

## Література

1. Орлик О.В. Фінансові ризики в системі забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства. Інноваційна економіка. 2016. №5-6, С. 218-223.
2. Томашук І.В., Томашук І.О. Управління фінансовими ризиками підприємства як складова забезпечення сталого функціонування суб'єкта економіки. Економіка та суспільство. 2022. Випуск 39. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1400>
3. Blach J. Financial Risk Identification based on the Balance Sheet Information. Conference: V International Conference Managing and Modelling of Financial Risks, 2010 At: VŠB-TU Ostrava Volume: Managing and Modelling of Financial Risks
4. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. URL: [https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS\\_Vol.22\\_No.182\\_Jun.2021.pdf](https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf)
5. Kasych A., Suler P., Rowland Z. Corporate Environmental Responsibility Through the Prism of Strategic Management. Sustainability. 2020, 12 (22). URL: <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/22/9589>.

УДК 658.3

Баннікова Д.С., здобувач освіти  
Бугас Н.В., науковий керівник, к.е.н., доцент  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

## ЛІДЕРСЬКІ КОМУНІКАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Для досягнення компаніями успіху та стійкого розвитку менеджери повинні бути не лише лідерами за ідеями та поведінкою, а й ефективними і переконливими комунікаторами. Лідером є той, хто бере на себе відповідальність за діяльність команди, однак для спрямування діяльності працівників на необхідні цілі взаємодіє з ними та мотивує. Лідерство вимагає усвідомлення того факту, що це процес взаємодії з командою в результаті якої має відбуватись заохочення чи команди, чи окремої людини на досягнення цілей організації. Відповідно до дослідження [5] 70-80 % свого робочого часу менеджери витрачають на спілкування зі своїми командами, а також з партнерами тощо. Ефективніше взаємодіючи з командою та колегами керівник може збільшити свій потенціал та матиме змогу виконувати ті завдання, які стоять перед ним як керівником. Від вміння лідера відповідно взаємодіяти з командою значною мірою залежать результати діяльності організації. Саме тому, питання удосконалення методів лідерських комунікацій є важливими для і для професійного менеджера, і для

організацій в цілому.

Питання лідерства в системі сучасного менеджменту розглядається в працях [1-3].

Метою даного дослідження є вивчення підходів та сучасних методів лідерських комунікацій, які дозволяють забезпечити спрямування діяльності працівників найбільш ефективним шляхом.

Менеджер здатний досягати власних цілей та забезпечувати спрямування колективу на досягнення цілей розвитку організації значною мірою за рахунок комунікацій. В ході комунікацій менеджер переконує, мотивує до відповідальності та забезпечує поєднання зусиль працівників, а отже, завданням професійного менеджера є формування системи цінностей, які спрямовують зусилля й інших працівників на досягнення організаційних цілей.

Лідерами є працівники, за якими слідкує багато людей, оскільки вони користуються довірою. Важливою характеристикою лідера є довіра до нього з боку працівників. Лідерам слід докласти значних зусиль для формування та підтримки довіри і комунікація впродовж тривалого часу є основою цієї довіри.

**Лідерська комунікація** – це складний процес, який починається з розробки стратегії спілкування, точного написання, а потім ефективного підходу до контролю за складними ситуаціями. Лідерська комунікація має три основні аспекти: основний, управлінський і корпоративний.

*Основний аспект* лідерства передбачає постійний розвиток навичок спілкування, оскільки горизонт керування та складність зростає, виникає потреба в імпровізації та пошуку нових методів комунікацій.

*Управлінський аспект* поєднує такі методи як наставництво, надання навчальних засобів, командні зустрічі, терпляче слухання та розуміння членів команди, що у сукупності допомагає керувати великими командами.

*Корпоративний аспект* – це навички, необхідні на набагато вищих рівнях керівництва, і існує потреба у взаємодії із зовнішньою сферою, навички, які є найбільш потрібними: підтримувати стосунки з працівниками, комунікація під час змін і криз, медіа-асоціації та формування іміджу. Сьогодні найбільшим викликом для організації є завоювати довіру своїх співробітників, ділових партнерів і клієнтів.

Керівник має обирати методи лідерства, стиль керівництва, методи комунікації відповідно до інтелектуального рівня та зрілості працівників [3]. Чим складнішими є завдання, які постають перед командою, тим різноманітнішими мають бути методи комунікацій.

Лідер не може стати ефективним лідером, якщо він не буде чудовим комунікатором і не повинен використовувати цю здатність, щоб дозволити людям слідувати за ним. Він повинен мати знання та бути в змозі повідомити ці знання іншим на роботі. Повинен володіти компетенціями, щоб мотивувати команду на досягнення, які здаються неможливими для інших.

Також важливим для лідера є стратегічне бачення майбутнього розвитку компанії [4]. Комунікація робить лідера ефективним, який розвиває краще розуміння в команді. Таке розуміння викликає у співробітників відчуття довіри до керівника та один до одного, до спільної роботи, що ще більше зміцнює дружні стосунки з членами команди та створює чудову робочу атмосферу. Працюючи в такому хорошому, здоровому, позитивному та доброзичливому середовищі, вони отримують мотивацію та ентузіазм працювати набагато старанніше.

### Література

1. Маркіна І. А., Вороніна В. Л., Дмитренко І. А. Лідерство як феномен сучасного менеджменту. Економічний простір. 2020. №159 С. 88-92.
2. Шутько Л.Г., Шатько Д.Б. Лідерство в системі управління якістю та його роль в підвищення конкурентоспроможності організації. Економіка і управління інноваціями. 2018. № 2(5). С. 61–70.
3. Kasych A., Horak J., Glukhova V., Bondarenko S. The Impact of Intellectual Capital on Innovation Activity of Companies. Quality Access to Success, Vol. 22, No. 182 - June 2021, pp. 3-9. [https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS\\_Vol.22\\_No.182\\_Jun.2021.pdf](https://www.calitatea.ro/assets/arhiva/2021/QAS_Vol.22_No.182_Jun.2021.pdf)
4. Kasych A., Suler P., Rowland Z. Corporate Environmental Responsibility Through the Prism of Strategic Management. Sustainability. 2020, 12 (22). <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/22/9589>.
5. Luthra A., Dahiya R. Effective Leadership is all About Communicating Effectively: Connecting Leadership and Communication. IJMBS, 2015, Vol. 5, Issue 3. [https://www.academia.edu/38377622/Leadership\\_and\\_communication](https://www.academia.edu/38377622/Leadership_and_communication)

УДК 379.8:339

Коляда І.С. здобувач освіти  
Бугас Н.В., науковий керівник, к.е.н., доцент,  
Київський національний університет  
технологій та дизайну

### ВПЛИВ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ НА РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ

Вплив війни на українські організації призвела до того, що половина з них повністю закрилася, а ті, що залишаються на плаву, працюють значно нижче своїх можливостей, так власники бізнесу змушені шукати нові можливості для свого розвитку, враховуючи при цьому потреби споживачів, які також змінила війна. З огляду на те, цифровий маркетинг – це актуальний напрям у маркетинговій діяльності, який надає можливості для довгострокового розвитку, покращення впізнаваності бренду та позитивного