

⁴ Домарева Е.В. Становление концепции нейромаркетинга. перспективы и проблемы развития // Научное сообщество студентов XXI столетия. Экономические науки: сб. ст. по мат. XXIX междунар. студ. науч.-практ. конф. 2015. № 2(29). С.6-11

NEUROMARKETING: ESSENCE, DEVELOPMENT PROSPECTS IN RUSSIA AND THE WORLD

© 2019 Potapova Angelina Ruslanovna
Student

© 2019 Rakhmatullina Albina Rustamovna
Candidate of Economics, Associate Professor

© 2019 Sosunova Lilyana Alekseevna
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: lina.potapova163@gmail.com

Neuromarketing provides an opportunity to more deeply understand the consumer's motivation, its value, installation, and also allows for segmentation at a qualitatively new level.

Keywords: neuromarketing, innovation, neuromarketing research, consumer behavior.

УДК 316.4
Код РИНЦ 06.00.00

ОСОБЕННОСТИ НЕВЕРБАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ И ЕЕ РОЛЬ В МЕНЕДЖМЕНТЕ

© 2019 Прокудина Дарья Денисовна*
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: dash.prockudina2016@gmail.com

В статье рассматривается проблема того, что при деловых коммуникациях огромное внимание уделяется именно словесному общению, а про роль невербального канала забывается. В работе представлены невербальные методы общения в менеджменте, применяемые для создания взаимовыгодных отношений.

Ключевые слова: источник информации, деловые коммуникации, взаимодействие, мимика, взгляд, поза, жесты.

* Научный руководитель - Шарикова Юлия Витальевна, кандидат экономических наук, доцент.

Исторически сложилось так, что изначально коммуникации в группах происходили при помощи жестов, мимики, движения тела. С эволюцией человека в его арсенале возникает мычание, которое способствует зарождению интонации и тембра. Словесное общение появляется позже остальных средств коммуникации и дополняет собой ранее возникшие средства связи. На сегодняшний день вербальная и невербальная коммуникации существуют в тандеме, одна дополняет другую, при этом жесты и мимика усиливают и придают особый смысл словесному общению¹. Поэтому стоит обратить внимание не только на речь человека при контакте, но и на жесты, мимику, тембр, так как слова передают логическую информацию, а через невербальные проявления собеседник демонстрирует истинное отношение к происходящему. Это касается не только общения в обыденной жизни, но и деловых коммуникациях, в таких сферах: менеджмент, бизнес, государственное управление, юриспруденция, журналистика и др. в этих областях людям необходимо знать тонкости коммуникационного процесса, чтобы добиться желаемого результата. Все это говорит об актуальности исследования невербальных форм общения.

Для того, чтобы понять какие методы коммуникации принимать в менеджменте, необходимо сначала дать ему определение. Менеджмент - это комплекс действий, мер и методов управления людьми в государственном и экономическом секторах, направленных исключительно для достижения поставленных задач. Из определения можно понять, что коммуникации играют первостепенную роль в управлении предприятием. Залогом эффективности и экономического роста предприятия является грамотно продуманная коммуникация. Коммуникационный процесс (от лат. "communicatio" - сообщение, связь) - это процесс, в ходе которого два или более человека обмениваются информацией и осознают ее. Целями коммуникации являются:

1. Предоставление продуктивного обмена информацией между субъектами коммуникационного процесса;
2. Модернизация деловых связей в процессе взаимодействия;
3. Конструирование информационных каналов для обмена данными между членами организации;
4. Координация и рационализация информационных потоков².

Данные цели достигаются в процессе эффективных связей между отправителем и получателем информации. Этот процесс может осуществляться как вербально, так и невербально.

В основе невербальной коммуникации лежит информация, посланная отправителем без использования слов. Анализ всех систем невербальной коммуникации показывает, что они играют большую вспомогательную, или иногда даже самостоятельную роль в коммуникативном процессе. Они могут не только усилить вербальное сообщение, но и придать ему особый смысл.

Речь - это универсальное средство общения, но не единственное. По данным социологических исследований 55% сообщений воспринимается через выражение лица, поз и жестов, а 38% - через интонацию и тембр голоса⁴. Это говорит о необходимости изучения управленцами невербальных сигналов. Невербальная коммуникация (от лат. "verbalis" - устный и лат. "communicatio" - общаться) - поведение, сигнализирующее о характере взаимодействия и эмоциональных состояниях общающихся индивидов⁴. Это жесты, мимика, поза, одежда, прическа, окружающие предметы. Прочтение подобного рода элементов поведения способствует достижению высокой степени взаимопонимания. Отслеживание такой информации дает собеседникам сведения о морально-личностных качествах друг друга, о настроении, чувствах, переживаниях, намерениях, ожиданиях и т.д.

Пытаясь понять и оценить человека, распознать его еще не проявившиеся психологические состояния, в первую очередь внимание уделяется лицу. При этом наше сознание опирается не столько на черты лица, сколько на мимику. Мимика - это движения мышц лица, отражающее чувства и эмоциональный фон собеседников. Многие мимические движения осуществляются сознательно, стремясь выразить или подчеркнуть то или иное настроение. Однако во всех подобных случаях лицевые мышцы осуществляют те самые движения, которые и без сознательного контроля выступают естественной реакцией на то или иное событие. Следует обратить внимание на то, что человек на протяжении всей жизни обучается навыкам владения эмоциями и их проявлениями. Натренированные люди преуспевают в этом настолько, что легко могут ввести в заблуждение своего оппонента. Визуальный контакт тоже напрямую связан с мимикой. Он составляет важную часть общения. К примеру, если коммуникатор хочет, чтоб ему доверяли, то необходимо смотреть получателю информации в глаза не менее 70 % всей беседы.

Обратимся к определению А.В.Филиппова, чтобы более точно выразить значимость невербальных символов: "Жест - знаковая единица общения и сообщения, которая имеет мануальную, мимическую или пантомимическую форму выражения, выполняя коммуникативную функцию, характеризующаяся воспроизводимостью и смысловой ясностью для представителей какой-либо нации или для членов какой-либо социальной группы"¹³. Из этого следует, что наиболее подробного рассмотрения заслуживает толкование движений рук, которые "дорисовывают" речь. Как правило, жесты подразделяются на широкие и мелкие, при этом, первые характерны для экспансивной натуры, склонной к открытому проявлению ярких чувств, а вторые используются скромными натурами, не желающими выставлять свои эмоции и чувства на обозрение общества. При этом, жестикация может намеренно контролироваться членами коммуникационного процесса, в этом случае очень трудно узнать истинное отношение людей к происходящему процессу. Также мелкие жесты свидетельствуют об утомленности. Многообразие интерпретаций внешних проявлений заставляет быть

осторожным при общении, ведь всякий жест подлежит оценке с той точки зрения, какое предметное действие он более или менее явно имитирует. В этом отношении показательно общее положение рук. Рассмотрим наиболее распространенные в практике деловых переговоров жесты в интерпретации А. Пиза. Например, руки, заложенные за спину, символизируют отказ от предметной активности.⁵ Такое положение редко принимают люди энергичные и деятельные. Заложив руки за спину, человек как бы сигнализирует, что хочет хотя бы на время отрешиться от дел, никого не намерен беспокоить. Показ ладоней - это и символ открытости, члены коммуникационного процесса как бы говорят: "Я не вооружен и не имею агрессивных намерений"⁵. Скрещивание собеседником рук на груди говорит о том, что ему не интересно говорить на эту тему и лучше "перестроить разговор на другую волну", т.е. сменить тему разговора. Защита рта рукой - один из немногих жестов, явно свидетельствующих о лжи. Жест, когда собеседник прикасается к своему носу, является утонченным, замаскированным вариантом предыдущего жеста⁵. Это лишь малая часть видов невербальной коммуникации. Конечно же, в толковании любых жестов недопустима категоричность и поспешность. Отдельно взятый жест может и не иметь символической окраски. Поэтому необходимо брать во внимание все внешние проявления в совокупности и не стоит забывать о том, что наиболее удобными выступают для нас те позы и жесты, которые соответствуют нашему настроению.

Для осуществления какой либо деятельности руководитель обязан постоянно производить обмен информацией, который встроен во все виды управленческой деятельности и является коммуникацией, т.е. процессом передачи информации. Такая передача может осуществляться не только при помощи языка, но и при помощи жестов и мимики. При этом в основе невербального общения лежит информация, передаваемая без использования речи. Как раз таки, главная функция невербального общения - ее дополнение и замещение. Именно поэтому в менеджменте уделяют особое внимание невербальному общению. Окромя общения между руководителем и работником, существует еще контакт между менеджером и клиентом. При этом осуществляется визуальная связь, в этом случае также обращается внимание не внешние проявления собеседника. Не стоит забывать и об индивидуальном подходе в общении со своим оппонентом. В заключение хочется сказать о том, что для успеха в бизнесе важен учет особенностей межличностного общения. Невербальное общение, как и вербальное, напрямую влияет на передачу той или иной информации, именно поэтому не стоит им пренебрегать, необходимо четко осознавать его роль в развитии менеджмента организации.

¹ Лачугина, Ю. Н. Этика деловых отношений: учебное пособие / Ю. Н. Лачугина. - Ульяновск : УлГТУ, 2010. - 179 с.

² Москвин, В.П. Риторика и теория коммуникации: Виды, стили и тактики речевого общения / В.П. Москвин. - М.: КД Либроком, 2015. - 218 с.

³ Шарков, Ф.И. Коммуникология: основы теории коммуникации: Учебник для бакалавров / Ф.И. Шарков. - М.: Дашков и К, 2016. - 488 с.

⁴ Шарухин, А.П. Психология делового общения / А.П. Шарухин. - М.: Academia, 2017. - 336 с.

⁵ Шкляр Т.Л. НЕВЕРБАЛЬНОЕ ОБЩЕНИЕ, КАК ВАРИАНТ ДЕЛОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ // Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб. ст. по матер. XLVIII междунар. науч.-практ. конф. № 4(48). Часть II. - Новосибирск: СибАК, 2015. - С. 250-257.

FEATURES OF NON-VERBAL COMMUNICATION AND ITS ROLE IN MANAGEMENT

© 2019 Prokudina Daria Denisovna
Student

Samara State University of Economics

E-mail: dash.prokudina2016@gmail.com

The article deals with the problem of the fact that in business communications, great attention is paid to verbal communication, and the role of the non-verbal channel is forgotten. The paper presents nonverbal methods of communication in management used for mutually beneficial relations.

Keywords: source of information, business communication, interaction, facial expressions, look, posture, gestures.

УДК 331.1

Код РИНЦ 06.00.00

ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА: ЧЕГО ОЖИДАТЬ ОТ ЭТОГО ЯВЛЕНИЯ

© 2019 Пупко Демид Александрович*
магистрант

Самарский государственный экономический университет

E-mail: a_bec3@mail.ru

В статье рассматривается такое явление как цифровая экономика и его влияние на современное общественное развитие.

Ключевые слова: экономика; цифровая экономика; цифровизация; экономические тенденции.

Цифровая экономика. Сочетание из этих двух слов начинает упоминаться все чаще, и с момента упоминания президентом цифровой экономики в своем послании число поисковых запросов по теме выросло более чем в 5 раз. Тем не

* Научный руководитель - **Морозова Елена Сергеевна**, кандидат экономических наук, доцент.