

Различные виды коммуникаций: на примере компании ОАО «Милитцер и Мюнх Казахстан»

Смаилова Акмарал Маратовна

Студент (бакалавр)

Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Алматы, Казахстан

E-mail: smailova_akmaral@mail.ru

Коммуникации имеют огромное значение для успешной деятельности организаций, поскольку коммуникации - это обмен информацией между людьми. Без обмена информацией они не могут вместе работать, формулировать задачи и решать их. Термин коммуникации широко применяется в обыденной жизни и среди специалистов.

Роль коммуникаций очевидна как на малых фирмах, так и в мощных компаниях и корпорациях. От эффективности коммуникационных связей и взаимодействий зависит будущее не только организации, как хозяйствующего субъекта на рынке, но также и людей, работающих в данной организации, а на глобальном уровне и благополучие всей страны в целом. Итак, коммуникации - это обмен информацией между двумя людьми и более. Коммуникация (лат. communicatio), буквально означающее «общее» или «разделяемое всеми». В практическом плане - это процесс обмена идеями и информацией между двумя и более людьми, ведущий к взаимному пониманию [1]. Осуществляются коммуникации путем передачи идей, фактов, мнений, ощущений или восприятия, чувств и отношений от одного лица другому в устной или какой-либо другой форме с целью получения в ответ желаемой реакции.

Коммуникации подразделяются на две большие группы: между организацией и её средой и между уровнями управления и подразделениями. К первой группе относятся коммуникации, которые представляют собой информационное взаимодействие с внешней средой: это СМИ, потребители, надзор за качеством продукции, органы государственного регулирования, политические группы, комитеты, поставщики и т.п. Ко второй группе относятся межуровневые коммуникации, коммуникации между различными подразделениями, коммуникации «руководитель-подчиненный», коммуникации между руководителем рабочей группой, неформальные коммуникации.

Выделяют следующие виды коммуникаций: организационные, внешние, внутренние, формальные, вертикальные, по восходящей, по нисходящей, горизонтальные коммуникации, неформальные, межличностные [2].

Организационные коммуникации - это совокупность коммуникаций, строящихся на основе общения, опосредованного информацией о самой организации, ее целях и задачах. Межличностные коммуникации - устное общение людей в одном из перечисленных видов. Природа межличностных отношений существенно отличается от природы общественных отношений, так как их важнейшая специфическая черта - эмоциональная основа. Поэтому межличностные отношения можно рассматривать как фактор психологического климата группы.

Внешние коммуникации - это коммуникации между организацией и средой. Организации пользуются разнообразными средствами для коммуникаций с составляющими своего внешнего окружения. С имеющимися и потенциальными потребителями они общаются с помощью рекламы и других программ продвижения товаров на рынок. В сфере отношений с общественностью первостепенное внимание уделяется созданию определенного образа, имиджа организации на местном, общенациональном или международном уровне. Внутренние коммуникации - это коммуникации внутри организации между различными

уровнями и подразделениями.

Горизонтальные коммуникации - это коммуникации между различными отделами организации. Организации состоят из множества подразделений, поэтому обмен информацией между ними нужен для координации задач и действий. К примеру, представители разных отделов в нашем университете периодически обмениваются информацией по таким вопросам, как составление расписания занятий, уровень требований в программах для выпускников, сотрудничество в исследовательской и консультативной деятельности и обслуживание местного населения. [3]

Рассмотрим важность применения и выбора каналов коммуникаций на примере компании ОАО «Милитцер и Мюнх Казахстан», которая находится в городе Алматы и является частью одного из крупнейших холдингов мира. В 1880 году Ричард Милитцер и Вернер Мюнх, занимавшиеся перевозками фарфора, объединились и организовали транспортную фирму в городе Хоф (Германия), который находился в самом сердце Европы - в северо-восточной Баварии. В сложной конкурентной борьбе молодая компания сумела закрепить свои позиции на рынке транспортных услуг. На сегодняшний день холдинг M&M объединяет более 200 представительств в 36 странах мира и динамично развивается.

Так, работа менеджера авиаотдела заключается в запросе тарифов на перевозку у авиакомпаний, ведении переговоров с заказчиком и с партнерами в стране в которую необходимо отправить груз, заключении и обсуждении договоров, страхование грузов и т.д. В связи с этим, необходимо постоянно держать связь. Перед менеджером становится сложная задача выбора канала для передачи информации. Работа зависит от ведения переписки, которая должна проходить в кратчайшие сроки. Для этого компания избрала электронный канал коммуникации. Переписка ведется на английском языке. Сеть Интернет позволяет быстро и качественно передавать практически любую информацию адресату. По электронной почте происходит запрос тарифов и стоимости сборов аэропорта у авиакомпаний, а также стоимость таможенного оформления. Использование электронного канала здесь необходимо, так как нужно сделать распечатку тарифов и занести ее в файл, который открывается на каждую перевозку отдельно. Можно копировать, распечатывать, пересылать информацию также по почте другому адресату или по локальным сетям вышестоящему руководству, коллегам и в бухгалтерию. Пользоваться этим каналом связи очень удобно и быстро.

При последующей работе осуществляется оформление необходимых документов и отправка груза. Затем должно происходить прослеживание груза в пути. Все сведения о движении груза поступают на электронный почтовый адрес менеджера компании M&M, затем распечатываются на принтере и подшиваются в файл. После того как груз был доставлен в пункт назначения, проводится таможенное оформление, выставление счета-фактуры, составление и подписание акта выполненных работ, здесь используется документальный канал коммуникации.

В ОАО «Милитцер и Мюнх Казахстан АГ» коммуникациям отводится достаточно почетное место. Вся работа по экспедированию грузов строится на системе коммуникации, и руководство компании очень тщательно подходит к вопросу выбора средств коммуникаций для эффективного обмена информацией. Структура коммуникаций в компании отлично налажена, так как от этого зависят отношения с партнерами и заказчиками, а также сохранение конкурентной позиции на рынке.

Хорошо налаженные коммуникации содействуют обеспечению организационной эффективности. Если организация эффективна в области коммуникации, то она эффективна и во всех других видах деятельности. Но в процессе коммуникаций информация может

быть искажена, неправильно понята или воспринята. Поэтому главной задачей коммуникационного процесса является обеспечение понимания и правильного восприятия передаваемой информации.

Источники и литература

- 1) Василик М.А. Основы теории коммуникации. М, 2006. 615 с.
- 2) Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации. М, 2004. 137 с.
- 3) Яковлев И.П. Ключи к общению. Основы теории коммуникаций. М, 2006. 240 с.

Слова благодарности

Выражаю огромную благодарность организаторам Ежегодной Международной конференции студентов, аспирантов и молодых учёных «Ломоносов» за возможность участия в таком крупномасштабном мероприятии! Приняв участие в нём один раз, и, заняв первое место за лучший доклад на секции, хотелось бы повторить этот успех. Не менее благодарна своему научному руководителю за поддержку и вклад в развитие моей научно-исследовательской деятельности.