

путівки для оздоровлення, оплата проїзду до закладу охорони здоров'я (якщо він розташований далеко від маршрутів міського транспорту), пільгові умови обслуговування членів сімей.

Головними чинниками покращення мотивації медичних працівників мають стати: навчання керівників та опанування ними методики мотивації персоналу та побудови ефективної команди; запровадження системи винагород, що передбачає мотивацію за результат; здійснення оцінювання ефективності праці працівників та формування кадрового резерву; використання морально-психологічних способів трудової мотивації працівників; розвиток організаційної культури; врахування новітніх форм та методів підвищення кваліфікації медичного персоналу при застосуванні статусної та фінансової мотивації.

Використані джерела

1. Кривоносова Л.М. Управління і економіка охорони здоров'я. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-2103/>
2. Мотиваційні компоненти забезпечення якості медичної допомоги. URL: <https://www.tneu.edu.ua/pdf/019.pdf>
3. Національна стратегія реформування системи охорони здоров'я в Україні на період 2015 – 2020 років URL: <https://moz.gov.ua/uploads/0/691-strategiya.pdf>

Наталія МАЛИК

здобувачка освітньо-професійної програми
«Менеджмент» ТНЕУ

Науковий керівник – к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу ТНЕУ Жанна КРИСЬКО

СУТНІСТЬ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Як відомо, успіхи організації на внутрішньому і зовнішньому ринках, якість інституційних та структурних змін, здатність до адаптації в умовах жорсткої конкуренції, а значить, і економічну безпеку самої організації визначають крім управлінської діяльності ділові комунікації. Ефективні комунікації є необхідною умовою досягнення цілей, що стоять перед суб'єктом господарювання. Часто внаслідок недосконалої системи комунікацій суттєво знижується ефективність його управління та діяльності.

Обмін інформацією включений в усі види діяльності та функціонування організацій. Для менеджерів, комунікація розглядається, як робочий інструмент, що необхідний для ефективного управління організацією [1]. Лояльність працівників та їх задоволеність більш ніж на 90 % пов'язані з якістю комунікацій всередині організації.

Отже, комунікація на підприємстві є важливим фактором ефективного

управління. Ділова комунікація відіграє роль у чотирьох напрямках: залучення клієнтів, проведення ділових зустрічей, задоволення запитів клієнтів та маркетинг.

Залежно від конкретного підприємства виокремлюють декілька видів ділових комунікацій. Вони поділяють між собою загальні закономірності, але мають різні стилі передачі інформації. Найпоширенішими видами є:

- електронна ділова комунікація;
- усна ділова комунікація;
- письмова ділова комунікація.

Ділові комунікації підприємства включають вербальний та невербальний тип. Ефективна комунікація в бізнесі заснована на комунікаційній стратегії. Існує також низка правил ділового спілкування, яких необхідно дотримуватися. Це стосується і міжкультурної комунікації в бізнесі, в якій необхідно враховувати культурні відмінності. Основну роль у діловій комунікації відіграє повідомлення, яке повинно бути правильно підібране з точки зору ділового мовлення та ділового етикету. Однак мовні коди різні та залежать від цінностей та сприйняття ситуації обома сторонами спілкування.

Ділові комунікації повинні бути чіткими і зрозумілими, щоб зменшити комунікаційні бар'єри. Процеси комунікації в бізнесі повинні бути належним чином сплановані. Особливо це стосується великих компаній, що стикаються, наприклад, з проблемами міжкультурної комунікації. Якщо в компанії працюють люди різної культури або компанія співпрацює з іноземними підрядниками, тоді необхідно забезпечити відповідні умови для ділового спілкування.

Комунікації в бізнесі включають такі бар'єри:

- мовні блоки;
- відсутність розуміння та здатності співпереживати іншій людині;
- поспішне судження;
- віра в стереотипи.

Отже, для досягнення бажаного комерційного результату суб'єкти господарювання вступають у ділові комунікації. Адже від уміння грамотно вести ділові переговори, правильно оформляти документи, володіти інструментами масової комунікації буде залежати успіх комерційної угоди.

Використані джерела

1. Крисько Ж.Л., Скишляк О.А. Важливість неформальних комунікацій в управлінні бізнесом. *Інфраструктура ринку. Електронний науково-практичний журнал*. Випуск 32. 2019. С.131-136. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/32_2019_ukr/21.pdf. (дата звернення: 15.03.2020).
2. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії: Зб. наук. пр.* URL: http://ebooks.znu.edu.ua/files/Bibliobooks/Shavkun/00090_06.pdf. (дата звернення: 15.03.2020).