

## روش‌های بهبود ارتباطات داخلی در شرکت‌ها و سازمانها

ارشیا حسین زاده

دانشجوی کارشناسی رشته مدیریت دولتی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران

### چکیده

ارتباطات داخلی می‌تواند برای هر سازمان یا شرکت بسیار حیاتی باشد. ارتباطات موثر و بهبود یافته در داخل سازمان، می‌تواند به افزایش کارایی و بهبود عملکرد تیم‌ها و بخش‌های مختلف کمک کند. یکی از روش‌های بهبود ارتباطات داخلی، برگزاری جلسات هفتگی یا ماهیانه با تیم‌ها و کارکنان است. در این جلسات، می‌توان به اشتراک گذاری اطلاعات، بحث و تبادل نظر در مورد مسائل مختلف و ارائه ایده‌های جدید پرداخت. این جلسات می‌توانند فرصتی برای ارتقاء فرهنگ سازمانی و افزایش همبستگی و همکاری بین اعضای تیم باشند. استفاده از ابزارها و فناوری‌های مدرن می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM)، پلتفرم‌های ارتباطی داخلی مانند Slack یا Microsoft Teams، و استفاده از ایمیل و پیامک برای اطلاع رسانی و ارتباط با کارکنان، ابزارهایی هستند که می‌توانند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کنند. این ابزارها می‌توانند ارتباط بین تیم‌ها را تسهیل کرده و اطلاعات را به طور سریع و کارآمد منتقل کنند. همچنین، افزایش انعطاف پذیری و امکان ارتباط در هر زمان و مکانی، نقش مهمی در بهبود ارتباطات داخلی دارد. به طور کلی، بهره‌گیری از روش‌های مدرن و ابزارهای الکترونیکی می‌تواند به ارتقاء ارتباطات داخلی و بهبود عملکرد سازمان کمک کند.

**واژه‌های کلیدی:** ارتباطات داخلی، فرهنگ سازمانی، ابزارها و فناوری‌های مدرن

**مقدمه:**

ارتباطات داخلی در یک شرکت یا سازمان بسیار مهم است و برای بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری از اعضای تیم بسیار حیاتی است. ارتباطات داخلی می‌تواند تأثیر مستقیمی بر انگیزه و رضایت کارکنان داشته باشد، همچنین می‌تواند بهبود روابط بین اعضای تیم و افزایش هماهنگی و همکاری در سازمان را تسهیل کند. در این مقاله، به بررسی روش‌های بهبود ارتباطات داخلی در شرکت‌ها و سازمانها می‌پردازیم. ارتباطات داخلی در یک سازمان یا شرکت می‌تواند برای بهبود ارتباطات بین اعضای تیم و افزایش هماهنگی و همکاری بسیار موثر باشد. یکی از روش‌های مهم برای بهبود ارتباطات داخلی، برگزاری جلسات هفتگی یا ماهیانه با تیم‌ها و کارکنان است. این جلسات می‌توانند فرصتی برای بررسی وضعیت پروژه‌ها، بحث در مورد مسائل مختلف و ارتباط بیشتر بین اعضای تیم فراهم کنند. از طرفی، استفاده از پلتفرم‌های مجازی مانند Slack یا Microsoft Teams نیز می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. این پلتفرم‌ها امکان ارتباط سریع و کارآمد بین اعضای تیم را فراهم می‌کنند و به اشتراک‌گذاری اطلاعات و فایل‌ها را آسان‌تر می‌کنند [1].

علاوه بر این، ایجاد سیستم‌های ارتباطی داخلی به صورت آنلاین نیز می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. این سیستم‌ها می‌توانند به ارسال اطلاعیه‌ها و اخبار مهم به کارکنان کمک کنند و اطلاعات را به سرعت و به صورت یکپارچه منتقل کنند. همچنین، برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تقویت ارتباطات بین اعضای تیم نیز می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. این دوره‌ها به افزایش انگیزه و توانایی ارتباطی اعضای تیم کمک می‌کنند و بهبود فرهنگ سازمانی و همکاری را ترویج می‌دهند. به طور کلی، استفاده از روش‌های مدرن و ایجاد فضاهای ارتباطی موثر، می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی و افزایش عملکرد سازمان کمک کند [2].

**ایجاد کانال‌های ارتباطی واضح:**

یکی از اولین مراحل برای بهبود ارتباط داخلی، ایجاد کانال‌های ارتباطی واضح در داخل شرکت است. این شامل برگزاری جلسات منظم تیمی، ایجاد یک شبکه داخلی شرکت و استفاده از ابزارهای ارتباطی مانند اسلک یا تیمز مایکروسافت است. با فراهم کردن چندین کانال برای کارمندان برای ارتباط و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، می‌توانید اطمینان حاصل کنید که پیام‌های مهم دیده نشده یا اشتباه فهمیده نمی‌شوند. ارتباط موثر در هر سازمانی ضروری است، زیرا به تقویت همکاری، افزایش روحیه کارمندان و افزایش بهره‌وری کمک می‌کند. با ایجاد کانال‌های ارتباطی واضح، کارمندان می‌توانند اطلاعاتی درباره به‌روزرسانی‌ها، اهداف و اهداف شرکت داشته باشند. این نه تنها یک حس شفافیت درون سازمان ایجاد می‌کند، بلکه به کارمندان اجازه می‌دهد که احساس بیشتری از اتصال به شرکت و مأموریت آن داشته باشند [3].

علاوه بر برگزاری جلسات منظم تیمی و استفاده از ابزارهای ارتباطی، ایجاد ارتباطات باز و صادق میان کارمندان نیز مهم است. این به معنای ایجاد یک فرهنگ است که کارمندان احساس راحتی کنند که ایده‌ها، نگرانی‌ها و بازخوردهای خود را بدون ترس از انتقام به اشتراک بگذارند. با ترویج فرهنگ ارتباط باز، احتمالاً کارمندان بیشتر به هم کار می‌کنند، در زمان مناسب درگیری‌ها را حل می‌کنند و در نهایت به موفقیت کلی سازمان کمک می‌کنند. در کل، بهبود ارتباط داخلی یک جزء کلیدی از ایجاد یک محیط کاری مثبت و موثر است. با ایجاد کانال‌های ارتباطی واضح، تشویق به گفتگوی باز و استفاده موثر از ابزارهای ارتباطی، سازمان‌ها می‌توانند مشارکت کارمندان را افزایش داده، روحیه آن‌ها را بالا برده و به اهداف کسب و کار خود به طور موثرتر دست یابند. در نهایت، ارتباط داخلی قوی بنیادی برای موفقیت و رشد هر سازمان است [4].

**تشویق به ارتباط باز و بازخورد:**

یکی دیگر از جنبه‌های کلیدی بهبود ارتباط داخلی، تشویق به ارتباط باز و بازخورد در سازمان است. این به معنای ایجاد فرهنگی است که کارمندان احساس راحتی کرده و تفکرات، ایده‌ها و نگرانی‌های خود را با مدیریت و همکاران خود به اشتراک بگذارند. با فعالاً جستجوی بازخورد از کارمندان، سواء از طریق نظرسنجی‌ها، جعبه‌های پیشنهادات یا جلسات یک به یک، می‌توانید به دست آوردن نظرات ارزشمند در مورد اینکه چگونه می‌توان ارتباط را بهبود داد و کجا ممکن است در سیستم کنونی خلل وجود داشته باشد کمک کند. به علاوه، ارائه بازخورد منظم به کارمندان درباره عملکرد و سهم آن‌ها می‌تواند به تقویت فرهنگ ارتباط باز و شفافیت کمک کند [5].

در کل، با ایجاد کانال‌های ارتباطی واضح و تشویق به ارتباط باز و بازخورد، شرکت‌ها می‌توانند ارتباط داخلی را بهبود بخشیده و نیروی کاری مشتاق و موثرتر ایجاد کنند. ارتباط موثر برای ساختن روابط قوی، ترویج همکاری و اطمینان از اینکه همه به سوی اهداف یکسانی کار می‌کنند، ضروری است. با سرمایه‌گذاری زمان و منابع در بهبود ارتباط داخلی، شرکت‌ها می‌توانند محیط کاری مثبت‌تر ایجاد کرده و در نهایت به نتایج بهتری دست یابند [6].

**تشویق به ارتباط دوطرفه:**

ارتباط مؤثر یک راه دوطرفه است. تشویق به بازخورد و گفتگو باز بین کارمندان و مدیریت برای ایجاد فرهنگ شفافیت و اعتماد ضروری است. این کار می‌تواند از طریق نظرسنجی‌های کارمندان، صندوق پیشنهادات و سیاست‌های درب باز انجام شود. با گوش دادن به بازخورد کارمندان و پرداختن به نگرانی‌های آنها، می‌توانید نیروی کاری مشتاقتر و الهام‌بخش‌تر ایجاد کنید. تشویق ارتباط دوطرفه در یک سازمان بسیار حیاتی است برای تقویت محیط کار مثبت. وقتی کارمندان احساس می‌کنند که شنیده و ارزشمند هستند، احتمالاً مشتاقتر و موثرتر خواهند بود. با ایجاد فرصت‌هایی برای گفتگو باز، می‌توانید یک فرهنگ شفافیت و اعتماد ایجاد کنید. این می‌تواند به افزایش اعتبار و بهبود رضایت شغلی کلی کمک کند [7].

یکی از راه‌های تشویق به ارتباط دوطرفه، برگزاری جلسات بازخورد منظم است. این کار می‌تواند از طریق بررسی‌های عملکرد، جلسات تیمی یا بحث‌های یک به یک انجام شود. با ارائه بازخورد سازنده و گوش دادن به نگرانی‌های کارمندان، می‌توانید به حل هر مشکلی بپردازید و به دنبال یافتن راه‌حل‌ها باشید. علاوه بر این، ایجاد یک فضای ایمن برای کارمندان برای بیان نظرات و ایده‌ها می‌تواند منجر به نوآوری و دیدگاه‌های جدید در سازمان شود. یک روش دیگر برای ترویج ارتباط دوطرفه، پیاده‌سازی سیاست درب باز است. این امکان را برای کارمندان فراهم می‌کند تا با هر گونه نگرانی یا ایده‌ای که دارند، به مدیریت بپردازند. با ترویج یک فرهنگ ارتباط باز، می‌توانید اعتماد و همکاری در سازمان را تقویت کنید. به طور کلی، تشویق به ارتباط دوطرفه می‌تواند منجر به محیط کار مثبت و موثرتر برای همه افراد مشمول شود [8].

**آموزش در مورد ارتباطات مؤثر:**

همه افراد طبیعی صحبت کردن نیستند، و بسیاری از کارمندان ممکن است دچار مشکل در بیان خود به طور واضح یا حرفه‌ای شوند. ارائه آموزش در مورد ارتباطات مؤثر می‌تواند به کارمندان کمک کند تا مهارت‌ها و اعتماد خود را در زمان ارتباط با همکاران و مشتریان افزایش دهند. این شامل کارگاه‌های آموزشی در مورد گوش دادن فعال، آداب ایمیل و حل اختلاف می‌شود. ارتباط مؤثر یکی از مؤلفه‌های کلیدی یک کسب و کار موفق است. زمانی که کارمندان قادر به ارتباط مؤثر با یکدیگر و

با مشتریان هستند، می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری، بهبود همکاری و افزایش رضایت مشتری شود. با این حال، همه افراد با مهارت‌های ارتباطی عالی به دنیا نیامده‌اند، و در اینجا برنامه‌های آموزشی می‌تواند مفید باشد [9].

با ارائه آموزش در مورد ارتباطات مؤثر، کسب و کارها می‌توانند به کارمندان خود کمک کنند تا مهارت‌های لازم برای ارتباط واضح و حرفه‌ای را توسعه دهند. این می‌تواند شامل کارگاه‌های آموزشی در مورد گوش دادن فعال باشد، جایی که کارمندان یاد می‌گیرند چگونه به طور کامل با دیگران در طول گفتگوها و جلسات در ارتباط باشند. همچنین می‌تواند شامل آموزش در مورد آداب ایمیل باشد، که به کارمندان یاد می‌دهد چگونه ایمیل‌های حرفه‌ای و واضحی بنویسند که پیام خود را به طور مؤثر منتقل کنند. آموزش حل اختلافات نیز بسیار ارزشمند است، زیرا به کارمندان یاد می‌دهد چگونه در یک روش سازنده و احترام‌آمیز اختلافات و اختلافات را پیمایش کنند. با ارائه ابزار و تکنیک‌های لازم برای ارتباط مؤثر، کسب و کارها می‌توانند محیط کاری مثبت و پربارتری ایجاد کنند. در کل، سرمایه‌گذاری در آموزش ارتباطات می‌تواند به ارتباطات بهتر، همکاری‌های بهتر و در نهایت، یک کسب و کار موفق‌تر منجر شود [10].

### استفاده از ابزارهای ارتباطات بصری:

ارتباطات بصری اغلب موثرتر از ارتباطات نوشتاری یا شفاهی است، زیرا می‌تواند به انتقال اطلاعات پیچیده به شیوه واضح و مختصر کمک کند. استفاده از ابزارهای ارتباطات بصری مانند اینفوگرافیک، ویدیوها و نمودارها می‌تواند به کارمندان کمک کند تا پیام‌ها و اطلاعات مهم را بهتر درک کنند. این موضوع برای تیم‌های از راه دور یا کارمندان با سبک‌های یادگیری مختلف بسیار مفید است. ابزارهای ارتباطات بصری به دلیل قابلیت انتقال اطلاعات به سرعت و به شکل مؤثر، در محیط کار محبوب شده‌اند. به عنوان مثال، اینفوگرافیک‌ها می‌توانند اطلاعات پیچیده را به گرافیک‌های قابل درک و جذاب تبدیل کنند. این می‌تواند به کارمندان کمک کند تا نکات کلیدی و آمارها را به راحتی تر از خواندن گزارش یا ایمیل طولانی درک کنند [11].

علاوه بر این، ویدیوها ابزاری قدرتمند برای انتقال پیام‌ها به شکل جذاب‌تر هستند. این می‌تواند یک ویدیوی آموزشی، یک پیام از مدیریت یا یک اعلان شرکتی باشد، ویدیوها می‌توانند توجه کارمندان را جلب کرده و اطلاعات را به شکل شخصی‌تر و تعاملی‌تر انتقال دهند. این موضوع بخصوص برای تیم‌های از راه دور که احتمالاً با تعامل چهره به چهره کمتری روبه‌رو هستند، مفید است. نمودارها و نمودارها نیز ابزارهای ارتباطات بصری ارزشمندی برای ارائه اطلاعات به شکل واضح و منظم هستند. برای نمایش اعداد فروش، زمان‌بندی پروژه یا نتایج نظرسنجی، بصری سازی داده‌ها می‌تواند به کارمندان کمک کند تا اعداد و روندها را به راحتی تر از خیره شدن به ردیف‌های اعداد در یک صفحه اکسل درک کنند. استفاده از ابزارهای ارتباطات بصری در محیط کار شما می‌تواند درک، تعامل و حفظ اطلاعات مهم را بهبود بخشد. با استفاده از اینفوگرافیک، ویدیوها، نمودارها و سایر کمک‌های بصری، می‌توانید به بهترین شکل با تیم خود ارتباط برقرار کنید و اطمینان حاصل کنید که پیام‌های کلیدی دریافت و درک شده‌اند [12].

### ترویج فرهنگ همکاری:

همکاری کلیدی برای ارتباط داخلی مؤثر است. تشویق به تیم‌های کاری و همکاری بین کارمندان می‌تواند کمک کند تا موانعی را که بین بخش‌ها وجود دارد برطرف شود و ارتباطات بین بخش‌ها بهبود یابد. این کار از طریق فعالیت‌های ساخت تیم،

پروژه‌های چندگانه و ابزارهای همکاری مانند Google Docs یا Trello انجام می‌شود. با ترویج فرهنگ همکاری، می‌توانید نیروی کار متمرکزتر و متصل‌تری ایجاد کنید. یکی از مهم‌ترین جنبه‌های ترویج فرهنگ همکاری در یک سازمان، ترویج ارتباطات باز است. با تشویق کارمندان به به اشتراک گذاری ایده‌ها، بازخوردها و اطلاعات با یکدیگر، می‌توانید محیط کاری شفاف‌تر و جامع‌تری ایجاد کنید. این کار می‌تواند به تفکیک میان بخش‌های مختلف و سطوح سلسله مراتبی کمک کند و باعث ارتباطات و حل مسائل مؤثرتری شود [13].

یکی دیگر از راه‌های ترویج همکاری، تشویق به تلاش تیمی است. با تقدیر و جشن‌گیری از موارد همکاری موفق، می‌توانید کارمندان را به همکاری و حمایت از یکدیگر ترغیب کنید. این کار می‌تواند به ایجاد اعتماد و دوستی میان اعضای تیم کمک کرده و منجر به ارتباطات بهتر و راه‌حل‌های نوآورانه‌تر شود. علاوه بر این، فراهم کردن ابزارها و منابعی که کارمندان برای همکاری مؤثر نیاز دارند، ضروری است. این می‌تواند شامل سرمایه‌گذاری در فناوری‌هایی باشد که ارتباطات و همکاری را تسهیل می‌کند، همچنین ارائه فرصت‌های آموزش و توسعه برای کمک به افزایش مهارت‌های تیمی کارمندان است. با ایجاد یک محیط حمایتی و همکاری، می‌توانید ارتباطات داخلی را بهبود بخشید، انگیزه کارمندان را افزایش دهید و موفقیت کلی سازمان را تقویت کنید [14].

### موفقیت‌ها و دستاوردها:

تشویق و جشن گرفتن از موفقیت‌ها و دستاوردها برای افزایش انگیزه و اعتماد کارکنان بسیار اهمیت دارد. با تقدیر از کار سخت و دستاوردهای افراد و تیم‌ها، می‌توانید محیط کاری مثبتی ایجاد کنید و برتری مستمر را تشویق کنید. این کار از طریق برنامه‌های تشویقی برای کارمندان، اعلان‌های سراسری شرکت و جشن‌های تیمی انجام می‌شود. تشویق و جشن گرفتن از موفقیت‌ها و دستاوردها در محل کار می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر انگیزه و حالت روحی کارکنان داشته باشد. هنگامی که کارکنان احساس تقدیر و ارزش برای کار سخت و دستاوردهای خود می‌کنند، احتمالاً از شغل خود راضی‌تر هستند و انگیزه بیشتری برای ادامه ارائه عملکرد بالا دارند. با اختصاص زمان برای تشکر و جشن گرفتن از دستاوردهای افراد و تیم‌ها، می‌توانید محیط کاری مثبتی ایجاد کنید که کارکنان در آن احساس حمایت و تشویق به تلاش برای برتری می‌کنند [15].

برنامه‌های تشویق کارکنان روش عالی برای جشن گرفتن از موفقیت‌ها و دستاوردها در محل کار هستند. این برنامه‌ها می‌توانند شامل جوایز، پاداش‌ها و سایر انگیزه‌ها برای پاداش کارکنان برای کار سخت و اخلاص شان باشند. اعلان‌های سراسری شرکت هم می‌توانند برای تقدیر از دستاوردهای افراد و تیم‌ها و برجسته کردن تأثیر مثبت تلاش‌هایشان بر روی سازمان استفاده شوند. به علاوه، جشن‌های تیمی مانند مهمانی‌ها یا سفرهای خارجی می‌توانند به تقویت همبستگی میان کارکنان و ایجاد احساس وحدت و همکاری کمک کنند. با جشن گرفتن از موفقیت‌ها و دستاوردها در محل کار، می‌توانید محیط کاری مثبت و الهام‌بخشی ایجاد کنید که هم کارکنان و هم سازمان به طور کلی از آن بهره‌مند شوند [16].

### ارتباطات مکتوب

یکی از روش‌های اصلی بهبود ارتباطات داخلی در یک شرکت یا سازمان، استفاده از ارتباطات مکتوب است. ارسال ایمیل‌ها، نوشتن گزارشات و ارسال پیام‌های متنی می‌تواند به انتقال اطلاعات و ایده‌های مهم بین اعضای تیم کمک کند و به روابط داخلی سازمان افزوده کند. ارتباطات مکتوب یکی از اساسی‌ترین روش‌های ارتباطی در دنیای امروز است. با پیشرفت فناوری،

امکان ارسال ایمیل، پیام متنی و محتوای مکتوب دیگر، به سرعت در دسترس قرار گرفته است. این ابزارها از ارتباطات گسترده‌ای که برقرار می‌کنیم، پشتیبانی می‌کنند. همچنین، ارتباطات مکتوب می‌تواند برای ثبت و نگهداری اطلاعات و تاریخچه مکالمات و ارتباطات مفید باشد [17].

از جمله مزایای ارتباطات مکتوب می‌توان به این نکات اشاره کرد که این نوع ارتباطات، زمانی و هزینه‌های مربوط به مکالمات تلفنی و حضوری را کاهش می‌دهد. همچنین، امکان ثبت و نگهداری اطلاعات برای مراجعه بعدی و استفاده در آینده نیز وجود دارد. ارتباطات مکتوب همچنین می‌تواند برای ارتباطات رسمی و حرفه‌ای بین افراد و سازمان‌ها استفاده شود و در تبادل اطلاعات و تصمیم‌گیری‌های مهم نقش اساسی داشته باشد. به طور کلی، ارتباطات مکتوب به عنوان یک ابزار ارتباطی مهم، می‌تواند به بهبود و توسعه روابط فردی و حرفه‌ای کمک کند و بومی‌ها و سازمان‌ها را به هم متصل کند [18].

### ارتباطات شفاهی

ارتباطات شفاهی نیز نقش بسیار مهمی در بهبود ارتباطات داخلی دارد. جلسات مکاتبات، مذاکرات و گفتگوهای روزانه می‌توانند به تقویت روابط بین اعضای تیم و افزایش هماهنگی کمک کنند. ارتباطات شفاهی یکی از ابزارهای اصلی برای انتقال اطلاعات، ایده‌ها و احساسات بین افراد است. این نوع ارتباطات شامل گفتگوها، مذاکرات، جلسات تیمی و حتی گفتگوهای روزمره است. ارتباطات شفاهی به افراد اجازه می‌دهد تا با یکدیگر برای حل مسائل، انجام پروژه‌ها، ارتباط با مشتریان و یا حتی به اشتراک گذاری احساسات و افکار خود، ارتباط برقرار کنند [19].

به عنوان مثال، در یک جلسه مذاکرات، ارتباطات شفاهی به افراد این امکان را می‌دهد که نظرات و ایده‌های خود را به اشتراک بگذارند و به دنبال راه حل‌های مشترک برای مسائل مطرح شده بگردند. ارتباطات شفاهی همچنین به تیم‌ها کمک می‌کند تا بهبود در ارتباطات داخلی داشته باشند، از این رو هماهنگی بیشتری در انجام وظایف و پروژه‌ها به وجود می‌آید. ارتباطات شفاهی همچنین می‌تواند به افزایش اعتماد و همبستگی بین افراد کمک کند و بهبود در کیفیت روابط شخصی و حرفه‌ای ایجاد کند. از این رو، اهمیت ارتباطات شفاهی در بهبود روابط انسانی و ارتباطات داخلی بسیار بزرگ است [20].

### استفاده از فناوری

استفاده از فناوری نیز می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. ایجاد پلتفرم‌های مجازی برای ارتباطات داخلی، استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت پروژه و ارتباط با تیم‌های مختلف از طریق ویدئو کنفرانس، می‌تواند به افزایش انعطاف‌پذیری و هماهنگی در سازمان کمک کند. استفاده از فناوری در سازمان‌ها به عنوان یک ابزار برای بهبود عملکرد و کارایی می‌تواند نقش بسیار مهمی ایفا کند. از طریق استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت پروژه، سازمان‌ها می‌توانند بهبودی در برنامه ریزی، پیگیری و نظارت بر پروژه‌ها داشته باشند. این نرم‌افزارها امکان اشتراک گذاری اطلاعات، تعیین وظایف و مهلت‌ها، ایجاد گزارشات و نمودارهای پیشرفت را فراهم می‌کنند که به تصمیم‌گیری‌های سریع‌تر و دقیق‌تر کمک می‌کند [21].

استفاده از فناوری برای ارتباطات داخلی نیز می‌تواند بهبودی بزرگی در سازمان ایجاد کند. ایجاد پلتفرم‌های مجازی برای ارتباطات داخلی، ایمیل‌های داخلی، پیام‌رسان‌ها و ویدئو کنفرانس‌ها می‌تواند به تیم‌ها کمک کند تا به صورت موثرتر و سریعتر با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. این امکان به تیم‌ها اجازه می‌دهد تا اطلاعات را به راحتی به اشتراک بگذارند و از

تجربیات یکدیگر استفاده کنند. در نتیجه، هماهنگی و انطباق بیشتری در انجام وظایف و پروژه ها بین اعضای تیم ایجاد می شود که به بهبود عملکرد و کیفیت کارها کمک می کند [22].

### ارتباط با مدیران

ارتباط مستقیم و باز بین کارکنان و مدیران نیز می تواند به بهبود ارتباطات داخلی و افزایش انگیزه کارکنان کمک کند. ایجاد فضایی برای بحث و تبادل نظر با مدیران، می تواند به افزایش اعتماد و انگیزه کارکنان کمک کند. ارتباط موثر با مدیران می تواند به بهبود ارتباطات داخلی و افزایش انگیزه کارکنان کمک کند. وقتی کارکنان فرصت دارند تا نظرات و ایده های خود را با مدیران به اشتراک بگذارند و به دیدگاه های مدیران بپردازند، احساس می کنند که دیدگاه و نظراتشان ارزشمند هستند و توجه مدیران را جلب کرده اند. این ارتباط دو طرفه باعث افزایش اعتماد و انگیزه کارکنان می شود و بهبود کارایی و عملکرد آنها را نیز به همراه دارد. همچنین، ارتباط مستقیم با مدیران می تواند به حل مسائل و مشکلات سریع تر و بهتر کمک کند و همچنین فرصت برای ارتقاء حرفه ای و شخصی فرد را نیز فراهم می کند [23].

علاوه بر این، ارتباط مستقیم با مدیران می تواند به ایجاد فضایی سالم و دوستانه در محیط کار کمک کند. وقتی کارکنان احساس می کنند که می توانند با مدیران خود به طور مستقیم و باز صحبت کنند و مشکلات خود را به آنها بگویند، ارتباطات داخلی بهبود می یابد و همچنین فضایی مثبت و پویا در محیط کار ایجاد می شود. این ارتباط مستقیم با مدیران می تواند به افزایش همکاری و تعامل بین کارکنان و مدیران منجر شود و به افزایش انگیزه و ارتقاء روحیه کاری همه اعضای تیم کمک کند. به طور کلی، ارتباط موثر با مدیران نقش بسیار مهمی در بهبود کارایی و عملکرد افراد در یک سازمان دارد و باید به عنوان یک اولویت در مدیریت منابع انسانی در نظر گرفته شود [24].

### ارزیابی و بازخورد

ارزیابی منظم عملکرد و ارائه بازخورد به اعضای تیم نیز می تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. این فرآیند می تواند به شناخت نقاط قوت و ضعف تیم و بهبود عملکرد آنها کمک کند. ارزیابی و بازخورد از اهمیت بسیاری برخوردار است و در هر سازمان یا تیمی باید به این موضوع توجه ویژه ای داده شود. ارزیابی عملکرد اعضای تیم به مدت منظم می تواند به بهبود عملکرد و افزایش بهره‌وری کمک کند. این امر به تشخیص نقاط قوت و ضعف اعضای تیم کمک می کند و این اطلاعات می تواند به صورت بازخورد به آنها ارائه شود تا بتوانند در جهت بهبود عملکرد خود تلاش کنند [25].

بازخورد از طرف رهبران و همکاران نه تنها به اعضای تیم امکان می دهد تا نقاط ضعف و قوت خود را شناسایی و بهبود بخشند، بلکه این امر می تواند ارتباطات داخلی را تقویت کند. با ارائه بازخورد سازنده و مثبت، افراد احساس می کنند که توجه و حمایت دارند و این امر به افزایش اعتماد به نفس و انگیزه آنها کمک می کند. همچنین، ارزیابی و بازخورد منظم می تواند به توسعه مهارت‌ها و افزایش کارایی اعضای تیم کمک کند و در نتیجه به بهبود کیفیت کار و افزایش توانایی‌های تیمی منجر شود. در نهایت، ارزیابی و بازخورد از اهمیت بسیاری برخوردار است و این امر باید به عنوان یک فرآیند مداوم و مستمر در تمامی سازمان‌ها و تیم‌ها مدنظر قرار گیرد [26].

**نتیجه گیری:**

ارتباطات داخلی در یک شرکت یا سازمان بسیار حیاتی است و برای بهبود عملکرد و افزایش بهره وری بسیار مهم است. با استفاده از روش‌های مناسب مانند ارتباطات مکتوب، ارتباطات شفاهی، استفاده از فناوری، برگزاری ورکشاپ‌ها و آموزش‌ها، ارتباط با مدیران و ارزیابی و بازخورد، می‌توان بهبود ارتباطات داخلی را تسهیل کرد و به عملکرد و موفقیت سازمان کمک کرد. ارتباطات داخلی قوی، می‌تواند به افزایش هماهنگی و همکاری در سازمان کمک کند و به رشد و توسعه آنها کمک کند. با پیشرفت تکنولوژی و افزایش تعداد شرکت‌ها و سازمان‌ها، ارتباطات داخلی درون سازمانی نیز بسیار مهم شده است. ارتباطات داخلی می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر عملکرد و موفقیت یک سازمان داشته باشد. به دلیل اهمیت ارتباطات داخلی، شرکت‌ها و سازمان‌ها باید روش‌های مناسبی را برای بهبود این ارتباطات اتخاذ کنند.

یکی از روش‌های اصلی برای بهبود ارتباطات داخلی، برگزاری جلسات هفتگی یا ماهیانه با تیم‌ها است. این جلسات می‌توانند فرصتی برای بررسی وضعیت پروژه‌ها، ارائه ایده‌های جدید و تبادل نظر در مورد مسائل مختلف باشند. همچنین، استفاده از پلتفرم‌های مجازی برای ارتباطات مدیریتی و تیمی نیز می‌تواند به بهبود ارتباطات داخلی کمک کند. این پلتفرم‌ها می‌توانند امکان ارسال پیام، انجام گفتگوها و به اشتراک گذاری اطلاعات را تسهیل کنند. برگزاری دوره‌های آموزشی و کارگاه‌های تقویت ارتباطات نیز می‌تواند بهبود ارتباطات درون سازمانی را تسهیل کند. این دوره‌ها می‌توانند به تقویت مهارت‌های ارتباطی اعضای تیم کمک کنند و به افزایش همبستگی و همکاری بین اعضای تیم کمک کنند. به طور کلی، ارتباطات داخلی قوی می‌تواند به بهبود عملکرد و موفقیت سازمان کمک کند و به افزایش توانمندی‌های آنها کمک کند.

**منابع:**

1. H. Aguinis, A. Glavas, Embedded versus peripheral corporate social responsibility: psychological foundations, *Ind. Organ. Psychol.* 6 (4) (2013) 314–332, <https://doi.org/10.1111/iops.12059>.
2. Al Amosh, H., Khatib, S.F.A., & Ananzeh, H. (2022). Environmental, social and governance impact on financial performance: evidence from the Levant countries. *Corporate Governance (Bingley)*, March. doi:10.1108/CG-03-2022-0105.
3. B.K. AlNuaimi, S. Kumar Singh, S. Ren, P. Budhwar, D. Vorobyev, Mastering digital transformation: the nexus between leadership, agility, and digital strategy, *J. Bus.Res.* 145 (September 2021) (2022) 636–648, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.038>.
4. S.H. Appelbaum, R. Calla, D. Desautels, L.N. Hasan, The challenges of organizational agility: part 2, *Ind. Commer. Train.* 49 (2) (2017) 69–74, <https://doi.org/10.1108/ICT-05-2016-0028/FULL/XML>.



5. M. Arena, G. Azzone, F. Mapelli, What drives the evolution of corporate social responsibility strategies? An institutional logics perspective, *J. Clean. Prod.* 171 (2018) 345–355, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.09.245>.
6. P. Bhardwaj, P. Chatterjee, K.D. Demir, O. Turut, When and how is corporate social responsibility profitable? *J. Bus. Res.* 84 (November 2017) (2018) 206–219, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.026>.
7. S.S. Bhattacharyya, A. Sahay, A.P. Arora, A. Chaturvedi, A toolkit for designing firm level strategic Corporate Social Responsibility (CSR) initiatives, *Soc.Responsib. J.* 4 (3) (2008) 265–282, <https://doi.org/10.1108/17471110810892802>.
8. L. Burke, J.M. Logsdon, How corporate social responsibility pays off, *Long Range Plann.* 29 (4) (1996) 495–502, [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(96\)00041-6](https://doi.org/10.1016/0024-6301(96)00041-6).
9. J.G. Cegarra-Navarro, S. Martelo-Landroguez, The effect of organizational memory on organizational agility: testing the role of counter-knowledge and knowledge application, *J. Intell. Cap.* 21 (3) (2020) 459–479, <https://doi.org/10.1108/JIC03-2019-0048>.
10. Chang, T.S. Lee, H.M. Lee, J. Wang, The influence of responsible leadership on strategic agility: cases from the Taiwan hospitality industry, *Sustainability* 15 (3) (2023) 1–15, <https://doi.org/10.3390/su15032760> (Switzerland).
11. C.H. Chang, Proactive and reactive corporate social responsibility: antecedent and consequence, *Manag. Decis.* 53 (2) (2015) 451–468.
12. C.H. Cho, J. Krasodomska, P. Ratliff-Miller, Internationalization and CSR reporting: evidence from US companies and their Polish subsidiaries, *Meditari Account. Rese.* 29 (7) (2021) 2049–2372, <https://doi.org/10.1108/MEDAR-06-2020-0922>.
13. S.J. Cho, C.Y. Chung, J. Young, Study on the relationship between CSR and financial performance, *Sustainability* 11 (2) (2019) 1–26, <https://doi.org/10.3390/su11020343> (Switzerland).
14. M. Christopher, The agile supply chain. competin in volatile markets, *Ind. Mark.Manag.* 29 (2000) 37–44, <https://doi.org/10.1080/13241583.2008.11465337>.
15. S. Cyfert, W. Szumowski, W. Dydach, M. Zastempowski, P. Chudzinski, ' The power of moving fast: responsible leadership, psychological empowerment and workforce agility in energy sector firms, *Heliyon* 8 (10) (2022) e11188, <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2022.E11188>.
16. D'Amato, C. Falivena, Corporate social responsibility and firm value: do firm size and age matter? Empirical evidence from European listed companies, *Corp.Soc. Responsib. Environ. Manag.* 27 (2) (2020) 909–924, <https://doi.org/10.1002/csr.1855>.
17. Deutsch, A. Mouton, Prosocial messaging during the COVID-19 pandemic: a longitudinal examination of email advertisements, *Qual. Mark. Res.* 25 (4) (2022) 511–531, <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2022-0002/FULL/PDF>.
18. S. Didonet, G. Diaz-Villavicencio, Innovation management in market-oriented SMEs: learning and internal arrangements for innovation, *Int. J. Organ. Anal.* 28 (5) (2020) 985–1003, <https://doi.org/10.1108/IJOA-09-2019-1885>.

19. G.G. Dranka, P. Ferreira, A.I.F. Vaz, A review of co-optimization approaches for operational and planning problems in the energy sector, *Appl. Energy* 304 (2021) 1–20, <https://doi.org/10.1016/j.apenergy.2021.117703>.
20. N.A. Efimova, M.O. Ruchkina, O.Y. Tereshina, Transformation of the Energy Sector in Conditions of Digital Economy, *Light and Engineering*, 2018, <https://doi.org/10.33383/2018-121>.
21. European Commission. (2021). EU energy in figures - statistical pocketbook 2021. In Central Bureau of Statistics. doi:10.2833/87498.
22. C.M. Felipe, D.E. Leidner, J.L. Roldan, A.L. Leal-Rodríguez, Impact of IS capabilities on firm performance: the roles of organizational agility and industry technology intensity, *Decis. Sci.* 51 (3) (2020) 575–619, <https://doi.org/10.1111/dec.12379>.
23. M. Fontaine, Corporate social responsibility and sustainability: the new bottom line ? *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 4 (4) (2013) 110–119.
24. Fornell, C., Morgeson, F.V., Hult, G.T.M., & VanAmburg, D. (2020). Customer expectations: what do your customers demand? *The reign of the customer*, 25–39. doi:10.1007/978-3-030-13562-1\_2.
25. C.A. Froes Lima, B.M. Luz, S.T. Takemoto, P. Barisson, R.A.T. Tezzin, L.E.A. Peres, T.N. Anarelli, A.F. da Silva, Strategic modeling to improve services and operation to energy industries' customers, *J. Bus. Res.* 69 (11) (2016) 4862–4869, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.044>.
26. D.L. Gadenne, J. Kennedy, C. McKeiver, An empirical study of environmental awareness and practices in SMEs, *J. Bus. Ethics* 84 (1) (2009) 45–63, <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9672-9>.