

**Мещерякова Александра Евгеньевна**

студентка

**Зотова Диана Олеговна**

студентка

ФГАОУ ВО «Самарский национальный исследовательский  
университет им. академика С.П. Королева»  
г. Самара, Самарская область

## **ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ**

***Аннотация:** в данной статье рассматриваются теоретические аспекты организационных коммуникаций, уделяя особое внимание их целям и задачам.*

***Ключевые слова:** организационные коммуникации, коммуникационные процессы.*

Организационная коммуникация – это сложный процесс, в котором руководство организации выстраивает и развивает систему доведения и передачи информации между сотрудниками организации, а также сторонним физическим или юридическим лицам за пределами организации. Организационные коммуникации это один из важнейших инструментов управления предприятием, который позволяет координировать деятельность всех отделов организации, а также получать и передавать информацию для принятия управленческих решений. Коммуникации, в которых задействованы сотрудники управленческих отделов организации являются важнейшим звеном организационной коммуникации, благодаря которому обеспечивается связь на всех уровнях предприятия: между руководством и подчиненными, внутри управленческого аппарата, а также между предприятием и внешней средой.

Основная цель подобных коммуникаций заключается в точном понимании принимающей стороной, информации, исходящей от стороны отправителя. Грамотное построение организационных коммуникаций позволяет сохранять точность переданной информации и обеспечивает оперативность ее доставки, что положительно сказывается на результатах деятельности всего предприятия.

В своей повседневной работе руководитель должен использовать информацию, которая поступает из различных доступных источников – вышестоящих руководителей, подчиненных, руководителей этого же уровня, заказчиков, поставщиков и т. д. Процессы коммуникаций позволяют руководителям эффективно выполнять свою работу и принимать рациональные решения о выборе стратегии для достижения поставленных целей.

Коммуникационные процессы носят важнейший характер для любой организации. По подсчетам американских ученых, 73% американских, 63% английских, 85% японских руководителей считают, что коммуникации являются главным условием на пути достижения эффективности их организации [1]. Коммуникации выполняют главную жизнеобеспечивающую роль в каждой организации. Если вдруг перекрыть потоки сообщений в организации, то она прекратит свое существование.

Именно коммуникация служит средством включения организации во внешнюю среду, обеспечивает ей необходимый уровень взаимодействия с окружающими аудиториями, без общения с которыми невозможно или бессмысленно существование организации, – потребителями, поставщиками.

Теория коммуникации в значительной степени формируется разнообразными прикладными областями, где коммуникативное воздействие играет определяющую роль. Только с помощью эффективно проведенной коммуникации, как в современном обществе, так и в конкретной организации, осуществляется все больше и больше событий. Именно поэтому неудивительно, что большую часть своего времени (50–90%) руководители и менеджеры всех уровней организаций тратят на коммуникации. Нельзя не согласиться с позицией ученых, согласно которой эффективность работы менеджера, прежде всего зависит от эффективности его коммуникаций и навыков делового общения: умения вести личную беседу и разговаривать по телефону, читать и составлять деловые записки, письма и отчеты, участвовать в совещаниях и т.д. [2].

***Список литературы***

1. Гапоненко А.Л. Менеджмент: учебник и практикум для СПО – М.: Юрайт, 2018. – 396 с.
2. Ермаков В.В. Менеджмент организации: учеб. пособие – Воронеж: Изд-во Моск. психолого-социального ин-та НПО «МОДЭК», 2007. – 208 с.