

неспособность бота обрабатывать все клиентские запросы, приводящая к недовольству. Важна качественная интеграция с системой обслуживания клиентов.

Таким образом, выявление корреляций между мотивацией сотрудников и удовлетворенностью работой является фундаментальной основой в управлении эффективностью труда.

Список использованных источников

1. Рыбакова Ю. Соотношение понятий «Мотивация» и «Стимулирование» труда // Вестник МГУП. 2013. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sootnoshenie-ponyatiy-motivatsiya-i-stimulirovanie-truda> (дата обращения: 02.03.2024).
2. Балашова Н.В. Организационная культура: учебное пособие. Иркутск: Изд-во БГУЭП, 2013. 234 с.
3. Большой экономический словарь / А. Н. Азрилиян, х О. М. Азриелян, Е. В. Калашникова, О. Квардакова. М.: Институт новой экономики, 2010. 1472 с.
4. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. 8-е изд. СПб.: Питер, 2004. 825 с.

ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАЦИОННЫМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕМ КАК ФАКТОР РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА ПРЕДПРИЯТИЯ

А.П. Пчелякова

Научный руководитель В.А. Васяйчева

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

В современном мире, где скорость и эффективность играют решающую роль, коммуникация становится не просто инструментом обмена информацией, а ключевым фактором, определяющим успех любого предприятия. Налаженная система взаимодействия между сотрудниками и руководством способна повысить мотивацию, улучшить координацию действий и, как следствие, значительно увеличить производительность труда.

Производительность труда - это не просто количество произведенной продукции за определенное время. Это результат, который напрямую зависит от того, как сотрудник ощущает себя на работе и насколько комфортно ему взаимодействовать с коллегами.

В основе высокой производительности лежит эффективная коммуникация. Когда сотрудники чувствуют себя частью команды, понимают задачи и цели, а также имеют возможность свободно обмениваться информацией и идеями, они мотивированы работать эффективнее.

Производительность труда - это плодотворность, результативность конкретного труда. Она измеряется количеством выполненной работы за определенный период времени, либо количеством времени, затраченного на выполнение конкретной задачи. Чем меньше времени требуется на выполнение задачи, тем выше производительность труда [1].

Важно понимать, что рост производительности не всегда достигается за счет увеличения интенсивности работы. Часто более эффективно увеличить сложность задачи, что позволит сотруднику развиваться и получать более высокие результаты. Однако это возможно только при условии, что у сотрудника есть все необходимые ресурсы и поддержка для выполнения задач [2, 3].

В основе повышения производительности труда лежит повышение ответственности и заинтересованности сотрудников в результате своей работы. И здесь коммуникация играет ключевую роль. Создавая атмосферу открытого и уважительного общения, мы позволяем

сотрудникам чувствовать себя ценными и мотивированными достигать высоких результатов.

Неэффективная коммуникация, то есть передача информации в неподходящей форме или отсутствие ясности в ее восприятии, приводит к возникновению недопониманий и путаницы. Управление коммуникационными взаимосвязями направлено на минимизацию таких ситуаций, обеспечивая свободный и эффективный обмен информацией между членами коллектива. Это гарантирует, что все сотрудники находятся в едином информационном поле, что необходимо для успешной координации действий [4, 5].

Часто сотрудники более открыто делятся информацией и проблемами с коллегами, чем с руководством. Это создает благоприятную атмосферу для обмена опытом и знаниями. Эффективная коммуникация также способствует снижению уровня стресса, поскольку сотрудники имеют возможность выразить свои затруднения и получить поддержку от коллег. Это позволяет им найти решения своих проблем и увеличить свою эффективность.

Существуют три основных типа коммуникации, каждый из которых влияет на производительность труда по-своему:

- Вербальная коммуникация. Устная речь является основным инструментом общения на рабочем месте. Ясный и четкий язык способствует пониманию задач, эффективному обмену информацией и решению проблем. Однако вербальная коммуникация может быть воспринята неправильно, если отсутствует невербальная поддержка.

- Невербальная коммуникация. Язык тела, мимика, интонация играют не менее важную роль, чем слова. Позитивный невербальный язык создает атмосферу доверия и открытости, что способствует эффективному взаимодействию.

- Письменная коммуникация. Необходима для документирования информации, создания официальных документов и сохранения истории взаимодействий. Важно использовать ясный и лаконичный стиль, чтобы предотвратить недопонимание.

Для повышения производительности труда в современных организациях широко используются современные инструменты коммуникации, такие как:

- Платформы для онлайн-сотрудничества: (Slack, Microsoft Teams, Google Workspace) позволяют сотрудникам общаться в реальном времени, делиться файлами, создавать совместные документы и управлять проектами.

- Системы управления проектами: (Asana, Trello, Jira) обеспечивают организацию и контроль за выполнением задач, устанавливают сроки, отслеживают прогресс и позволяют эффективно координировать работу команды.

- Инструменты для обратной связи: (SurveyMonkey, Google Forms) позволяют собирать обратную связь от сотрудников о работе и условиях труда, что помогает выявлять проблемы и вносить необходимые изменения.

Для улучшения коммуникации в организации необходимо принять ряд практических шагов:

- Проведение тренингов по коммуникативным навыкам. Обучение сотрудников правилам эффективного общения, как устного, так и письменного, позволит им лучше понимать друг друга и эффективнее решать проблемы.

- Организация корпоративных мероприятий. Создание неформальной атмосферы взаимодействия между сотрудниками способствует укреплению взаимоотношений и улучшению коммуникации.

- Введение системы регулярной обратной связи. Позволяет сотрудникам понимать свои сильные и слабые стороны, а также улучшать свои коммуникативные навыки.

- Создание специальных каналов коммуникации. Например, корпоративные блоги, форумы или чаты для обмена информацией и обсуждения профессиональных тем.

В заключение, можно с уверенностью заявить, что управление коммуникационным взаимодействием является не просто важным аспектом, а решающим фактором производительности труда на предприятии. Современные инструменты коммуникации и

методы управления позволяют строить эффективные каналы обмена информацией, создавать систему обратной связи и проводить тренинги по коммуникативным навыкам.

Важно понимать, что управление коммуникацией - это не одноразовое действие, а постоянный процесс, требующий внимания и усилий со стороны руководства и всех сотрудников. Инвестиции в развитие коммуникационных процессов в организации приведут к повышению производительности труда, улучшению атмосферы в коллективе и, в конечном счете, к успеху предприятия.

Список использованных источников

1. Рачек С.В., Мирошник А.В. Производительность труда как основной показатель эффективности трудовой деятельности // Научное обозрение. Экономические науки. – 2014. – № 2. – 76-77 с.
2. Васяйчева В.А. Система управления кадровым потенциалом промышленных предприятий в условиях инновационных перемен: роль, особенности и направления оптимизации // Вестник Пермского университета. Серия: Экономика. 2021. Т. 16. № 4. С. 405-420.
3. Васяйчева В.А., Сахабиев В.А., Сахабиева Г.А. Кадровая политика как инструмент совершенствования системы управления предприятиями // Вестник Самарского муниципального института управления. 2010. № 4 (15). С. 37-43.
4. Бодалев А.А. Психология общения: учебник. – М.; Воронеж. 2018. – 356 с.
5. Мумладзе Р.Г., Афонин И.Д., Афонин А.И., Смирнов В.А. Деловое общение: учебник. - М.: Русайнс, 2017. - 176 с.

ПОНЯТИЕ И ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА

В.В. Савинкина

Научный руководитель М.Е. Цибарева

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Современные высокотехнологичные реалии выдвигают особенные требования к человеческим ресурсам и их управлению. В сложившихся экономических условиях маркетинг персонала играет особую роль, поскольку привлечение и удержание персонала в организации выходит на первое место в конкурентной борьбе и удержании позиций организацией на рынке.

Понятие «маркетинг персонала» рассматривали и приводили многие ученые, представим некоторые высказывания.

Маркетинг персонала, по мнению автора Сергеевой В.В., можно определить как: «вид управленческой деятельности, который направлен на обеспечение предприятия человеческими ресурсами на длительный период времени»[1].

Сардак О.В. маркетинг персонала определяет иначе: «вид деятельности, направленный на трансформацию кадрового потенциала с целью взаимовыгодного удовлетворения потребностей предприятия в персонале, а также потребностей реальных и потенциальных работников, и усиление на этой основе позиции предприятия на рынке труда и на рынке основного вида деятельности»[2].

Автор Кибанов А.Я. подходит к определению маркетинга персонала иначе: «Маркетинг человеческих ресурсов — вид управленческой деятельности, направленной на определение и покрытие потребности в персонале» [3].

А.В. Железцов придерживается мнения, что под понятием маркетинг персонала стоит понимать: «вид управленческой деятельности, направленный на удовлетворение качественной и количественной потребности в персонале организации» [4].