

Бучинська Т.В.,
канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин,
Західноукраїнський національний університет,
м. Тернопіль,
Юркевич Г.Й.,
канд. псих. наук, доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу
Західноукраїнського національного університету

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В КОМПАНІЯХ

Buchynska T.V.,
 *cand.sc.(econ.), assoc. prof., associate professor
at the department of international economic relations,
West Ukrainian National University, Ternopil,*
Yurkevych H.Y.,
 *cand.sc.(psychol.), assoc. prof., associate professor at the
department of fundamental and special disciplines,
Chortkiv Education and Research Institute of Entrepreneurship
and Business of West Ukrainian National University*

FORMATION OF EFFECTIVE BUSINESS COMMUNICATIONS IN COMPANIES

Постановка проблеми. Сьогодні в усіх сферах ділового життя відбуваються значні зміни. Стрімкий розвиток цифрових технологій та прискорений розвиток міжнародної глобалізації кардинально змінив бізнес-ландшафт, тому успіх компанії залежить від здатності ефективно керувати інформаційними потоками та будувати міцні комунікаційні зв'язки. Ефективна ділова комунікація стала необхідною умовою успішного ведення бізнесу, яка дозволяє компаніям виходити на нові ринки та успішно конкурувати. Вона передбачає обмін інформацією, ідеями та досвідом між представниками різних культур, що сприяє досягненню стратегічних цілей компанії.

Ділова комунікація включає в себе як усні (переговори, презентації), так і невербальні (мова тіла, міміка) форми взаємодії в професійному контексті. Хоча основна увага приділяється вітчизняним та європейським стандартам, важливим аспектом є також міжкультурні особливості ділового спілкування. Саме тому ефективність ділової комунікації залежить від багатьох факторів, включаючи культурний контекст, специфіку галузі та особистісні особливості учасників компанії, що зумовлює посилення інтересу до проблеми дослідження ділових комунікацій в компаніях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі теоретичні та методичні аспекти застосування ділових комунікацій в компаніях, закономірності забезпечення їх в умовах цифровізації глобального простору досліджувались такими вітчизняними науковцями, як: Бабчинська О. [1], Гаврилук О., Талах Т. [2], Іванченкова Л., Козак К., Долинська О. [3], Крисько Ж. [4], Орел В., Краля В. [5], Шавкун І. [6], Шматковська Т., Дзямулич М. [7] та іноземними дослідниками: Gimenez J. [8], Guffey M., Loewy D. [9], Hartley P., Bruckmann C. [10], Kalogiannidis S. [11], Ober S., Hillson J. [12], Odine M. [13], Osborne S., Hammoud M. [14], Thill J., Bovée C., Cross A. [15] та ін.

Проте, враховуючи, що в практичному аспекті ділові комунікації в компаніях під впливом волатильності та інших динамічних цифрових проявів зазнають істотних збурень, це вимагає більш поглиблених наукових досліджень особливостей їх подальшого розвитку.

Постановка завдання. Мета статті – вивчення змісту ділових комунікацій в компаніях задля виявлення основних залежностей та ключових елементів функціонування ефективної системи комунікацій в компаніях.

Виклад основного матеріалу дослідження. Управління компанією в сучасних умовах – це комплексний процес, який вимагає не лише професійних знань, але й розвинених комунікативних

навичок. Керівництво повинно вміло будувати відносини з підлеглими, партнерами та інвесторами, а також ефективно передавати інформацію на всіх рівнях компанії. Саме завдяки цьому компанія може швидко реагувати на зміни ринку, приймати обґрунтовані рішення та досягати стійкого розвитку.

Комунікації – це процес обміну інформацією як по горизонталі, так і по вертикалі. Комунікації в компанії можна визначити як багатоплановий процес встановлення робочих контактів між працівниками та керівництвом з метою вироблення єдиного мислення, стратегії роботи в компанії, взаєморозуміння, а також обміну інформацією [10].

Ділові комунікації є процесом передачі інформації від однієї особи іншій, заснований на зворотному зв'язку і спрямований на досягнення поставлених цілей [4]. Ділова комунікація – це взаємодія у сфері офіційних стосунків, метою якої вважається складення певних завдань, досягнення конкретних підсумків, оптимізація будь-якої роботи. В цьому аспекті у кожного члена є особистий статус – бос, підлеглий, товариш по службі, партнери [12]. Ділова комунікація – це спілкування, що перебуває у сфері ділових відносин. Його мета – розв'язання реальних проблем або досягнення важливих результатів, виходячи з інтересів і цілей учасників комунікативного процесу. Це форма спілкування, метою якої є оптимізація та планування певного виду діяльності (науки, виробництва, послуг тощо) [15]. Ділова комунікація – це синтез таких складових спілкування, як: взаємодія комунікантів, їхній вплив один на одного, співпереживання та взаємне розуміння один одного для досягнення бажаного комерційного результату [11]. Отже, ділова комунікація охоплює широкий діапазон жанрових різновидів: монолог і діалог, письмове й усне ділове мовлення, ділова бесіда, розмова, світське спілкування, реклама.

Під діловими комунікаціями окремі автори розуміють процес організації та оптимізації роботи каналів з обміну даними у професійній, виробничій, науковій, економічній та інших видах діяльності [8]. Ділова комунікація – це «комунікативна предметно-цільова і переважно професійна діяльність у сфері соціально-правових та економічних відносин» [13]. Ділова комунікація – це вираження, отримання та переміщення ідей у торгівлі та промисловості [9]. Ділові комунікації – це специфічна й офіційна форма спілкування у вигляді міжособистісного спілкування, особливу форму взаємодії людей у процесі певного виду трудової діяльності в компанії [14].

Ділові комунікації – це взаємодія в діловому стилі між співробітниками та керівництвом, клієнтами та працівниками компанії або ж між співробітниками різних компаній у спільній роботі з метою розв'язання конкретних завдань або досягнення певних результатів [10].

Зокрема, дослідники Гаврилюк О., Талах Т. виокремлюють вплив ділових комунікацій на успішне здійснення наукових досліджень та перспективи впровадження сучасних технологій у комунікації в науковій сфері: «Ділові комунікації – це процес обміну інформацією, ідеями, дослідницькими результатами та знаннями між учасниками наукової спільноти з метою сприяння успішному проведенню та впровадженню наукових досліджень» [2].

Необхідно відзначити також напрацювання Шматковської Т., Дзямулич М., які орієнтуються на вивчення процесу використання технологій у ділових комунікаціях і наукових дослідженнях [7].

Дефініції «комунікація» і «ділові комунікації» І. Шавкун пропонує розглядати як загальне й особливе, оскільки «ділові комунікації» є вихідною дефініцією стосовно «комунікації». Тобто, комунікації розглядаються як обмін інформацією або передача ідей чи думок від однієї людини до іншої, що на рівні компанії характеризується як процес значущої взаємодії між людьми [6].

Сучасний менеджмент повинен базуватися на етичних цінностях. Як складова етики бізнесу та теорії управління, етика ділових відносин визначає систему моральних цінностей, критеріїв та параметрів у відносинах між виробниками і споживачами, між компаніями та державою, а також у відносинах між керівниками і співробітниками компанії та в компанії загалом [3].

Таким чином, ефективна ділова комунікація – це те, як співробітники та керівництво взаємодіють для досягнення організаційних цілей. Її мета – поліпшити організаційну практику та зменшити кількість помилок. Ділові комунікації – це процес обміну інформацією між людьми всередині компанії та за її межами. Ділова комунікація набуває в наші дні значущості одного з найважливіших видів управлінської діяльності. Наявні відмінності в стилях такого спілкування між колегами, підлеглими, іншими людьми стають причиною непорозумінь, конфліктів, розчарувань і втрачених можливостей. Тому кожному керівнику, публічному службовцю та представнику місцевого самоврядування варто пам'ятати, що головна мета ділового спілкування полягає в досягненні взаєморозуміння.

Ділові комунікації спрямовані на реалізацію таких функцій:

1. Фактична функція – формування комунікаційних зв'язків між співробітниками різних рівнів управління.

2. Управлінська функція – ефективне прийняття управлінських рішень на основі сформованих інформаційних баз.

3. Контрольна функція – аналіз ефективності реалізації завдань у системі управління компанією.

Зміст і форма кожної комунікації (наприклад, переговори чи презентація), а також будь-якої мовленнєвої конструкції (висновок, думка, критичне зауваження, репліка, рішення) залежить від комунікативного наміру (інтенції) та очікуваного результату (ефекту).

Змістом ділової взаємодії є потреба у спільній роботі, що передбачає високий рівень узгодженості, чітке розуміння і прийняття всіма учасниками спільних завдань, цілей і специфіки компанії, особистісних обов'язків і шляхів реалізації цілей, завдань, планів. Взаємодія в системі ділових комунікацій базується на:

- умінні бачити, чути і розуміти партнера, тобто володіння навичками вербального і невербального спілкування;
- дотримання правил і норм поведінки, тобто взаємодіяти з учасниками комунікаційного процесу на основі етичного кодексу компанії та/або професії та ділового етикету;
- навички культурного мовлення, які дадуть змогу сформувати у співрозмовника гарне враження.

– вміння аргументовано доводити свою точку зору та грамотно поставлене мовлення.

Ділові комунікації відіграють ключову роль у формуванні та розвитку управлінських компетенцій, які необхідні для ефективного управління компанією або командою. Управлінські компетенції представляють собою набір знань, навичок і вмінь, необхідних для виконання функцій ефективного менеджменту. Вони включають у себе планування, організацію, координацію, контроль, мотивацію, прийняття рішень і комунікацію.

Ефективні ділові комунікації є основою успішного управління, оскільки вони дають змогу передавати інформацію, ідеї та рішення між учасниками управлінського процесу. Комунікація є важливим інструментом для досягнення цілей компанії, оскільки вона дає змогу співробітникам обмінюватися інформацією та координувати свої дії.

Одним із ключових аспектів ділових комунікацій є вміння слухати і розуміти точку зору інших людей. Ефективне слухання допомагає ухвалювати більш обґрунтовані рішення, що, своєю чергою, сприяє підвищенню рівня довіри та співпраці в команді. Крім того, важливо вміти висловлювати свої думки та ідеї зрозуміло та чітко, щоб вони були зрозумілі всім учасникам комунікації [9].

Важливість ділових комунікацій також полягає в тому, що вони допомагають формувати та розвивати міжособистісні навички, які є ключовими для успішного управління. До таких навичок належать: емпатія, повага до думки інших людей, уміння розв'язувати конфлікти та знаходити компроміси.

Ділові комунікації є важливими, оскільки забезпечують [1; 4; 6; 10]:

- 1) ефективну роботу компанії.
- 2) базис для прийняття ефективних управлінських рішень.
- 3) стратегічне планування.
- 4) підвищення продуктивності компанії.
- 5) підвищення морального духу працівників компанії.
- 6) демократичне управління та створення взаємної довіри та впевненості.
- 7) підвищення ефективності управління.
- 8) економію часу.
- 9) допомогу у зв'язках із громадськістю.

Отже, ефективна ділова комунікація – це запорука успішної співпраці. Вона передбачає не лише висловлювання власної думки, а й активне слухання та взаєморозуміння. Ефективні ділові комунікації допомагають не тільки зрозуміти один одного, а й досягти кращих результатів у спільній роботі.

Активні комунікації у вигляді діалогу керівників компаній із зацікавленими сторонами не гарантують виконання всіх побажань або вимог партнерів, але забезпечують їхню залученість до обговорення стратегії й тактики, ризиків і наслідків ухвалюваних рішень, що підвищує якість останніх. Якщо інтереси сторін не збігаються, слід продовжити конструктивний діалог для пошуку взаємоприйнятних варіантів рішень на основі партнерських відносин.

У сучасних умовах глибокої кризи довіри як у бізнесі, так і в суспільстві загалом діалог компаній і суспільства став необхідним.

Побудова конструктивного діалогу між компанією та партнерами дає змогу гармонізувати їхні поточні та стратегічні цілі, продуктивно реагувати на зовнішні загрози та внутрішні зміни, гнучко управляти ризиками, знижувати витрати компаній на розробку й удосконалення продуктів і послуг, зміцнювати довіру суспільства до бізнесу, розв'язувати соціально значущі проблеми. Це передбачає перебудову бізнес-моделей, розширення нефінансової звітності, додаткове організаційне, комунікаційне та фінансове навантаження, що впливає на поведінку всіх зацікавлених сторін.

Побудова ефективної системи ділових комунікацій компанії з усіма партнерами в рамках стратегії сталого розвитку є важливим чинником успіху в діяльності компаній. Це позитивно впливає на всі аспекти розвитку компанії та забезпечує стійке корпоративне управління.

Ефективна система ділових комунікацій є основою успіху будь-якої компанії. Вона забезпечує швидкий обмін інформацією, підвищує продуктивність працівників, покращує взаємовідносини між підрозділами та сприяє прийняттю обґрунтованих рішень. Тому, зважаючи на вище висвітлений матеріал, нами запропоновані ключові елементи ефективної системи ділових комунікацій:

1. Визначення цілей комунікації:

- чітко сформулювати для чого потрібна комунікація в компанії;
 - визначити цільову аудиторію;
 - сформулювати ключові повідомлення.
 - 2. Вибір каналів комунікації:
 - обирати канали залежно від характеру повідомлення та аудиторії (електронна пошта, внутрішні месенджери, корпоративні портали, наради, презентації тощо);
 - забезпечити доступність інформації для всіх співробітників.
 - 3. Створення єдиного комунікаційного простору:
 - розробити корпоративний стиль комунікації;
 - використовувати єдину термінологію;
 - створити централізовану систему управління документами.
 - 4. Забезпечення зворотного зв'язку:
 - створити механізми для отримання зворотного зв'язку від співробітників;
 - регулярно проводити опитування та анкетування;
 - аналізувати отриману інформацію та вносити необхідні зміни.
 - 5. Розвиток комунікаційних навичок співробітників:
 - проводити тренінги з ефективної комунікації.
 - заохочувати співробітників до саморозвитку.
 - створити атмосферу, де співробітники не бояться висловлювати свою думку.
- Доцільно виділити інструменти для ефективної ділової комунікації:
- корпоративні портали: централізований доступ до інформації, документів, новин компанії;
 - системи управління знаннями: збереження та обмін досвідом всередині компанії;
 - месенджери та чати: швидкий обмін повідомленнями між співробітниками;
 - відеоконференції: ефективний інструмент для проведення нарад та презентацій;
 - соціальні мережі: для внутрішньої комунікації та взаємодії з клієнтами.

З метою уникнення непорозуміння щодо раціональної взаємодії під час формування ефективної ділової комунікації доцільно звернути увагу на бар'єри комунікації та шляхи їх подолання:

- мовні бар'єри: використання простої та зрозумілої мови, уникання жаргону;
- культурні відмінності: повага до культурних особливостей, адаптація стилю спілкування;
- організаційні бар'єри: спрощення бюрократичних процедур, делегування повноважень;
- технічні бар'єри: забезпечення надійної роботи обладнання та програмного забезпечення.

Отже, побудова ефективної системи ділових комунікацій – це тривалий процес, який вимагає залучення всіх співробітників компанії. Результатом таких зусиль стане підвищення продуктивності, покращення взаємовідносин між співробітниками та зміцнення позиції компанії на ринку.

Висновки з проведеного дослідження. Ділова комунікація є одним із найпоширеніших видів комунікації, що передбачає процес взаємодії ділових партнерів, спрямований на організацію й оптимізацію виробничої діяльності компанії. Важливими складовими ділової комунікації є люди, які беруть участь у процесі діяльності компанії та перебувають у контакті один з одним.

Трансформація ділових комунікацій торкнулася всіх рівнів ділових відносин: від світової економічної системи до локального рівня спілкування всередині компанії. Крім того, відкриваються нові можливості ведення бізнесу: взаємодії з клієнтами, маркетинг та інші чинники зростання конкурентоспроможності, тому раціональний розвиток ділових комунікацій і цифровізація дасть змогу забезпечити ефективну ділову взаємодію в цифровому просторі компанії. Встановлено, що ефективні ділові комунікації сприяють:

- збільшенню продуктивності: чітка комунікація усуває непорозуміння, що призводить до швидшого виконання завдань;
- покращенню співпраці: спільна робота стає ефективнішою завдяки відкритому обміну інформацією та ідеями;
- підвищенню задоволеності працівників: коли співробітники розуміють свої завдання та мають можливість висловлювати свою думку, вони почуваються більш залученими до роботи компанії;
- зміцненню репутації компанії: чітка та послідовна комунікація з клієнтами та партнерами сприяє побудові довіри.

Література

1. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6539> (дата звернення: 15.04.2024).
2. Гаврилюк О., Талах Т. Ділові комунікації в системі наукових досліджень. *Економіка та суспільство*. 2023. № 52. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2585> (дата звернення: 15.04.2024).

3. Іванченкова Л. В., Козак К. Б., Долинська О. О. Значення ділової етики в забезпеченні ефективності фінансово-економічної діяльності. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2022. № 13. С. 85-91.
4. Крисько Ж. Л. Роль ділових комунікацій в управлінні організацією. *Економіка та суспільство*. 2021. № 24. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/221> (дата звернення: 15.04.2024).
5. Орел В. М., Краля В. Г. Роль комунікацій в управлінні підприємством. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 174. С. 60-66.
6. Шавкун І. Г. Ділова комунікація: сутність та типологізація. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2009. Вип. 38. С. 67-74.
7. Шматковська Т. О., Дзямулич М. І. Сучасні інформаційні та комунікаційні технології в професійній діяльності у системі нових тенденцій цифровізації економіки. *Збірник наукових праць Волинського національного технічного університету*. 2021. Випуск 18(71). С. 248-255.
8. Gimenez J. Embedded business emails: Meeting new demands in international business communication. *English for Specific purposes*. 2006. Volume 25. Issue 2. P. 154-172.
9. Guffey M., Loewy D. *Essentials of business communication*. Cengage Learning, 2018. 608 p.
10. Hartley P., Bruckmann C. *Business Communication: Rethinking your professional practice for the post-digital age*. London : Routledge, 2008. 400 p.
11. Kalogiannidis S. Impact of effective business communication on employee performance. *European Journal of Business and Management Research*. 2020. Vol. 5. No. 6. URL: <https://www.ejbm.org/index.php/ejbm/article/view/631> (дата звернення: 15.04.2024).
12. Ober S., Hillson J. *Contemporary business communication*. Houghton Mifflin Company, Boston, New York, 2003. 122 p.
13. Odine M. Communication problems in management. *Journal of emerging issues in economics, finance and banking (JEIEFB)*. 2015. № 4(2). P. 1615-1630.
14. Osborne S., Hammoud M. Effective employee engagement in the workplace. *International Journal of Applied Management and Technology*. 2017. № 16(1). P. 50-67.
15. Thill J., Bovée C., Cross A. *Excellence in business communication*. Pearson, Canada, 2010. 672 p.

References

1. Babchynska, O.I. (2018), "Communication process in management: basic provisions", *Efektivna ekonomika*, no. 9, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6539> (access date April 15, 2024).
2. Havryliuk, O. and Talakh, T. (2023), "Business communications in the system of scientific research", *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 52, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2585> (access date April 15, 2024).
3. Ivanchenkova, L.V., Kozak, K.B. and Dolynska, O.O. (2022), "The value of business ethics in ensuring the effectiveness of financial and economic activity", *Tavriyskiy naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*, no. 13, pp. 85-91.
4. Krysko, Zh.L. (2021), "The role of business communications in organization management", *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 24, available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/221> (access date April 15, 2024).
5. Orel, V.M. and Kralia, V.H. (2016), "The role of communications in enterprise management", *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu silskoho hospodarstva imeni Petra Vasylenka*, Iss. 174, pp. 60-66.
6. Shavkun, I.H. (2009), "Business communication: essence and typology", *Humanitarnyi visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii*, Iss. 38, pp. 67-74.
7. Shmatkovska, T.O. and Dziamulych, M.I. (2021), "Modern information and communication technologies in professional activity in the system of new trends in the digitalisation of the economy", *Zbirnyk naukovykh prats Volynskoho natsionalnoho tekhnichnoho universytetu*, Iss. 18(71), pp. 248-255.
8. Gimenez, J. (2006), "Embedded business emails: Meeting new demands in international business communication", *English for Specific purposes*, Volume 25, Issue 2, pp. 154-172.
9. Guffey, M. and Loewy, D. (2018), *Essentials of business communication*, Cengage Learning, Boston, USA, 608 p.
10. Hartley, P. and Bruckmann, C. (2008), *Business Communication: Rethinking your professional practice for the post-digital age*, Routledge, London, UK, 400 p.
11. Kalogiannidis, S. (2020), "Impact of effective business communication on employee performance" *European Journal of Business and Management Research*, Vol. 5, no. 6, available at: <https://www.ejbm.org/index.php/ejbm/article/view/631> (access date April 15, 2024).

12. Ober, S. and Hillson, J. (2003), *Contemporary business communication*, Houghton Mifflin Company, Boston, New York, USA, 122 p.
13. Odine, M. (2015), "Communication problems in management", *Journal of emerging issues in economics, finance and banking (JEIEFB)*, no. 4(2), pp. 1615-1630.
14. Osborne, S. and Hammoud, M. (2017), "Effective employee engagement in the workplace", *International Journal of Applied Management and Technology*, no. 16(1), pp. 50-67.
15. Thill, J., Bovée, C. and Cross, A. (2010), *Excellence in business communication*, Pearson, Canada, 672 p.

Бучинська Т.В., Юркевич Г.Й.

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ ДІЛОВИХ КОМУНІКАЦІЙ В КОМПАНІЯХ

Мета. Вивчення змісту ділових комунікацій в компаніях задля виявлення основних залежностей та ключових елементів функціонування ефективної системи комунікацій в компаніях.

Методика дослідження. В процесі дослідження використані загальнонаукові і спеціальні методи, зокрема: аналітичний метод застосовувався при огляді літературних джерел; метод класифікації дав змогу диференціювати основні компоненти впливу ділових комунікацій у менеджменті компанії; метод опису – надати їм детальну характеристику; монографічний метод був використаний при вивченні літературних джерел з питань деталізації елементів ділового комунікування в менеджменті компанії; системно-аналітичний метод застосовано при обробці отриманої інформації.

Результати дослідження. Розглянуто теоретичні засади розвитку ділових комунікацій в менеджменті компанії. Встановлено, що ділові комунікації сприяють ефективному управлінню знаннями та людськими ресурсами, раціональному використанню потенціалу компанії, розвитку цифрових навичок. Обґрунтовано процес поширення активних комунікацій у вигляді діалогу керівників компанії із партнерами. Доведено необхідність побудови ефективної системи ділових комунікацій компанії з усіма партнерами, що позитивно впливає на стратегію сталого розвитку діяльності компанії та забезпечує стійке корпоративне управління.

Наукова новизна результатів дослідження. Дістало подальшого розвитку обґрунтування ключових елементів ефективної системи ділових комунікацій. Визначено бар'єри комунікації та шляхи їх подолання в компаніях.

Практична значущість результатів дослідження. Подані пропозиції авторів щодо напрямків розвитку процесів ділових комунікацій в менеджменті компанії можуть бути використані задля покращення ефективності їх діяльності.

Ключові слова: ділові комунікації, управління, компанія, партнери, процедури.

Buchynska T.V., Yurkevych H.Y.

FORMATION OF EFFECTIVE BUSINESS COMMUNICATIONS IN COMPANIES

Purpose. The aim of the article is to study the content of business communications in companies in order to identify the main dependencies and key elements of the functioning of an effective system of communications in companies.

Methodology of research. General scientific and special methods were used in the course of the study, in particular: the analytical method was used in the review of literature sources; the classification method allowed to differentiate the main components of the impact of business communications in company management; the description method allowed to provide a detailed description of them; the monographic method was used in the study of literature sources on the issues of detailing the elements of business communication in company management; the system-analytical method was used in processing the received information.

Findings. The theoretical foundations for the development of business communications in company management are considered. It is established that business communications contribute to the effective management of knowledge and human resources, the rational use of the company's potential, and the development of digital skills. The process of spreading active communications in the form of a dialogue between company executives and partners is substantiated. The necessity of building an effective system of business communications between the company and all partners is proved, which positively affects the strategy of sustainable development of companies and ensures sustainable corporate governance.

Originality. The substantiation of the key elements of an effective business communication system has been further developed. Communication barriers and ways to overcome them in companies were identified.

Practical value. The submitted authors' proposals on the directions of development of business communication processes in company management can be used to improve the efficiency of their activities.

Key words: business communications, management, company, partners, procedures.