

УДК 338.2

***АНАЛИЗ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ
БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯМИ (НА ПРИМЕРЕ ГИПЕРМАРКЕТА
«АКСОН»)***

Безродных В.М.,

студентка

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского,

Калуга, Россия

Медведева О.С.,

к.э.н., доцент,

Калужский государственный университет им. К.Э.Циолковского.

Калуга, Россия

Аннотация. По общему признанию, коммуникации имеют огромное значение для успеха деятельности предприятий и представляют одну из сложнейших проблем современного менеджмента. По существу, коммуникации представляют основу всех структур в организации. Эффективно работающими руководителями принято считать тех, кто отлично ориентируется в коммуникациях. Соответственно, менеджеры должны в совершенстве владеть искусством коммуникации, так как именно они занимаются их применением на практике.

Существует много разных ресурсов предприятия, таких как финансовые ресурсы, бренд, оборудование, различные технологии, персонал и т.д. В современной конкурентной экономике, чтобы поддерживать успех организации, необходимо уделять большое внимание развитию коммуникаций и климату в коллективе, а значит такой важнейшей функции, как развитие персонала. В связи с этим актуальность данной темы очевидна, так как от эффективности коммуникационных связей и взаимодействий.

Исследование содержит анализ теоретических и практических основ системы управления бизнес-коммуникациям. Изучены понятие бизнес-коммуникаций и их значимость в современной организации. Также, более подробно проанализированы бизнес-коммуникации на примере гипермаркета «Аксон» г. Калуга.

Ключевые слова: коммуникации, бизнес-коммуникации, бренд, организация, анализ, внешняя и внутренняя среда, значимость, проблемы, решение.

***ANALYSIS AND IMPROVEMENT OF THE BUSINESS
COMMUNICATIONS MANAGEMENT
SYSTEM (ON THE EXAMPLE OF SATURN JSC)***

Bezrodnykh V.M.,

student

Kaluga State University named after K.E.Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Medvedeva O.S.,

Candidate of Economics, Associate Professor,

Kaluga State University named after K.E.Tsiolkovsky,

Kaluga, Russia

Annotation. Admittedly, communications are of great importance for the success of enterprises and represent one of the most difficult problems of modern management. In essence, communications represent the basis of all structures in an organization. Effective managers are considered to be those who are well-versed in communications. Accordingly, managers should be proficient in the art of communication, since it is they who are engaged in their application in practice. There are many different resources of the enterprise, such as financial resources, brand, equipment, various technologies, personnel, etc. In today's competitive

economy, in order to maintain the success of an organization, it is necessary to pay great attention to the development of communications and the climate in the team, which means such an important function, as a staff development. In this regard, the relevance of this topic is obvious, since it depends on the effectiveness of communication links and interactions.

The study contains an analysis of the theoretical and practical foundations of the business communications management system. The concept of business communications and their importance in a modern organization are studied. Also, business communications are analyzed in more detail on the example of hypermarket «Axon» Kaluga.

Keywords: communications, business communications, brand, organization, analysis, external and internal environment, significance, problems, solution.

Процесс управленческой деятельности является информационным обменом, который присутствует в работе каждой организации. Таким образом, коммуникация – важная составляющая в процессе управления.

Большинство учёных склонны считать, что коммуникация в организации – это механизм, с помощью которого появляется возможность установления взаимоотношений между отделами, сотрудниками [3]. Взаимоотношения устанавливаются при помощи знаков конкретной умственной деятельности. Знаки передаются во времени и пространстве. Процесс коммуникации включает общение, мимику, жесты, интонацию, обозначения, слова, печать, пути доставки информации, а также новые методы передачи в пространстве и времени. При этом точные границы в пространстве и времени установить невозможно. Вместе с этим, в формировании внешней среды присутствует система шаблонных символов, которые предназначена для передачи коммуникаций.

Исходя из вышеприведенной информации можно сформулировать следующее определение коммуникации – это процесс передачи и обмена информации между людьми, группами в виде письменных, устных сообщений, имеющих конкретные характеристики речи и телодвижений. На основании данного определения можно вывести следующие ведущие задачи бизнес-коммуникаций:

- организовать информационный обмен между объектами и субъектами управления;
- сформировать процесс интеллектуального и психологического обмена информацией;
- установить конкретные взаимосвязи между сотрудниками в организации;
- организовать взаимодействие организации со внешней и внутренней средой;
- организовать работу коллектива для качественного выполнения поставленных задач.

При этом коммуникации можно разделить на:

- личностные или организационные, базирующиеся на устном общении;
- коммуникации, основанные на письменном информационном обмене.

Бизнес-коммуникации обладают повешенной значимостью, обобщим и представим ее основные аспекты в таблице 1.

Таблица 1 – Направления значимости бизнес-коммуникаций [2]

№ п/п	Определение значимости	Описание
1	Все рабочие процессы зависят от коммуникаций	Коммуникации требуются для координации индивидуальных усилий в коллективе

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ДНЕВНИК НАУКИ»

2	Коммуникация – ресурс исполнения разных организационных задач	Например, составление бюджета, которое является важным информационным процессом
3	Мотивация в процессе деятельности	Эффективный руководитель способен убедительно и мотивированно направить подчинённых для выполнения поставленных задач
4	Изменения – это универсальный аспект в работе всех организаций	Коммуникации позволяют произвести необходимые преобразования быстро и качественно
5	Коммуникации могут являться слабой стороной в менеджменте организации	Понимание коммуникационных барьеров, возникающих в работе менеджера могут позволить улучшить и усовершенствовать его работу.
6	Коммуникация значима для качественных взаимоотношений во внешней среде	Организация контактирует с законодателями, клиентами, представителями органов власти, поставщиками. Значимость выстраиваемых коммуникаций с приведенными единицами из внешней среды очень высока.
7	Коммуникации в общении	Общение – это обмен информацией, формирующий суть коммуникации. Передача информации происходит при равноправных, свободных и равноценных установках.

Если руководитель не применяет и не осознаёт значимость бизнес-коммуникаций, направления которых представлены в таблице 1, могут возникнуть коммуникационные барьеры, сгруппированные в категории, схематично изображенные на рисунке 1.

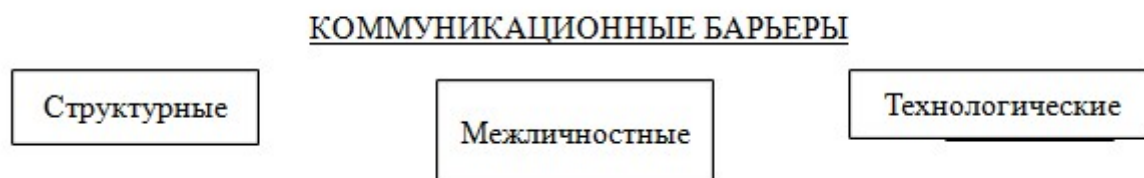


Рис. 1. Основные коммуникационные барьеры [1]

Важным значением в бизнес-коммуникациях также обладают внутриличностные факторы, представляющие выборочное принятие и

личностное отношение коммуникантов. Положительная рабочая обстановка располагает к эффективным бизнес-коммуникациям, к улучшению работоспособности сотрудников, повышению производственно-экономических значений.

Бизнес-коммуникация – это особый код, который применяют в работе бизнес-окружения. При помощи разных нормативных, организационных и коммуникационных приёмов устанавливают взаимоотношения между разными категориями людей. Например, конкуренты, коллеги по работе, партнёры.

Основные формы в которых реализуются бизнес-коммуникации в организации: переговоры, совещания, переписка, публичные выступления и пресс-конференции. Для эффективного выстраивания деловых коммуникаций необходимо продумывать их соответственно форме. Например, на деловых переговорах учитывать национальность участников, их обычаи и традиции.

Далее проведем анализ бизнес-коммуникации в организации на конкретном примере. В качестве примера выбран гипермаркет «Аксон» г. Калуга – это компания, специализирующаяся на продажах по следующим основным направлениям: электроматериалы, хозяйственные товары, оборудование, инструменты, строительные материалы, лакокрасочные изделия, изоляция, водоснабжение, столярные изделия, всё для отопления, кровельные и напольные системы, окна и двери, товары для дома, мебель, автомобильные товары, сантехника, сезонные товары [4].

Гипермаркеты «Аксон» представлены в 14 городах России. В г. Калуге гипермаркет «Аксон» расположен по адресу: Московская улица, 338А.

Вопросами коммуникации в организации со внешней и внутренней средой занимается управляющий. Бизнес-коммуникации в гипермаркете «Аксон» на сегодня присутствуют в следующих формах: переговоры, деловые беседы, совещания, переписка, телефонная беседа и презентации.

Бизнес-коммуникации регулирует Кодекс деловой этики гипермаркета «Аксон». В Кодексе прописано, что обслуживание клиентов является важнейшей задачей организации. С каждым посетителем сотрудники должны себя вести уважительно, не должно быть ситуаций, когда клиент находится без внимания. Сотрудникам запрещено обсуждать или критиковать рабочие и личные вопросы в присутствии клиентов. В процессе общения с клиентами применяется деловая беседа. При этом, конкретные правила её проведения в Кодексе и прочей документации предприятия не прописано.

Каждому сотруднику необходимо уметь грамотно общаться с клиентами по телефону. Нельзя допускать игнорирование звонков, поднимать трубку необходимо не позже четвертого сигнала. При ответе звонок необходимо поздороваться и чётко произнести название предприятия. Переговоры должны вестись чётким голосом, с доброжелательной и внятной интонацией. Можно выделить, что на сегодня в организации отсутствует единая телефонная линия. Например, клиенту необходимо поговорить непосредственно с менеджером, а он попадает на ресепшен.

Руководители гипермаркета «Аксон» проводят совещания и собрания для обеспечения оперативного обмена информацией в коллективе. При этом, о времени, месте и повестке совещания, составе участников руководитель оповещает сотрудников только устной форме. Сотрудникам необходимо явиться на совещание вовремя. В случае пропуска совещания сотрудник может быть подвергнут дисциплинарному взысканию. Участникам необходимо подготовиться по теме совещания. В обсуждении проблем применяется принцип конструктивной критики с чёткой аргументацией своего мнения и предложением вариантов решения. При этом можно сказать, что о времени и проведении совещания во внерабочее время достаточно часто сотрудников не предупреждают заранее.

Таким образом, среди проблем, которые на сегодня присутствуют в бизнес-коммуникациях гипермаркета «Аксон» можно выделить:

- отсутствие координации внутри предприятия при взаимодействии со внешней средой (нет единой горячей линии). Для устранения этой проблемы может быть рекомендовано организовать единую горячую телефонную линию;

- нет слаженной система организации совещаний. Для решения данной проблемы необходимо продумать систему проведения совещаний с письменным уведомлением сотрудникам о месте, времени и повестке совещания. Например, информация может быть выслана заранее (не позднее 7 дней до даты проведения совещания по электронной почте). Совещания следует проводить в рабочее время;

- отсутствие конкретных закреплённых принципов проведения деловой беседы. Для решения этой проблемы рекомендована организация обучающих тренингов для сотрудников по бизнес-коммуникациям, а также закрепление норм и правил деловой беседы в деловом кодексе организации.

Таким образом, бизнес-коммуникации представляют процесс общения и передачи информации между людьми, их группами в виде письменных и устных сообщений, телодвижений и речевых характеристик. Бизнес-коммуникации обладают большим значением для организации и выстраивания рабочих процессов как во внутренней, так и во внешней среде.

Библиографический список

1. Абдуллина, А.Ф. Коммуникативные барьеры и их преодоление // Инновационная наука. 2016. №3-4 (15). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kommunikativnyye-bariery-i-ih-preodolenie> (дата обращения: 29.01.2023).

2. Болдырева, Н. В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник евразийской науки. 2018. №1.

URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/rol-i-znachenie-vnutrennih-kommunikatsiy-v-usloviyah-sovremennogo-biznesa> (дата обращения: 29.01.2023).

3. Латыпова, М. А. Эффективность коммуникаций на рабочем месте / М. А. Латыпова, А. Д. Харламов. — Текст : непосредственный // Молодой ученый. — 2021. — № 18 (360). — С. 199-202. — URL:

<https://moluch.ru/archive/360/80594/> (дата обращения: 29.01.2023)

4. Официальный сайт гипермаркета «Аксон» [Электронный ресурс].

URL: <https://akson.ru/about/> (дата обращения: 29.01.23)

Оригинальность 75%