



## КАПИТЕЛ 4 / CHAPTER 4<sup>4</sup>

### INNOVATIVE FORMS AND SOCIO-CULTURAL DOMINANTS BUSINESS COMMUNICATION IN THE CONTEXT OF FORMING EFFECTIVE TEAMS

DOI: 10.30890/2709-2313.2022-14-03-010

#### Вступ.

Розвиток національної економіки все більше акцентується на ефективності діяльності підприємств, що в свою чергу вимагає побудови ефективних команд. Важливою складовою цієї організації є бізнес-комунікації, які забезпечують не лише передачу інформації, а й ефективність взаємодії, управлінських рішень.

У сфері вивчення поняття «бізнес-комунікація» взяли активну участь такі вчені, як: С. Абрамович, Дж.П. Барлоу, Т. Булавіна, Д. Бьолер, Т. Дрідзе, Д. Зільберман, В. Кульман, Дж. Курран, М. Рідель, Ю. Хабермас, М. Хайм, Ф. Хемміт тощо.

Бізнес-комунікація є складним і багатограним процесом, який має об'єктивні та суб'єктивні сторони та характеризується різними вербальними й невербальними параметрами [1]. Бізнес-комунікація характеризується чіткою детермінованістю та регламентацією, що реалізується за допомогою ділової риторики, ділової етики, нормами і правилами корпоративної культури тощо.

Створення команди, як новий метод розвитку організації, з'явився в кінці 80х – на початку 90-х років в США та Західній Європі і швидко здобув популярність як по усьому світу, так і в сучасній Україні.

У науковій літературі існує багато визначень команди (таблиця 1).

Основні ознаки, якими характеризується команда, відображені на рис 1.

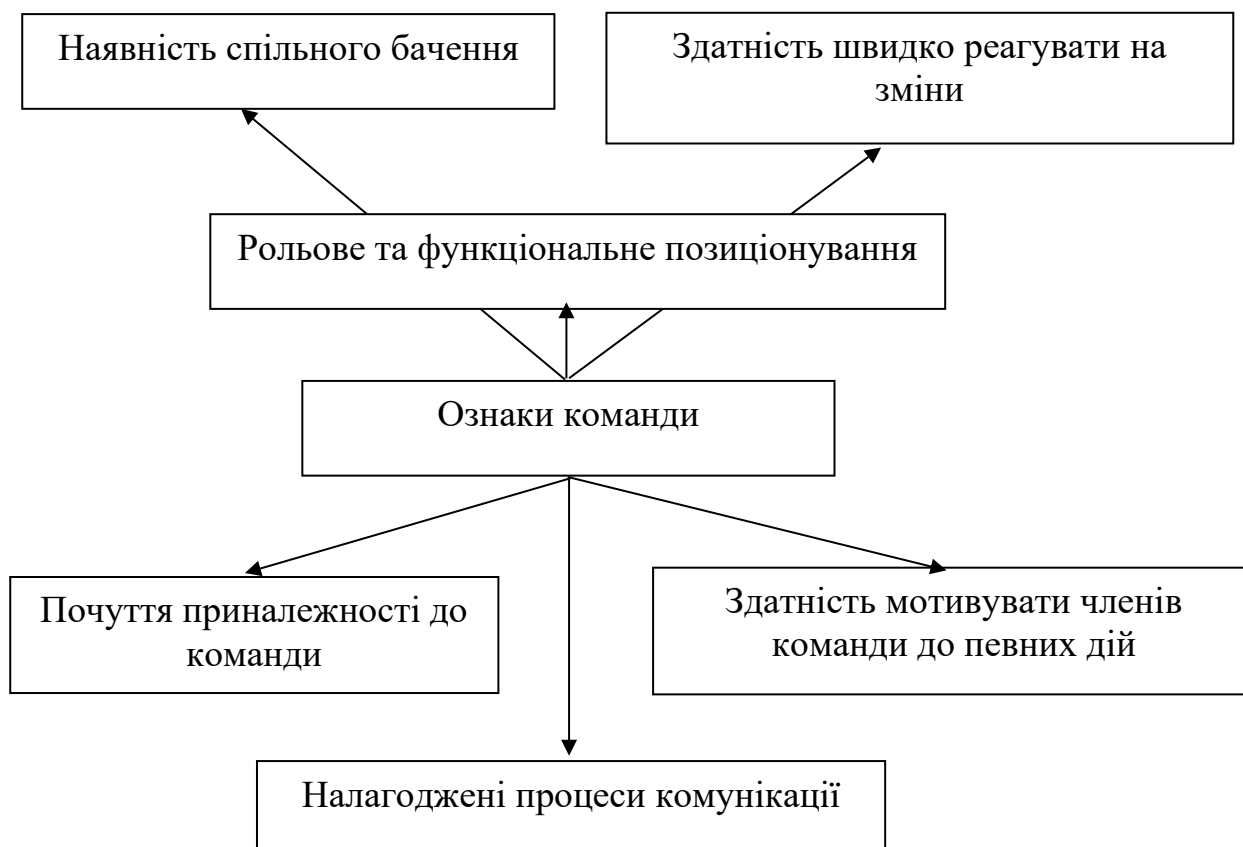
**Таблиця 1 – Розвиток дефініції «команда»**

Автор	Визначення	№ з/п
Katzenbach, J.R., Smith, D.K.	команда – це невелика кількість людей з взаємодоповнюючими навичками, які прагнуть до спільної мети, виконують завдання та підходи, за які вони взаємно відповідальні	[2]
Lewis-McClear K., Taylor M.	люди, що працюють разом на певному шляху для досягнення загальної мети або місії. Робота є взаємозалежною і члени команди розділяють відповідальність і вважають себе відповідальними за досягнення результатів	[3]

<sup>4</sup>Authors: Raupov Rustam Burkhanovych



Автор	Визначення	№ з/п
MIT Information Services and Technology	команда група людей, що працюють разом для досягнення спільної мети	[4; 5]
Team Technology	група, в якій члени інтенсивно працюють разом для досягнення спільної мети групи	[6]
Друкер П.Ф.	група людей (як правило, не дуже велика) з різною освітою, навичками і знаннями, які працюють над певним, конкретним завданням	[7]
Tannenbaum S., Beard R., Salas E.	невелика кількість людей (найчастіше 5-7, рідше до 15-20), які поділяють цілі, цінності та спільні підходи до реалізації спільної діяльності і взаємовизначають приналежність свою і партнерів до даної групи. Члени команди мають взаємодоповнюючі навички, беруть відповідальність за кінцеві результати, здатні виконувати будь-які внутрішньогрупові ролі	[8]



**Рисунок 1 – Основні ознаки команди в організації**

Р. М. Белбін визначає наступні ролі, які можуть відігравати члени команди (таблиця 2).



Таблиця 2 – Ролі членів команди [8]

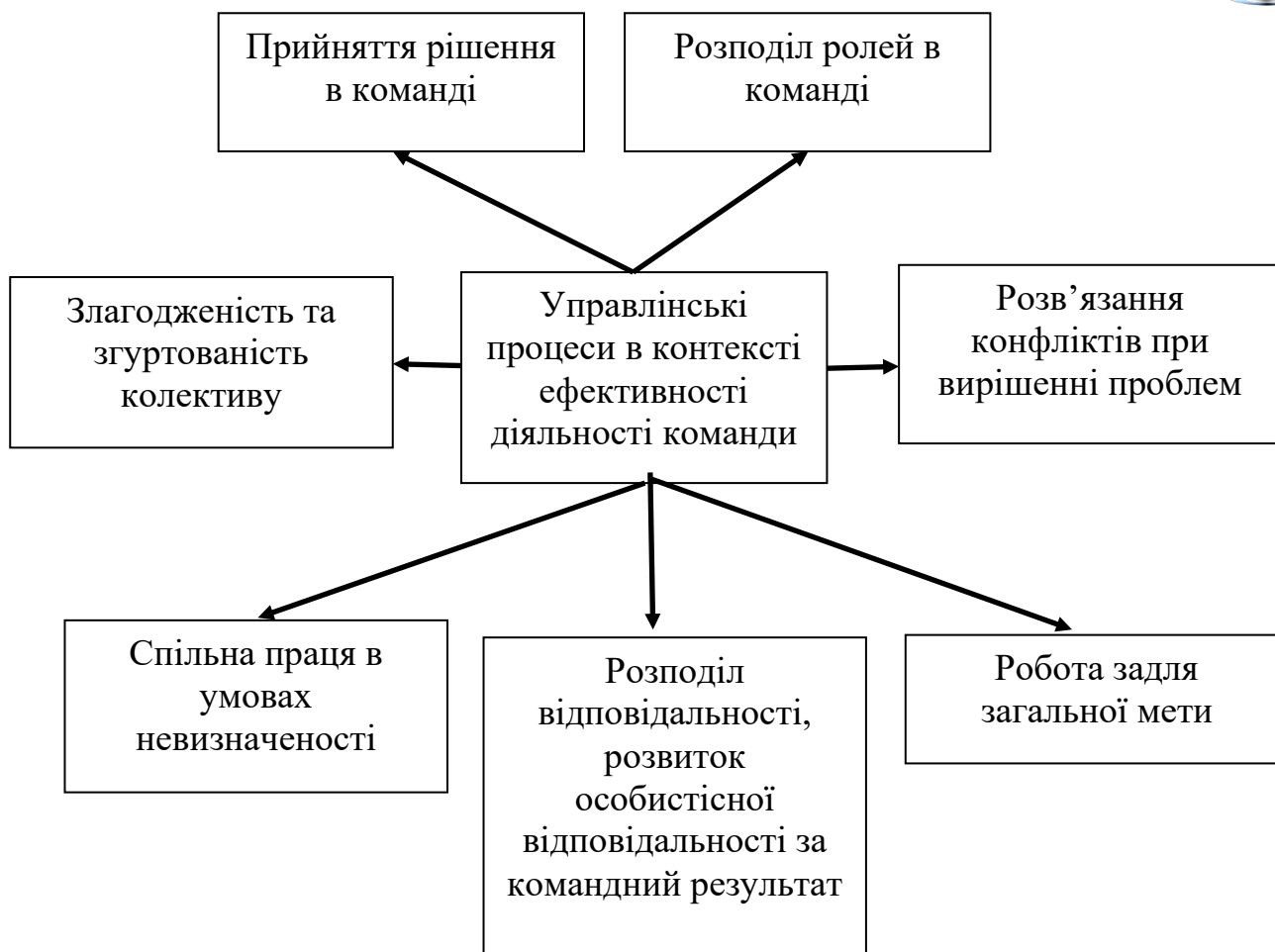
Роль	Типові характеристики
А	Б
Лідер	відповідальний за справу, людей, підтримує, надихає, мотивує, визначає потреби учасників команди, веде діалог, залишається з командою у випадку успіху чи поразки, контролює.
Координатор	зрілий, упевнений, вміє чітко формулювати цілі, просуває рішення. делегує повноваження.
Організатор	динамічний, кидає виклик, чинить тиск, долає труднощі.
Генератор	винахідливий, людина з ідеями, вміє вирішувати нестандартні проблеми.
Шукач	екстраверт, ентузіаст, товариський, досліджує можливості, встановлює контакти.
Оцінювач	критик, пильнує ризики.
Математик	володіє стратегічним мисленням, бачить всі альтернативи.
Командний «гравець»	м'який, сприйнятливий, дипломатичний, вміє слухати, запобігає конфліктам в команді, чутливий по відношенню і до індивідів, і до ситуацій.
Фінішер	старанний і сумлінний, шукає помилки, контролює терміни виконання доручень.
Спеціаліст	професіонал у вузькій галузі знань.
Виконавець	дисциплінований, надійний, консервативний і ефективний, вміє реалізувати ідеї на практиці.

Формування команди в організації є досить складним процесом, що вимагає високої управлінської компетенції, а для його здійснення необхідні кваліфіковані люди, які хочуть працювати разом.

На нашу думку, слід визначати такі управлінські процеси в контексті формування ефективної командної діяльності (рисунки 2).

Формування ефективних команд на основі побудови й розвитку бізнес-комунікацій передбачає вивчення їх основних типів. Дослідники О. Долженков, О. Сакалюк на основі аналізу науково-практичної літератури з управління командами в організаціях виділяють такі типи команд:

- за статусом: офіційні та неофіційні;
- за характером внутрішніх зв'язків: формальні й неформальні;
- за механізмом формування: стихійно сформовані та свідомо організовані команди;
- за часом існування: тимчасові та постійні;



**Рисунок 2 – Управлінські процеси в контексті ефективності діяльності команди**

– за функціями: команди, орієнтовані на досягнення певної мети; команди, орієнтовані на реалізацію спільного інтересу; команди, орієнтовані на спілкування;

– за розмірами: малі та великі [9].

Науковець А. Свенцицький пропонує виокремлювати такі типи команд:

1. Консультативні команди. Вони реалізуються через організацію роботи різноманітних рад, комітетів, круглих столів, гуртків тощо й розробляють різні пропозиції, рекомендації. Такі команди мають низький ступінь координації з іншими підрозділами організації. Їхні робочі цикли бувають короткими й довгими залежно від ситуації.

2. Виробничі команди. Вони є відповідальними за виконання повсякденної роботи й мають високий ступінь координації з іншими організаційними підрозділами, а їхні робочі цикли зазвичай повторюються.

3. Проектні команди. Вимагають креативного розв'язання проблем і спеціалізованих знань. Підсумками роботи проектних команд є різні плани, проекти, дані досліджень, звіти тощо. Цикл життєдіяльності такої команди триває аж до повного розроблення проекту; ступінь координації дій з іншими



підрозділами невисока.

4. Групи дії. Існують лише протягом періоду своєї діяльності. Участь у них вимагає попереднього навчання або спеціальної підготовки. Підсумками роботи таких команд є відповідні місії, експедиції, контракти тощо [10].

Ми поділяємо точку зору Петюха В.М. щодо ефективності діяльності команди «як величини приросту її успішності за такими показниками: стабільне досягнення заданого результату у встановлений термін; стабільний рівень якості робіт; ефективне використання залучених ресурсів; стабільне розширення (або утримання) сегмента своєї діяльності» [11, с.435].

Ефективність діяльності команди розрізняють згідно двох позицій: професійної діяльності та організаційно-психологічного клімату (рисунк 3).



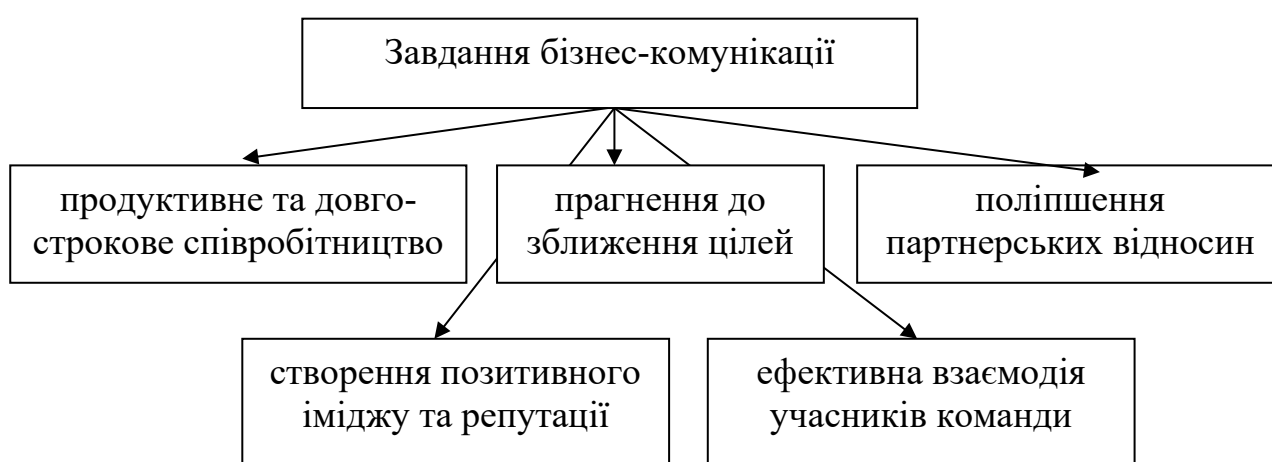
**Рисунок 3 – Критерії ефективності команди [сформовано автором на основі [12]**

Загальноприйнятими формами ділової комунікації є ділові бесіди, наради, збори, переговори, прес-конференції, різноманітні ділові зустрічі, презентації, брифінги, виставки, ярмарки нових товарів тощо. Ділова професійна культура передбачає вміння спілкуватися телефоном, проводити ділову дискусію,



публічно виступати [1]. У публічних промовах, інтерв'ю, консультаціях реалізуються комунікативні стратегії підприємства, які передбачають певні компетенції управлінців, як-от: самопрезентації, пропаганди філософії, іміджу підприємства, організаційних цінностей, корпоративної культури тощо. Інноваційними формами бізнес-комунікацій в контексті формування ефективних команд можна вважати корпоративні чати, відео-конференції, наради, різноманітні месенджери, соціальні мережі.

Серед основних завдань бізнес-комунікації в контексті формування ефективної команди можна виокремити такі (рисунок 4).



**Рисунок 4 – Завдання бізнес-комунікації в контексті формування ефективної команди**

Формування ефективних команд залежить не лише від економічних чинників, а й від реалізації особистісного, творчого, інтелектуального та професіонального потенціалу їх учасників. У цьому контексті слід розглядати соціокультурні домінанти бізнес-комунікацій як інструменту формування та ефективної діяльності команд в умовах змін. Г. Задорожний зазначає, що: «Духовно-моральні особистісні цінності та соціокультурні коди господарства як цілісного життя передують висхідним науковим і виробничим орієнтаціям,

бо саме вони онтогенетично задають фундаментальні сенси сумісно-розділеній людській діяльності» [13, с. 8].

Комунікаційне забезпечення ефективної команди, як правило, полягає у:

- інформаційно-комунікаційному забезпеченні: реалізації інформаційно-комунікаційних потоків на підприємстві; створенні довідкової, патентної, аналітичної, технічної, рекламної інформації;

- техніко-технологічному забезпеченні: автоматизації робочих місць; використанні сучасних технологій (ІКТ) щодо обміну інформацією.

З метою підвищення ефективності команд також необхідно розвивати інноваційні форми бізнес-комунікацій. На наш погляд, сутність цього процесу полягає в наступному:



- забезпечення достовірності й вірогідності розповсюджуваної серед учасників команди інформації;
- формування ефективних комунікаційних стратегій через використання соціальних мереж, месенджерів, делегування та посилення відповідальності;
- зростання ефективності комунікації між членами команди за допомогою створення тематичних груп;
- розвиток бізнес-комунікацій за рахунок дослідження законодавчої бази та вирішення питань виходу із економічної кризи в умовах змін;
- подальший розвиток візуального контенту та гнучких інструментів його ретрансляції всередині команд.

### **Висновки.**

Отже, пошук інноваційних форм та соціокультурних домінантів бізнес-комунікацій сприятиме зростанню ефективної діяльності членів команди та загальній результативності.