

ПСИХОЛОГІЧНІ СТРАТЕГІЇ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ В БІЗНЕС СЕРЕДОВИЩІ

PSYCHOLOGICAL STRATEGIES OF BUSINESS COMMUNICATION IN THE BUSINESS ENVIRONMENT

У сучасному бізнес-середовищі, де взаємодія з клієнтами, партнерами та колегами є невід'ємною частиною професійної діяльності, ефективне ділове спілкування відіграє ключову роль. Психологічні аспекти ділової комунікації, такі як здатність управляти емоціями, навички активного слухання та техніки впливу, визначають успіх у переговорах, вирішенні конфліктів та побудові партнерських відносин. Водночас багато професіоналів стикаються з труднощами у встановленні конструктивного діалогу через психологічні бар'єри, такі як культурні розбіжності, емоційні перешкоди та неправильно витлумачену інформацію. Це ускладнює досягнення спільних цілей, знижує ефективність бізнес-процесів та може призводити до втрати довіри між сторонами. Психологія ділового спілкування є важливою складовою професійної діяльності будь якої галузі сфери обслуговування, оскільки ефективне взаємодія з колегами, клієнтами та партнерами має безпосередній вплив на результати туристичного бізнесу.

Ключові слова: ділове спілкування, бізнес, туризм, менеджмент, психологія, професійна діяльність, інтелект, переговори.

УДК 159.9:658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/infrastruct82-28>

Єремія Г.І.

к.геогр.н., асистент,
кафедри економічної географії
та екологічного менеджменту,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Смик О.С.

к.геогр.н.,
асистент кафедри географії
та менеджменту туризму,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича

Yeremiia Hanna

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

Smyk Oksana

Yuriy Fedkovych Chernivtsi
National University

In today's business environment, where interaction with customers, partners and colleagues is an integral part of professional activity, effective business communication plays a key role. Psychological aspects of business communication, such as the ability to manage emotions, active listening skills and influencing techniques, determine success in negotiations, conflict resolution and partnership building. At the same time, many professionals face difficulties in establishing a constructive dialogue due to psychological barriers such as cultural differences, emotional barriers and misinterpreted information. This makes it difficult to achieve common goals, reduces the efficiency of business processes and can lead to a loss of trust between the parties. The issue becomes particularly relevant in the context of globalization, where cultural and social differences are key factors influencing the quality of business communication in the tourism industry. Moreover, a lack of emotional management skills and a manipulative approach to interaction can negatively impact long-term partnerships. In today's dynamic business environment, effective business communication is a key factor in an organization's success. Communication in business shapes not only relationships between colleagues but also interactions with partners, clients, and suppliers. Therefore, there is an urgent need to study the psychology of business communication, specifically in developing techniques, strategies, and practical recommendations for overcoming communication barriers, building trust, and achieving mutually beneficial agreements. This will enhance the quality of interpersonal interactions, contribute to the successful implementation of business objectives, and improve the overall efficiency of organizations. The aim of this article is to analyze the psychological aspects of business communication, highlight its significance for achieving professional success and effective interaction in the business environment, outline key principles, techniques, and negotiation strategies, and emphasize the role of emotional intelligence and ethical aspects in building trust and partnerships.

Key words: business communication, business, tourism, management, psychology, professional activity, intelligence, negotiations.

Постановка проблеми. Особливої актуальності проблема набуває в умовах глобалізації, коли культурні та соціальні відмінності стають важливими факторами, що впливають на якість ділового спілкування в галузі туристичного бізнесу. До того ж, нестача навичок управління емоціями та маніпулятивний підхід до взаємодії можуть негативно позначатися на довготривалих партнерських відносинах.

Отже, існує нагальна потреба у вивченні психології ділового спілкування, а саме в розробці технік, стратегій та практичних рекомендацій для подолання комунікативних бар'єрів, формування довіри та досягнення взаємовигідних угод. Це дозволить покращити якість міжособистісної взаємодії, сприятиме успішній реалізації бізнес-цілей та підвищить загальну ефективність роботи організації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика ділового спілкування, активно досліджується як українськими, так і закордонними

науковцями. Значна увага приділяється впливу емоційного інтелекту, психологічних бар'єрів, технік впливу та невербальної комунікації на ефективність професійної взаємодії.

Українські дослідники, такі як: Гребенюк О.С. [5] зосереджуються на психології ділового спілкування; про сучасні аспектах ділового спілкування присвячені публікації Блощинської В.А. [1], Діденко А.Н. [6]. У роботах Бордун О.Ю., Гамкало М.З [2], Васильєва О.О., Зайцева В.М. [3] наголошується на важливості ділового етикету у туризмі.

У міжнародних дослідженнях велике значення надається універсальним технікам ведення переговорів. Наприклад, роботи Деніела Ґоулмана («Емоційний інтелект») [7] підкреслюють роль розуміння емоційних сигналів співрозмовників та управління власними емоціями у побудові довірчих відносин. Крім того, Гарвардська школа бізнесу пропонує дослідження, присвячені методиці "win-win" у переговорах, що дозволяє досягати взаємовигідних рішень.

Постановка завдання. Мета статті – роаналізувати психологічні аспекти ділового спілкування, розкрити його значення для досягнення професійного успіху та ефективної взаємодії в бізнес-середовищі, окреслити ключові принципи, техніки та стратегії переговорів, а також висвітлити роль емоційного інтелекту та етичних аспектів у побудові довіри й партнерських відносин.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кожен бізнесмен, менеджер, працівник сфери обслуговування та інші фахівці стикаються з необхідністю встановлення контактів, вирішення конфліктів та досягнення угод через спілкування. Психологія спілкування вивчає механізми взаємодії людей, їхню поведінку, емоційні реакції та когнітивні процеси в умовах спілкування. Спілкування, як ключовий аспект взаємодії, є складним процесом, що включає передачу інформації, емоцій, переконань, а також взаємні впливи учасників комунікації. Ділове спілкування вимагає від учасників здатності вести переговори, ставити чіткі цілі, враховувати культурні, соціальні та особистісні аспекти. У процесі взаємодії важливими є як вербальні, так і невербальні компоненти комунікації [5].

У статті розглянуто також основні принципи ділового спілкування, психологічні аспекти взаємодії в бізнес-середовищі, а також техніки та стратегії, які сприяють досягненню успіху у взаємодії між учасниками бізнес-процесів.

У бізнес-середовищі емоції можуть впливати на рішення, створювати певну атмосферу або змінювати її. Вміння контролювати свої емоції, розуміти емоційні сигнали співрозмовників є важливим аспектом професійного спілкування. Проблеми з емоційним управлінням можуть призвести до конфліктів або до неправильної інтерпретації намірів співрозмовника [1].

Емоційний інтелект – це здатність розпізнавати емоції своїх та інших людей, а також вміння використовувати цю інформацію для ефективного спілкування. В бізнесі важливо, щоб лідери мали високий рівень емоційного інтелекту, оскільки це допомагає їм управляти колективом, розв'язувати конфлікти та підтримувати позитивну атмосферу на роботі.

Міжособистісні відносини відіграють важливу роль у створенні стабільного робочого клімату. Психологія ділового спілкування дозволяє створювати здорові відносини між співробітниками, налагоджувати партнерські зв'язки та розвивати ефективну взаємодію з клієнтами. Позитивні міжособистісні відносини сприяють розвитку довіри та кооперації.

Існує низка психологічних бар'єрів, які можуть ускладнювати ефективне спілкування: *культурні бар'єри* (різні культурні контексти можуть вплинути на розуміння інформації); *емоційні бар'єри* (негативні емоції можуть заважати об'єктивному сприйняттю інформації); *інформаційні бар'єри* (неправильне розуміння або інтерпретація інформації).

Для подолання бар'єрів важливо використовувати стратегії ділового спілкування. Особливо це важливо при веденні міжнародних переговорів або роботі з людьми різних культур.

Переговори є однією з ключових складових ділового спілкування, що передбачає процес взаємодії між учасниками з метою досягнення спільного погодженого рішення. У бізнес-середовищі переговори використовуються для вирішення різноманітних питань – від укладання угод і встановлення партнерських відносин до розв'язання конфліктів та узгодження умов співпраці.

Переговори включають різні етапи та техніки, що залежно від ситуації можуть бути як формальними, так і неформальними. У цьому контексті психологія ділового спілкування в переговорах є важливим аспектом, оскільки вона включає елементи розуміння потреб і мотивів інших учасників, управління емоціями та застосування стратегії впливу [4].

Процес переговорів можна поділити на кілька етапів, кожен з яких має свої психологічні особливості:

Підготовка до переговорів. Це один з найважливіших етапів, на якому учасники визначають свої цілі, очікування і стратегію ведення переговорів. Підготовка включає дослідження інформації про партнера, вивчення попередніх угод, аналіз сильних і слабких сторін кожної зі сторін.

Встановлення контактів. На цьому етапі встановлюється перше враження, яке буде визначати тональність подальших переговорів. Важливо продемонструвати відкритість, зацікавленість у співпраці та налаштованість на досягнення взаємовигідної угоди. Взаємоповага і емпатія є ключовими складовими для успіху на цьому етапі.

Обговорення та узгодження умов. Це основна частина переговорів, де сторони взаємно висловлюють свої вимоги, потреби та пропозиції. На цьому етапі важливо чітко сформулювати свої позиції, враховувати інтереси іншої сторони та бути готовим до компромісу. Психологічний аспект тут включає вміння вислуховувати співрозмовника, працювати з емоціями та розпізнавати невербальні сигнали.

Заклучення угоди. Завершення переговорів передбачає формулювання домовленостей, фіксацію досягнутих результатів і підготовку до підписання угоди. Це момент, коли сторонам необхідно підтвердити свою готовність до співпраці, що також є психологічно важливим для подальшого виконання домовленостей.

У процесі переговорів учасники можуть застосовувати різні стратегії і техніки, що залежать від ситуації, цілей та психоемоційного стану сторін:

Техніка “win-win” (вигода для обох сторін). Це стратегія, яка спрямована на досягнення взаємовигідного результату, де кожна зі сторін отримує певні переваги.

Техніка “win-lose” (вигода для однієї сторони). У цій стратегії одна сторона намагається домогтися повної вигоди для себе, навіть якщо це означає шкоду для іншої сторони. Така стратегія часто використовується в ситуаціях, коли одна зі сторін має значну перевагу.

Техніка “lose-lose” (втрата для обох сторін). Це ситуація, коли переговори призводять до того, що жодна зі сторін не отримує бажаного результату, і всі учасники переговорів зазнають втрат.

Техніка «переміщення фокусу». Це одна з тактик, коли учасники переговорів намагаються перемістити увагу від основного питання на інші менш важливі питання, щоб виграти час або послабити позицію супротивника. Застосування цієї стратегії часто допомагає зменшити тиск і знизити рівень напруженості.

Тактика «підвищення ставки». Вона полягає в тому, щоб почати переговори з більш вигідною пропозицією або вимогою, що дає змогу згодом поступово знижувати вимоги і досягати компромісу.

Переговори є важливою частиною ділового спілкування і можуть мати різний характер залежно від контексту, цілей сторін та стратегій, які використовуються. У ході переговорів учасники часто прагнуть досягти своїх цілей і вигідних умов, іноді застосовуючи маніпуляції та психологічний вплив на інших учасників. Маніпуляції та вплив є невід'ємною частиною переговорного процесу і можуть бути як конструктивними, так і деструктивними для взаємовідносин між сторонами та переговорним процесом. Знання психологічних аспектів маніпуляцій та способів їх розпізнавання є важливим для підтримки етики та ефективності переговорів. Застосування маніпуляційних технік може призвести до тимчасових переваг, але за відсутності справжньої взаємоповаги та чесності в переговорах такі стратегії можуть пошкодити довіру між сторонами і мати негативний вплив на подальшу співпрацю. Вплив, навпаки, може бути інструментом для досягнення конструктивних угод і зміцнення партнерських відносин, коли він ґрунтується на взаєморозумінні і спільних інтересах.

Маніпуляція в переговорах – це спроба отримати перевагу або вплинути на прийняття рішень іншою стороною за допомогою нечесних, підступних або непрямих методів. Метою маніпуляцій є вплив на когнітивні або емоційні процеси співрозмовника, з метою отримання вигоди або досягнення бажаного результату без відкритої взаємодії чи обговорення.

Маніпуляції можуть мати як короткостроковий, так і довгостроковий вплив на процес і результати переговорів. До негативних наслідків маніпуляцій можна віднести: пошкодження довіри між сторонами, що може призвести до втрати партнерських відносин; невизначеність і непередбачуваність у прийнятті рішень, що створює несприятливу атмосферу для подальших переговорів; невідповідність між реальними та заявленими цілями, що може

стати причиною розчарування і непорозуміння у майбутньому [6].

Тому, хоча маніпуляція може принести тимчасову вигоду, вона здебільшого шкодить тривалим діловим відносинам і не веде до стабільних і взаємовигідних угод.

Знання того, як викликати або контролювати емоції в переговорах, є потужним інструментом для досягнення вигідних результатів.

Психологія впливу в діловому середовищі є важливим аспектом комунікації та переговорного процесу. Успіх у бізнесі часто залежить від здатності ефективно впливати на інших – партнери, клієнти, співробітники, постачальники і навіть конкуренти. Вплив в бізнесі охоплює широкий спектр поведінкових, когнітивних та емоційних технік, які використовуються для досягнення бажаних результатів. Психологія впливу включає в себе стратегії та методи, що дозволяють змінювати поведінку, думки і переконання інших людей без застосування прямого тиску чи маніпуляцій [2].

Вміння здійснювати позитивний вплив є невід'ємною частиною успіху в переговорах, управлінні командами, укладанні угод, а також в управлінні репутацією та побудові ділових відносин. У цьому контексті психологія впливу допомагає керівникам, підприємцям і менеджерам ефективно досягати своїх цілей, розвивати бізнес і створювати стійкі, взаємовигідні партнерства. Вплив на бізнес-партнера є важливим аспектом ділових переговорів. Стратегії впливу використовуються для досягнення вигідних умов угоди, побудови партнерських відносин, а також для переконання іншої сторони в правильності своїх позицій чи пропозицій. Вибір стратегії залежить від багатьох факторів, таких як характер переговорів, інтереси сторін, рівень довіри, а також етап переговорного процесу.

У діловому середовищі застосовуються різноманітні техніки впливу, які допомагають змінювати думки, поведінку та ставлення інших учасників. Деякі з найбільш ефективних технік включають:

Активне слухання. Це техніка, яка полягає у глибокому зануренні в слова та емоції співрозмовника, щоб краще розуміти його потреби та мотиви.

Техніка «Задавання відкритих запитань». Задаючи відкриті запитання, що стимулюють співрозмовника до роздумів і самостійного пошуку рішень, можна сприяти зміні його поглядів на певну ситуацію.

Рефреймінг. Це техніка зміни перспективи або переформулювання ситуації з метою представити її в більш вигідному або позитивному світлі.

Техніка «підігріву» емоцій. В бізнесі часто важливо не тільки логічно аргументувати свою позицію, але й апелювати до емоцій співрозмовника.

Психологічне напруження. Використання певного тиску на опонента може допомогти створити враження терміновості або важливості прийняття рішення.

Психологія впливу в бізнес-середовищі є потужним інструментом для досягнення успіху в переговорах, укладанні угод та побудові стійких ділових відносин. Знання психологічних принципів та технік впливу дозволяє ефективно керувати процесом переговорів, допомагаючи досягати вигідних результатів для всіх учасників.

Стів Джобс і створення партнерства з Microsoft. У 1997 році, після повернення Стівена Джобса в Apple, компанія знаходилася в кризі. Для стабілізації ситуації й отримання фінансової підтримки Джобс почав переговори з Біллом Гейтсом (Microsoft) щодо забезпечення інвестицій та підтримки. Стів Джобс продемонстрував свій авторитет і беззаперечну експертизу в технологічній сфері. Він зумів переконати Білла Гейтса в тому, що Apple, незважаючи на труднощі, володіє унікальним потенціалом для інновацій і майбутнього розвитку, і тому потребує підтримки Microsoft (принцип авторитету (Authority)).

Річард Бренсон і переговори щодо запуску Virgin Records. У 1972 році Річард Бренсон, засновник Virgin, розпочав переговори з музичними продюсерами та компаніями для запуску свого лейблу Virgin Records. Він не мав великих фінансових можливостей, тому його стратегія полягала в тому, щоб переконати великих інвесторів і музикантів приєднатися до його нового підприємства. Річард Бренсон вірив у силу людських відносин і часто використовував особисті зв'язки, щоб залучити нових партнерів та клієнтів. Він був відкритим і харизматичним, що дозволяло йому створювати сильні емоційні зв'язки з людьми. Це дозволило залучити музикантів, таких як Майк Олдфілд, щоб вони підписали контракт з Virgin, навіть не маючи великого досвіду в музичній індустрії (принцип симпатії (Liking)).

Ілон Маск і переговори з інвесторами для запуску Tesla. У 2008 році Ілон Маск провів переговори з інвесторами для отримання додаткових коштів для Tesla, яка перебувала в глибокій фінансовій кризі. Для того, щоб залучити інвестиції, Маск повинен був переконати інвесторів у життєздатності проекту. Постійність його обіцянок та рішень сприяла формуванню довіри серед інвесторів (*принцип послідовності (Consistency)*).

Відомі бізнесмени завжди застосовують різноманітні психологічні методи впливу, щоб досягти успіху в переговорах. Використання принципів взаємної вигоди, авторитету, дефіциту, послідовності, симпатії, а також технік активного слухання і підвищення ставок дозволяє ефективно впливати на партнерів, інвесторів та конкурентів. Успішні бізнесмени, такі як Стів Джобс, Річард Бренсон, Ілон Маск демонструють, як ці методи можуть бути застосовані для створення партнерств, залучення інвестицій і досягнення стратегічних цілей.

Висновки. Психологія ділового спілкування є складним і багатогранним процесом, який має

вирішальне значення для ефективної професійної діяльності. Врахування психологічних аспектів при взаємодії з партнерами, клієнтами та колегами дозволяє значно підвищити рівень результативності переговорів, зміцнити довіру та досягти взаєморозуміння. Техніки ефективного спілкування, емоційний інтелект, здатність до асертивного поведінки та управління емоціями – це необхідні навички, що повинні бути розвинені у кожного професіонала, що прагне до успіху в діловому світі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Блощинська В.А. Сучасне діловодство: навч. посібник. Київ: ЦНЛ, 2005. 320 с.
2. Бордун О.Ю., Гамкало М. З. Діловий етикет в туризмі. Навчально-методичні вказівки для студентів географічного факультету спеціальності «Туризм» та «Менеджмент організацій». Львів: ВКП фірма «ВМС», 2006. 45 с.
3. Васильєва О. О., Зайцева В.М. Діловодство в туризмі: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. Запоріжжя: ЛІПС, 2012.-141 с.
4. Галушко В.П. Діловий протокол та ведення переговорів. Вінниця: НОВА КНИГА, 2002. 223 с.
5. Гребенюк О.С. Психологія ділового спілкування. Київ: Видавництво КНЕУ, 2010.
6. Діденко А.Н. Сучасне діловодство: посібник. 6-те вид., переробл. і допов. Київ: Либідь, 2010. 480 с.
7. Goleman D. Emotional Intelligence. (Переклад: С.Л. Гумецька). Видавництво «Віват», 2018. С. 512.

REFERENCES:

1. Bloschchynska V.A. (2005) Suchasne dilovodstvo: navch. Posibnyk [Modern office management: teaching manual]. Kyiv: TsNL, p. 320. (in Ukrainian)
2. Bordun O. Yu., Hamkalo M.Z. (2006) Diloviy etyket v turyzmi. Navchalno-metodychni vkazivky dlia studentiv heohrafichnoho fakultetu spetsialnosti "Turyzm" ta "Menedzhment orhanizatsii" [Business etiquette in tourism. Educational and methodological guidelines for students of the Faculty of Geography majoring in "Tourism" and "Management of Organizations"]. Lviv: VKP firma "VMS", p. 40. (in Ukrainian)
3. Vasyliieva O.O., Zaitseva V.M. (2012) Dilovodstvo v turyzmi: navch. posib. dlia stud. vyshch. navch. zakl. [Clerkship in tourism: education. manual for students higher education closing]. Zaporizhzhia: LIPS, p. 141. (in Ukrainian)
4. Halushko V.P. (2002) Diloviy protokol ta vedennia perehovoriv [Business protocol and negotiations]. Vinnytsia: NOVA KNYHA, p. 223. (in Ukrainian)
5. Hrebeniuk, O.S. (2010) Psykholohiia dilovoho spilkuvannia [Psychology of business communication]. Kyiv: Vydavnytstvo KNEU (in Ukrainian)
6. Didenko A.N. (2010) Suchasne dilovodstvo: posibnyk. 6-te vyd., pererobl. i dopov [Modern office management]. Kyiv: Lybid, p. 480. (in Ukrainian)
7. Goleman D. (2018) Emotional Intelligence [Emotional Intelligence]. Vydavnytstvo "Vivat", p. 512.