

Отже, цифрові платформи є ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств у міжнародній логістиці, оскільки оптимізують процеси, мінімізують ризики та забезпечують прозорість ланцюгів постачання. Їх впровадження сприяє розвитку логістичної інфраструктури, формуванню сучасних підходів до управління потоками та стимулює появу інноваційних стартапів, що забезпечують ефективну обробку великих обсягів даних і підвищують гнучкість системи.

Список використаних джерел:

1. Македон В. В. Інтеграція цифрових інструментів у міжнародну логістичну діяльність. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск 65. URL: https://www.researchgate.net/publication/384165161_INTEGRACIA_CIFROVIN_INSTRUMENT_IN_U_MIZNARODNU_LOGISTICNU_DIALNIST.
2. Маргасова В., Самойлович О. Роль цифрових технологій в організації ефективного функціонування маркетингової та логістичної систем промислового підприємства. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2023. № 2(34). С. 26–37. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2\(34\)-26-37](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2023-2(34)-26-37).
3. Олифіренко Ю., Повна С., Біланенко О. Цифровий маркетинг і логістика в адаптивному управлінні інноваційним розвитком підприємства. *Науковий вісник Полісся*. 2022. № 2(25). С. 240–250. DOI: [https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2\(25\)-240-250](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2022-2(25)-240-250).

УДК 316.77:334:659.3:004

*Огаренко Т. А., к.філол.н., доцент;
Миронько Б. В.,
здобувач першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

КОМУНІКАЦІЙНІ НАВИЧКИ ПІДПРИЄМЦЯ ЯК КЛЮЧОВИЙ ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Комунікаційні навички підприємця відіграють визначальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності бізнесу в умовах цифрової економіки. Спостерігається активний вплив цифрових технологій на трансформацію бізнес-комунікацій, тому актуальним є визначення ключових компетентностей, необхідних для ефективної взаємодії з клієнтами, партнерами та інвесторами. Зростає значення стратегічної, міжкультурної та емоційно-орієнтованої комунікації, тому навички спілкування стають критичним елементом розвитку підприємництва та інноваційних процесів у висококонкурентному цифровому середовищі.

Цифрова економіка формує нові правила ведення бізнесу, зумовлюючи необхідність швидкої адаптації підприємців до змін у ринковому та технологічному середовищі. Комунікація, яка традиційно відігравала важливу роль у бізнес-діяльності, сьогодні стає одним із ключових чинників

конкурентоспроможності. Унаслідок цифровізації комунікативні процеси пришвидшуються, ускладнюються та значною мірою переміщуються у віртуальний простір, що потребує від підприємців розвинених навичок ефективної взаємодії.

Підприємницька діяльність передбачає постійну взаємодію з різноманітними стейкхолдерами – клієнтами, інвесторами, партнерами, працівниками, державними інституціями. Від якості комунікації залежить здатність підприємця формувати довіру, презентувати власні ідеї, переконувати та впливати на поведінку інших учасників ринку. Недарма фахівці висловлюють таку позицію: «Якість та ефективність роботи системи менеджменту підприємства, підрозділів, окремих виконавців, груп працівників значною мірою залежить від добре налагодженого комунікаційного процесу» [3].

До базових комунікаційних навичок сучасного підприємця належать:

- уміння чітко формулювати думки;
- навички публічних презентацій;
- здатність вести переговори;
- активне слухання;
- вміння адаптувати комунікацію до конкретної аудиторії;
- міжкультурна компетентність.

У цифровому бізнесі ці навички поєднуються з технічними – здатністю працювати з онлайн-інструментами комунікації, цифровим маркетингом та аналітикою.

Цифрові технології спричинили появу нових форматів комунікації: відеоконференцій, чат-ботів, соціальних і корпоративних мереж, CRM-систем, платформ електронної комерції. Так, «корпоративна соціальна мережа є простором, призначеним для діалогу, що дозволяє вирішити проблему внутрішніх комунікацій організації. Корпоративні соціальні мережі стрімко розвиваються, так як прості, зручні та гнучкі у використанні, порівнюючи з корпоративними порталами та сайтами» [2].

Серед ключових трансформацій спілкування:

- *інтерактивність* – комунікація стала швидкою, динамічною, багатоканальною;
- *персоналізація* – клієнти очікують індивідуального підходу в повідомленнях та сервісах;
- *прозорість* – онлайн-середовище робить репутацію бізнесу більш вразливою, що підвищує цінність етичності та відповідальності в комунікації;
- *глобальність* – цифрові ринки не обмежені кордонами; підприємець має орієнтуватися на міжнародні стандарти комунікації.

У таких умовах підприємці з високим рівнем комунікативних компетенцій здатні ефективніше позиціонувати свій продукт, підтримувати партнерства та будувати довгострокові взаємини з клієнтами.

Комунікаційна компетентність визначає конкурентні переваги підприємця у кількох аспектах.

1. *Просування інноваційних продуктів*. Інновації потребують пояснення. Підприємець, який здатний зрозуміло презентувати нову технологію чи бізнес-модель, має більше шансів привернути увагу інвесторів та клієнтів.

2. *Формування бренду та репутації*. У цифровій економіці бренд – це насамперед спосіб комунікації. Чіткі, послідовні й етичні повідомлення формують довіру до бізнесу.

3. *Ефективна внутрішня комунікація*. Розвинені комунікаційні навички дозволяють підприємцю мотивувати команду, передавати знання, координувати дії та уникати конфліктів, що підвищує продуктивність.

4. *Управління ризиками та кризовими ситуаціями*.

Криза в цифровому середовищі розгортається швидко, тому здатність оперативно реагувати, вибудовувати антикризові повідомлення та взаємодіяти з громадськістю стає критично важливою.

Сучасний підприємець повинен володіти не лише традиційними комунікативними навичками, а й:

- медіаграмотністю;
- умінням працювати із соціальними мережами;
- навичками створення контенту;
- здатністю аналізувати поведінку цифрової аудиторії;
- розумінням алгоритмів цифрових платформ;
- навичками управління онлайн-спільнотами.

Ці компетенції формують новий тип підприємця – комунікативно-технологічного лідера, здатного ефективно діяти в умовах інформаційної економіки.

Погоджуємося з думкою, «...що в сучасних умовах відкритості та прозорості, комунікаційна стратегія набуває все більш важливого значення як в оперативній, так і в стратегічній діяльності. Більше того, в умовах сучасного ВАНІ-середовища підприємствам необхідно не лише розробляти ефективну комунікаційну стратегію, а й забезпечувати її гнучкість, адаптивність, здатність критично осмислювати контент та ситуацію як внутрішнього так і зовнішнього бізнес-середовища, а також брати до уваги високу ймовірність виникнення кризових ситуацій, реакція на які повинна бути миттєвою та адаптивною, що потребує розробки відповідних варіативних сценарій дій зі сторони керівництва підприємства» [1].

Отже, комунікаційні навички в умовах цифрової економіки стають одним із ключових чинників конкурентоспроможності підприємця. Цифровізація розширює можливості взаємодії, але водночас підвищує вимоги до якості комунікації, її прозорості, етичності та стратегічності. Підприємець, який володіє розвиненими комунікативними та цифровими компетентностями, здатний ефективніше просувати інновації, будувати партнерства, формувати позитивний імідж і досягати стійкої конкурентної переваги на глобальних ринках.

Список використаних джерел:

1. Андрощук І., Пітел Н., Липчанський В. Комунікаційна стратегія підприємства як засіб уникнення конфліктних ситуацій в сучасному бізнес-середовищі. *Економіка та суспільство*, 2025, №73. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-73-139>.

2. Іванченко Г. В. Ефективні комунікації в бізнесі: теоретичний підхід. *Регіональна економіка та управління*. 2019, 2 (24). URL: <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewById/896891> (дата звернення: 25.11.2025).

3. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-48-41>.