

Научная статья
<https://doi.org/10.23672/SAE.2023.19.45.029>
УДК 658.5.011



РОЛЬ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УПРАВЛЕНИИ ЮРИДИЧЕСКОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Полухин А.С.

Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Аннотация: В статье рассмотрены особенности формирования деловых коммуникаций в контексте их реализации в рамках построения бизнес-процессов, указаны ключевые аспекты, обусловившие использование и применение деловых коммуникаций в экономическом поле с целью достижения своих управленческих интересов. Определено, каким образом необходимо идентифицировать влияние и роль деловой коммуникации на деятельность юридических организаций. Коммуникации являются ключевым компонентом для создания более современного общества в хозяйственной деятельности, но признается, что не все члены общества обладают творческим и коммуникативным потенциалом, необходимым для проведения преобразований. Коммуникации в рамках компании требуют креативности и оригинальности, которые могут быть присущи не всем людям.

Однако важно, чтобы все члены общества поддерживали и содействовали экономическому развитию, будь то посредством информационной поддержки, разработки политики или другими способами. В конечном счете, успешная внутренняя политика должна обеспечивать баланс между потребностью в творчестве и разнообразии и практическими реалиями внедрения.

Ключевые слова: деловая коммуникация, бизнес-процессы, управление организацией.

THE ROLE OF BUSINESS COMMUNICATIONS IN THE MANAGEMENT OF A LEGAL ORGANIZATION

Alexander S. Polukhin

Moscow Financial and Industrial University "Synergy"

Abstract: The article examines the features of the formation of business communications in the context of their implementation within the framework of building business processes, indicating the key aspects that determined the use and application of business communications in the economic field in order to achieve their management interests. It is determined how it is necessary to identify the influence and role of business communication on the activities of legal organizations. Communication is a key component for creating a more modern society in economic activity, but it is recognized that not all members of society have the creative and communicative potential necessary to carry out changes. Communication within a company requires creativity and originality, which may not be inherent in all people.

However, it is important that all members of society support and promote economic development, whether through advocacy, policy development, or other means. Ultimately, successful internal policies must strike a balance between the need for creativity and diversity and the practical realities of implementation.

Keywords: business communication, business processes, organization management.

Введение

В настоящее время коммуникационная политика в рамках оптимизации бизнес-процессов признает важность человеческого фактора в экономическом развитии, выражающуюся в усилиях по организации массовой подготовки высококвалифицированных кадров и развитию компетенций «делового человека».

Такое признание использования коммуникаций в бизнес-процессах согласуется с концепцией человеческого потенциала в экономике, в которой подчеркивается ценность знаний, навыков и других способностей, которыми обладают или приобретаются люди, способствуя экономическому росту и развитию [8].

В этой связи оптимальная конструкция использования человеческого потенциала в коммуникации любого экономического субъекта должна учитывать все достоинства и недостатки существующих на сегодняшний день моделей, а также особенности отдельных экономических систем.

Поэтому, государства и частные компании активно инвестируют в обучение своих профессионалов и студентов на всех уровнях образования, чтобы обеспечить конкурентоспособность в глобальной экономике и устойчивое развитие.

Результаты

Становление знаний в некоторых

странах уже стало движущей силой их экономического роста, наряду с инновациями и технологическими достижениями [11].

В современном мире интеллектуальный капитал и коммуникации являются ключевым видом человеческого потенциала и получает все большее распространение.

Развитие культурно-нравственного капитала может улучшить имидж фирмы, привлечь больше клиентов, а также повышать удовлетворенность работников и уменьшать текучесть кадров.

Хотя культурный и коммуникативный капитал не является легко измеряемым величиной, его роль в экономическом развитии неоспорима. Поэтому во всех отраслях деятельности необходимо учитывать значимость коммуникативного капитала как часть общего человеческого капитала [12].

Положительное влияние инвестиции коммуникационного потенциала на благосостояние общества основано на трех механизмах, описанных Капелюшниковым в 1985 году:

- Сохранение запаса давно приобретенных знаний путем их передачи от поколения к поколению;
- Обеспечение более быстрого доступа к недавно появившимся и ранее неизвестным знаниям;
- Активизация производства новых, еще не существующих знаний

[1].

Способность взаимодействовать с людьми как внутри, так и за пределами компании является ключевой характеристикой успешных строителей бизнеса. В то время как некоторые люди считают, что общение является важнейшей особенностью бизнеса, другие говорят, что должность коммуникатора непродуктивна и что специальный отдел коммуникаций не нужен. Со второй формой компании также имели дело люди. Успех фирмы зависит от продаж, планирования, логистики, бухгалтерского учета, роста бизнеса, рынков и других управленческих задач [11].

Все эти роли требуют знания эффективных коммуникационных стратегий со стороны менеджеров. Для этого вам необходимо создать хорошо управляемый и тщательный процесс коммуникации.

Менеджеры могут использовать эффективное общение, чтобы оказать влияние на выполнение ими своих рабочих задач [2].

Крайне целесообразно донести предварительные условия и соответствующую информацию до заинтересованных сторон проекта на этапе планирования. Это способствует правильному пониманию, что приводит к эффективной реализации.

Подходящий канал связи необходим для передачи сообщений как внутреннему персоналу, так и внешним клиентам, чтобы все были в курсе корпоративных новостей.

Счастье сотрудников, удержание клиентов и общественный имидж

компании — все это возможно реализовать лишь в том случае, когда осуществляется коммуникация. Неэффективное общение на рабочем месте может привести к недопониманию, заблуждениям и созданию неудобной рабочей среды [1].

Обсуждение

Коммуникационные навыки полезны при разработке концепции, управления, организации, продвижения и создания ряда рекламных, управленческих, развивающих и строительных структур и процедур. Коммуникативные способности необходимы для маркетинга и продвижения бизнеса. Росту сотрудников и желанию достичь бизнес-целей способствует эффективное общение. И один из способов обеспечить приятный клиентский опыт для корпорации – это слаженное общение. Чтобы сократить этот разрыв, работодатели и работники должны иметь возможность успешно общаться. Развитые коммуникативные навыки могут оказать влияние на снижение стресса и повышения эффективности показателей деятельности. И именно таким образом каждый мотивируется выполнять цели организации продуктивным и приятным образом [3].

В ответ на это высокоуровневые коммуникативные способности имеют решающее значение в управлении и организации бизнеса.

С. В. Хусайни предположил, что слаженная коммуникация является основным направлением роста и

развития организации в наши дни.

В бизнесе существует постоянный поток внутренней и внешней коммуникации, и хорошая коммуникация имеет решающее значение для успеха организации. Исследование изучает влияние хороших коммуникаций на корпоративное процветание [5].

Передача информации неравнозначна самим данным. То есть, указанное взаимодействие есть ни что иное как сеть двусторонней связи, которая начинается с передатчика и заканчивается приемниками.

Коммуникация имеет решающее значение в корпоративном мире. Все дело в коммуникациях в управлении. Основные функции управления не могут быть успешно выполнены без эффективного межличностного общения. В корпоративных коммуникациях данные постоянно перемещаются.

Без обратной связи корпоративное общение бессмысленно. В фирме существуют различные уровни иерархии. Чем больше уровней в организации, тем сложнее ее контролировать все происходящие процессы.

Эффективное деловое общение имеет ключевое значение для успеха организации, поскольку оно помогает формировать продуктивные команды, рабочее сотрудничество и развивать динамичную рабочую культуру.

Коммуникация влияет на каждую область бизнеса, и успех компании основан на эффективной и результативной коммуникации [6].

Согласно мнению С.

Калояннидис, общение является ключевым инструментом для налаживания деятельности и развития компании. Большинство предприятий полагаются на прочные связи как с клиентами, так и с сотрудниками для увеличения продаж и расширения. Организационное управление, а также негативные коммерческие результаты обычно являются результатом слабого или недостаточного взаимодействия.

Таким образом, эффективная коммуникация в любой организации компании оказывает существенное влияние на производительность сотрудников.

Корпоративная организация использует различные коммуникационные стратегии. Это может быть сообщение, отправленное сотруднику, публичная реклама или электронное письмо, отправленное клиентам.

Общение также может использоваться для предоставления обратной связи. Сотрудники обучаются и поощряются к повышению производительности и эффективности посредством общения на рабочем месте. Внутри организации общение способствует повышению мотивации в команде, а мотивированные сотрудники более эффективны в любом бизнесе.

Члены команды, которые хорошо информированы, получают больше уверенности.

Как следствие, у них более оптимистичный настрой, что вдохновляет их отдавать все свои силы своей компании.

Встречи, внутренние дневники,

беседы, электронные письма и другие успешные методы общения могут быть использованы для привития позитивизма. Коммуникации предоставляют важную информацию для принятия стратегических решений. Общение является ценным преимуществом для каждого владельца бизнеса, поскольку оно помогает в завершении /

Особую ценность представляет коммуникация во время переговоров для достижения желаемых результатов.

Коммуникация крайне актуальна внутри фирмы. Это может оказать влияние на установление благоприятных рабочих связей между работодателями и сотрудниками, что повышает моральный дух и производительность. Это также может оказать влияние на развитие межличностных отношений, что приводит к успешному сотрудничеству. В любом бизнесе самым ключевым элементом является клиент.

Внешняя коммуникация, являющейся целесообразной и последовательной, может оказать влияние на привлечение новых клиентов и удержании существующих. Эффективная коммуникационная стратегия помогает убедить клиентов изучить предложения компании. Разумная стратегия связей с общественностью может повысить имидж компании за счет использования средств массовой информации. Эффективные деловые коммуникации способствуют продвижению корпоративных

инноваций. Расширяя своих клиентов, а также клиентскую базу, компания может извлечь выгоду из растущей глобализации мира.

Преимущества существенно возрастают, если и руководство, и работники взаимодействуют эффективно и на регулярной основе.

Бизнес-инновации возникают тогда, когда люди могут выражать или сообщать свои мнения и идеи, и их поощряют к этому. Фирмы должны внушать доверие своим сотрудникам, мотивируя их высказывать свои идеи, когда они начинают любое новое начинание.

Также крайне важно получить информацию от текущих клиентов, прежде чем начинать что-то новое. Обе эти вещи требуют как открытого, так и дружеского общения.

То есть, представляется, что для обеспечения успешного и эффективного ведения бизнеса необходимо установить адекватные методы/каналы коммуникации во всех ключевых сегментах – будь то внутренние отношения с персоналом или внешние каналы связи с клиентом.

В связи с этим, коммуникация в рамках управленческой деятельности играет важную роль в функционировании бизнеса в сфере юридического сопровождения. Без коммуникации между различными сторонами - юристами, судьями, клиентами, законодателями и другими участниками правовой системы - невозможно обеспечить эффективное функционирование данной системы.

Коммуникация, складывающаяся в рамках

управленческой деятельности юридической компании, включает в себя обмен информацией, взаимодействие и восприятие правовых понятий и норм. Она позволяет разным сторонам взаимодействовать и добиваться взаимопонимания, что является основой для разрешения правовых споров и принятия правильных решений.

Коммуникация в правовой сфере может быть различной: она может включать устную и письменную коммуникацию, общение в рамках судебных процессов, переговоры между сторонами, обсуждение правовых вопросов и многое другое. Каждая из этих форм коммуникации имеет свои особенности и требует определенных навыков и знаний.

Эффективная коммуникация в управлении юридической организации играет важную роль в достижении успеха и укреплении корпоративной культуры. Идеальной моделью коммуникаций является модель, основанная на открытой и прозрачной коммуникации между руководством и сотрудниками. Эта модель обеспечивает своевременную передачу информации и принятие важных решений на основе полной и точной информации [10].

Заключение

Создание системы налаженных связей в организации позволяет обеспечить своевременное и эффективное распространение информации от руководства до работников и наоборот. Это включает в себя установление четких каналов

коммуникации, таких как регулярные собрания, электронная почта, внутренние сообщения и другие инструменты для обмена информацией. Подразделения должны быть взаимосвязаны и иметь возможность свободно обмениваться информацией, чтобы каждый работник имел доступ к необходимой информации для выполнения своих задач.

Такая модель коммуникаций обеспечивает уменьшение текучести кадров, поскольку сотрудники ощущают свою значимость и вовлеченность в процесс принятия решений. Они видят, что их мнение учитывается и их вклад ценен для организации. Это способствует созданию сильной корпоративной культуры, где каждый работник чувствует себя частью команды и стремится к общим целям организации.

В связи с этим, идеальная модель коммуникаций в организации основана на открытости, прозрачности и взаимодействии между руководством и сотрудниками. Она способствует укреплению корпоративных ценностей, снижению текучести кадров и созданию сильной и эффективной юридической команды [9].

В связи с этим, управленческая коммуникативная модель, применяемая в рамках бизнес-оптимизации юридических компаний позволяет создать синергию между персоналом и стратегическими целями организации. Это способствует устойчивому развитию компании на

рынке оказания юридических услуг и преимуществ на рынке.
достижению конкурентных

Конфликт интересов

Не указан.

Рецензия

Все статьи проходят рецензирование в формате double-blind peer review (рецензенту неизвестны имя и должность автора, автору неизвестны имя и должность рецензента). Рецензия может быть предоставлена заинтересованным лицам по запросу.

Conflict of Interest

None declared.

Review

All articles are reviewed in the double-blind peer review format (the reviewer does not know the name and position of the author, the author does not know the name and position of the reviewer). The review can be provided to interested persons upon request.

Литература:

1. *Абрамов А.А. Менеджмент [Текст]: учебник / А.А. Абрамов. – М.: Гардарики, 2021. – 520 с.*
2. *Алехин В.П. корпоративная культура [Текст]: учебник / В.П. Алехин, Д.В. Обухов, С.И. Самыгин. – Р-н/Д: Феникс, 2019. – 352 с.*
3. *Богомолов С.Ю. Основы менеджмента [Текст]: учебник / С.Ю. Богомолов. – М.: Проспект, 2020. – 312 с.*
4. *Жирухин Е.В. Экономика предприятия (организаций) [Текст]: учебник / Е.В. Жирухин. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К0», 2020. – 372 с.*
5. *Козочкин И.Д. Человеческий потенциал в организации [Текст]: учебное пособие / И.Д. Козочкин. – Томск: Издательство ТПУ, 2021. – 416 с.*
6. *Ларин Д.С. Экономика труда [Текст]: учебник / Д.С. Ларин, О.В. Кучмаева. – М.: МФПА, 2020. – 80 с.*
7. *Шекшня С.В. Человеческий потенциал в современной организации. – М.: Интелсинтез, 2018 – 250 с.*
8. *Шепель В.М. Управленческая психология. – М.: Экономика, 2018. – 300 с.*
9. *Шкатулла В.Н. Настольная книга менеджера по кадрам. – М.: Инфра-М, 2018. – 465 с.*
10. *Шредер Г.А. Руководить сообразно ситуации. – М.: Интерэксперт, 2021. – 210 с.*
11. *Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. – М.: Акалис, 2019. – 315 с.*
12. *Якокка Ли. Карьера менеджера. – М.: Прогресс, 2020. – 270 с.*

References

1. *Abramov A.A. Management [Text]: textbook / A.A. Abramov. – M.: Gardariki, 2021. – 520 p.*
2. *Alekhin V.P. corporate culture [Text]: textbook / V.P. Alekhin, D.V. Obukhov, S.I. Samygin. - District / D: Phoenix, 2019. - 352 p.*
3. *Bogomolov S.Yu. Fundamentals of management [Text]: textbook / S.Yu. Bogomolov. – M.: Prospekt, 2020. – 312 p.*
4. *Zhirukhin E.V. Economics of an enterprise (organizations) [Text]: textbook / E.V. Zhirukhin. - M.: Publishing and Trade Corporation "Dashkov and K0", 2020. - 372 p.*
5. *Kozochkin I.D. Human potential in the organization [Text]: textbook / I.D. Kozochkin. - Tomsk: TPU Publishing House, 2021. - 416 p.*
6. *Larin D.S. Labor Economics [Text]: textbook / D.S. Larin, O.V. Kuchmaev. - M.: MFPA, 2020. - 80 p.*
7. *Shekshnya S.V. Human potential in modern organization. – M.: Intelsintez, 2018 – 250 p.*
8. *Shepel V.M. Management psychology. – M.: Economics, 2018. – 300 p.*

9. Shkatulla V.N. *Handbook of the personnel manager*. – М.: Infra-M, 2018. – 465 p. 10. Schroeder G.A. *Manage according to the situation*. – М.: Interexpert, 2021. – 210 p. 11. Yudanov A.Yu. *Competition: theory and practice*. – М.: Akalis, 2019. – 315 p. 12. Iacocca Lee. *Manager career*. – М.: Progress, 2020. – 270 p.

Информация об авторе:

Полухин Александр Сергеевич, Аспирант, магистр; факультет бизнеса, 5.2.6, Менеджмент, Негосударственное образовательное частное учреждение высшего образования «Московский финансово-промышленный университет «Синергия». ov-poluh@yandex.ru

Alexander S. Polukhin, Postgraduate student, Master's degree; Faculty of Business, 5.2.6, Management, Non-governmental educational private Institution of Higher Education "Moscow Financial and Industrial University "Synergy". ov-poluh@yandex.ru