**КОММУНИКАЦИИ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ БИЗНЕС-ИНСТРУМЕНТ**

**Кузьмич А. А., Гридюшко Д. Д.,** специальность 1-26 01 05 «Логистика»

Научный руководитель - Козлова Е. М, преподаватель

В современном мире коммуникации стали неотъемлемой частью нашей жизни. Мы уже не представляем свою жизнь без общения, без гаджетов, кто-то не может обойтись без музыки, кому-то необходимы книги. Всё это мир коммуникаций.

Коммуникации в том числе являются неотъемлемой частью мира бизнеса. Коммуникация является важнейшим аспектом бизнеса. Но в бизнесе этот процесс осуществляется не просто ради самой коммуникации. Коммуникация эффективна только тогда, когда она приводит к принятию правильных решений и, в результате, к выбору правильного курса действий. Люди не могут принять правильное решение, если у них нет информации. Коммуникация является средством получения и передачи информации, а также служит для указания, какая информация требуется, чтобы принять правильное решение.

Одна коммуникация влечет за собой другую. Мы судим о том, как люди воспринимают наши действия, по получаемой нами обратной связи. В целом позитивная обратная связь способствует выбору определенного курса действий, негативная же оказывает противоположное воздействие. Затем коммуникация, информация, принятие решений и действия соединяются в систему. Чтобы эффективно управлять коммуникацией и использовать ее как инструмент бизнеса, необходимо управлять этой системой в целом.

Коммуникация не является пассивным фоном жизни организации; это именно то, что создает организацию. Следовательно, очень важно относиться к коммуникации как к одному из направлений деятельности фирмы. И, как и для любого другого направления деятельности, необходимо определить задачи коммуникации. Конечно, насколько формально и явно выражены задачи коммуникации, будет зависеть от ее характера.

 Основные виды коммуникации в бизнесе и как правильно их применять:

1. **Устный**

***Вербальная коммуникация*** - передача сообщений при помощи слов как в устной, так и в письменной форме. Традиционные средства вербальной коммуникации — формы коммуникации, независящие от использования компьютера.

Методы вербальной коммуникации могут включать встречи, личные интервью, телефонные разговоры и видео конференц-связь.

Устная коммуникация, возможно, является лучшим способом коммуникации, потому что он позволяет людям оценивать невербальные выводы, реакции людей, посылающих сообщение. Есть социально обусловленные невербальные знаки: покачивание головы как знак отрицания или согласия, пожимание плечами для выражения недоумения, складывание ладоней при убедительной просьбе и пр. Чарльз Дарвин заметил также, что сопровождающие живую речь мимика и жесты придают "живость и энергию высказанным нами словам. Они обнаруживают мысли и намерения других людей более точно, нежели слова, так как в словах возможна ложь". Такой способ также создает более комфортные условия для налаживания обратной связи.

Но в реальной жизни существуют преграды для вербальной коммуникации: языковые барьеры, культурные или социальные барьеры, разные часовые пояса. Поэтому следующий вид коммуникаций, рассмотренный нами, – письменный.

1. **Письменный**

Письменное общение включает внутренние деловые записки, официальные письма, информационные табло или плакаты и другие различные формы. Люди могут использовать письменное общение, если они должны донести одинаковую информацию большому количеству людей в разных частях мира. Такой способ коммуникации сберегает время, может также помочь отправителям передавать инструктивные сообщения, например, в которых получатели должны следовать  схемам или диаграммам, самостоятельно обучаясь чему-либо.

Люди могут быть обязаны подтверждать получение сообщения или ответить за ограниченный по времени срок. Организации часто используют письменное общение, чтобы гарантировать наличие документации. Но и этот вид коммуникации не совершенен, ему на смену приходит электронный.

1. **Электронный**

Новые коммуникационные методы включают электронную почту, веб-конференцию, социальную сеть, веб-сайты компании, онлайн-чаты и текстовые сообщения. Электронная коммуникация позволяет компаниям посылать сообщения одновременно большому количеству людей быстро, по низкой стоимости, невзирая на фактор времени. Методы электронной коммуникации часто используются, чтобы достигнуть внешних заинтересованных сторон или широкой публики. Организации могут создать несколько различных каналов электронной коммуникации, чтобы достигнуть разных целевых рынков или демографических групп.

**Несколько советов для успешного общения:**

* 1. *Необходимо знать аудиторию*

Понимание ролей ваших сотрудников и как они вписываются в иерархию вашей компании, важно для создания эффективной коммуникации. Эта информация поможет вам скроить коммуникации и лучше соединиться с вашей аудиторией. Согласно статье Университета Штат Висконсин School of Business, названной, «Почему хорошая коммуникация – Хороший Бизнес», когда сотрудники уважают управление, оно допускает более прямую и эффективную коммуникацию.

* 1. *Каналы связи*

Выбор правильного канала является жизненно важным компонентом для эффективной коммуникации. В Бизнес-отчете Грациадио Университета Пеппердайн сказано, «Вы должны рассмотреть преимущества и ограничения каналов связи, посылая сообщение. Например, наиболее подробная информация должна быть записана, в то время как о более сжатой информации можно сказать в устной форме».

Далее, электронная почта является превосходным инструментом в определенных случаях, но не работает  с  конфиденциальными материалами  или интерактивными связями.  А иногда использование рассылки является лучшим подходом.

* 1. *Коммуникационный план*

Чтобы ясно определить коммуникационные методы, нужно сделать коммуникационный план. Хорошо разработанный коммуникационный план должен укрепить вашу культуру компании. Согласно статье в Бизнес-отчете Грациадио Университета Пеппердайн, создание коммуникационной стратегии «большой картины» поможет ясно определить цели. Это будет также идентифицировать коммуникационные методы, определять желаемые результаты и составлять будущие регуляторы. Кроме того, необходимо создать систему обратной связи, чтобы измерить успех коммуникационной тактики.

* 1. *Эффективные сообщения*

 Согласно статье Norebusiness.com, названной «Стратегии внутренней связи Вашего Бизнеса», коммуникации должны быть максимально сжатыми, прямыми, честными и незабываемыми. Это также помогает удостовериться, что сотрудники понимают, что они - заинтересованные стороны во взаимодействиях компании. Использование единой терминологии помогает, поскольку это показывает сотрудникам, что руководство понимает их профессиональные обязанности.

* 1. *Рассмотрения*

Угождение сотрудникам, которые борются с коммуникационными методами, не желательно согласно статье в Бизнес-отчете Грациадио Университета Пеппердайн. Вместо этого оспорьте их, чтобы они приняли методы компании.