

РОЛЬ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Сучасний бізнес – це динамічне середовище, де успіх залежить від здатності компанії швидко адаптуватися до змін та ефективно комунікувати. Ефективна ділова комунікація є ключовим фактором для виходу на нові ринки та досягнення конкурентної переваги. Глобалізація та розвиток цифрових технологій створили нові правила гри в бізнесі. Ефективна комунікація в мультикультурному середовищі стала необхідною умовою для досягнення стратегічних цілей компанії. Здатність ефективно керувати інформаційними потоками та будувати міцні комунікаційні зв'язки стала вирішальним фактором успіху сучасного бізнесу.

Ділова комунікація – це комплексний процес, що охоплює як вербальні, так і невербальні засоби взаємодії. Успіх комунікації залежить від багатьох факторів, включаючи культурні особливості, специфіку галузі та індивідуальні особливості учасників. Це не лише обмін інформацією, але й розуміння культурних нюансів. Ефективність комунікації визначається багатьма факторами, такими як культурні особливості, специфіка галузі, особистісні якості учасників комунікації та контекст, в якому відбувається спілкування. Зростання глобалізації та міжнародної співпраці робить розуміння міжкультурних особливостей ділової комунікації одним з ключових факторів успіху сучасного бізнесу.

Цифрова глобалізація – це основна причина зростання ділових комунікацій. Глобалізація впливає на середовище, в якому функціонують проєктні менеджери. У період глобалізації компаніям важливо залишатися конкурентоспроможними на світовому рівні, що можливе лише за ефективної проєктної роботи з урахуванням ділових комунікацій. Проте, завдяки неправильному проєктному підходу багато компаній зазнають невдачі на міжнародному ринку через відсутність раціонального застосування ділових комунікацій. Завдяки подібним обставинам виникла потреба у розробці та розвитку інструментів ділових комунікацій у проєктному менеджменті. Зацікавленість державних регуляторів у прозорості та ефективності використання бюджетних коштів стала поштовхом до розвитку проєктного менеджменту. Згодом, завдяки своїй ефективності, проєктний менеджмент знайшов широке застосування в приватному секторі, особливо в динамічних сферах, таких як цифрова трансформація.

Основне завдання ділових комунікацій у проєктному менеджменті – це прийняття ефективних, найбільш адаптованих до ситуацій вирішення проблем. Ж.Л. Крисько стверджує: «У будь-якій організації процес комунікації здійснюється шляхом потоку інформації та взаєморозуміння між працівниками та відділеннями у формі застосування різних засобів передачі інформації, тобто використовуючи комунікаційні канали та мережі. Цей потік інформації є життєвоважливим для ефективності управління та ухвалення рішень в цілому, а також для менеджменту організації зокрема, оскільки менеджери повинні контактувати з керівниками різноманітних департаментів, підлеглими, органами державної влади, конкурентами» [2].

Ділові комунікації передбачають адаптаційні підходи до стандартів, уніфікацію практики ведення бізнесу, застосування законодавства різних країн, раціональну систему управління. Менеджери компаній щодня зіштовхуються з різноманітними

ситуаціями: розподілом ресурсів, відбором співробітників, оцінкою привабливості партнерів – і все це на тлі складного внутрішнього та зовнішнього середовища. Робота у проєктних командах, різниця в часових поясах, різні тлумачення цінностей створюють додаткові труднощі для менеджерів під час проєктної роботи. «Ділові комунікації (бізнес-комунікації) у компаніях характеризуються різноманітністю інформаційно-аналітичних зв'язків, зумовлених специфікою діяльності та різним рівнем організаційної культури бізнес-одиниць, керуючої компанії та партнерів» [4, с. 34].

Компанія в процесі своєї діяльності постійно вносить зміни в різні функціональні напрями – фінанси, виробництво, маркетинг, логістику тощо – та може коригувати загальну стратегію розвитку. Такі зміни зазвичай сприяють покращенню ефективності та збереженню конкурентних позицій на ринку. Причини змін можуть бути різноманітними: з одного боку, це низька ефективність операційної діяльності, з іншого – недостатня адаптивність до змін ринкових умов. Щоб ці зміни принесли очікувані результати, вони потребують комплексного та системного управління. Р.Р. Баглей зазначає: «Інновації як організаційні (реалізовані в бізнес-процесах корпоративної структури), так і технологічні (реалізовані в продукті, що виготовляється корпоративною структурою) на сьогодні є основним чинником і основною умовою конкурентоспроможності господарюючих суб'єктів у середньо-і довгостроковій перспективі» [1, с. 123].

Управління змінами на практиці часто реалізується через проєктну діяльність. У сучасних умовах, коли стрімко розвиваються нові технології в маркетингу, логістиці та комунікаціях, у сфері проєктного менеджменту впроваджуються інноваційні методи управління та реалізації бізнес-проєктів. Проєкт розвитку компанії можна розглядати як сукупність інструментів і підходів, які керівництво обирає для досягнення стратегічних цілей і виконання завдань, визначених під час розробки концепції проєкту.

Список використаних джерел

1. Баглей Р.Р. Особливості корпоративного управління інноваційним розвитком в міжнародних компаніях. *Інноваційна економіка*. 2023. № 3. С. 122-126.
2. Крисько Ж. Роль ділових комунікацій в управлінні організацією. *Економіка та суспільство*. 2021. №24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/221>.
3. Олійник Р.Ю. Проєктний менеджмент: особливості ключових концептів та застосування у публічному секторі. *Право та державне управління*. 2019. № 2 (35). Том 2. С. 147-151.
4. Пуцентейло Петро, Довбуш Андрій, Бінчаровська Тетяна, Гомотюк Вікторія. Сучасні технології бізнес-аналітики як інструмент для підвищення бізнес-комунікацій компанії. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2022. Випуск 1-2. С. 29-40.