

Activities of Business Entities Based on the Implementation of Innovative Technologies]. *Derzhava ta rehiony. Serii : Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, no. 3 (2022): 40-44.
DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2022-3-6>
Lylyk, I. V., and Kudyenko, O. V. "Marketynhovi doslidzhennia: keisy ta sytuatsiini vpravy. Praktykum" [Marketing Research: Cases and Situational Exercises. Workshop]. Kyiv : KNEU, 2010. <https://uam.in.ua/wp-content/uploads/2024/06/marketingovi-doslidzhennya-keisy-ta-situacziini-vpravy.pdf>
Melnyk, T. S., and Krasnoshtan, O. M. "Marketynhovi doslidzhennia ta otsinka zadovolnosti spozhyvachiv transportnykh posluh: metodychni ta praktychni aspekty" [Marketing Research and Assessment of Consumer Satisfaction in Transport

Services: Methodological and Practical Aspects]. *Derzhava ta rehiony. Serii : Ekonomika i biznes*, no. 6(111) (2019).
DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-6-15>
Paniotto, V., and Kharchenko, N. *Metody opytuvan* [Survey Methods]. Kyiv: VD «Kyievo-Mohylianska akademii», 2017.
Svydruk, I. I. et al. "Sotsiolohichni doslidzhennia vnutrishnyoho rynku ta proiaviv liderstva v upravlinskii diialnosti pid chas voiennoho stanu" [Sociological Research on the Domestic Market and Manifestations of Leadership in Managerial Activities During Martial Law]. *Pidpriemnytstvo i torhivlia*, no. 34 (2022): 56-63.
DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2022-34-08>

УДК 004.7:339.1

JEL Classification: O33; M31; D74

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-517-531>

ЦИФРОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРАХ

© 2025 БОНДАРЕНКО О. М., БОНДАРЕНКО Л. Г.

УДК 004.7:339.1

JEL Classification: O33; M31; D74

Бондаренко О. М., Бондаренко Л. Г. Цифрові комунікації в ділових переговорах

Стаття присвячена дослідженню використання цифрових комунікацій у ділових переговорах, які є ключовим елементом сучасного бізнесу в умовах глобалізації та цифрової трансформації. Розглядаються переваги, які надають цифрові платформи, такі як відеоконференції, CRM-системи, інструменти для спільної роботи, платформи для електронного підпису, а також аналітичні інструменти й рішення на основі штучного інтелекту. Аналізується, як ці інструменти сприяють підвищенню ефективності, продуктивності та гнучкості переговорів, водночас підкреслюючи необхідність забезпечення інформаційної безпеки та конфіденційності в умовах цифрової взаємодії. Особлива увага приділяється інноваційним підходам, які забезпечують синергію традиційних переговорних моделей із сучасними технологічними рішеннями. У статті висвітлено основні виклики, з якими стикаються організації під час впровадження цифрових інструментів, зокрема, необхідність адаптації до швидких змін технологічного середовища, управління великими обсягами даних та мінімізації ризиків, пов'язаних із людським фактором. Метою цієї статті є дослідження впливу цифрових інструментів на ділові переговори, зокрема, їх ефективність, можливості, виклики та перспективи використання в сучасному бізнес-середовищі. Об'єктом дослідження є цифрові комунікації у сфері ділових переговорів. Предметом дослідження є інструменти цифрових комунікацій, які використовуються в ділових переговорах, їхній вплив на процес переговорів і результативність взаємодії. При проведенні дослідження використано методи описової статистики, структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення результатів дослідження. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet. Результати дослідження базуються на аналізі останніх наукових праць і практичному застосуванні цифрових комунікацій у бізнес-середовищі. Надаються рекомендації щодо оптимізації переговорного процесу за допомогою інтеграції цифрових інструментів та підвищення їх ефективності. Представлені висновки спрямовані на покращення стратегії ведення переговорів у цифрову епоху, що є важливим для адаптації організації до сучасних викликів бізнесу.

Ключові слова: цифрові комунікації, ділові переговори, інструменти цифрових комунікацій, безпека комунікацій.

Рис.: 3. **Бібл.:** 12.

Бондаренко Олена Михайлівна – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та міжнародної логістики, Одеський національний економічний університет (вул. Преображенська, 8, Одеса, 65082, Україна)

E-mail: 7871996@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9853-5051>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/Q-3274-2017>

Бондаренко Лілія Геннадіївна – викладач, Відокремлений структурний підрозділ «Фаховий коледж зв'язку та інформатизації Державного університету інтелектуальних технологій і зв'язку» (просп. Українських Героїв, 6, Одеса, 65045, Україна)

E-mail: liliiabondarenk@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8984-5420>

Bondarenko O. M., Bondarenko L. G. Digital Communications in Business Negotiations

The article is dedicated to the study of the use of digital communications in business negotiations, which are a key element of modern business in the context of globalization and digital transformation. The article examines the advantages provided by digital platforms such as video conferencing, CRM systems, co-working tools, electronic signature platforms, as well as analytical tools and solutions based on artificial intelligence. The article analyzes how these tools contribute to increasing the efficiency, productivity, and flexibility of negotiations, while emphasizing the necessity of ensuring information security and confidentiality in the context of digital interaction. Special attention is given to innovative approaches that ensure the synergy of traditional negotiation models with modern technological solutions. The article highlights the main challenges faced by organizations during the introduction of digital tools, particularly the need to adapt to rapid changes in the technological environment, manage large volumes of data, and minimize risks associated with the human factor. The aim of this article is to survey the impact of digital tools on business negotiations, specifically their efficiency, opportunities, challenges, and prospects for use in the modern business environment. The object of the research is digital communications in the field of business negotiations. The subject of the research is the tools of digital communications used in business negotiations, their impact on the negotiation process, and the effectiveness of interaction. Descriptive statistics, structural-logical analysis, comparison, and generalization of research results were employed in the study. The methodological and informational basis of the article consists of scientific papers, materials from periodicals, and Internet resources. The research results are based on the analysis of recent scientific publications and the practical application of digital communications in the business environment. Recommendations are provided for optimizing the negotiation process through the integration of digital tools and enhancing their efficiency. The conclusions presented aim to improve negotiation strategies in the digital age, which is essential for organizations to adapt to contemporary business challenges.

Keywords: digital communications, business negotiations, digital communication tools, communication security.

Fig.: 3. **Bibl.:** 12.

Bondarenko Olena M. – Candidate of Sciences (Philosophy), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing and International Logistics, Odesa National Economic University (8 Preobrazhenska Str., Odesa, 65082, Ukraine)

E-mail: 7871996@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9853-5051>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/Q-3274-2017>

Bondarenko Liliia G. – Lecturer, Separate Structural Subdivision "Vocational College of Communication and Informatization of the State University of Intelligent Technologies and Communication" (6 Ukrainskykh Heroiv Ave., Odesa, 65045, Ukraine)

E-mail: liliabondarenk@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-8984-5420>

У сучасну епоху цифрових технологій, коли бізнесові процеси стають дедалі складнішими, а їх масштаби – глобальними, комунікація відіграє вирішальну роль у забезпеченні ефективної взаємодії між сторонами переговорів. Особливої актуальності набуває використання цифрових інструментів у ділових переговорах, які забезпечують новий рівень швидкості, зручності та продуктивності комунікацій. Цифрові платформи та технології не лише оптимізують традиційні моделі ведення переговорів, але й дозволяють адаптуватися до динамічних змін бізнес-середовища, розширюючи можливості для глобалізації співпраці та підвищення ефективності прийняття рішень.

Стрімкий розвиток технологій впливає на всі аспекти ділового життя, створюючи нові можливості для спілкування, взаємодії та досягнення стратегічних цілей. Використання відеоконференцій, платформ для спільної роботи, CRM-систем, а також інструментів аналізу даних та автоматизації дає змогу компаніям не лише заощаджувати ресурси, а й мінімізувати ризики, пов'язані з людським фактором. Цифрові переговори стали основою сучасного бізнесу, дозволяючи учасникам залишатися на зв'язку незалежно від фізичного місцезнаходження та обставин [1, с. 346–355; 2, с. 81–93; 3, с. 423–431].

Водночас впровадження цифрових технологій супроводжується новими викликами, серед яких – забезпечення безпеки даних, управління конфіденційністю та адаптація до постійних змін технологічного ландшафту. Це вимагає від компаній не лише впровадження сучасних інструментів, але й розробки стратегій, які дозволяють ефективно використовувати їх у переговорних процесах.

Автори останніх публікацій по тематиці статті здебільшого зосереджені на впливі цифрових технологій на різні аспекти бізнесу, комунікації та переговорів. Вони охоплюють теми використання технологій у міжкультурній комунікації [4, с. 58–70], забезпечення фінансової безпеки бізнесу, цифровізації управління підприємствами [5; 6], дослідження міжнародних переговорів [7], ролі штучного інтелекту в навчанні та переговорах [8], а також впливу цифрових комунікацій на глобальну взаємодію [9; 10]. Особливу увагу приділено застосуванню цифрових інструментів і штучного інтелекту для оптимізації переговорних процесів та управління бізнесом.

Так, автори Гуреєва М. М. в роботі «Використання технологій у міжкультурній комунікації: Віртуальні інструменти ділових переговорів з іноземними партнерами» [4, с. 58–70] та

Захаркін О. О., Бойко А. В., Сокол Л. В. в роботі «Цифрові технології та інструменти забезпечення фінансової безпеки бізнесу» [5] зосереджуються на дослідженні впливу сучасних цифрових технологій на забезпечення фінансової безпеки бізнесу в умовах глобальної цифровізації та нестабільного економічного середовища. У роботі розглядаються інноваційні рішення, такі як штучний інтелект, машинне навчання, хмарні технології та блокчейн, які сприяють ефективному управлінню ризиками, оптимізації процесів та посиленню кібербезпеки. Основна увага приділяється інтеграції цифрових інструментів для стратегічної адаптації бізнесу до сучасних викликів.

Робота Лебідь О. «Цифрові та інформаційні технології в управлінні підприємством: реальність та погляд у майбутнє» [6] присвячена дослідженню використання цифрових та інформаційних технологій в управлінні підприємствами. У роботі аналізуються переваги, ризики та стримуючі фактори цифровізації українських підприємств, а також перспективи розвитку цифрової економіки. Особливу увагу приділено викликам, пов'язаним із вартістю технологій, браком кваліфікованих кадрів, загрозами кібербезпеки та необхідністю інтеграції нових технологій у бізнес-процеси. Стаття акцентує на важливості інвестицій у цифрову інфраструктуру, безпеку та розвиток компетенцій для успішної адаптації до цифрової економіки. Цій ж темі присвячено роботу Лебедевої М. та Зінов'євої Е. «Цифрові технології в дослідженні міжнародних переговорів та медіації» [7].

Використанню штучного інтелекту як інструменту у навчальному процесі присвячено роботу Мельник О. П. «Штучний інтелект як інструмент навчання» [8, с. 323–324]. Вона аналізує переваги та обмеження його застосування, зокрема, можливість автоматизації рутинних завдань, розвитку навичок роботи з інформацією та підтримки індивідуального підходу до навчання. Автор також наголошує на необхідності нормативного врегулювання використання штучного інтелекту в освіті та його ролі як допоміжного засобу, а не заміни традиційних методів навчання.

Осокін М. та Осокіна А. статтю «Цифрові комунікації в системі управління бізнесом» [9] присвячують аналізу цифрових комунікацій у системі управління бізнесом. Вона розглядає концепцію цифрових комунікацій, їхні типи, рівні (макро-, мезо-, мікро-), а також вплив на організаційні процеси. Основний акцент зроблено на трендах цифровізації, таких як інтеграція штучного інтелекту, розвиток хмарних технологій, соціальних медіа та посилення кібербезпеки. Автори також надають

рекомендації щодо впровадження цифрових інструментів для підвищення ефективності бізнесу та вдосконалення взаємодії з клієнтами.

Стаття авторів Шупта І. та Дем'янов О. «Цифрові комунікації в глобальному просторі та їх вплив на діяльність» [10, с. 133–141] аналізує роль цифрових комунікацій у глобальному просторі та їх вплив на діяльність органів місцевого самоврядування. Автори розглядають поняття "цифрові комунікації", досліджують функціонування вебресурсів, хмарних технологій, цифрового етикету та інформаційної безпеки. Значна увага приділяється ролі цифрових технологій у публічному управлінні та розвитку електронного уряду, що сприяє ефективності, прозорості та довірі громадян до органів влади.

Джошуа Ганс в праці «Попит на штучний інтелект в переговорах про врегулювання» [11, с. 1–19] аналізує попит на штучний інтелект у процесі врегулювання судових спорів. Автор розглядає, як використання прогнозів, створених за допомогою ШІ, може впливати на рішення сторін щодо укладання угод або проведення судових процесів. Особлива увага приділяється впливу різних систем розподілу судових витрат (американська і англійська моделі) на попит на ШІ. Робота також обговорює роль ШІ у зменшенні невизначеності, пов'язаної із судовими результатами, і моделює можливості та виклики для провайдерів ШІ-продуктів.

Незалежний консультант і тренер з ведення ділових переговорів Памела Бенкс в роботі «Ділові переговори в епоху цифрових технологій» [12, с. 65–71] доводить, що Appreciative Inquiry виступає моделлю управління змінами для всієї системи, тоді як інтегративне навчання діловим переговорам і коучинг пропонують широкий набір інструментів, які дозволяють лідерам на всіх рівнях організації максимально підвищити ефективність трансформаційних процесів. Поєднання цих підходів створює синергію, яка здатна забезпечити стратегічну перевагу та сприяти успішному досягненню цілей трансформації.

Огляд наукової літератури свідчить, що значна увага приділяється дослідженню сучасних інформаційних технологій та їх використанню для вдосконалення цифрових комунікацій у різних сферах діяльності. Однак застосування цих технологій у специфічному контексті ділових переговорів залишається недостатньо вивченим. Зокрема, існує низка важливих аспектів, які потребують подальшого дослідження для забезпечення ефективності переговорного процесу в умовах цифрової трансформації. Саме це обумовило вибір теми та мети дослідження.

Метою цієї статті є дослідження впливу цифрових інструментів на ділові переговори, зокрема їх ефективність, можливості, виклики та перспективи використання в сучасному бізнес-середовищі.

Об'єкт дослідження: цифрові комунікації у сфері ділових переговорів.

Предмет дослідження: інструменти цифрових комунікацій, які використовуються в ділових переговорах, їхній вплив на процес переговорів і результативність взаємодії.

При проведенні дослідження використано методи описової статистики, структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення результатів дослідження. Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet.

Сучасні цифрові інструменти, які активно використовуються у ділових переговорах, можна структурувати за категоріями залежно від функціоналу. Вони охоплюють платформи для відеоконференцій, CRM-системи, інструменти для спільної роботи, платформи для електронного підпису, аналітичні інструменти, рішення для штучного інтелекту та засоби захисту інформації (рис. 1).

Розглянемо детальніше платформи для відеоконференцій. Прикладами можуть бути Zoom, Microsoft Teams, Google Meet.

Zoom – одна з найпопулярніших платформ для відеоконференцій у світі, яка здобула особливу популярність завдяки своїй надійності, легкості використання та широкому спектру функціональностей. Ця платформа активно використовується для ділових зустрічей, переговорів, вебінарів, а також для освітніх та особистих зустрічей. До основних можливостей Zoom для переговорів можна віднести:

- ✦ *відеоконференції високої якості.* Zoom забезпечує високу якість зображення і звуку, що є критично важливим для ефективних переговорів, де кожен нюанс комунікації має значення;
- ✦ *спільний доступ до екрану.* Учасники можуть ділитися своїми екранами, що полегшує демонстрацію презентацій, таблиць, документів або іншого контенту в реальному часі;
- ✦ *функція чату.* Під час відеоконференцій учасники можуть використовувати текстовий чат для надсилання посилань, уточнення інформації або надання коментарів без переривання доповідача;
- ✦ *кімнати для групових обговорень (Breakout Rooms).* Ця функція дозволяє організаторам зустрічей створювати окремі кімнати

для групових обговорень під час великих зустрічей, що є ідеальним для переговорів між декількома партіями;

- ✦ *запис зустрічей.* Zoom дозволяє записувати всі зустрічі, що є корисним для юридичної документації переговорів та аналізу зустрічей;
- ✦ *опції безпеки.* Платформа надає різні опції безпеки, включаючи паролі для зустрічей, віртуальні затемнення фону, блокування зустрічей та можливість учасника запитувати дозвіл перед приєднанням.

Приклади використання Zoom у переговорах:

- ✦ *міжнародні переговори.* Компанії, які мають партнерів за кордоном, активно використовують Zoom для проведення регулярних зустрічей, що допомагає уникнути витрат на ділові поїздки та сприяє швидкому вирішенню питань;
- ✦ *переговори з клієнтами.* Зустрічі з потенційними або існуючими клієнтами через Zoom дозволяють вести обговорення проєктів, демонстрацію продуктів або презентацію нових послуг;
- ✦ *внутрішні стратегічні зустрічі.* Керівники використовують Zoom для проведення стратегічних зустрічей з командами, розсіяними по різних локаціях, що дозволяє ухвалювати ключові рішення швидко та ефективно.

Zoom відіграє ключову роль у сучасних переговорних процесах, надаючи інструменти для ефективного спілкування та співпраці на будь-якій дистанції.

Microsoft Teams – це платформа для спілкування та співпраці, що стала важливим інструментом для багатьох організацій у всьому світі. Однією з ключових особливостей Teams є її тісна інтеграція з Office 365, набором продуктів від Microsoft, що включає такі знайомі інструменти, як Word, Excel, PowerPoint, і OneDrive. Ця інтеграція надає значні переваги для ділових переговорів.

Інтеграція Microsoft Teams з Office 365:

- ✦ *єдина екосистема для роботи.* Teams інтегрований з усіма ключовими офісними додатками, що дозволяє користувачам легкий доступ та спільне використання документів без необхідності виходити з платформи. Це спрощує переговорний процес, оскільки учасники можуть швидко переглядати та редагувати спільні документи в реальному часі під час зустрічей;
- ✦ *синхронізація та доступність даних.* Завдяки інтеграції з OneDrive та SharePoint

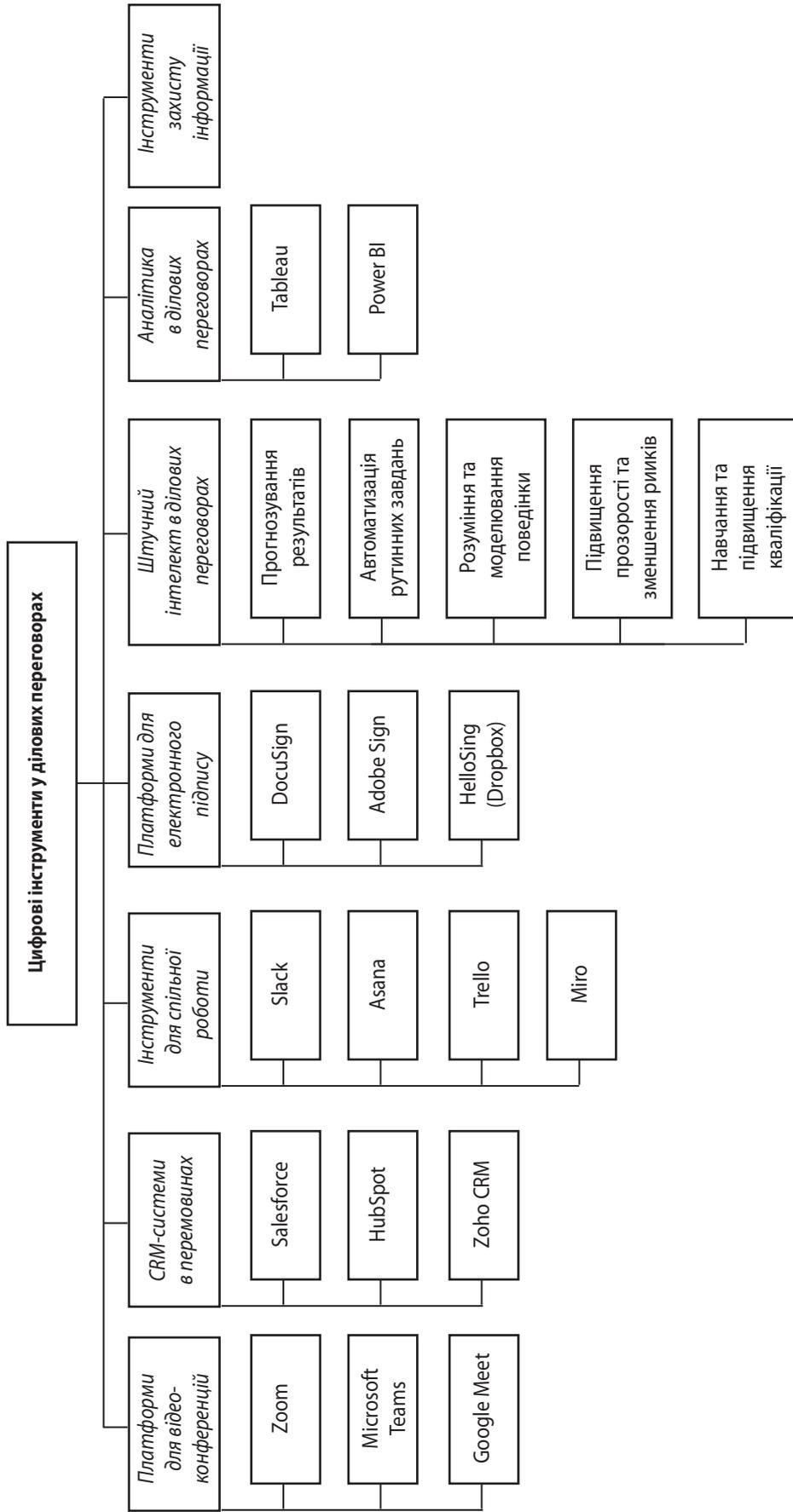


Рис. 1. Цифрові інструменти комунікації у ділових переговорах

Джерело: складено авторами.

всі файли, що використовуються у Teams, автоматично синхронізуються та безпечно зберігаються в хмарі. Це забезпечує легкий доступ до необхідних матеріалів для всіх учасників переговорів, незалежно від їх місцезнаходження.

Переваги Microsoft Teams для ділових переговорів:

- ✦ *комунікаційні канали.* Teams дозволяє створювати спеціалізовані канали для різних проектів або команд, що може допомогти в організації переговорів і впорядкуванні обговорень;
- ✦ *відеоконференції та аудіовиклики.* Платформа забезпечує високоякісні відео- та аудіозв'язки, що включають можливості запису, що є незамінними для документування деталей переговорів;
- ✦ *безпека та відповідність стандартам.* Teams відповідає строгим стандартам безпеки та конфіденційності, що критично важливо для бізнесу, особливо під час обговорення конфіденційної інформації;
- ✦ *можливості спільної роботи.* Під час переговорів учасники можуть одночасно працювати над документами, використовуючи інструменти реального часу для редагування та коментування. Це сприяє більшій залученості та ефективності процесу;
- ✦ *інтеграція зі сторонніми додатками.* Teams дозволяє інтегрувати численні сторонні додатки, що може розширити можливості платформи та адаптувати її під специфічні потреби переговорного процесу.

Отже, Microsoft Teams – не просто платформа для відеоконференцій, а могутній інструмент для співпраці, що інтегрує всі необхідні функції для ефективних онлайн-переговорів. Інтеграція з Office 365 забезпечує безшовне та ефективне взаємодію, що є вирішальним для успіху сучасних бізнес-стратегій.

Google Meet – це платформа для відеоконференцій, розроблена Google як частина комплексного пакета Google Workspace (раніше відомого як G Suite). Ця платформа забезпечує безпечне та надійне середовище для онлайн-комунікацій, включаючи ділові переговори, освітні класи, та інші форми віртуальних зустрічей.

Одна з переваг використання Google Meet це простота використання. Google Meet має чистий, інтуїтивно зрозумілий інтерфейс, що робить платформу доступною навіть для користувачів, які не мають досвіду в проведенні відеоконференцій. Запуск нової зустрічі або при-

єднання до існуючої можливе за лічені секунди з будь-якого пристрою. Зустрічі можуть бути розпочаті безпосередньо через браузер, без потреби в інсталяції додаткових програм або розширень, що спрощує доступ для нових користувачів та знижує бар'єри для участі. Також Google Meet доступний на iOS та Android, дозволяючи учасникам зустрічей брати участь зі своїх мобільних пристроїв з будь-якого місця.

Особливо слід зазначити інтеграцію Google Meet з Google Workspace. Google Meet тісно інтегрований з іншими продуктами Google, такими як Gmail, Календар, Документи, Таблиці, Слайди, і Диск. Це дозволяє учасникам легко планувати зустрічі, ділитися файлами і спільно редагувати документи в реальному часі під час зустрічей. Коли зустріч створюється через Google Meet, вона автоматично додається до Google Календаря всіх запрошених учасників, з нагадуваннями, що забезпечують своєчасну участь. Зустрічі в Google Meet захищені за допомогою різних методів шифрування, що відповідає стандартам Google з безпеки даних.

Переваги Google Meet для ділових переговорів:

- ✦ *легкість долучення для зовнішніх учасників.* Зустрічі у Google Meet легко налаштувати для участі зовнішніх учасників, що робить платформу ідеальною для ділових зустрічей з клієнтами, партнерами та іншими сторонами;
- ✦ *висока якість звуку та відео.* Google постійно оновлює свої алгоритми для забезпечення кращої якості аудіо та відео, що важливо для забезпечення ясного та ефективного спілкування;
- ✦ *масштабованість.* Meet може підтримувати велику кількість учасників одночасно, що є важливим для великих корпоративних зустрічей або масштабних вебінарів.

Завдяки своїй простоті, інтеграції з широким набором продуктивних інструментів та високій якості сервісу Google Meet став ключовим інструментом для проведення ділових переговорів в онлайн-форматі.

CRM-системи в переговорах. Сучасні технології дозволяють збирати великі обсяги даних, аналізувати їх та отримувати важливі інсайти, які можуть бути використані під час переговорів. CRM-системи, бази даних та аналітичне програмне забезпечення допомагають переговорникам краще розуміти потреби та поведінку їхніх партнерів. Це знання може допомогти у формуванні більш ефективних стратегій та підходів до переговорів.

Роль CRM у веденні історії взаємин з клієнтами. CRM (Customer Relationship Management) системи відіграють життєво важливу роль у сучасному бізнесі, допомагаючи компаніям управляти та аналізувати взаємодії з клієнтами на всіх етапах відносин. Застосування CRM систем не лише спрощує збір, зберігання та доступ до інформації про клієнтів, але й підвищує ефективність ведення переговорів і планування маркетингових кампаній.

Централізація даних. CRM системи забезпечують централізацію даних клієнтів, що дозволяє зберігати всю історію взаємодій, включаючи деталі зустрічей, переписку, угоди, покупки, відгуки та будь-яку іншу важливу інформацію в одному місці. Це сприяє легшому доступу до інформації для всіх членів команди, незалежно від їхньої ролі в компанії.

Покращення обслуговування клієнтів. За допомогою CRM компанії можуть забезпечити більш персоналізований підхід до кожного клієнта. Знаючи історію попередніх взаємодій, співробітники можуть адекватно реагувати на потреби клієнтів, передбачати їх запитання або проблеми та надавати рекомендації, які відповідають конкретним обставинам клієнта.

Аналіз і звітність. Сучасні CRM системи надають могутні аналітичні інструменти, які дозволяють не тільки зберігати дані, але й аналізувати їх для виявлення трендів, оцінки ефективності маркетингових кампаній і оптимізації процесів продажів. Аналіз історії взаємодій з клієнтами допомагає ідентифікувати найбільш вигідних клієнтів і розробляти стратегії їх утримання.

Ефективність переговорів. Знаючи історію взаємодій з клієнтом, переговорники можуть краще підготуватися до зустрічей, формулюючи пропозиції, які враховують попередній досвід і відповідають очікуванням клієнта. CRM дозволяє відстежувати, на якому етапі перебуває кожен клієнт у воронці продажів, що допомагає переговорникам вибрати правильний підхід і тактику.

Мобільність. Більшість сучасних CRM систем мають мобільні додатки, які дозволяють співробітникам залишатися на зв'язку з базою даних незалежно від їхнього місцеположення. Це особливо корисно для зовнішніх агентів або менеджерів, які часто бувають у ділових поїздках.

Використання CRM-системи значно підвищує шанси на успішні переговори, оскільки вона допомагає підтримувати систематичний, організований підхід до ведення історії взаємин з клієнтами. Відповідно до потреб сучасного бізнесу CRM є необхідним інструментом для будь-якої організації, що прагне оптимізувати свої продажі та підвищити рівень задоволеності клієнтів.

Прикладами популярних CRM є: Salesforce, HubSpot, Zoho CRM. Ці системи допомагають вести записи про всі контакти, переговори, угоди та клієнтські взаємодії. CRM-системи можуть автоматизувати відстеження важливих моментів і надавати аналітику для покращення стратегій переговорів.

Salesforce є однією з найбільш відомих і широко використовуваних CRM систем на світовому ринку. Ця платформа відома своєю масштабованістю та гнучкістю, що дозволяє їй відповідати потребам великих корпорацій, а також малих і середніх підприємств. Salesforce надає комплексне рішення для управління продажами, маркетингом, обслуговуванням клієнтів та аналітикою. Його особливості включають керування лідами, автоматизацію маркетингу, підтримку обслуговування клієнтів і детальну аналітику. Також Salesforce має багатий набір API для інтеграції з іншими системами та можливості налаштування під специфічні бізнес-вимоги. Платформа легко масштабується від малих до великих підприємств, що робить її популярною серед компаній, що ростуть.

HubSpot відомий своїм зручним інтерфейсом та інтегрованими рішеннями для інбаунд-маркетингу, продажів і служби підтримки. Це ідеальний вибір для компаній, які шукають всеосяжну платформу, що здатна виконувати різноманітні функції. HubSpot пропонує CRM, інструменти для автоматизації маркетингу, платформу для обслуговування клієнтів, і інструменти для управління контентом.

Особливістю є його здатність залучати клієнтів через різні канали. HubSpot пропонує потужний безкоштовний пакет CRM, який є доступним для малих компаній, а також розширені платні версії для більш комплексних потреб. Легко інтегрується з багатьма іншими інструментами і сервісами, забезпечуючи гнучкість і зручність у використанні.

Zoho CRM є частиною ширшого портфоліо бізнес-додатків від Zoho і відомий своєю доступністю та адаптованістю для малих і середніх компаній. Zoho CRM включає управління лідами, автоматизацію продажів, кампанії, управління зв'язками з клієнтами та детальну аналітику. Це один з найбільш доступних варіантів на ринку з пропонуванням гнучких планів та різноманітних функцій для різних рівнів бізнесу. Ця CRM легко інтегрується з іншими продуктами Zoho та популярними зовнішніми додатками.

Кожна з цих систем має свої унікальні особливості, переваги та підходи до управління взаємодіями з клієнтами. Вибір підходящої CRM системи

залежить від конкретних потреб, розміру компанії і вимог до інтеграції та налаштування.

CRM-системи (Customer Relationship Management) відіграють ключову роль не тільки у веденні історії взаємин з клієнтами, але й у аналізі даних, які можна використовувати для ефективної підготовки до переговорів. Використання даних з CRM дозволяє компаніям зрозуміти потреби, поведінку та вподобання клієнтів, що, своєю чергою, сприяє більш цілеспрямованому та результативному підходу до переговорів.

Основні аспекти аналізу даних у CRM для підготовки до переговорів:

- ✦ *історія взаємодій.* CRM-системи зберігають всі деталі взаємодій з клієнтами, включаючи попередні дзвінки, листування, зустрічі, і реакції на маркетингові кампанії. Аналіз цих даних дозволяє визначити, які підходи були найбільш або найменш ефективними у минулому, що може допомогти у формуванні стратегії для майбутніх переговорів;
- ✦ *профілювання клієнтів.* Сегментація клієнтів на основі зібраних даних (наприклад, за географією, галуззю, розміром бізнесу, історією покупок) дозволяє підготувати більш персоналізовані та цілеспрямовані пропозиції, які збільшують шанси на успіх у переговорах;
- ✦ *аналіз ефективності комунікації.* Вивчення, які канали комунікації (імейл, телефон, особисті зустрічі) є найбільш ефективними для кожного клієнта, допомагає оптимізувати процеси спілкування та вибирати найкращий спосіб для ведення переговорів;
- ✦ *визначення ключових моментів для переговорів.* Аналізуючи історію замовлень клієнта та відгуки на попередні продукти чи послуги, можна визначити ключові аспекти, які потрібно обговорити під час переговорів, а також потенційні можливості для розширення співпраці;
- ✦ *прогнозування та планування.* Використання аналітичних інструментів CRM для прогнозування поведінки клієнтів і трендів на ринку допомагає планувати переговори таким чином, щоб вони відповідали поточним умовам ринку та передбачуваним змінам.

Практичні кроки використання CRM для підготовки до переговорів:

- ✦ *підготовка даних до зустрічі.* Перед зустріччю перегляньте всі важливі деталі в CRM, включаючи записи останніх контактів та будь-які нерозв'язані питання;

- ✦ *розробка агенди на основі даних.* Використовуйте інформацію з CRM для формування агенди переговорів, яка враховує специфічні потреби та інтереси клієнта;
- ✦ *встановлення метрик для вимірювання успіху.* Визначте, які показники (KPIs) будуть використовуватися для оцінки ефективності переговорів і як ці дані будуть збиратися і аналізуватися через CRM.

CRM-системи є незамінними інструментами для глибокого розуміння клієнтської бази, що дозволяє не тільки підвищити ефективність переговорів, але й в цілому покращити якість взаємодії з клієнтами.

Інструменти для спільної роботи.

Slack – це потужний інструмент для спільної роботи та комунікації, який змінив підхід до взаємодії в командах. Відзначаючись своєю простотою використання та широкими можливостями інтеграції, Slack став невід'ємною частиною багатьох сучасних робочих процесів. Він допомагає командам не тільки підтримувати постійний зв'язок, але й ефективно керувати проектами і задачами.

Засоби спілкування у Slack:

- ✦ *канали.* Slack організовує комунікації за тематичними каналами, що можуть бути відкритими для всіх членів команди або приватними для обговорення конкретних проектів чи тем. Це дозволяє структурувати обговорення та забезпечує легкий доступ до історії повідомлень і файлів;
- ✦ *прямі повідомлення.* Для особистих або конфіденційних розмов учасники можуть використовувати прямі повідомлення, які забезпечують приватне спілкування між двома або більше людьми;
- ✦ *відеозв'язок і голосові дзвінки.* Slack включає можливість проводити аудіо- та відеодзвінки безпосередньо з додатка, що полегшує перехід від текстових обговорень до безпосереднього спілкування;
- ✦ *інтеграція з електронною поштою.* Якщо користувачі отримують важливі електронні листи, вони можуть налаштувати їх пересилання прямо у Slack, щоб зберегти всю важливу інформацію в одному місці.

Також слід зазначити можливість інтеграції Slack з іншими сервісами. Slack інтегрується з такими платформами, як Trello, Asana, і Jira, дозволяючи користувачам відстежувати прогрес проектів, отримувати оновлення статусів та управляти завданнями безпосередньо зі Slack. Інтеграція з хмарними сховищами (Google Drive, Dropbox, і Box) спрощує доступ до файлів і спільну

роботу над ними, дозволяючи користувачам легко завантажувати, переглядати та обмінюватися документами і медіафайлами. З інтеграцією платформ відеоконференцій, таких як Zoom та Microsoft Teams, учасники можуть запускати відеодзвінки прямо зі своїх каналів або бесід у Slack. Сервіси автоматизації, такі як Zapier або власні Slackbots, дозволяють автоматизувати рутинні задачі, такі як відповіді на часті запитання, нагадування про події чи оновлення даних.

Використання Slack може значно підвищити ефективність ділових переговорів, забезпечуючи:

- ✦ *централізовану комунікацію.* Вся комунікація відбувається в одному місці, що спрощує доступ до інформації та координацію дій;
- ✦ *підвищену реактивність.* Миттєве спілкування і відповіді в реальному часі допомагають швидко реагувати на зміни та виклики, що виникають під час переговорів;
- ✦ *гнучкість і мобільність.* Доступність Slack на мобільних пристроях забезпечує зв'язок команди незалежно від їхнього фізичного місцеположення.

Slack став невід'ємним інструментом для багатьох компаній, які прагнуть підвищити продуктивність та ефективність внутрішньої та зовнішньої комунікації.

Asana і Trello – це дві популярні платформи для управління проектами та завданнями, які допомагають командам організовувати робочий процес, планувати проекти та ефективно спілкуватися. У контексті переговорів ці інструменти можуть відіграти ключову роль у підготовці, виконанні та відстеженні домовленостей.

Загальні переваги Asana та Trello для переговорів:

- ✦ *збереження часу і зусиль.* Автоматизація рутинних задач і централізація інформації допомагають зосередитись на важливих аспектах переговорів;
- ✦ *покращення координації.* Інструменти дозволяють краще координувати дії між членами команди, що особливо важливо при роботі над складними проектами або великими угодами;
- ✦ *підвищення прозорості.* Всі члени команди мають доступ до актуальної інформації про стан проектів і завдань, що підвищує загальну прозорість робочого процесу.

Як Asana, так і Trello забезпечують потужні інструменти для управління проектами, які можуть значно спростити та покращити підготовку

та проведення переговорів, адаптуючи процеси до потреб сучасного бізнесу.

Miro є онлайн-платформою для спільної роботи, яка використовує інтерактивні дошки для візуалізації ідей, проектування процесів і спільного планування.

Цей інструмент став незамінним для команд, які прагнуть організувати ефективні мозкові штурми, стратегічне планування та проектування в динамічному та інтерактивному форматі. Можливості Miro:

- ✦ *інтерактивні дошки.* Miro дозволяє створювати безмежні віртуальні дошки, на яких можна малювати, писати текст, додавати стікери, фотографії, діаграми, та інші візуальні елементи. Це ідеально підходить для візуального вираження ідей та планів;
- ✦ *мозковий штурм та ідеяція.* Miro є відмінним інструментом для мозкових штурмів, дозволяючи командам генерувати, записувати та організовувати ідеї в реальному часі. Учасники можуть одночасно додавати свої ідеї, що стимулює креативність і сприяє колективному мисленню;
- ✦ *колаборація у реальному часі.* Команди можуть спільно працювати на дошці незалежно від своїх географічних розташувань. Зміни на дошці відображаються негайно, що дозволяє всім учасникам бачити оновлення в реальному часі;
- ✦ *інтеграція з іншими інструментами.* Miro інтегрується з багатьма популярними інструментами, такими як Slack, Google Drive, Asana, Jira, і багатьма іншими, що спрощує імпорт даних і синхронізацію проектів між різними платформами;
- ✦ *шаблони та фреймворки.* Платформа надає широкий вибір готових шаблонів і фреймворків для різних видів проектів, включаючи Agile-дошки, дорожні карти, SWOT-аналіз та багато чого іншого, що дозволяє швидко розпочати роботу.

Використання Miro у переговорах:

- ✦ *підготовка до переговорів.* Miro можна використовувати для візуалізації стратегії переговорів, планування ключових аргументів та розробки відповідей на можливі запитання або заперечення з боку іншої сторони;
- ✦ *під час переговорів.* Дошки Miro можуть слугувати візуальними допоміжними матеріалами під час онлайн-переговорів, допомагаючи обговорювати складні ідеї, демонструвати пропозиції або навіть вести протокол обговорень;

✦ *після переговорів.* Зберігайте результати переговорів і візуалізуйте далі план дій, розподіл обов'язків і графік виконання завдань на дошках Міго для забезпечення належного виконання домовленостей.

Міго ефективно сприяє кращому розумінню і більшій залученості учасників переговорів, перетворюючи складні або абстрактні концепції на зрозумілі візуальні образи.

Платформи для електронного підпису (DocuSign, Adobe Sign, і HelloSign). Платформи для електронного підпису є незамінними інструментами в сучасному бізнесі, дозволяючи компаніям і індивідуальним користувачам юридично валідувати документи онлайн без необхідності особистої присутності сторін. Ці платформи підтримують безпеку, прозорість та ефективність обігу документів, що робить їх ідеальними для міжнародних угод, контрактів та будь-яких інших юридичних документів.

DocuSign є однією з найбільш відомих і широко використовуваних платформ для електронного підпису у світі. Ця платформа забезпечує швидке та безпечне підписання документів онлайн, підтримуючи різноманітні типи документів і вимоги до підписів. DocuSign дозволяє користувачам відправляти, підписувати та керувати документами з будь-якого пристрою. Він включає функції захисту та верифікації ідентичності, а також дозволяє інтегрувати процеси підпису в інші бізнес-додатки через API. Завдяки суворим протоколам шифрування та відповідності глобальним стандартам DocuSign гарантує високий рівень безпеки документів.

Adobe Sign є частиною Adobe Document Cloud і пропонує ефективні рішення для електронного підпису, які інтегруються з іншими продуктами Adobe і широким спектром зовнішніх додатків. Adobe Sign дозволяє автоматизувати процеси підписання та управління документами, підтримуючи вимоги щодо зберігання документів і звітності. Він також включає розширені опції налаштування потоків роботи для різних сценаріїв використання. Adobe Sign легко інтегрується з популярними офісними пакетами та системами управління документами, такими як Microsoft Office 365, Salesforce і Workday.

HelloSign, який тепер є частиною Dropbox, пропонує прості та інтуїтивно зрозумілі рішення для електронного підпису, спрямовані на спрощення процесів підписання для малих і середніх підприємств. HelloSign виділяється своєю зручністю використання і можливістю підписувати документи безпосередньо з різних хмарних сховищ, включаючи Dropbox, Google Drive, та інші

Штучний інтелект та аналітика в ділових переговорах. Штучний інтелект у підтримці переговорів: від прогнозування до прийняття рішень. Штучний інтелект (ШІ) революціонує багато аспектів бізнесу, включаючи процеси переговорів. ШІ надає інструменти – від аналізу даних до моделювання поведінки та автоматизації взаємодій – які можуть значно покращити ефективність переговорних стратегій та результативність. ШІ може аналізувати великі обсяги даних з попередніх переговорів, щоб ідентифікувати закономірності та тенденції, які можуть вказувати на потенційні результати майбутніх переговорів.

Все вищезазначене дозволяє переговорникам:

- ✦ *адаптувати стратегії.* Базуючись на передбачуваних результатах, можна розробляти більш цілеспрямовані та ефективні переговорні стратегії;
- ✦ *підготувати аргументацію.* Визначити ключові точки та аргументи, які, як виявлено, були успішними в аналогічних ситуаціях;
- ✦ *автоматизація рутинних завдань.* ШІ може автоматизувати багато рутинних завдань, пов'язаних з переговорами, таких як:

- 1) документація. Автоматичне створення та управління документацією, яка необхідна для підтримки переговорів;
- 2) нагадування та моніторинг. Відстеження термінів виконання угод та надсилання нагадувань про важливі дедлайни та події;
- 3) розуміння та моделювання поведінки. ШІ може моделювати поведінку сторін на основі попередніх взаємодій, що допомагає учасникам переговорів краще розуміти мотивацію, очікування та можливі дії своїх опонентів. Це включає емоційний аналіз та підтримку прийняття рішень. Тобто вивчення мовних моделей для визначення емоційного стану опонентів, що може допомогти прогнозувати їхні реакції та адаптувати комунікаційні стратегії і надання рекомендацій на основі інформації про поведінку та попередні угоди;
- 4) підвищення прозорості та зменшення ризиків. ШІ може аналізувати потенційні ризики та пропонувати стратегії їх мінімізації. Це допомагає зробити переговори більш прозорими та контрольованими;
- 5) навчання та підвищення кваліфікації. ШІ також може використовуватися для тренінгу переговорників, дозволяючи їм віртуально симулювати переговорні процеси

та аналізувати свої дії для вдосконалення навичок.

Застосування штучного інтелекту в переговорах відкриває нові можливості для підвищення їх ефективності, адаптації стратегій та оптимізації комунікаційних процесів, роблячи їх більш продуктивними та результативними.

Інструменти аналітики, такі як Tableau і Power BI, відіграють ключову роль у використанні великих даних для покращення стратегій переговорів. Ці платформи дозволяють компаніям візуалізувати дані, проводити глибокий аналіз та отримувати цінні висновки, які можуть бути застосовані для оптимізації переговорних процесів та поліпшення результатів.

Використання Tableau та Power BI в переговорах - це:

- ✦ візуалізація даних: Tableau і Power BI дозволяють перетворювати складні набори даних на інтуїтивно зрозумілі візуалізації та інтерактивні дашборди. Це допомагає переговорним командам краще розуміти тенденції, взаємозв'язки та шаблони поведінки, що є критично важливими для формування ефективних стратегій;
- ✦ підтримка прийняття рішень: аналітичні інструменти можуть надавати динамічні звіти, які показують вигоди та ризики різних переговорних стратегій. Це допомагає ухвалювати обґрунтовані рішення та адаптуватися до змін у реальному часі під час переговорів;
- ✦ прогнозування та моделювання. За допомогою таких інструментів, як Tableau та Power BI, можна використовувати історичні дані для прогнозування результатів майбутніх переговорів. Моделі передбачення дозволяють визначити потенційні виклики та можливості, що підвищує шанси на успіх;
- ✦ оптимізація ресурсів. Аналіз великих даних допомагає визначити, які ресурси (час, люди, фінанси) найефективніше використовувати для певних типів переговорів. Це забезпечує більш ефективне розподілення ресурсів та краще управління проектами;
- ✦ відстеження результативності. Після завершення переговорів Tableau і Power BI можуть використовуватися для аналізу ефективності переговорної стратегії. Звіти та аналітика допомагають ідентифікувати сильні та слабкі сторони, а також надають рекомендації для подальших дій.

Застосування інструментів аналітики, таких як Tableau та Power BI, у переговорах дає бізнесу

стратегічну перевагу, дозволяючи глибше розуміти динаміку ринку та поведінку клієнтів. Ці інструменти не тільки підвищують шанси на успіх у конкретних переговорах, але й сприяють загальному стратегічному плануванню та розвитку компанії.

Безпека даних у цифрових переговорах. Ризики та заходи захисту інформації. В контексті цифрових переговорів безпека даних є критично важливою, оскільки переговори часто включають обмін конфіденційною інформацією, яка може бути цілью для кіберзлочинців. Розуміння потенційних ризиків і впровадження ефективних заходів захисту може значно знизити ймовірність витоку даних та інших пов'язаних з цим проблем (рис. 2).

Для захисту інформації застосовують систему заходів, таких як:

- ✦ **шифрування.** Використання сильного шифрування для захисту даних, що передаються та зберігаються. Це включає шифрування електронних листів, файлів та інших форм комунікації.
- ✦ **двофакторна аутентифікація (2FA).** Використання двофакторної аутентифікації для доступу до систем та додатків, що забезпечує додатковий рівень захисту;
- ✦ **використання VPN.** Використання віртуальних приватних мереж (VPN) для захисту інтернет-трафіку, особливо при роботі в незахищених Wi-Fi мережах;
- ✦ **регулярне оновлення програмного забезпечення.** Підтримка оновлення всіх систем і застосунків для захисту від відомих вразливостей та експлоїтів;
- ✦ **політика доступу та керування ідентичністю.** Обмеження доступу до конфіденційної інформації на основі ролей користувачів і необхідності знання;
- ✦ **аудит та моніторинг.** Регулярний аудит безпеки та моніторинг мережі для виявлення підозрілих активностей або потенційних загроз;
- ✦ **освіта та тренінги для співробітників.** Навчання співробітників основам кібербезпеки та найкращим практикам для запобігання фішингу та іншим видам кібератак.

Застосування цих заходів може значно покращити захист інформації під час цифрових переговорів, знизивши ризики витоку даних та інших форм кіберзлочинності (рис. 3).

Під час цифрових переговорів особливо важливо забезпечити конфіденційність і безпеку обмінної інформацією. Використання VPN (Virtual Private Network) та ендпойнт-захисту є двома критично

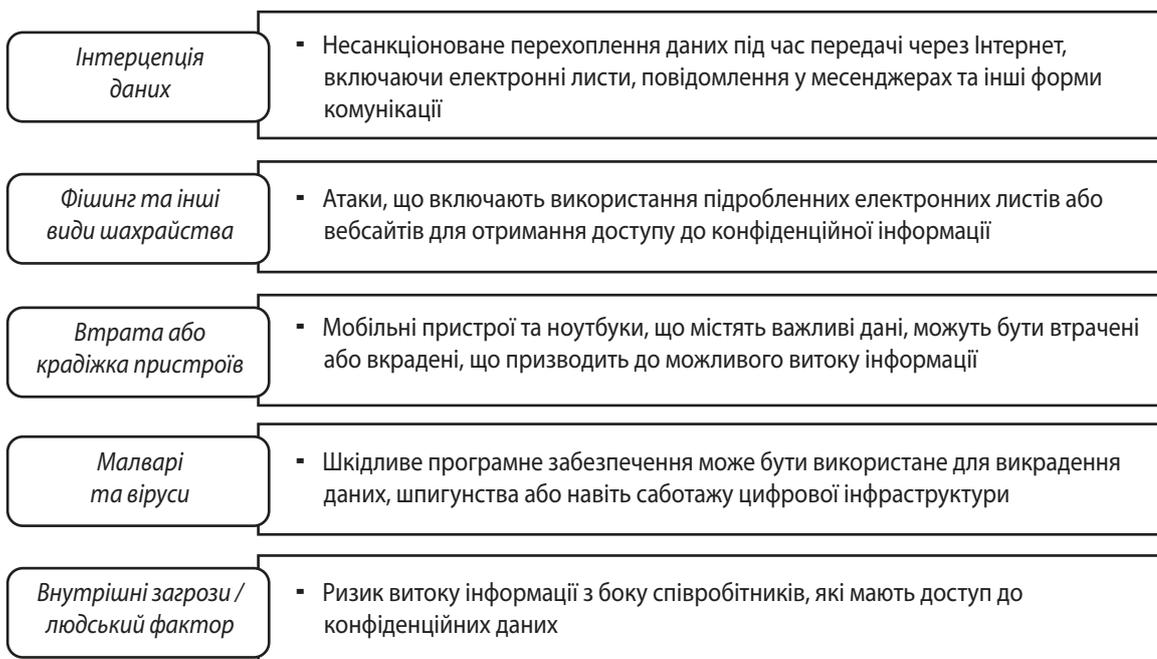


Рис. 2. Ризики в цифрових переговорах

Джерело: складено авторами.

важливими технологіями, які можуть допомогти захистити дані від несанкціонованого доступу та інших кіберзагроз. VPN створює зашифрований канал між пристроєм користувача та сервером VPN, гарантуючи, що всі дані, які передаються через цей канал, залишаються приватними та недоступними для зовнішніх спостерігачів. Основні переваги використання VPN включають:

- ✦ захист даних у публічних мережах. VPN є особливо корисним, коли користувачі підключаються до публічних Wi-Fi мереж, які часто не є безпечними та можуть бути вразливими до атак;
- ✦ анонімність. VPN маскує IP-адресу користувача, що ускладнює відстеження його діяльності в інтернеті;
- ✦ обхід географічних обмежень. VPN дозволяє користувачам обходити географічні обмеження та мати доступ до ресурсів, які можуть бути заблоковані в їх регіоні.

Ендпойнт-захист включає захист всіх кінцевих точок мережі, таких як комп'ютери, мобільні пристрої та сервери від шкідливого програмного забезпечення та кібератак. Він часто складається з таких технологій:

- ✦ антивірусне та антималварне програмне забезпечення. Забезпечує захист пристроїв від вірусів, троянів, шпигунського програмного забезпечення та інших форм малвару;

- ✦ захист від вторгнень і запобігання втраті даних. Моніторинг і блокування підозрілих або несанкціонованих дій, які можуть призвести до витоку або втрати даних;
- ✦ управління патчами та оновленнями. Регулярне оновлення програмного забезпечення та операційних систем для виправлення вразливостей, які можуть бути використані злоумисниками.

Захист даних у цифрових переговорах вимагає комплексного, інтегрованого підходу, що включає використання VPN та ендпойнт-захисту разом з іншими стратегіями безпеки, такими як сильні паролі, двофакторна аутентифікація, та регулярне навчання користувачів з питань кібербезпеки. Ці заходи допомагають мінімізувати ризики та забезпечити конфіденційність важливих переговорів.

ВИСНОВКИ

Однією з найважливіших переваг цифровізації є можливість вести переговори без географічних обмежень, тобто глобалізація комунікацій. Платформи для відеоконференцій, такі як Zoom, Microsoft Teams, і Google Meet, дозволяють зустрічатися з партнерами у всьому світі без потреби в дорогих і часомістких поїздках. Це не тільки знижує витрати на ділові поїздки, але й значно прискорює процес ухвалення рішень та укладення угод.

Цифрові інструменти, такі як CRM-системи (Salesforce, HubSpot) та інструменти для спільної



Рис. 3. Заходи захисту інформації під час цифрових переговорів

Джерело: складено авторами.

роботи (Slack, Asana), забезпечують централізоване управління даними і оптимізацію робочих процесів, чим підвищують ефективність. Вони дозволяють зберігати всю історію комунікацій та важливі документи в одному місці, що робить доступ до необхідної інформації миттєвим та ефективним. Це значно покращує координацію між членами переговорної команди та дозволяє з легкістю аналізувати минулі угоди для планування майбутніх стратегій.

Технології також сприяють збільшенню точності даних і зниженню ризиків, пов'язаних із людським фактором. Автоматизація дозволяє уникнути помилок, які можуть виникнути при ручному введенні даних. Електронні підписи та документообіг, наприклад через платформи DocuSign або Adobe Sign, забезпечують високий рівень юридичної значущості та безпеки документів.

Незважаючи на численні переваги, інтеграція цифрових технологій у переговорний процес також ставить нові виклики. Основними з них є забезпечення конфіденційності та безпеки даних, адже використання онлайн-платформ збільшує ризики витоку чутливої інформації. Тому компаніям необхідно вкладати в захист своїх IT-інфраструктур та навчання співробітників правилам кібербезпеки.

Цифрові технології кардинально змінюють сучасні переговори. Вони не тільки спрощують

багато аспектів переговорного процесу, але й відкривають нові можливості для глобалізації, оптимізації та стратегічного планування в бізнесі. Використання цих технологій дозволяє компаніям бути більш адаптивними та конкурентоспроможними на міжнародному рівні.

Попри стрімкий розвиток цифрових технологій і їх широке застосування в ділових переговорах, існує низка невирішених питань, які потребують подальшого дослідження. Однією з основних проблем є адаптація традиційних переговорних стратегій до специфіки цифрового середовища. Зокрема, недостатньо вивчені аспекти впливу відсутності безпосереднього фізичного контакту на процес побудови довіри між учасниками переговорів.

Ще одним важливим аспектом є проблема забезпечення безпеки даних під час цифрових переговорів. Хоча існує чимало інструментів для захисту інформації, їх інтеграція в переговорний процес часто є неповною або недостатньо ефективною. Це створює ризики витоку конфіденційних даних, що може мати серйозні наслідки для бізнесу.

Також не до кінця вирішеним залишається питання впливу цифрових інструментів на результативність переговорів. Зокрема, необхідно визначити, які саме інструменти є найефективнішими для різних типів переговорів, як оптимізувати

їх використання та які фактори впливають на їх успішність.

Крім того, мало уваги приділяється аналізу впливу цифрових технологій на міжкультурну комунікацію під час переговорів. Зокрема, важливо дослідити, як інструменти цифрової комунікації можуть сприяти подоланню культурних бар'єрів або, навпаки, загострювати їх.

Таким чином, комплексне вивчення цих питань є важливим для оптимізації процесу цифрових переговорів, підвищення їх ефективності та забезпечення безпеки в умовах сучасного глобалізованого бізнес-середовища. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Бондаренко О. М., Стрій Л. О. Вплив сучасних digital-комунікацій на поведінку споживача. *Бізнес Інформ*. 2024. № 2. С. 346–355. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-346-355>
2. Бондаренко О. М., Стрій Л. О. Основні підходи до створення сайтів у контексті digital-комунікації та взаємодії зі споживачами. *Науковий Вісник Одеського національного економічного університету*. 2024. № 9 (322). С. 81–93. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-9-322-81-92>
3. Бондаренко О. М., Тарасенко І. В., Яворська О. М. Роль digital-комунікацій в залученні споживачів освітніх послуг. *Бізнес Інформ*. 2024. № 6. С. 423–431. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-751-751>
4. Гурєєва М. М. Використання технологій у міжкультурній комунікації: Віртуальні інструменти ділових переговорів з іноземними партнерами. *Інформація та інновації*. 2024. № 18 (4). С. 58–70. DOI: <https://doi.org/10.31432/1994-2443-2023-18-4-58-70>
5. Захаркін О. О., Бойко А. В., Сокол Л. В. Цифрові технології та інструменти забезпечення фінансової безпеки бізнесу. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія : економіка та управління*. 2023. № 10. DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-08-02>
6. Лебідь О. Цифрові та інформаційні технології в управлінні підприємством: реальність та погляд у майбутнє. *Економіка та суспільство*. 2022. № 55. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-19>
7. Лебедева М., Зінов'єва Е. Цифрові технології в дослідженні міжнародних переговорів та медіації. *Електронний журнал SSRN*. 2023. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4475810>
8. Мельник О. П. Штучний інтелект як інструмент навчання. *Академічна доброчесність, відкрита*

- наука та штучний інтелект: як створити доброчесне освітнє середовище*. 2023. С. 323–324. DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-345-6-130>
9. Осокін, М., Осокіна, А. Цифрові комунікації в системі управління бізнесом. *Економіка та Суспільство*. 2024. № 64. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-31>
 10. Шупта І., Дем'янов О. Цифрові комунікації в глобальному просторі та їх вплив на діяльність. *Наукові Праці Міжрегіональної Академії Управління Персоналом. Політичні науки та публічне управління*. 2023. № 5 (71), С. 133–141. DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-5\(71\)-18](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-5(71)-18)
 11. Gans J. Demand for Artificial Intelligence in Settlement Negotiations. *National Bureau of Economic Research*. 2024. P 1–19. DOI: <https://doi.org/10.3386/w32685>
 12. Banks P. Business Negotiations in the Digital Age. *AI Practitioner*, 2018. P 65–71. DOI: <https://doi.org/10.12781/978-1-907549-36-6-10>

REFERENCES

- Banks, P. "Business Negotiations in the Digital Age". *AI Practitioner*, 2018. DOI: <https://doi.org/10.12781/978-1-907549-36-6-10>
- Bondarenko, O. M., and Strii, L. O. "Osnovni pidkhody do stvorennia saitiv u konteksti digital-komunikatsii ta vzaiemodii zi spozhyvachamy" [Basic Approaches to Creating Websites in the Context of Digital Communication and Interaction with Consumers]. *Naukovyi Visnyk Odeskoho natsionalnoho ekonomichnoho universytetu*, no. 9(322) (2024): 81-93. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2024-9-322-81-92>
- Bondarenko, O. M., and Strii, L. O. "Vplyv suchasnykh digital-komunikatsii na povedinku spozhyvacha" [The Impact of Modern Digital Communications on Consumer Behavior]. *Biznes Inform*, no. 2 (2024): 346-355. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-2-346-355>
- Bondarenko, O. M., Tarasenko, I. V., and Yavorska, O. M. "Rol digital-komunikatsii v zaluchenni spozhyvachiv osvitnikh posluh" [The Role of Digital Communications in Engaging Consumers of Educational Services]. *Biznes Inform*, no. 6 (2024): 423-431. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-751-751>
- Gans, J. "Demand for Artificial Intelligence in Settlement Negotiations". In *National Bureau of Economic Research*, 1-19. 2024. DOI: <https://doi.org/10.3386/w32685>

Hurieieva, M. M. "Vykorystannia tekhnolohii u mizhkulturnii komunikatsii: Virtualni instrumenty dilovyykh perehovoriv z inozemnymy partneramy" [Using Technology in Intercultural Communication: Virtual Tools for Business Negotiations with Foreign Partners]. *Informatsiia ta innovatsii*, no. 18(4) (2024): 58-70.

DOI: <https://doi.org/10.31432/1994-2443-2023-18-4-58-70>

Lebid, O. "Tsyfrovi ta informatsiini tekhnolohii v upravlinni pidpriemstvom: realnist ta pohliad u maibutnie" [Digital and Information Technologies in Business Management: Reality and a Look into the Future]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 55 (2022).

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-55-19>

Liebiedieva, M., and Zinovieva, E. "Tsyfrovi tekhnolohii v doslidzhenni mizhnarodnykh perehovoriv ta mediatsii" [Digital Technologies in the Study of International Negotiations and Mediation]. *Elektronnyi zhurnal SSRN* (2023).

DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.4475810>

Melnyk, O. P. "Shtuchnyi intelekt yak instrument navchannia" [Artificial Intelligence as a Learning Tool]. *Akademichna dobrochesnist, vidkryta nauka ta*

shtuchnyi intelekt: iak stvoryty dobrochesne osvittie seredovyshe (2023): 323-324.

DOI: <https://doi.org/10.36059/978-966-397-345-6-130>

Osokin, M., and Osokina, A. "Tsyfrovi komunikatsii v systemi upravlinnia biznesom" [Digital Communications in the Business Management System]. *Ekonomika ta Suspilstvo*, no. 64 (2024).

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-31>

Shupta, I., and Demianov, O. "Tsyfrovi komunikatsii v hlobalnomu prostori ta yikh vplyv na diialnist" [Digital Communications in the Global Space and Their Impact on Activities]. *Naukovi Pratsi Mizhrehionalnoi Akademii Upravlinnia Personalom. Politychni nauky ta publichne upravlinnia*, no. 5(71) (2023): 133-141.

DOI: [https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-5\(71\)-18](https://doi.org/10.32689/2523-4625-2023-5(71)-18)

Zakharkin, O. O., Boiko, A. V., and Sokol, L. V. "Tsyfrovi tekhnolohii ta instrumenty zabezpechennia finansovoi bezpeky biznesu" [Digital Technologies and Tools to Ensure Financial Security of Business]. *Problemy suchasnykh transformatsii. Seriya: Ekonomika ta upravlinnia*, no. 10 (2023).

DOI: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2023-10-08-02>

УДК 339.138

JEL Classification: M15; E03

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2025-1-531-537>

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В СИСТЕМІ ВПЛИВУ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

© 2025 ШИМКО О. В., ВЕРЕТІН Л. С.

УДК 339.138

JEL Classification: M15; E03

Шимко О. В., Веретін Л. С. Маніпулятивні технології в системі впливу на поведінку споживачів

Статтю присвячено дослідженню теоретичних і прикладних аспектів використання маніпулятивних технологій у системі впливу на поведінку споживачів в умовах змін поведінкових характеристик споживачів, розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Розкрито сутність поняття маніпуляції як свідомої цілеспрямованої діяльності, універсального інструменту маркетингових комунікацій, різновиду прихованого соціально-психологічного впливу на психіку, на свідомість та інстинкти, що трансформує споживчу поведінку. Окреслено основну мету маркетингових маніпуляцій – спонукання, мотивування споживачів прийняти певні рішення або здійснити покупку, характерні ознаки маніпуляції, на основі яких обґрунтовується доцільність виокремлення маніпулятивного впливу серед інших видів психологічного впливу. Виокремлено класифікаційні ознаки, охарактеризовано види маркетингових маніпуляцій споживачами та галузі їх використання. Особливу увагу приділено способам і технологіям використання цих методів у сучасній рекламі для формування необхідної поведінки споживачів. Акцентовано увагу на можливостях нейромаркетингу з метою дослідження ефективності маніпулятивних технологій. Оскільки маніпулятивний вплив на споживача може бути як позитивним, так і негативним, перспективи подальших розвідок доцільно спрямувати на дослідження способів захисту від деструктивного впливу маніпулятивних технологій, які суперечать інтересам споживачів і можуть завдавати збитку.

Ключові слова: маніпуляція, прийняття рішення, нейромаркетинг, психологічний вплив, споживча поведінка.

Бібл.: 17.

Шимко Ольга Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, Міжнародний економіко-гуманітарний університет ім. академіка Степана Дем'янука (вул. Академіка Степана Дем'янука, 4, Рівне, 33027, Україна)

E-mail: volodya217@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2183-8211>

Веретін Людмила Станіславівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу, Національний університет водного господарства та природокористування (вул. Соборна, 11, Рівне, 33028, Україна)

E-mail: l.s.veretin@nuwm.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8028-1118>