

**Замкова М.С. студентка гр. 076-21-3**

**Науковий керівник: Касьяненко Л.В., к.е.н., доцент кафедри прикладної економіки, підприємництва та публічного управління**

(Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», м. Дніпро, Україна)

## **КОМУНІКАЦІЇ, ЯК СКЛАДОВА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

Комунікації- це основа життя усіх людей на планеті. Кожного дня у кожної людини проходить процес комунікації, будь то побутові питання або ж питання професійної діяльності.

Підприємницька діяльність включає в собі дуже багато різних комунікацій: порозуміння між співробітниками, контакт між керівником та працівником, взаємний зв'язок з клієнтами та спілкування з діловим партнерами.

Порозуміння між співробітниками- це одне з найголовніших в будь-якій організації. Наприклад, усі ж знають [1] міф про Вавилонську вежу. Про те, як люди будували вежу до небес, але Бог перервав їх роботу, давши їм різні мови, щоб люди перестали розуміти одне одного Люди працювали до тих пір на благо сумісної мети, поки мали один спосіб спілкування та взаєморозуміння.

Контакт між керівником та працівником, принцип [2] Комунікації по висхідній, також знизу вгору. Цей принцип є способом зв'язку між так званою верхівкою( керівництвом) та низиною( звичайні робітники) компанії.

Зв'язок з клієнтами- дуже велика та об'ємна тема. На це питання краще за всіх можуть відповісти маркетологи. [3] Основними маркетинговими комунікаціями можна виділити: звісно ж рекламу, PR, прями консультації клієнта (директ-маркетинг), розсилки для постійних клієнтів, стимулювання збуту.

Спілкування з партнерами- не менш важлива складова комунікації в підприємницькій діяльності. Ділові партнери- можуть стати прикладом досвіду, підтримкою та допомогою, в екстремальних ситуаціях. Я вважаю, що с такими людьми треба завжди підтримувати зв'язок, це буде дуже корисним.

Приклади комунікацій для спілкування за стінами компанії зрозумілі, а як же бути з внутрішніми комунікаціями?

Кожна компанія має свою сласну корпоративну культуру, а в ній полягають різні обряди та традиції. Наприклад, десь поширено завжди вітатись один з одним навіть якщо особисто не знайомі і не працюють в одному відділі, а для когось це стане новиною та дикістю. Формування комунікацій між співробітниками можуть виникнути на діловій нараді, на обідній перерві біля кавомашини, або на традиційних зустрічах або виїздах, таких як святкування дня народження компанії або професійного свята.

Також, слід пам'ятати, що конфлікти є частиною комунікацій. Конфліктні ситуації можуть виникати в будь-яких колективах та на будь-яку тему. Конфлікти можуть бути досить ефективними. Але іноді такий спосіб буде досить руйнівним, враховуючи фактор конфліктності особи або накопичення гострих питань.

В кожному колективі попри конфлікти ще можуть зароджуватись чутки. Це дійсно ефективна комунікація, тому що залучає до себе більшість працівників. Чутки різного характеру: зміна керівництва або скандальне звільнення когось, видача премій або покарань комусь, зовнішній вигляд, особисті питання. А іноді людина, яка хоче довести, що чутка про неї неправда, ще більше зробить ефективним таким спосіб комунікацій. Чим вище людина по кар'єрним сходам, тим масштабніше буде чутка і тим вона буде ефективніша.

Проаналізувавши сфери та способи вираження комунікацій, тепер розглянемо [4] елементи(рис. 1) та етапи процесу комунікацій.

Відправник

Повідомлення

канал

Одержувач

