

Список використаних джерел:

1. Крупський О.П., Стасюк Ю.М. Економічна культура як фактор інноваційного розвитку економіки країни. *Інноваційна економіка*. 2012. № 9. С. 56–60.
2. Крупський О.П., Стасюк Ю.М., Волошина А.Р. Стратегічне планування і реалізація потенціалу інноваційного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2024. № 11. <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.11.83>.
3. Стасюк Ю.М. Інноваційний розвиток та трансфер технологій як фактори стійкого економічного зростання. *Challenges and Issues of Modern Science*. 2023. Т. 1. С. 433–437. URL: <https://cims.fti.dp.ua/j/article/view/85>
4. Стасюк Ю.М. Моделі міжнародного трансферу технологій. *Вісник ДНУ. Серія: світове господарство і міжнародні економічні відносини*. 2012. №. 4. С. 217–225.
5. Adomako, S., & Nguyen, N. P. (2024). Digitalization, inter-organizational collaboration, and technology transfer. *The Journal of Technology Transfer*, 49(4), 1176–1202. <https://doi.org/10.1007/s10961-023-10031-z>.
6. Cai H., Wang Z., Ji Y., Xu L. Digitalization and innovation: How does the digital economy drive technology transfer in China? *Economic Modelling*. 2024. Vol. 136. 106758. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2024.106758>.
7. Hailu A.T. The role of university-industry linkages in promoting technology transfer: implementation of triple helix model relations. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 13, 25. <https://doi.org/10.1186/s13731-024-00370-y>.
8. Rossoni, A.L., de Vasconcellos, E.P.G. & de Castilho Rossoni, R.L. Barriers and facilitators of university-industry collaboration for research, development and innovation: a systematic review. *Management Review Quarterly*. 2023. Vol. 74. pp. 1841–1877. <https://doi.org/10.1007/s11301-023-00349-1>.

Канд. екон. наук Куряча Н. В.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ЯК БІЗНЕС МОЖЕ ПРАЦЮВАТИ
НАД ЕФЕКТИВНИМ СПІЛКУВАННЯМ?**

Ключем до успіху в бізнесі є ефективна комунікація. Спілкування – це важливий елемент у кожній складовій нашого життя. В особистих і професійних стосунках в сучасному світі активно використовують засоби вербального і невербального спілкування (парамова), наприклад смайли (емодзі), які пом’якшують зміст тексту та передають емоції, почуття, ставлення.

Ефективне спілкування в широкому розумінні складається зі здатності чітко висловлювати свої думки, слухати з розумінням і увагою, бути відкритим до думок інших осіб, проявляти емпатію, вирішувати конфлікти чи непорозуміння у колективі. Це прискорює процес виконання особистих завдань, надає більше

можливостей для досягнення мети бізнесу та самореалізації співробітників. Незважаючи на те, що це важлива складова, вона відсутня у багатьох робочих колективах. Причина полягає в тому, що ця здібність не є невластивою та природньою для людини і цьому потрібно навчитися в процесі життєдіяльності. Коли процес визначається як обмін інформацією між двома чи більше особами, це стосується лише письмового та усного (візуального) спілкування. Але спілкування – це набагато більше, ніж просто використання слів. Цей процес також включає мову тіла, вираз обличчя, інтонацію, жести та ін. Кожна з цих складових посилює певне повідомлення під час вашої розмови з людиною. У бізнес-середовищі ви витрачаєте багато часу на спілкування. Коли берете участь у дискусіях і співпрацюєте з колегами в робочому колективі або шляхом співпраці з іншими зовнішніми сторонами, спілкування з клієнтами, постачальниками, партнерами або діяльність, яка пов'язана з просуванням ваших товарів чи послуг на ринку.

Вдалій формі спілкування притаманні повідомлення, які сприймаються так, як було задумано. Без цієї складової повідомлення може бути невірно зрозуміле або передане неточно. Таке викривлення може призвести до помилки у прийнятті управлінського рішення або розчарування.

Роль комунікацій в управлінні бізнесом досліджували Германюк Н.В. [1], Кравчук І.І., Лавриненко С.О. [2; 3], Зелінська А., Бездітко О. [3], Назаренко С., Матюшенко Н. [4]. Кожен бізнес потребує ефективної організаційної комунікації. Без неї неможливо якісно виконати завдання та процеси, які необхідно для функціонування бізнесу. Спілкування має значний вплив на прибутковість та конкурентоспроможність бізнесу. Розвиток комунікаційних навичок приносить значні переваги компанії, тому бізнесу потрібно працювати над ефективним спілкуванням.

Якщо співробітники особисто зацікавлені в цілях компанії, вони більше цікавляться іншими складовими ведення бізнесу. У випадку коли бренд має позитивну репутацію як перспективного місця для роботи з гарними умовами праці і кар'єрного росту, це впливає на спроможність компанії залучати найкращих спеціалістів. Розглянемо, які інструменти і дії бізнес може застосовувати для формування та покращення якості комунікації.

1. Використовуйте правильні засоби спілкування. Інструменти, які ви застосовуєте для спілкування і взаємодії у вашій команді, мають потужний вплив на ефективність вашого процесу спілкування. У випадку коли ви використовуєте повільні інструменти, які не дуже зручні або для них потрібно багато часу, щоб звикнути і опанувати, це може стати перешкодою і розчаруванням для співробітників. В результаті це може призвести до непорозумінь, втрати часу та зниження продуктивності, справжні новини можуть бути розмитими. Тому важливо переконатися, що ви застосовуєте правильні інструменти командної комунікації. Враховуйте потреби та можливості вашого бізнесу.

2. Знайте, про що говорите. В процесі спілкування з клієнтом, колегою чи діловим партнером ви завжди говорите не від свого імені. Ви можете представляти інтереси організації, служби чи підрозділу. Ви завжди повинні усвідомлювати, від імені кого ви говорите і яка мета спілкування.

3. Уникайте ображати людей. Не ображайте інших учасників спілкування. Гарний бізнес-комунікатор розуміє свою мету і узгоджує аудиторію зі своїми цілями. Співрозмовник не буде охоче вас слухати, проявляти зацікавленість, працювати або співпрацювати з вами, якщо ви у будь-який спосіб будете транслювати неповагу. Не так важливо що ви говорите, важливо як ви це робите. Ваше ставлення до оточуючих знаходиться в центрі уваги, а інформація, яку ви дійсно намагаєтеся донести до співрозмовника, відходить на другий план.

4. Слухайте уважно. Під час спілкування людина частіше всього не слухає зміст повідомлення, а її увага прикута до того, що вона планує сказати далі, а не на тому, що говорить співрозмовник. Як результат, можливо неправильне тлумачення повідомлення або виникає ситуація коли ключові складові повідомлення пропущені, це може призвести до невірних управлінських рішень та помилок. Першим кроком до ефективного спілкування є приділення активному слуханню своєї повної уваги.

5. Підтримуйте позитивну мову тіла. Спроможність людини контролювати мову тіла (парамову) є необхідною умовою для ефективного спілкування. Намагайтеся виглядати максимально природно, створіть атмосферу комфорту і довіри під час спілкування.

6. Остерігайтеся складних емоцій. У де-яких випадках важкі та складні умови роботи викликають багато сильних емоцій. Якщо ми хочемо покращити

спілкування, нам потрібно вміти визначати власні емоції та керувати ними. Також необхідно знати, як правильно реагувати на прояви гніву і що робити щоб уникнути незадоволення інших людей, або звести його до можливого мінімуму.

В сучасному світі комунікативні навички займають перше місце в списку необхідних роботодавцям навичок. Саме завдяки комунікації наші професійні та особисті стосунки будуть продуктивними і здатними до розвитку. Досягнення успіху в бізнесі є достатньою вагомою причиною, щоб відточувати та постійно вдосконалювати ці важливі навички. Всі можуть навчитися краще спілкуватися. Розуміння стилів спілкування допоможе вам виразити себе незалежно від того, з ким ви розмовляєте, навчить проявляти турботу і отримувати результат, допомагати іншим зрозуміти вашу точку зору.

Ефективне спілкування має кілька принципів. Якщо будете дотримуватись цих принципів, можна отримати найкращі результати в роботі. Намагайтеся висловлювати свої думки логічно, зрозуміло і ясно. Ефективна комунікація важлива на робочому місці, не лише для керівників, але й в проєктах, які потребують командної роботи. Важливою складовою спілкування є глибокий інтерес до іншої особи. Не достатньо просто розуміти значення сказаних слів. Потрібна концентрація уваги, безпристрасність і інтерес до змісту того, що було сказано. Коли ми активно слухаємо, ми створюємо атмосферу переговорів. Під час слухання важлива ретельна оцінка цінності і корисності інформації. Спілкування має бути двостороннім. Більшість людей мають різні стилі спілкування і можуть змінювати їх залежно від настрою та ситуації. Незалежно від вашого стилю спілкування, якщо ви створите спосіб комунікації зі своєю командою, який вам підходить, переконаєтесь, що всі вас розуміють, ви на шляху до успіху свого бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Германюк Н.В. Роль комунікацій в управлінні організаційним процесом. *Ефективна економіка*. 2021. № 10. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.10.73>.
2. Кравчук І.І., Лавриненко С.О. Управління знаннями та бізнес-комунікаціями – актуальні тренди інноваційного розвитку сучасних організацій. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/6.pdf.
3. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-41>.

4. Назаренко С., Матюшенко Н. Вплив внутрішніх комунікацій на ефективність діяльності підприємств. *Економіка та суспільство*. 2023. № 56. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-56-92>

Канд. екон. наук Кучеренко С. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ
СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВ**

Умови функціонування підприємств у сучасному ринку характеризуються все більш жорсткою конкуренцією, періодичним подорожчанням вартості енергетичних ресурсів, коливанням споживчого попиту, що в цілому створює очікування від змін на ринку в наступних періодах майже непередбачуваними. У таких умовах системи управління підприємств мають постійно пристосовуватися до нових умов і загроз, які з'являються в зовнішньому середовищі. Власне вказана парадигма пристосування систем управління підприємств до змінюваних умов їх функціонування на ринку завжди була провідною силою розвитку самого менеджменту як теорії та практики управління діяльністю підприємств.

Протягом останніх десятиріч саме нові умови функціонування підприємств у зовнішньому середовищі вимушували систему менеджменту робити новий крок у своєму розвитку для набуття нової здатності більш ефективно управляти підприємством в нових умовах його роботи на ринку. Саме під цим кутом розглядається весь шлях розвитку сучасного менеджменту підприємств. Так, у процесі глобалізації ринку, коли формування корпорацій, у тому числі світових, набуло значної сили у другий половині XX століття, менеджмент підприємств збагатився інституціональною теорією, яка ввела до практики управління змінювання меж економічних суб'єктів шляхом їх злиття й поглинання.

Необхідність аналізувати становище підприємств на ринку в умовах жорсткої конкуренції призвела до запровадження концепції стратегічного менеджменту [1]. Стратегічний менеджмент став ефективним інструментом закріплення підприємствами свого становища на певних сегментах ринку завдяки особливій увазі, яка приділялася певним товарним групам підприємства-виробника