

КОМУНІКАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ – ЯК ОДИН З ГОЛОВНИХ ЧИННИКІВ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ткачук Анастасія Володимирівна

здобувач першого рівня вищої освіти, спеціальність
051 Економіка (спеціалізація: Економічна кібернетика)
*Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна*

Науковий керівник: Марина Волощук

викладач кафедри соціальної роботи, психології та
соціокультурної діяльності ім. Т. Сосновської
*Навчально-реабілітаційний заклад вищої освіти
«Кам'янець-Подільський державний інститут», Україна*

Конкурентоспроможність підприємства - це здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку своєї галузі і забезпечувати стійке положення серед конкурентів. Вона відображає, наскільки успішно підприємство виконує свої цілі та завдання в умовах ринкової конкуренції.

Дослідження у сфері конкурентоспроможності підприємства розвинені досить широко і є активною галуззю досліджень в сфері менеджменту, економіки та бізнесу. Це важлива область, оскільки конкурентоспроможність є ключовим фактором успіху бізнесу.

Багато дослідників займалися вивченням комунікаційного процесу на підприємствах. Одним з найвідоміших дослідників у цій галузі є Пол Херсі, який розробив теорію "каналів комунікації" і досліджував вплив різних комунікаційних стратегій на результативність підприємств. Іншим важливим дослідником є Майкл Аргайл, який вивчав міжособистісну комунікацію на робочому місці та виявив її значення для формування продуктивних взаємин між співробітниками.

Забезпечення достатнього і необхідного інформаційного обміну між структурними елементами організації є головним призначенням системи комунікації на підприємстві. При цьому повинна забезпечуватись достатня швидкість обміну інформацією, необхідний рівень захисту конфіденційних даних та мінімальні втрати. Для того щоб побудувати ефективну систему комунікації в організації потрібно використовувати всі можливі ресурси та канали.

На здатність підприємства ефективно конкурувати на ринку і займати стійку позицію серед конкурентів впливають чинники забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

- Конкурентоспроможність підприємства: продукції за критеріями оцінки; сервісного обслуговування; комунікаційних зв'язків; ресурсного потенціалу; системи менеджменту; організаційного потенціалу [2].

На сьогоднішній день, комунікаційна робота між суб'єктами господарювання відіграє ключову роль у підтримці ефективного функціонування бізнесу. Вона забезпечує передачу необхідної інформації, обмін ідеями та поглядами, вирішення проблем та координацію дій між різними структурними підрозділами. Крім того, комунікаційна робота сприяє встановленню довіри, побудові партнерських відносин та розвитку співпраці між суб'єктами господарювання. Це допомагає забезпечити

гармонійний розвиток бізнесу, підвищити продуктивність та досягти конкурентних переваг на ринку.

Процес комунікації є досить складним, адже в ньому завжди залучено щонайменше дві сторони. Керівникам, для того щоб ефективно розвивати навички комунікацій, доводиться ставати на місце співрозмовника, передбачати ситуацію, що в умовах сучасності, коли будь-яка компанія прагне отримати якнайбільшу вигоду будь-якими шляхами, буває значно не легко [3]. Потреба налагодження та розвитку системи комунікації є головною метою кожного підприємства для подальшого зростання доходів, втримання сегменту та ніши ринку, а також розширення клієнтської бази.

Бізнес-комунікація (між суб'єктами господарювання) включає в себе різноманітні завдання, спрямовані на забезпечення ефективного обміну інформацією в бізнес-середовищі.

Основні завдання бізнес-комунікацій (між суб'єктами господарювання) включають:

1. Передача інформації: Одним з основних завдань бізнес-комунікацій є передача важливої інформації між різними сторонами, включаючи керівництво, співробітників, клієнтів та інші зацікавлені сторони. Встановлення взаєморозуміння: Бізнес-комунікації спрямовані на забезпечення взаєморозуміння між всіма учасниками. Це означає використання чіткого, зрозумілого мовлення, дотримання культурних норм і вимог комунікації.

2. Забезпечення спільної спрямованості: Бізнес-комунікації допомагають забезпечити спільну спрямованість всіх учасників на досягнення спільних цілей і завдань підприємства.

3. Розвиток взаємовідносин: Бізнес-комунікації використовуються для побудови та підтримки позитивних взаємовідносин між всіма учасниками. [1].

Також, до основних завдань відносять: створення та утримання іміджу; створення сприятливого соціально-економічного клімату та сприятливого середовища для ведення діяльності; вивчення зовнішнього впливу на діяльність суб'єкта; допомога суб'єкту економічної діяльності в отриманні точної та своєчасної інформації; налагодження відносин між суб'єктом і цільовими аудиторіями; налагодження комунікацій всередині організації; пошук, вивчення та виявлення нових можливостей для бізнесу [4].

Комунікація між суб'єктами господарювання складається з кількох етапів:

1. Ретельна підготовка до спілкування:

- умотивування аргументів на користь своєї позиції та контраргументів іншої сторони;

- збирання інформації щодо предмета спілкування та її систематизація;

- складання майбутнього плану.

2. Встановлення контакту:

- демонструвати повагу та увагу до співрозмовника;

- дбати про створення доброзичливої атмосфери спілкування;

- уникати критики, зверхності та негативних оцінювань;

3. Обговорення питання:

- уважно вислуховувати співрозмовника й намагатися адекватно сприймати те, про що він говорить;

- лаконічно й дохідливо викладати інформацію;

- аргументувати свою позицію – наводити переконливі докази;

4. Ухвалення рішення:

- уважно вислухати аргументи співрозмовника щодо можливого рішення;
- не виказувати ні найменшої роздратованості, навіть якщо мети не було досягнуто, триматися впевнено;
- визначити за настроєм співрозмовника момент для закінчення зустрічі й запропонувати кращий варіант ухвалення рішення.

5. Вихід із контакту. Наприкінці спілкування треба підсумувати результати зустрічі, попрощатися та висловити надію на подальші взаємини й спільну діяльність [1].

Комунікаційні зв'язки відіграють важливу роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства. Ефективна комунікація між всіма рівнями та відділами організації є необхідною для успішної діяльності та розвитку бізнесу. На підприємстві, де існує чітка та відкрита комунікаційна система, співробітники мають змогу обмінюватись інформацією, ідеями та знаннями, що сприяє підвищенню ефективності роботи та інноваційному розвитку.

Список використаних джерел:

1. Бізнес-комунікації: конспект лекцій. (2020). Укладачі: Б. Л. Ковальов, А. В. Павлик, С. М. Федина. Суми: Сумський державний університет. 113 с.
2. Желіховська М. В. (2009). Розробка стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства. Вісник Хмельницького національного університету. Т. 2, № 4. С. 225–226.
3. Перегляд бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. Головна. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2232/2155> (дата звернення: 25.05.2023).
4. Побережна М. П. Бізнес-комунікації: основні поняття. Національний університет харчових технологій. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1551/1/BUSINESS-COMMUNICATIONS%20BASIC%20CONCEPTS.pdf>.