

**ინფორმაციული ნაკადების ოპტიმიზაცია და სრულყოფა ორგანიზაციაში სს  
“საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემის“ მაგალითზე**

**მიხეილ მაჩიტაძე,**

საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა,  
SCADA-ს სერვერების ადმინისტრირების  
განყოფილების უფროსი

**შორენა დავითაია**

პროფესორის ასისტენტი,  
ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის  
სახელმწიფო უნივერსიტეტი

*სტატიის მიზანია წარმოაჩინოს თუ რამდენად აუცილებელია კომუნიკაციური ტექნოლოგიების ოპტიმიზაცია და განვითარება კომპანიებში. სტატიაში ჩამოყალიბებულია კომუნიკაციის არსი, მისი როლი ორგანიზაციის განვითარებაში, განხილულია კომუნიკაციის ნაკადები და შემოთავაზებულია მათი ოპტიმიზაციისთვის საჭირო ტექნოლოგია სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემის“ მაგალითზე.*

**საკვანძო სიტყვები:** კომუნიკაცია, კომუნიკანტები, კომუნიკაციური ნაკადი, კომუნიკაციური ნაკადების სახეობები, ოპტიმიზაცია და სრულყოფა, ინფორმაციის გაცვლის ტექნოლოგია.

ადამიანები ერთმანეთს უზიარებენ აზრს, ცოდნას, გამოცდილებას, თავიანთი საქმიანობის ამა თუ იმ სფეროს შესახებ. ეს ყველაფერი შეგვიძლია განვიხილოთ, როგორც ინფორმაცია, ხოლო თვითონ კომუნიკაცია - როგორც ინფორმაციის გაცვლის პროცესი. ვინაიდან ინფორმაციის გაცვლის პროცესი აუცილებელია ნებისმიერ ორგანიზაციაში, კომუნიკაციას ხშირად უწოდებენ თანამედროვე მართვის სისტემების მთავარ დამაკავშირებელ რგოლს. ნებისმიერი მმართველის მთავარი ინსტრუმენტი არის ინფორმაცია, რომელსაც ის ფლობს. მისი საშუალებით იგი ორგანიზებულად მართავს თავის დაქვემდებარებაში მყოფ ორგანიზაციულ სტრუქტურებს, ასევე ამაღლებს მოტივაციას თავის თანამშრომლებს შორის. მენეჯერმა ინფორმაციის გადაცემისას, უნდა გამოიყენოს ისეთი კომუნიკაციის არხები, რომ ინფორმაცია მარტივად აღწევდეს ადრესატამდე და იყოს ადვილი აღსაქმელი. თუ კომპანიაში არ არსებობს კომუნიკაციის დალაგებული სისტემა, შეუძლებელია ამ კომპანიის თანამშრომლებმა გუნდური სამუშაო შესასრულონ და მიაღწიონ დასახულ მიზნებს[3, გვ.35].

კომუნიკაცია იძლევა საშუალებას ორგანიზაციაში შექმნილი სიტუაციის მიხედვით მიღებული იქნეს საჭირო გადაწყვეტილებები, განხორციელდეს ცვლილებები კომპანიის მიმდინარე გეგმებში, ასევე - ინფორმაციის გაცვლა მმართველ გუნდსა და კომპანიის თანამშრომლებს შორის. აქედან გამომდინარე, მენეჯერებმა და თანამშრომლებმაც უნდა იცოდნენ კომუნიკაციური ტექნოლოგიების გამოყენების კონცეფციები, რომ შეძლონ საჭირო დროს მიიღონ კომპანიის განვითარებისთვის აუცილებელი გადაწყვეტილებები მათი პასუხისმგებლობის საზღვრებში[5, გვ.109].

თანამედროვე მენეჯმენტში კომუნიკაცია ავტორებთან განისაზღვრება სხვადასხვანაირად. თუმცა, არსებობს კომუნიკაციის განსაზღვრების სამი ძირითადი ინტერპრეტაცია:

1. კომუნიკაცია წარმოადგენს ობიექტებს შორის კავშირის საშუალებას, ანუ - წინასწარ განსაზღვრულ სტრუქტურას;
2. კომუნიკაცია არის ურთიერთობა, რომლის პროცესში ინდივიდები ცვლიან ერთმანეთში ინფორმაციას;
3. კომუნიკაციაში იგულისხმება დიდი მასის ინფორმაციის გადაცემა/გავრცელება საზოგადოებაში, მის კომპონენტებზე ზემოქმედების მიზნით[6, გვ.78 ].

ამგვარად, თეორიულ კვლევებში, კომუნიკაცია განიხილება, როგორც ერთჯერადი მოქმედება ან ურთიერთქმედება, ან როგორც პროცესი, რომელშიც კომუნიკანტები, რიგრიგობით და უწყვეტად გამოდიან ინფორმაციის გადამცემ და მიმღებ ობიექტებად.

ფართო გაგებით, კომუნიკაციის მიზანია კომპანიის განვითარებისთვის აუცილებელ საქმიანობაზე ორიენტირება და ცვლილებების განხორციელება წარმატებისათვის. აქედან გამომდინარე არსებობს კომუნიკაციის ორი ფუნქცია: ინფორმაციული და პირადული. პირველი ახორციელებს ინფორმაციის მოძრაობის პროცესს, მეორე - პიროვნებების ურთიერთქმედებას. ეს ორი ფუნქცია მჭიდრო კავშირშია ერთმანეთთან, ვინაიდან ობიექტების ურთიერთქმედება დიდწილად დამოკიდებულია ინფორმაციის მოძრაობაზე, თუმცა კომუნიკაციის პროცესის წარმოქმნა დამოკიდებულია არამხოლოდ ინფორმაციის გაცვლაზე, არამედ პიროვნულ შეფასებებსა და ინდივიდუალურ ინტერპრეტაციებზე.

უფრო ვიწრო გაგებით, კომუნიკაციის მიზანი ორგანიზაციებში შემდეგია:

1. ინფორმაციის გაცვლის ორგანიზება მმართველ სუბიექტსა და მართვის ობიექტს შორის;
2. ემოციური და ინტელექტუალური ინფორმაციის გაცვლის პროცესის დამყარება;
3. ორგანიზაციის თანამშრომლებს შორის კავშირის დამყარება;
4. საერთო მიზნების, ამოცანების და გეგმების ჩამოყალიბება;
5. გუნდური მუშაობის პრინციპების ჩამოყალიბება.

მენეჯერი მთლიან ინფორმაციას გადასცემს კომუნიკაციური ნაკადებით (საინფორმაციო არხებით), რაც არსებობს ორგანიზაციაში, როგორც შიგა (სტრუქტურის შიგნით), ასევე გარე სამყაროსთან ურთიერთობისთვის.

კომუნიკაციურ ნაკადებს მართვის სისტემაში აქვს შემდეგი კლასიფიკაცია:

1. მართვის სისტემასთან მიმართებით:

- შიგა;

- გარე;

2. მიმართულების მიხედვით:

- ვერტიკალური:

- ქვემოდან-ზევით;

- ზევიდან-ქვემოთ;

- ჰორიზონტალური:

- სტრუქტურის შიგნით (განყოფილებების, სამსახურებს შორის);

- კონკრეტული ერთეული სტრუქტურული ნაწილის შიგნით (განყოფილების, სამსახურის შიგნით);

3. გადაცემის მიხედვით:

- ფორმალური ;

- არაფორმალური [7, გვ.76].

განვიხილოთ თითოეული კლასიფიკაცია:

**1. კომუნიკაციური ნაკადი მართვის სისტემასთან მიმართებით.**

**გარე კომუნიკაციები.** გარე კომუნიკაციური ნაკადებია - ინფორმაციის გაცვლის მექანიზმები და საშუალებები კომპანიასა და გარე სამყაროს შორის. თითოეულ ორგანიზაციას გააჩნია თავისი გარე სამყარო, რომელთანაც ის ურთიერთქმედებს. ასეთი კომუნიკაციური პროცესის დროს ხდება ინფორმაციის გაცვლა, მყარდება კავშირი სხვა ორგანიზაციებთან, საზოგადოებასთან, მომხმარებლებთან, დისტრიბუტორებთან. ასევე ყალიბდება კომპანიის იმიჯი და წყდება ზოგიერთი მარკეტინგული საკითხი.

**შიგა კომუნიკაციებში** იგულისხმება ინფორმაციული, ანალიტიკური, კომუნიკაციური და ორგანიზაციული საკითხები, რომლებიც მოქმედებენ ორგანიზაციის ეფექტიან მუშაობაზე.

**2. კომუნიკაციური ნაკადების კლასიფიკაცია მიმართულების მიხედვით.**

**ვერტიკალური კომუნიკაციური ნაკადები** - განსაზღვრავს ურთიერთობებს ინფორმაციის გაცვლას მმართველ გუნდსა და თანამშრომლებს შორის. იგი იყოფა ორ ნაწილად: ზევიდან-ქვევით და ქვევიდან-ზევით (უკუკავშირი).

ნაკადები ზევიდან-ქვევით შეიცავს ბრძანებებს, დავალებებს, მიზნებს და დირექტივებს, რომელსაც იძლევა მმართველი გუნდი და განკუთვნილია თანამშრომლებისთვის.

ნაკადები ქვევიდან - ზევით - არის ინფორმაცია, რომელსაც ღებულობს მმართველი გუნდი ქვედა ეშელონიდან, რათა მოახდინონ შესაბამისი რეაგირება, მიზნების კორექტირება და ახალი საქმიანობის დაგეგმვა.

**ჰორიზონტალური კომუნიკაციური ნაკადების** საშუალებით ურთიერთმედებენ სტრუქტურულად თანაბარ დონეზე მდგომი სუბიექტები, ერთ ან რამდენიმე სტრუქტურული დანაყოფის შიგნით.

**3. კომუნიკაციური ნაკადები გადაცემის მიხედვით** ორი სახეობისაა:

- ფორმალური;

- არაფორმალური.

ფორმალური ეწოდება ნაკადებს, რომელთა გადაცემა ხორციელდება წინასწარ, სტრუქტურულად განსაზღვრული რეგლამენტის მიხედვით ან სუბორდინაციის დაცვით. მაგალითად, ფორმალური კომუნიკაციური ნაკადი არის ურთიერთობა კომპანიის შიგნით მენეჯერსა და მის დაქვემდებარებაში მყოფებს შორის.

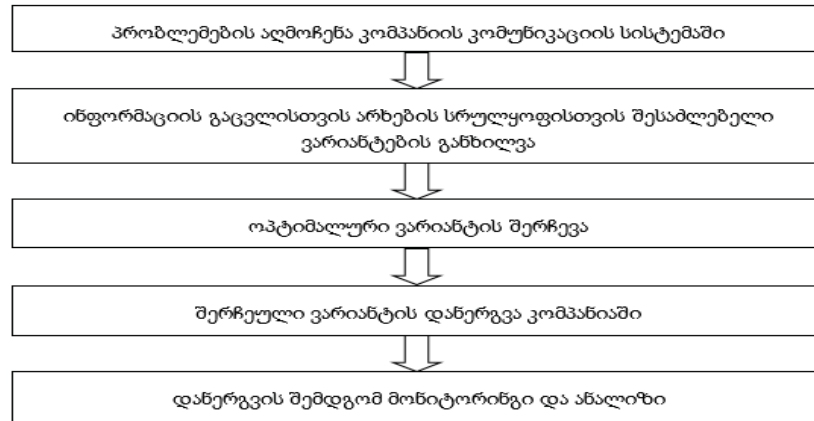
არაფორმალური კომუნიკაციები წარმოიქმნება სპონტანურად. ისინი დამოკიდებულია პიროვნულ ურთიერთობებზე. ის შეიძლება წარმოიქმნას, როგორც ორგანიზაციის შიგნით, ისე მის გარეთ არაფორმალურ გარემოში [5, გვ. 97].

კომუნიკაციის დღევანდელი მოდელი არის უფრო სრულყოფილი, ვინაიდან ასახავს კომუნიკაციას როგორც პროცესს. განსახვავება მდგომარეობს მხოლოდ სახაზო და ცირკულირებადი კავშირების არარსებობაში, ხოლო თანხვედრა მდგომარეობს ინფორმაციის გადამცემის და მიმღების არსებობაში. კომუნიკაციის პროცესის მთავარი მიზანია უზრუნველყოს ინფორმაციის გასაგებ ენაზე მიტანა მიმღებამდე. თუმცა ინფორმაციის გაცვლა არ იძლევა ეფექტურ ურთიერთქმედებას ინფორმაციის გამცემელ პიროვნებებს შორის. უკეთესად რომ გავიგოთ ინფორმაციის გაცვლის პროცესი და ამ პროცესის ეფექტურობა, უნდა გვეკონდეს წარმოდგენა პროცესის ეტაპებზე, რომელშიც მონაწილეობს ორი ან მეტი სუბიექტი.

ინფორმაციის გაცვლის ტექნოლოგიის სრულყოფისთვის იყენებენ შემდეგ მეთოდებს:

1. ინფორმაციის შეგროვება;
2. დიაგნოსტიკა;
3. აღმოჩენილი პრობლემების ანალიზი.

ინფორმაციის შეგროვების მეთოდი ითვალისწინებს შემდეგ ღონისძიებებს:



გამოკითხვა - ინფორმაციის შეგროვების მეთოდი კომპანიაში არსებული პრობლემების შესახებ. ის შეიძლება ჩატარდეს, როგორც ანკეტების საშუალებით, ასევე ინტერვიუს სახით. გამოკითხვის დროს, ვარაუდის დონეზე, ინფორმაციის გადაცემისას ორგანიზაციაში ვლინდება პრობლემები [4, გვ. 123].

სისტემის დიაგნოსტიკის მეთოდი მოიცავს ცდების ჩატარებას, რომლის პროცესშიც გამოვლინდება პრაქტიკული პრობლემები ინფორმაციის გაცვლაში.

ანალიზის მეთოდი ეს არის გამოვლენილი პრობლემების დამუშავება, რომელიც აღმოჩენილია გამოკითხვებისა და ცდების ჩატარების შემდგომ. მოცემული მეთოდი საშუალებას იძლევა გამოვავლინოთ პრობლემების წარმოქმნის მიზეზები ინფორმაციის გადაცემის პროცესში და შემდგომში შემუშავდეს გეგმა ამ ხარვეზების აღმოფხვრისთვის ან გადაცემის სრულყოფისათვის.

ოპტიმალური ვარიანტის ამოსარჩევად, ცდების შედეგების გარდა, ყურადღება ექცევა ასევე შემდეგ ფაქტორებს:

1. არჩეული ვარიანტი რამდენად შეესაბამება ორგანიზაციის სტრუქტურას;
2. სამუშაოს უკეთესად შესრულება რამდენად შეუწყობს ხელს თანამშრომლების მოტივაციას;
3. რა პროგრამული უზრუნველყოფაა საჭიროა მისი ეფექტური მუშაობისთვის;
4. ეკონომიკური გათვლები მოცემული პროექტის დანერგვის და ექსპლუატაციისთვის.

ვარიანტის არჩევის შემდგომ, კომუნიკაციური ნაკადების სრულყოფისთვის, ხორციელდება მისი რეალიზაცია, ანუ მოცემული პროექტის დანერგვა ორგანიზაციის ყოველდღიურ ცხოვრებაში და ხდება მისი მონიტორინგი, დაკვირვების გზით:

- რამდენად გაუმჯობესდა კომუნიკაციური ნაკადები ორგანიზაციაში;
- რამდენად უფრო სწრაფი გახდა ინფორმაციის მიმოცვლა;
- რამდენად გაიზარდა თანამშრომლების ეფექტურობა ინფორმაციის გაცვლის, გადაცემის ან დოკუმენტების მოძიების დროის შემცირების შემდეგ;
- რამდენად იმოქმედა მოცემულმა პროექტმა პიროვნულ ურთიერთობებზე თანამშრომლებს შორის;
- რამდენად დაიხვეწა კომუნიკაციური ნაკადები გარე სამყაროსთან ურთიერთობისას.

მოცემული ვარიანტის რეალიზაციის ბოლო ეტაპი არის მონიტორინგის შედეგების ანალიზი. თუ აღმოჩენილ იქნა რაიმე ხარვეზები, აუცილებელია მიღებული ვარიანტის გადამუშავება, რადგან ავცილობთ უფრო დიდი პრობლემები მომავალში.

ინფორმაციის გაცვლის ტექნოლოგიის სრულყოფისათვის, აუცილებელია ზუსტი წარმოდგენა გვექონდეს ორგანიზაციის სტრუქტურაზე, მის საქმიანობასა და გარემოზე. ზემოთ აღწერილი მეთოდებიდან თუ ვიყენებთ სამ კომპონენტს: ვარიანტების ანალიზს, დიაგნოსტიკასა და დამუშავებას, კომუნიკაციური ნაკადების სრულყოფისთვის, მაშინ ორგანიზაციაში კომუნიკაციის ეფექტურობა გაიზრდება ძალზე სწრაფად[7, გვ. 212].

ს.ს. “საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა” (სსე) არის სახელმწიფოს საკუთრებაში მყოფი სააქციო საზოგადოება, რომელიც ჩამოყალიბდა 2002 წელს შპს “ელექტროდისპეტჩერიზაციისა” და სს “ელექტროგადაცემის” შერწყმის საფუძველზე. სსე უზრუნველყოფს ქვეყნის მთელ ტერიტორიაზე ელექტროენერგიის გადაცემას (ტრანსპორტირებას, ტრანზიტს) და ამავდროულად წარმოადგენს დისპეტჩერიზაციის ერთადერთ ლიცენზიანტს. სსე საქართველოში მოხმარებულ ელექტროენერგიაზე გადაცემა-დისპეტჩერიზაციის მომსახურებას უწევს დაახლოებით 60-მდე სხვადასხვა პროფილის მქონე კვალიფიციურ სანარმოს. [8]

ს.ს. “საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემა” (სსე) მართველობის სტილი შეგვიძლია დავახასიათოთ, როგორც ლიბერალური. ინფორმაციის გაცვლის კულტურა მთლიანად დამყარებულია საერთო მიზნებსა და მათი მიღწევისთვის აუცილებელ ურთიერთქმედებაზე. კომპანიის სტრატეგიული მიზნები არის მასშტაბური და ამბიციური. სსე-ს გააჩნია ყველა აუცილებელი ტექნიკური საშუალებები საკუთარი კომუნიკაციური სტრატეგიის განვითარებისა და სრულყოფისთვის: შიგა სატელეფონო კავშირი, კომპიუტერული ქსელი, ელექტრონული ფოსტა შიგა და გარე ურთიერთობებისთვის, ელექტრონული დოკუმენტბრუნვა და ა.შ.

ეფექტური კომუნიკაციის პროცესის მისაღწევად, კომპანიის მიზანია:

- კომპანიის საერთო სამუშაო წარმადობის გაზრდა მჭიდრო თანამშრომლობის ხარჯზე და ინფორმაციის უწყვეტი გაცვლა, როგორც შორიზონტალური, ასევე ვერტიკალური ნაკადებით;
- კონტროლის გაზრდა სამუშაოს შესრულებისას კომპანიის მმართველი გუნდის მხრიდან;
- მმართველის გუნდისთვის სწრაფად და ეფექტურად ინფორმაციის მიწოდების დონის ამაღლება.

სსე-ს კომუნიკაციური სტრატეგია ემყარება შემდეგ პრინციპებს:

- კომპანიის თანამშრომლებს შორის ურთიერთდობის მაღალ დონეზე განვითარება;
- ინფორმაციის სწრაფი გაცვლა როგორც შორიზონტალური, ასევე ვერტიკალური ნაკადებით;
- თითოეული თანამშრომლის კმაყოფილებაზე ზრუნვა;
- ერთიანი გუნდური სულის ჩამოყალიბება;
- სამუშაოს შესრულება კონფლიქტების გარეშე;
- ჯანსაღი ატმოსფეროს შექმნა;
- ელექტრონული კომუნიკაციების სრულყოფა.

კვლევების ჩატარების შედეგად სსე-ში აღმოჩენილ იქნა ინფორმაციის გაცვლის პროცესში დროსთან დაკავშირებული რამდენიმე ხარვეზი :

- მაღალი რანგის და სახაზო მენეჯერებს შორის ინფორმაციის გადაცემა-მიღებაში დროის პრობლემა;
- საერთო ელექტრონული არქივის არარსებობა, რაც ზრდის საჭირო ინფორმაციისთვის დროის მოძიებას;
- სათაო ოფისსა და რეგიონებს შორის არაეფექტურად და ნელი ტემპით ინფორმაციის მიმოცვლა.

კომუნიკაციური პროცესის სრულყოფისთვის მაღალი რანგის და სახაზო მენეჯერების დანარჩენ თანამშრომლებთან ურთიერთობისთვის აუცილებელია ხშირი თათბირების გამართვა, სადაც მოხდება განხილვა ამ თუ იმ პროექტის მიმდინარეობაზე, ჯამდება გასული წლის ან კვარტლის შედეგები და ასევე მოსმენილი იქნება სხვა თანამშრომლების იდეები, რაც გაზრდის მათ მოტივაციას და კმაყოფილებას, რაც ასევე გამოადგება კომპანიას განვითარებისთვის. ასევე შესაძლებელია ელექტრონული ფოსტით იგზავნებოდეს შემაჯამებელი ანგარიშები, სადღესასწაულო და დაბადების დღის მილოცვები, ასევე ინფორმაცია დაგეგმილი პროექტების შესახებ. აგრეთვე აუცილებელია არაფორმალური ურთიერთობების განვითარება, რაც ხელს შეუწყობს თანამშრომლებს შორის პიროვნული ურთიერთობების გაღრმავებას, ერთმანეთისადმი ნდობას და საშუალებას მისცემს ერთობლივი ძალისხმევით მიაღწიონ კომპანიის მიერ დასახულ მიზნებს.

კომუნიკაციის პროცესის სრულყოფისთვის აუცილებელია ერთიანი ელექტრონული არქივის შექმნა, სადაც შეინახება ყველა ნორმატიული აქტი, წესდება, დებულება, კონტრაქტი თუ ინფორმაცია პრო-

ექტების შესახებ. ეს საშუალებას მისცემს თანამშრომლებს ზედმეტი დროის დახარჯვის გარეშე იპოვოს საჭირო დოკუმენტაცია და ერთი-ორად შეამცირებს დროში სამუშაოს შესრულება.

კიდევ ერთი ფაქტორი, რომელიც გაზრდის სამუშაოს ეფექტურობას, არის ვიდეოკონფერენციების ჩატარება რეგიონებში არსებულ ოფისების მენეჯერებთან. ეს ერთი-ორად გაზრდის მმართველი გუნდის ინფორმირებას რეგიონებში არსებული მდგომარეობების შესახებ, ასევე მიიღებენ ინფორმაციას არსებული პროექტების მიმდინარეობის შესახებ პირველი წყაროდან, რაც საშუალებას მისცემს მათ სწრაფად მოახდინონ რეაგირება ხარვეზებზე და შეიტანონ ცვლილებები არსებულ გეგმებში.

ზემოთ მოყვანილი რეკომენდაციების გათვალისწინების შემთხვევაში გაიზრდება თანამშრომლების კმაყოფილება, მათ მიერ შესრულებული სამუშაო კი იქნება უფრო ეფექტური და დროში ოპტიმიზირებული, რაც კიდევ უფრო შეუწყობს ხელს კომპანიის განვითარებას.

ამგვარად, კომუნიკაცია წარმოადგენს მძლავრ იარაღს მენეჯერის ხელში, რის საშუალებითაც ის ახორციელებს კომპანიის მართვას, შეაქვს კორექტივები პროექტებსა და გეგმებში. სწორად წარმოებული კომუნიკაციური პროცესი სრულყოფილს ხდის კომპანიის მმართველობას და ხელს უწყობს მის განვითარებას.

### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. Бардиер Т.Л. Бизнес-психология.– М.: Генезис, 2012.-412с.
2. Джей Р., Темплер Р. Энциклопедия менеджера: Алгоритм эффективной работы. Пер. с англ. 2-ое изд.–М.: Альпина, Бизнес Букс, 2009. -676с.
3. Кнорринг В.И. Теория, практика и искусство управления: Учебник.– М.: Норма, 2009.-544с.
4. Кузнецов Ю.В. Проблемы теории и практики менеджмента.– СПб.: СПбГУ, 2011.-418с.
5. Коммуникационный менеджмент: Учебное пособие/Под ред. В.М. Шепеля.– М.: Гардарики, 2011.-352 с.
6. Спивак В. А. Корпоративная культура: Ключевые вопросы.– СПб.: Питер, 2011. -352с.
7. Технологии корпоративного менеджмента: Учебное пособие. Под ред. И.В. Мишуровой, Н.Ф. Новоселской.– М.: ИКЦ МарТ, 2011.-418с.
8. Маслоу Абрахам. Мотивация и личность 3-е изд.– СПб.: Евразия, 2009.-352с.
9. [www.gse.com.ge](http://www.gse.com.ge) - სს „საქართველოს სახელმწიფო ელექტროსისტემის“ კორპორატიული საიტი.

### Optimization and Improvement of Information Flow in the Organization (the Example of “Georgian State Elektrosystem” jsc)

M. Machitidze  
Sh.Davitaia

#### Summary

I consider the aims and plans of the approach of the GSE are chosen the right way.

For the Future it's possible some practical recommendations to be taken into considering which will decrease time and to reduce the vulnerabilities of data transfer and will make it more flexible and promote the development of company:

- Frequent meetings of senior and line managers, as well as a regular meetings with stuff;
- Creation of single electronic archive;
- Meetings with managers of regional offices via videoconferencing.

Communication process must be assessed in advance as a potential problem, for which it must be made an action plan and recourses to solve/absorb the problem, which will guarantee business continuity of the organization.

At present Communication process is a priority to any organization, as increased competition on the World market in Economical Globalization terms causes appropriation of the informational actives.

**Key words:** *communication, komunikantebi, communication flow, communication flows species, optimize and improve the flow of information technology.*