

5. Traffic Congestion and Reliability, Trends and Advanced Strategies for Congestion Mitigation, Cambridge Systematics, Inc., 2005.

Пилипенко Ю.О.

магістрант

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

Кубанов Р.А.

к. пед. н., доц.

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

КЛІЄНТОЦЕНТРИЧНІСТЬ ПРОТИ АКАДЕМІЗМУ: ВИКЛИКИ ДЛЯ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖЕРА БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ

У сучасному архітектурно-будівельному середовищі менеджер виконує не лише технічну чи адміністративну функцію, а й виступає як комунікатор між проєктною командою та клієнтом. Сучасні дослідження акцентують увагу на проблемі професійно-психологічного академізму – надмірної формалізації, дистанційності та орієнтації виключно на технічні аспекти, що ускладнює ефективну взаємодію з замовником. Такий підхід часто призводить до непорозумінь, втрати довіри та зниження рівня задоволеності клієнтів.

На нашу думку, подолання академізму є ключовим етапом у формуванні сучасної моделі управління, орієнтованої на партнерство та відкриту комунікацію.

Одним із ключових рішень у рамках зазначеного є цілеспрямований розвиток емоційного інтелекту менеджера архітектурно-будівельного напрямку, що включає здатність до емпатії, активного слухання, саморегуляції та адаптації стилю спілкування відповідно до індивідуальних потреб клієнта. У контексті сучасного ринку, де клієнт очікує не лише якісного продукту, а й комфортної взаємодії, емоційна грамотність менеджера стає критично важливою.

Вміння розпізнавати емоції, реагувати на них конструктивно та будувати діалог на основі взаємної поваги дозволяє уникати конфліктів, знижувати напругу в комунікації та формувати атмосферу довіри [1]. Це особливо актуально в архітектурно-будівельній сфері, де проєкти часто мають високий рівень емоційного залучення з боку замовника, пов'язані з особистими очікуваннями, значними фінансовими вкладеннями та тривалими термінами реалізації.

Слід наголосити на необхідності системного навчання менеджерів навичкам ненасильницького спілкування, яке базується на принципах чесного

вираження почуттів, усвідомлення потреб та формулювання конструктивних прохань [4]. Такий підхід дозволяє не лише уникати маніпуляцій і непорозуміннь, а й створювати умови для відкритого діалогу, де клієнт відчуває себе почутим і включеним у процес. Крім того, важливим є розвиток навичок управління конфліктами – здатності не уникати напружених ситуацій, а перетворювати їх на можливості для уточнення очікувань, перегляду рішень та зміцнення взаєморозуміння. Такі комунікаційні компетенції мають бути інтегровані в систему професійного розвитку менеджерів, а не залишатися на рівні індивідуальної ініціативи.

Практичні приклади демонструють, що переорієнтація управлінських практик на клієнтоцентричність дає відчутні результати – зростає рівень задоволеності клієнтів, зменшується кількість конфліктів, покращується якість реалізації проєктів та підвищується репутація компанії. Успішні кейси включають впровадження регулярних зворотних зв'язків, створення спільних робочих груп із клієнтами, використання візуальних інструментів для пояснення рішень та відкритої комунікації щодо ризиків і змін (табл. 1).

Таблиця 1

Подолання професійно-психологічного академізму менеджера у взаємодії з клієнтами

<i>Аспект проблеми</i>	<i>Прояви академізму</i>	<i>Рекомендовані рішення / підходи</i>
Професійна комунікація	Надмірна формалізація, використання технічної термінології, відсутність емоційного контакту	Розвиток емоційного інтелекту, адаптація стилю спілкування до клієнта
Психологічна дистанція	Відчуженість, орієнтація лише на процес, ігнорування потреб клієнта	Навчання навичкам емпатії, активного слухання, ненасильницького спілкування
Управлінська поведінка	Жорстке дотримання шаблонів, відсутність гнучкості у прийнятті рішень	Формування клієнтоцентричної моделі управління, гнучке реагування на запити
Взаємодія з клієнтом	Недовіра, непорозуміння, зниження рівня задоволеності	Побудова партнерських відносин, залучення клієнта до процесу реалізації проєкту
Роль менеджера	Технічний координатор без лідерських функцій	Перехід до ролі фасилітатора, лідера комунікаційного процесу
Вплив на реалізацію проєкту	Затримки, конфлікти, зниження якості взаємодії	Підвищення ефективності через відкриту, гнучку та емоційно грамотну комунікацію

Такий підхід дозволяє клієнту не просто спостерігати за процесом, а брати активну участь у прийнятті рішень, що підвищує його залученість і відповідальність [3]. У результаті менеджер перестає бути лише технічним координатором, а стає фасилітатором партнерської взаємодії.

Важливим аспектом є переосмислення ролі менеджера як лідера, здатного не лише координувати процеси, а й формувати культуру взаємоповаги, відкритості та гнучкості. Подолання академізму передбачає відмову від жорстких шаблонів мислення, готовність до діалогу та вміння працювати з емоційними запитамі клієнта. Це особливо актуально в умовах високої конкуренції, коли якість взаємодії стає вирішальним чинником вибору компанії. Сучасний менеджер має бути не просто фахівцем, а фасилітатором процесу, здатним об'єднувати інтереси всіх сторін [2].

Рекомендації для подолання академізму в управлінській практиці [1–4].

1. Розвиток емоційного інтелекту: навчання навичкам емпатії, саморефлексії та емоційної саморегуляції; використання активного слухання для глибшого розуміння потреб клієнта; вміння розпізнавати емоційні сигнали та реагувати на них конструктивно.

2. Адаптація стилю комунікації: перехід від формального, технократичного спілкування до живого, партнерського діалогу; використання зрозумілої мови, візуальних пояснень, прикладів із практики; гнучке налаштування тону, темпу та формату взаємодії залежно від типу клієнта.

3. Навчання ненасильницькому спілкуванню: формування навичок конструктивного вираження думок без тиску чи оцінювання; вміння формулювати прохання замість вимог, з урахуванням потреб обох сторін; створення атмосфери довіри, де клієнт відчуває себе почутим і важливим.

4. Управління конфліктами: вивчення технік деескалації напруги та пошуку компромісів; використання медіативного підходу для вирішення суперечностей; перетворення конфліктних ситуацій на точки росту та уточнення очікувань.

5. Переосмислення ролі менеджера: вихід за межі ролі технічного координатора – перехід до фасилітатора процесу; формування лідерської позиції, що поєднує професіоналізм з людяністю; залучення клієнта як партнера, а не як пасивного замовника.

6. Інтеграція клієнтоцентричності в корпоративну культуру: впровадження регулярного зворотного зв'язку з клієнтами; створення внутрішніх стандартів етичної та емоційно грамотної взаємодії; мотивація команди до відкритості, гнучкості та орієнтації на потреби замовника.

Ці рекомендації допомагають не лише подолати академізм, а й трансформувати управлінську модель у більш ефективну, гнучку та людяно орієнтовану.

Загалом, подолання професійно-психологічного академізму в управлінні архітектурно-будівельними проектами є не лише питанням особистісного розвитку менеджера, а й стратегічним завданням компанії. Впровадження гуманістичних підходів до комунікації, розвиток емоційної компетентності та формування культури відкритості створюють нову якість взаємодії, де клієнт сприймається не як об'єкт обслуговування, а як рівноправний учасник процесу. Це дозволяє будувати довготривалі відносини, підвищувати лояльність, зменшувати ризики та забезпечувати стабільний розвиток бізнесу.

Список використаних джерел

1. Коцун О.М. Психологія професійного становлення сучасного фахівця: монографія. Київ: Інформ.-аналіт. агентство, 2012. 200 с.
2. Брюховецька О.В. Психологія професійної толерантності керівників загальноосвітніх навчальних закладів: монографія. Київ : Інтерсервіс, 2018. 360 с.
3. Kubanov R., Yashchenko O., Makatora D. Overcoming the architectural and construction manager's professional and psychological academicism towards clients: problems and solutions. Modeling the development of the economic systems. 2024. № 3. P. 21-29.
4. Kubanov R., Makatora D., Kushyk-Strelnikov Y. Organising effective interaction of managers of architectural and construction companies with clients based on the theory of non-violent communication. Економіка та суспільство. 2024. № 70. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-70-44>

Пилипенко Ю.О.

магістрант

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

Кубанов Р.А.

к. пед. н., доц.

ВСП «Інститут інноваційної освіти КНУБА»

ВНУТРІШНЯ АРХІТЕКТУРА УСПІХУ: ЧИННИКИ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МАЛИХ БУДІВЕЛЬНИХ СТРУКТУР

У сучасному економічному середовищі малі архітектурно-будівельні підприємства стикаються з жорсткою конкуренцією, обмеженими ресурсами та високими очікуваннями клієнтів. Для забезпечення стабільного розвитку та ринкової життєздатності їм необхідно формувати власний конкурентний потенціал, спираючись на внутрішні