

УДК 331.1

*Шевченко Д.В.*

*здобувач вищої освіти*

*Національний університет «Києво-Могилянська академія»*

## **РОЛЬ SOFT SKILLS В УПРАВЛІННІ БІЗНЕСОМ**

У сучасному світі, де рівень конкуренції на ринку дуже високий, успіх підприємства залежить не лише від наявності у персонала технічних знань та навичок, а й від розвинених «soft skills», тобто м'яких навичок. В епоху швидких змін у технологічному та економічному середовищі, вміння адаптуватися та мислити інноваційно є ключовим фактором успіху бізнесу. М'які навички, такі як комунікація, лідерство, емоційний інтелект, креативність, співпраця, розвиток відносин та інші, допомагають бізнесу створювати ефективні команди та керувати ними. Корпорації, середній та малий бізнес завжди стикаються з проблемами у відносинах з колегами, клієнтами та партнерами через відмінності в культурних та соціальних нормах, тому вивчення «soft skills» є особливо актуальним для розвитку ефективної міжкультурної комунікації в будь-якому бізнесі та є необхідним для забезпечення сталого розвитку підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

«Soft skills» є соціологічним терміном, що позначає коефіцієнт емоційного інтелекту людини. Згідно з *Prashant Sharma*, м'які навички - це життєві навички, які визначають силу людини як лідера, слухача та переговорника [12]. О. Сосницька визначає м'які навички як комунікативні та управлінські таланти [5]. Татаурщикова Д. до м'яких навичок відносила управління власним розвитком, тайм менеджмент, навик переконання, а також лідерські якості [6]. Гайдученко Е. та Марушев А. поняття «soft skills» пов'язували з тим, як саме люди знаходять спільну мову між собою. Давидова В. описувала їх, як набутий досвід завдяки освіті, особистій життєвій практиці та як саме людина використовує їх у професійній діяльності [2]. Таким чином, «soft skills» - це соціально- трудова характеристика, вони є стратегічними, адже їх можна застосовувати на багатьох різних типах роботи та вони можуть надати людям можливість просувати себе у професійному напрямку та позитивно сприяти робочій атмосфері організації [3].

У ході дослідження Ходжеса та Берчелла було вивчено сприйняття роботодавцями важливості «hard skills» та «soft skills». Було виявлено, що вісім з десяти найбільш важливих навичок - це м'які навички, які включають: здатність і бажання вчитися, роботу в команді та співпрацю, міжособистісне спілкування, енергійність і ентузіазм, а також навички вирішення проблем [9]. Дослідження менеджерів у США, яке охопило 52 різні професії визначило «soft skills» працівників як основну компетенцію майже у всіх професіях [10]. Студенти ступеня бакалавра, спеціальності бізнес-менеджменту з Сінгапуру проходячи опитування визначили п'ятірку найважливіших м'яких навичок, до них входять: робота в команді, співробітництво, прийняття рішень, вирішення проблем, управління часом та критичне мислення [11]. Завдяки О. Далл'Аміко, яка створила методичку визначення найважливіших навичок для компанії, команда VHSM під час глибокого дослідження організацій, малого, середнього та великого бізнесу змогла визначити 12 компетенції, які бажать бачити роботодавці у своїх підлеглих, а саме: таймменеджмент, вмотивованість, адаптивність та гнучкість, управління обов'язками, командна робота, обслуговування, управління конфліктами, навичка спілкування, вирішення проблем, креативність, критичне мислення, прийняття рішень [8]. Richard Almonte вивчаючи компетенції персоналу, розділив «soft» навички на дві категорії. Перша категорія - міжособистісні, до них належать: комунікація, робота в команді та клієнтоорієнтованість. Друга категорія – внутрішньоособистісні, а саме: орієнтація на вирішення проблем, продуктивність, робоча етика та симпатія [7].

Сучасний етап функціонування корпоративного управління ґрунтується на необхідності максимального використання потенціалу працівників, людина розглядається як ключовий фактор. Фахівець є важливою частиною діяльності організації, адже від них залежить процвітання підприємства та результат бізнесу в цілому. Утримання персоналу, розвиток трудового потенціалу, поліпшення умов праці та управління кар'єрою співробітників завжди покладається на відділ кадрів. Знаючи характеристики співробітників і відстежуючи кожного учасника бізнес-процесу, керівники зможуть підвищити інтерес до сфери діяльності, мотивувати їх викладатись на повну, підвищити тим самим продуктивність та реалізовувати стратегію компанії [4]. Розуміння того, що «soft skills» - це один із ключових елементів успіху в бізнесі, дасть можливість визначити, які саме

компетенції спеціалістів потрібно розвивати, які більш важливі та будуть використовуватись в інтересах компанії. Ерік Шмідт, колишній генеральний директор Google стверджує, що розвиток м'яких навичок своїх співробітників є інвестицією у свій бізнес [7]. Д.Гоулман переконаний, що м'які компетенції є більш важливими, ніж технічні знання і навички, які можуть бути вивчені в рамках професійного навчання. Він підкреслює, що працівники, володіючи ними, здатні ефективніше працювати в команді, встановлювати продуктивніші стосунки з клієнтами та керівництвом, а також знаходити нові рішення для вирішення бізнес-проблем. Він вважає, що емоційний інтелект є ключовим фактором успіху для керівників і персоналу компанії [1]. Знаменитий підприємець Річард Бренсон, засновник корпорації Virgin Group, зауважив, що успіх у бізнесі залежить від наших стосунків із людьми, а soft skills потрібні, щоб встановити ці стосунки [12].

У 21 столітті бізнес став більш комплексним і різноманітним, а «soft skills» відіграють критичну роль в успіху бізнесу. Існує безліч способів розвивати м'які навички у своїх співробітників, включаючи тренінги, курси, семінари, менторство і коучинг. Компанії, які інвестують у розвиток м'яких навичок своїх співробітників і лідерів, створюють культуру інновацій, зростання і процвітання. Вони допомагають розвивати культуру співробітництва та емоційного інтелекту, що зі свого боку дає змогу досягати більших результатів у роботі та покращувати взаємини в колективі. Інвестування у розвиток цих навичок у співробітників - це не просто турбота про них, а внесок в успіх своєї компанії загалом. Розуміння того, як це важливо, було позначено ще в давнину. Античний філософ Аристотель писав, що ми формуємо наші звички, а потім наші звички формують нас [12]. Ця мудрість залишається вірною і донині.

**Список використаних джерел:**

- 1.Гоулман Д. Емоційний інтелект. *Vivat*, 2018. 512 с.
- 2.Давидова В. Слухати, говорити та домовлятися: що таке soft skills та як їх розвивати. URL: <http://theoryandpractice.ru/posts/11719-soft-skills> (дата звернення: 13.04.2023).
- 3.Дзугунович Н.А. Soft skills як необхідна складова підготовки IT-фахівців. *Вісник Хмельницького національного університету. Технічні науки*. 2014. № 6. С. 239–242.
- 4.Колпаков В.М. *Управління розвитком персоналу: навч. посіб.* Київ : МАУП, 2006. 712 с.

5. Сосницька О. *Soft skills: м'які навички твердого характеру*. URL: <https://www.dw.com/ru/soft-skills-мяжкие-навыки-твердого-характера/a-4837922>. (дата звернення 12. 04. 2023)
6. Тамаурицкова Д. *Soft skills*. URL: <https://4brain.ru/blog/soft-skills> (дата звернення: 13.04.2023).
7. Almonte R. *A Practical Guide to Soft Skills Communication, Psychology, and Ethics for Your Professional Life*. Routledge, 2021.
8. Dall'Amico E., Verona S. *Methodological approach for a common framework of Soft Skills at work*. Torino. 2015. 99 с.
9. Hodges D., Burchell N. *Business graduate competencies: Employers' views on importance and performance*. *Asia-Pacific Journal of Cooperative Education*. 2003. P. 16–22.
10. Rubin S. *How relevant is the MBA? Assessing the alignment of required curricula and required managerial competencies*. *Academy of Management Learning and Education*. P. 208–224.
11. Majid S. *Importance of Soft Skills for Education and Career Success*. *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*. 2012. No. 2. P. 1036–1042.
12. Sharma P. *Soft Skills Personality Development For Life Success*. BPB Publications, 2020. 236 с.

## УДК 659

**Яковунець К. В.**  
здобувач вищої освіти  
Національний університет «Києво-Могиланська академія»

## ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ В МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЯХ

Ми не можемо уявити свій новий день без онлайн спілкування, це стосується рекламних кампаній, рекламних відео у соцмережах, переписки у месенджерах. Усі наші комунікації, навіть через телешоу, реаліті-шоу, чи серіали вказують на те, що наше спілкування неможливе без дотримання нових стандартів щодо боротьби з дискримінацією, а отже за гендерну рівність у маркетингових комунікаціях, саме тому наша тема є актуальною.

Гендерна рівність – рівний правовий статус жінок і чоловіків та рівні можливості для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства [1].

Два спірні питання: прихильність до одного гендеру, як основного домінуючого, чи золота середина, де всі рівні або майже