

УДК 334.72:316.77]:005.332.4 (049.32)
DOI: 10.33813/2224-1213.19.2019.17

Горбань Юрій Іванович

кандидат культурології, доцент кафедри інформаційних технологій,
директор наукової бібліотеки Київського
національного університету культури і мистецтв
E-mail: y.i.gorban@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5837-4409>

БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЇ – РУШІЙНА СИЛА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

(рецензія на навчальний посібник «Бізнес-комунікації
в міжнародному менеджменті»: навч. посіб./Батченко Л. В.,
Бондар І. С., Русавська В. А. – Київ: Видавництво Ліра-К,
2017. – 304 с.)

*«Саме те, як ви збираєте, організовуєте
і використовуєте інформацію,
визначає, переможете ви чи програєте»*

Білл Гейтс

Сучасна підприємницька діяльність базується на принципах кооперації, інтеграції та глобалізації, тому її ефективний розвиток потребує врахування напрацьованих і ефективно дієвих комунікаційних інструментів у вирішенні економічних завдань як на державному рівні, так і на рівні підприємств-суб'єктів інтернаціонального бізнесу. Ділова комунікація на практиці реалізується у стандартних бізнес-ситуаціях, проте їх норми та параметри кожна національна бізнес-практика визначає згідно зі своїми національними традиціями. Представникам професійної бізнес-сфери необхідно не тільки знати кращі національні ділові традиції й практики, а й особливості бізнес-культур своїх партнерів, найбільш передові стандарти цивілізованого бізнесу.

На сьогодні є значна кількість науково-методичних праць із бізнес-комунікацій, з міжнародного менеджменту. Варто зауважити, що

низка принципових проблем, пов'язаних із засобами підвищення комунікаційного процесу бізнес-діяльності в Україні, є все ще недостатньо досліджена.

Бізнес ХХІ століття – це складне виробництво, колективний характер праці, володіння масштабними ресурсами, тому комунікації сприймаються як засіб співробітництва, взаємодії, забезпечення досягнення цілей співробітників, цілей організації та суспільства. Все це впливає і на важливість соціальної спрямованості бізнесу, дотримання ним етичних норм і правил, гармонії його відносин із суспільством.

Рецензований навчальний посібник «Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті» є доказом того, що розуміння сутності бізнес-комунікацій та володіння методами їх здійснення – це рушійний чинник досягнення ділового успіху. Питання комунікації і міжкультурної взаємодії є складними та актуальними. Комунікація впливає на ефективність обміну інформації в багатонаціональному колективі міжнародної компанії. Кожній компанії і кожному професійному суспільству притаманні відповідні комунікаційні особливості. У зв'язку з цим, міжнародна бізнес-спільнота, зокрема транснаціональні корпорації та великі міжнародні компанії, у своїй діяльності стикаються з рядом проблем у сфері міжкультурної ділової комунікації.

Перехід світової економіки до нового якісного стану безпосереднім чином пов'язаний з підвищенням ролі теоретичних знань. Розвиток технологічних галузей, процес збільшення частки сфери послуг, вплив медійних технологій на бізнес-процеси обумовили не лише актуальність тематики, а й зміст та структуру навчального посібника. Він містить шість розділів, які розкривають теоретичні основи для подальшого практичного аналізу європейської інформаційної політики, безпеки та комунікативних інструментів на загальноєвропейському рівні та рівні країн-членів Європейського Союзу, а також великих корпорацій.

Перший розділ навчального посібника присвячений процесам транснаціоналізації, його сучасним характеристикам, участі транснаціональних корпорацій (ТНК) в інтеграційних процесах. Зокрема, розглянуто суть процесів транснаціоналізації, її продукт – ТНК як один із найбільших суб'єктів бізнес-діяльності, стратегії ТНК, основні аспекти європейської інтеграції, можливості диверсифікувати економіку країн – нових членів ЄС, перспективи інтеграції України в європейську та світову економіку, її участь у глобальних трансформаційних процесах.

У другому розділі докладно розглядається європейська модель менеджменту корпоративних структур, яка застосовується в управлінні підприємствами в усіх частинах світу. При такому менеджменті є можливість підвищити кваліфікацію працівників, впровадити нові технології й методики у виробництво. Проаналізовано та узагальнено особливості управлінських концепцій в окремих країнах Європи, найбільш характерні ознаки сучасного європейського менеджменту з метою адаптування кращих європейських управлінських практик у вітчизняний бізнес. Перетинаючись з іншими моделями

управління, європейська управлінська концепція лягла в основу нових теорій управління підприємствами.

У третьому розділі визначено місце комунікацій, які є рушійною силою конкурентоспроможності бізнесу у формуванні економіки знань. Глобалізація економіки і висока конкуренція зобов'язують бізнес відповідати вимогам, які може забезпечити тільки кваліфікований персонал. У всьому світі характерно збільшення інтелектуальної складової в економіці. Методологічні засади щодо шляхів та методів практичної реалізації концепції економіки знань в Європі набувають особливої актуальності та значущості для суб'єктів підприємницької діяльності в Україні.

Четвертий розділ присвячений медіаграмотності в становленні комунікативної політики. Європейський підхід до сутності медіа- та інформаційної грамотності, медіаосвіченості вкрай важливий і необхідний для адекватного розуміння реалій бізнес-процесів. Розглядаються історія розвитку медіаграмотності в Європі, базові медіаосвітні європейські моделі, пошуки нових орієнтирів у європейській медіаосвіті. Знання теоретичних основ медіаграмотності, ознайомлення з медіаосвітніми тенденціями слугуватиме серйозним підґрунтям для підвищення ефективності сучасного медіаосвітнього процесу в Україні, яка тільки вибудовує систему медіаграмотності в державі.

У п'ятому розділі розглядається інформаційна безпека комунікаційного простору ЄС, завдання і принципи інформаційної політики та її директивне забезпечення. Система інформаційної безпеки як комплекс законодавчих, адміністративних та програмно-технічних заходів ставить за мету розробку особистих та групових навичок і вмій безпечної поведінки, підтримки постійної готовності до адекватних заходів в «інформаційній війні». Політику інформаційної безпеки ЄС, що реалізується за допомогою набору законів, правил і норм поведінки стосовно інформації, можна розглядати як підґрунтя для створення структурованої системи інформаційної безпеки України.

У шостому розділі розглянуто уніфіковані комунікації. Бізнес-структури потребують сучасного підходу до організації комунікацій і спільної роботи. Сучасний підхід – це уніфіковані комунікації на базі мультисервісної мережі задля оптимізації бізнес-процесів. «Хмарні» технології стають для українського корпоративного сектору ефективним інструментом ведення бізнесу. Але «хмарні» концепції насправді тільки починають проникати у свідомість представників ділового середовища України. Ознайомлення з науково-прикладними матеріалами щодо «хмарних» систем комунікаційного простору ЄС надасть українським бізнесменам розуміння потенціалу і реальних можливостей використання «хмарних» технологій.

Заслугує на схвалення наявність значної кількості матеріалів, запропонованих для самоконтролю та самостійного опрацювання, які досить чітко спонукають до діалогу з актуальних і практично значущих питань бізнес-комунікацій.

Навчальний посібник «Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті» має логічно побудовану структуру, виважену, розгалужену за рівнями – від глобального до національного рівнів бізнес-

підприємств. Слід відзначити науковість посібника, що підтверджено не лише способом систематизації матеріалу, а й авторськими тлумаченнями термінів, принципів бізнес-комунікацій. Позитивним є використання термінологічного апарату, що не переважує текст та є обґрунтовано доцільним. Зазначене сприяє забезпеченню достатньо високого рівня засвоєння матеріалу.

Всі розділи містять графічні ілюстрації, частина матеріалу організована в табличній формі, що полегшує сприйняття і запам'ятовування інформації, а також зручна при використанні в робочому контексті, коли співробітників організації необхідно компактно та доступно ознайомити з принципами і перевагами бізнес-комунікацій.

Використана література в навчальному посібнику – це значний перелік англомовних джерел з дослідженнями про бізнес-практики, актуальні проблеми бізнесу та комунікаційні процеси. Вказані також роботи вітчизняних авторів і перекладені українською мовою класичні роботи закордонних науковців. Навіть ознайомлення зі списком використаної літератури може бути корисним, адже орієнтує читача в широкому спектрі робіт, що присвячені питанням бізнес-комунікацій.

Базою для навчального посібника слугують фундаментальні та прикладні науки й дослідження, результати яких мають відношення до розглянутих проблем. Це додає солідності, обґрунтованості висновкам і рекомендаціям. Зауважу, що звернення авторів до інших наук відбувається з практичними, утилітарними цілями, проте читачі завжди можуть отримати глибші знання, самостійно занурившись у сферу навчальної дисципліни, що викликала їхню зацікавленість. Тому певною мірою навчальний посібник виконує роль навчального огляду, введення в галузь таких наук та предметів, як: психологія, менеджмент, маркетинг, управління персоналом, діловодство, соціологія, риторика та ін.

Поява саме навчального посібника зумовлена тим, що він, на відміну від підручника, який характеризується систематичним фундаментальним описом навчальної дисципліни, призначений для отримання додаткових знань із зазначених тем та глибшого, самостійного вивчення предмета навчальної дисципліни. У рецензованому навчальному посібнику міститься більший, у порівнянні з підручниками цієї тематики, об'єм навчального тексту та навчальних завдань, що дозволяють детальніше вивчити та засвоїти теоретико-методологічні та практичні аспекти бізнес-комунікацій у міжнародному менеджменті.

Побудова навчального посібника «Бізнес-комунікації в міжнародному менеджменті» дозволяє проявляти максимальну варіативність, враховуючи різні аудиторії, зберігаючи при цьому теоретичну компоненту. Рецензоване видання є оригінальним зразком навчальної літератури, містить новий матеріал науково-практичного характеру, який буде однаково цікавим і корисним як для фахівців комунікативних досліджень, так і для бізнесменів.

Цінно, що зміст і структура навчального посібника відповідають навчальним програмам багатьох спеціальностей, за якими здійснюється підготовка у навчальних закладах вищої освіти, отже він може ефективно використовуватись своєю прямою читацькою аудиторією – студентами, аспірантами, викладачами.