

Ильина Анна Игоревна

студентка

ФГАОУ ВО «Санкт-Петербургский национальный
исследовательский университет информационных
технологий, механики и оптики»
г. Санкт-Петербург

ВНУТРИКОРПОРАТИВНЫЕ КОММУНИКАЦИИ КАК ИНСТРУМЕНТ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА ОРГАНИЗАЦИИ

***Аннотация:** в статье поднимаются вопросы профессионального построения внутренних коммуникаций в организации с целью мотивации персонала. Автор даёт определение понятия «коммуникация», говорит о её ведущей роли в процессе деятельности любого коллектива. В работе подчёркивается, что лишь при компетентном подходе административного звена предприятия к построению внутрикорпоративной коммуникации, организация способна достигнуть высоких показателей и выжить в условиях современной рыночной конкуренции.*

***Ключевые слова:** персонал, мотивация, коммуникация, организация, внутрикорпоративные коммуникации, руководитель, администрация.*

До тех пор, пока в обществе будут иметь хождение товаро-денежные отношения, финансовое вознаграждение останется, вне всяких сомнений, первостепенным, самым значимым и решающим фактором в мотивации персонала любой структурной единицы.

Современное состояние экономики не позволяет индивиду стать категоричным альтруистом и трудиться на безвозмездной основе. Каждый из нас должен обеспечивать себя, свою семью, и, чем существеннее будет выражаться денежное вознаграждение за нашу квалификацию, тем благополучнее и свободнее мы будем себя ощущать. Это – неоспоримый факт, оппонентов которому найти будет сложно, скорее – невозможно.

Однако есть и ещё один немало важный компонент, который оказывает влияние на трудовую часть жизни каждого из нас – атмосфера в коллективе.

Известно, что человек может назвать себя счастливым, если он с удовольствием идёт на работу, а по окончании, с не меньшей радостью, удовлетворённый трудовым днём, возвращается домой. И психологи, и социологи уже не раз исследовали рабочие, ученические коллективы и аргументированно доказали, что больших успехов достигают те общности и союзы, которые построены на принципах доверия, взаимопонимания, заботы о ближнем, взаимовыручки, соучастия и взаимного уважения.

Собственно, именно выше автором перечисленное и составляет внутрикорпоративную коммуникацию, то есть способы и методы общения, принятые и применяемые в рамках одной, отдельно взятой компании. Указаны, несомненно, те черты коммуникации, которые характеризуют организацию с самой положительной стороны и её внутренний климат.

Формирование, модернизация, усовершенствование системы корпоративных коммуникаций должно быть направлено, в первую очередь, на ликвидацию преград, мешающих нормальному обмену информацией между работниками и созданию новых методов и средств для его ускорения. Грамотно, профессионально построенная система внутренних корпоративных коммуникаций позволяет предприятию:

- неуклонно повышать эффективность работы коллектива;
- сформировать достойный имидж и престиж компании;
- постоянно совершенствовать производство, улучшать показатели оказания услуг;
- создать благоприятную, рабочую атмосферу в коллективе;
- совершенствовать систему обучения, переобучения, повышения квалификации сотрудников;
- целенаправленно повышать привлекательность организации на рынке труда, как надёжного работодателя;
- предупредить или предотвратить возможность кризисных ситуаций;
- повысить корпоративность, лояльность членов коллектива;
- и, главное, о чём идёт речь в работе – мотивировать персонал [2].

Под коммуникацией, как правило, понимают общение, обмен информацией. Если мы говорим о внутренней коммуникации, то это – общение между сотрудниками организациями в рамках рабочего (трудового) времени. В таком обмене информации участвуют не только рядовые члены коллектива, но и предусматривается общение «руководитель – подчинённый». Зачастую такие отношения, переговорные моменты складываются в организации под влиянием или согласно устным пожеланиям администрации или собственника компании. Иногда они могут вноситься отдельными пунктами в коллективный договор, в должностные инструкции или в договор между работодателем и работником.

В устройстве любого предприятия всегда должно рассматриваться правило двусторонней коммуникации, что обозначает dare руководящего звена компании прислушиваться к своим сотрудникам, верно трактовать передаваемую им информацию.

В последнее время многие организации ввели в штатное расписание новую должность HR-менеджера, на которого возлагаются обязанности не только подбора и обучения персонала, но и ознакомление новых сотрудников с правилами внутрикорпоративной коммуникации и этики. От работника, занимающего эту должность, как правило, зависит, насколько комфортным и беспроблемным будет вхождение в коллектив нового человека. Он же, зачастую, влияет и на атмосферу общения персонала внутри предприятия, если сам руководитель не может, в силу своей занятости, уделять достаточно внимания вопросам администрирования.

Несколько отходя от темы, следует заметить, что воспитанию коммуникативных компетенций у ребёнка современная педагогика начинает заниматься уже в дошкольном учреждении, затем в общеобразовательной школе. Продолжая обучение в вузе или другом профессиональном заведении, будущий специалист-управленец в разном объёме, но в обязательном порядке изучает психологию, конфликтологию и другие социальные дисциплины, содействующие формированию квалифицированного руководителя.

Как правило, дипломы о высшем образовании получают все, но стать высококлассным, уважаемым управленцем может далеко не каждый выпускник. Автор статьи склоняется к той точке зрения, что для создания качественного коллектива эффективно взаимодействующих сотрудников не достаточно образования, необходимо наличие у руководителя всех самых человеческих качеств и желания находить общий язык, компромисс со своими подчинёнными. Именно от руководителя зависит создание грамотной системы мотивации персонала, которая при правильном подходе обеспечит успешную деятельность и рыночную конкурентоспособность предприятия.

Подводя итог всему выше сказанному, следует подчеркнуть, что следующие признаки эффективной внутренней коммуникации: ясность, лаконичность, информативность, своевременность, беспристрастность и независимость. Для формирования такой коммуникации руководитель должен обладать такими качествами, как честность, открытость, способность к диалогу и компромиссу.

Руководитель любого уровня в настоящее время должен знать, что, сохраняя внутреннюю аудиторию полностью информированной, регулярно общаясь с коллективом, мотивируя персонал, он быстрее добьётся успеха.

Эффективно выстроенные внутренние коммуникации являются значимой частью сохранения талантов в организации. Сотрудники, которые работают в атмосфере, где они получают регулярные сообщения от руководства, чувствуют себя частью организации, которая заботится о них и о том, что они думают и чувствуют. Отсутствие внутренних связей может быть губительным фактором для организации, как крупной, так и мелкой [1].

Список литературы

1. Болдырева Н.В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник Евразийской науки. – 2018 – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://esj.today/PDF/53ECVN118.pdf>.
2. 4 тренда рабочих коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blog.bitrix24.ru/4-trenda-rabochikh-kommunikatsiy/>