

СУЧАСНА БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЯ: ТЕХНОЛОГІЧНІ ВИКЛИКИ ТА ВПЛИВИ

Гостєва Оксана Вікторівна

*аспірантка кафедри мистецтвознавства
та загальногуманітарних дисциплін
Міжнародний гуманітарний університет
м. Одеса, Україна*

Сучасне розуміння бізнес-комунікації насичене врахуванням особливостей комунікативних процесів, що відбуваються. З появою нових технологій та зростанням глобалізації, бізнес-комунікація стала більш складною та різноманітною. З розвитком технологій сучасний бізнес стикається з безпрецедентними можливостями в сфері комунікацій, та водночас зазнає сутнісних трансформацій. Технологічні виклики, що виникають разом з новими можливостями в бізнес-комунікації, потребують осмислення задля встановлення взаєморозуміння та побудови ефективної комунікації як ключового фактору успішного функціонування бізнесу.

Технології багато в чому змінили бізнес, але, мабуть, найбільш істотним є їх вплив на комунікацію. Поява «Інтернет» надала більше можливостей для ділового спілкування. Розширені комунікаційні можливості дозволили людям спілкуватися та підтримувати ділові стосунки, в усіх частинах світу, не зустрічаючись віч-на-віч. Проте, масштабні та прискорені зміни, що відбуваються в інформаційному просторі, водночас призводять не лише до суспільних змін. За висловлюваннями сучасного німецького філософа і соціолога Ю. Габермаса «Кожне нове покоління буде віддалятися все сильніше від стандартів культури минулих десятиріч. <...> Культура наближається до ідеї створення «ідеальної комунікативної спільноти», що призведе до появи нових форм комунікативного дискурсу, уніфікації та спрощення комунікативної взаємодії учасників комунікації [2, с. 65].

Сьогодні цифрова трансформація (*діджиталізація*) проникла в усі сфери людської діяльності остаточно. Вона призвела до зміни культури та переосмислення комунікації як такої. Цифрова трансформація як процес впровадження інноваційних технологій у всі аспекти бізнесу, від щоденних операцій до прийняття стратегічних рішень, передбачає не лише перехід від аналогових інструментів до цифрових. Як це впливає та впливатиме у майбутньому на бізнес-комунікацію? З якими викликами

стикається бізнес-комунікація і яких впливів вона зазнає? Ці питання є вкрай актуальними.

Розвиток мережі Інтернет та поява соціальних мереж дозволили створити електронні канали комунікації, без яких бізнес-комунікацію сьогодні важко уявити. Сьогодні ми не тільки хронікуємо своє життя і робимо його публічним через Facebook, YouTube, Instagram, Twitter, TikTok і десятки інших, ми активно використовуємо ці мережі у своїй роботі.

Соціальні мережі та інші онлайн-платформи стають все більш популярними засобами комунікації і в сучасному бізнесі. Вони надають можливість швидко та ефективно встановлювати зв'язки з клієнтами, колегами та партнерами, а також сприяють розповсюдженню інформації про продукти та послуги компанії. Проте, питання онлайн-репутації соціальних медіа є важливим. Відмінність у сприйнятті контенту в соціальних медіа може призвести до неправильного розуміння повідомлень, а відтак порушення комунікації, особливо в міжкультурному контексті. Їх використання вимагає особливої уваги до управління репутацією та взаємодії з аудиторією.

Розвиток технологій дозволив мати глобальний доступ до будь-якої точки світу, що дозволяє підприємствам взаємодіяти з клієнтами та партнерами у будь-якій країні без значних витрат. Швидкість і ефективність обміну інформацією завдяки електронній пошті, чатам, відеоконференціям та іншим цифровим інструментам дозволили швидко обмінюватися інформацією та приймати швидкі рішення. Завдяки цифровим інструментам компанії можуть персоналізувати комунікацію з клієнтами, пропонуючи їм продукти та послуги, які відповідають їхнім індивідуальним потребам і бажанням. Значний прогрес стався в отриманні аналітичної інформації. Цифрові платформи надають можливість збирати великі обсяги даних щодо споживачів та їхньої поведінки, що дозволяє компаніям краще розуміти свою аудиторію та адаптувати свої стратегії комунікації. Водночас, бізнес-комунікація стикається з такими викликами як інформаційний шум. З великою кількістю інформації, що поступає від різних джерел, може виникати проблема фільтрації та визначення найбільш важливих повідомлень.

Технології дозволяють нам спілкуватися з людьми з усього світу, проте іноді виникають проблеми з з'єднанням або недоліки в роботі платформ для відеоконференцій, що також може суттєво ускладнювати комунікацію.

Поява Штучного інтелекту (ШІ) відкрила нові можливості для автоматизації комунікації в бізнесі. Однак впровадження ШІ вимагає уваги до етичних питань, які пов'язані з використанням цієї технології. Важливим є питання як забезпечити відповідність стандартам етики

та заборонити використання ШІ для маніпулювання інформацією або порушення приватності користувачів.

Взагалі із зростанням використання цифрових платформ для бізнес-комунікації, кібербезпека стає одним із найбільш актуальних викликів. Збільшення цифрової активності призводить до збільшення ризику порушення безпеки даних, що може стати загрозою для конфіденційності та довіри. Зловмисники намагаються заволодіти конфіденційною інформацією, перехоплюючи електронні повідомлення, використовуючи фішингові атаки та інші хакерські методи. Тож в бізнес-сфері необхідно активно впроваджувати технології шифрування, аутентифікації та захисту від кібератак та збереження конфіденційної інформації від несанкціонованого доступу.

Серед сучасних тенденцій бізнес-комунікації, все більшої популярності набуває письмове спілкування, яке відбувається у будь-яких каналах: через пошту, SMS, чат-бот, месенджери, відеодзвінки тощо. Американське підприємство RingCentral у співпраці з міжнародним дослідницьким центром Ipsos у липні 2022 року опитали 350 власників ІТ-компаній, з метою визначення особливостей спілкування з клієнтами та працівниками всередині компанії. Головним трендом у бізнес-комунікації 2023 року було визнане спілкування через SMS-повідомлення. Дослідження виявило, що понад 95% підприємств використовують SMS для різних завдань. Водночас майже 24% компаній вважають їх найголовнішим комунікаційним інструментом, а майже 43% – кажуть, що це один з основних каналів їхнього ділового спілкування. Зокрема, такі короткі повідомлення легко використовувати у маркетингових цілях (наприклад, SMS-розсилки), вони дозволяють не тільки знаходити нових потенційних клієнтів, а й масштабувати власну аудиторію та збільшувати продажі.

У такій бізнес-комунікації основне навантаження покладається на писемну форму, яка вимагає від комунікантів більш конкретніше формулювати свою думку. З'являється можливість уточнювати формулювання своєї думки та висловлюватися більш лаконічно. З одного боку, подібне цифрове рішення помітно покращує продуктивність співробітників і надає їм більшої мобільності. Також такий спосіб комунікації є корисним у конфліктних ситуаціях, що сприяє не емоційному, а раціональному стилю проведення спілкування або переговорів. З іншого – спілкування вербальне все більше викликає труднощів.

Сьогодні віддалений режим роботи, онлайн-спілкування в Zoom тощо – перетворилося в нову комунікаційну реальність, яка призвела до низки комунікативних проблем, у сфері бізнесу, у тому числі. Робота «з дому», форма спілкування «обличчя-екран» для особистості, звісно, має як свої плюси, так і мінуси. Спостерігається підвищена

роздратованість після декількох онлайн-зустрічей на день. Такі онлайн-форми бізнес-комунікації більше виснажують, ніж живе спілкування. Також «у ситуації, коли відбувається зміна каналу комунікації з усного на зоровий, використання, наприклад, таких медіумів як відеочат або відеоконференція, дають змогу спостерігати невербальну поведінку співрозмовника, що може призвести до хибного декодування змісту повідомлення» [3, с. 191]. Також постійне спілкування з «екраном» викликає негативні емоції, і на це є об'єктивні причини, які нещодавно дослідили вчені зі Стенфорду. «Через екран ми не зчитуємо всю *«невербальку» людини*. Ще і якість зображення часто не відображає міміку настільки, щоб робити точні висновки про емоції співрозмовника. Ми напружуємось і нервуємо, оскільки втрачаємо **відчуття реальності**. Деякі люди вважають, що сказане не особисто, а через екран, відбувається не насправді, а як частина гри в симулякрі. Також втрачається відчуття відповідальності. Під час відеоспілкування для людини складніше відстежувати діалог, люди менше відчувають співрозмовника, перебивають або замовчують» [1].

Отже, сучасні технології відкривають безліч можливостей у бізнес-сфері, водночас суттєво трансформують бізнес-комунікацію. Різноманітні аспекти технологічних викликів, у тому числі кібербезпека, штучний інтелект, використання соціальних мереж призводять до зменшення та ускладнення вербальної складової бізнес-комунікації. Ці чинники неодмінно слід розуміти та враховувати в майбутньому задля побудови ефективної бізнес-комунікації.

Література:

1. Кравченко В. Ділові комунікації – 2021: як розмовляти в епоху мета модерну. URL: <https://mind.ua/openmind/20223912-dilovi-komunikaciyi-2021-yak-rozmovlyati-v-epohu-metamodernu>. (дата звернення: 5.03.2024).
2. Покляцька К. Міжкультурна комунікація в інформаційному просторі на макро- і мікро рівнях. URL: <http://irbis-nbuv.go.ua> (дата звернення: 17.03.2024).
3. Чекштуріна В. М. Актуальні формати бізнес-комунікацій початку XXI ст. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця* : матеріали Міжнар. наук. конф. (31 трав. – 1 черв. 2017 р). Харків. 2018. С. 190–191.