

**Кліменко О. М.**

*Канд. екон. наук, доцент*

*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця*

## **ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ ЯК КОНКУРЕНТНА ОСНОВА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Сучасний світ безперечно та наявно потребує налагодження та постійної підтримки конструктивних ділових відносин. Нинішнє підприємство, незалежно від сфери його діяльності та розміру, має вести розвинуту партнерську роботу на професійному рівні. Конкурентні відносини в ринковій економіці є рушійною силою, тому менеджмент підприємства повинен розуміти важливість використання навіть найменшої можливості для того, щоб стати максимально привабливим для своїх споживачів та клієнтів.

Формування ефективних всебічних бізнес-комунікацій є однією з великої кількості можливостей управлінського майстерства.

Звісно, бізнес-комунікації – це не лише обмін інформацією. Насправді потрібно розглядати це явище в широкому контексті – і як обмін інформацією, і як взаємовплив, взаєморозуміння, і як контакт сприйняття особистості і суспільства.

Певно, роль спілкування як такого, як виду діяльності людей – велика. Це фактор соціалізації, перетворення людини в особистість, в члена суспільства.

Призначення спілкування в бізнесі неможливо переоцінити.

Сучасний бізнес – це складне виробництво товарів або послуг, колективний характер праці, розпорядження величезними ресурсами, тому комунікації розглядаються як засіб співпраці, взаємодії, забезпечення досягнення цілей працівників, цілей організації і цілей суспільства. Звідси ж випливає і важливість соціальної спрямованості бізнесу, дотримання ним етичних норм і правил, гармонії його відносин з суспільством, споживачами та клієнтами, владою.

Розуміння сутності бізнес-комунікацій і володіння методами їх здійснення – це провідний фактор в досягненні успіху. Сучасний топ-менеджмент, керівник, будь-який бізнесмен повинен володіти ефективними бізнес-комунікаціями, завдяки чому він зможе краще розуміти і прогнозувати поведінку людей взагалі і своїх ділових партнерів, зокрема, отримає уявлення про те, як застосовувати ці знання на практиці, щоб налагоджувати і підтримувати тривалі ділові відносини. Відомо, що найцінніше для бізнесу - клієнт, а найцінніший клієнт - постійний. Але одночасно слід розуміти, що згідно сучасній концепції сприйняття персоналу, персонал – це головне надбання організації, потенційно безмежне джерело ідей, ресурс, який визначає ефективність бізнесу.

Наприклад, розглянемо таку важливу для конкурентоспроможності підприємства іміджеву складову, як етика. Вітчизняний бізнес, його топ-менеджмент часто страждають «дикістю» у бізнес-відносинах як з власним персоналом, так і зі споживачами та клієнтами у порівнянні до світових стандартів. В той же час, сучасна світова бізнес-етика базується на таких принципах-дилемах, як: золоте правило спілкування («...чиніть з людьми так,

як ви бажаєте, щоб з вами чинили люди...»); переважання загальнолюдських цінностей, соціальних задач над егоїзмом особистості; добрі відносини між партнерами – найголовніше; співпраця, а не суперництво; емпатія; системність; гуманізм.

Міжнародна практика бізнесу показує, що корпорації з розвинутою соціальною відповідальністю завжди мають переваги на ринку. Тому конкурентною перевагою для вітчизняного бізнесу цілком може стати використання світових принципів у сфері бізнес-комунікацій. Це підвищить ефективність ділового спілкування у всіх смислах та напрямках.

Без сумніву, співробітники сучасних підприємств повинні як само собою зрозуміле володіти науковими методами пізнання, вміти проводити необхідні дослідження в сфері їх діяльності, використовуючи зовнішні джерела інформації і знань і проводячи самостійні дослідження у власній організації. Цього потребує бізнес. А управлінський персонал має ввести на підприємстві за головні наступні комунікаційні принципи: людина – понад усе; завжди позитивно думайте про те, з ким ви спілкуєтесь; спілкуючись, враховуйте особливості інших і будуйте спілкування з урахуванням знань про інших людей; здійснюйте індивідуальний підхід, пам'ятайте про унікальність кожного, з ким ви спілкуєтесь; ніколи не зупиняйтеся на досягнутому в пізнанні.

Якщо розглядати підвищення ефективності бізнес-комунікацій як фактор успіху, потрібно ввести підготовчі програми навчання для співробітників, що різко підвищить вартість та значущість людських ресурсів підприємства.

Так, наприклад, розумно ввести такі навчальні програми, що перетворять персонал на більш грамотних в спілкуванні, комунікабельних людей. Програми навчання можуть бути спрямовані на різні сторони комунікацій. Це такі аспекти сучасних комунікацій, як: іноземна мова; стратегії розвитку ефективних навичок презентації; ефективна професійна мова; ефективне слухання; правила ведення переговорів; створення кооперації між відділами; стратегії організації ефективного виробництва; удосконалення навичок ведення ділової переписки; ефективне ведення технічної документації; нові технології комунікацій, орієнтовані на результат; реалізація ваших великих ідей всередині вашої організації. Даний список дає уявлення про те, наскільки може бути різноманітною природа навчальних програм з комунікацій, а також в скільки багатьох напрямках діяльності підприємства бізнес-комунікації відіграють істотну роль та можуть служити потужною конкурентною перевагою.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

1. Ferrier W. J. & Lyon D. W. (2004). Competitive Repertoire Simplicity and Firm Performance: The Moderating Role of Top Management Heterogeneity. *Material and Decision Economics* / Vol. 25 (67). P. 317 – 327.
2. Рубин Ю. Б. Менеджмент конкурентных действий / Современная конкуренция, 2014, № 5(47). С. 77 – 114.