална комуникација?

9. Како делимо вертикалну комуникацију?
10. У ком правцу се обавља силазна комуникација?
11. Које су предности, а који недостаци силазне комуникације?
12. Шта је узлазна комуникација и у ком смеру тече?
13. Које су предности и мане узлазне комуникације?
14. Шта је то хоризонтална комуникација?
15. Које су предности и мане хоризонталне комуникације?



16. Шта је екстерна комуникација?
17. Шта обухвата екстерна комуникација?
18. Које су карактеристике екстерне комуникације?
19. Из ког разлога су односи с јавношћу битни за једну компанију.
20. Ко обликује поруке намењене јавности у једној организацији?