

можливостей покупок он-лайн; підвищення ефективності державного управління; збільшення фінансування наукових досліджень з орієнтацією на інновації спрямовані на відбудову держави.

Тільки шляхом використання задекларованих заходів з боку держави можна досягти часткової стабільності в продовольчому забезпеченні населення країни в сучасних умовах.

Перелік використаних джерел

1. Попадинець Н. М. Регулювання розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів України: теорія та методологія: монографія. Львів: ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України». 2020. 335 с.

УДК 336; 338; 351

Химич Ірина

кандидат економічних наук

доцент кафедри управління інноваційною діяльністю та сферою послуг
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

м. Тернопіль, Україна

Химич Олена

студентка групи БАД-1

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

м. Тернопіль, Україна

Iryna Khymych

PhD (Economics)

Associate Professor of Innovation Activity and Services Management

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

Olena Khymych

Student of the group BAd-1

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

Ternopil, Ukraine

КОМУНІКАТИВНА КУЛЬТУРА – ОСНОВА УСПІШНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

THE COMMUNICATIVE CULTURE IS THE BASIS OF SUCCESSFUL MODERN BUSINESS

*«Культура – віддзеркалення того, хто ви є і що ви робите, вона
не створюється завдяки ретельно сформульованим місіям або зборам комітетів»
(Марк Рендольф)*

Ефективне функціонування бізнесу, та і взагалі його постійний розвиток потребує безперервної адаптації не тільки до власного внутрішнього середовища, але і до зовнішнього також. Адже, враховуючи повсякчасний розвиток зовнішніх ринків виникає потреба «пристосування» будь-якого виду бізнесу до різного роду непередбачуваних кризових моментів.

Варто розуміти, що сама по собі стабільна діяльність бізнесу в глобальному світовому середовищі є чимось на зразок утопічності, адже, бізнес як і світ виступає певною динамічною системою, яка перебуває в постійному русі та трансформації. Крім цього, варто

враховувати сучасні технології, які зазнають значного розвитку, що спонукає розвиватися і бізнес, зокрема.

Проте, якщо мова йде за рівень розвитку національного бізнесу, потрібно брати до уваги стан його загального функціонування із врахуванням особливостей його розвитку. Найперше, аналізуючи власне національний бізнес, варто дослідити стан його комунікативної культури, яка і відображатиме багатоаспектність його якісного функціонування як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Від загального стану комунікативної культури значно залежить і загальний стан бізнесу тому, що дана його складова виступає певним взаємозв'язуючим елементом як в середині бізнесу, так і в зовнішньому його середовищі. Варто нагадати, що сам бізнес має та поєднує між собою багато різноманітних форм комунікацій між різноманітними його учасниками. А тому, розвиток та подальше ефективне функціонування бізнесу значно залежатиме від якості їхнього поєднання та взаємодії в цілому.

Комунікативні процеси в бізнесу повинні відбуватися злагоджено, поєднано та поетапно, інакше, без дотримання певних правил та принципів, може відбутися суттєвий збій в такій діяльності.

Також, потрібно пам'ятати, що комунікативна культура є важливою частиною загальної корпоративної культури бізнесу, адже, без чітких та правильно сформованих, а також без логічно об'єднаних комунікацій, бізнес не спроможний ефективно ні розвиватися, ні функціонувати.

Комунікативна культура бізнесу в сучасному світі виступає певним взаємозв'язуючим елементом комунікативного процесу в цілому, на основі дотримання певних норм, правил, розпорядку, процедур тощо, а також представляє певну методику функціонування власне бізнесу в глобальному світі із врахування визначеної поведінки всіх його учасників, як на національному, так і на міжнародному рівнях.

Особливості комунікативної культури бізнесу відображено на рис. 1.

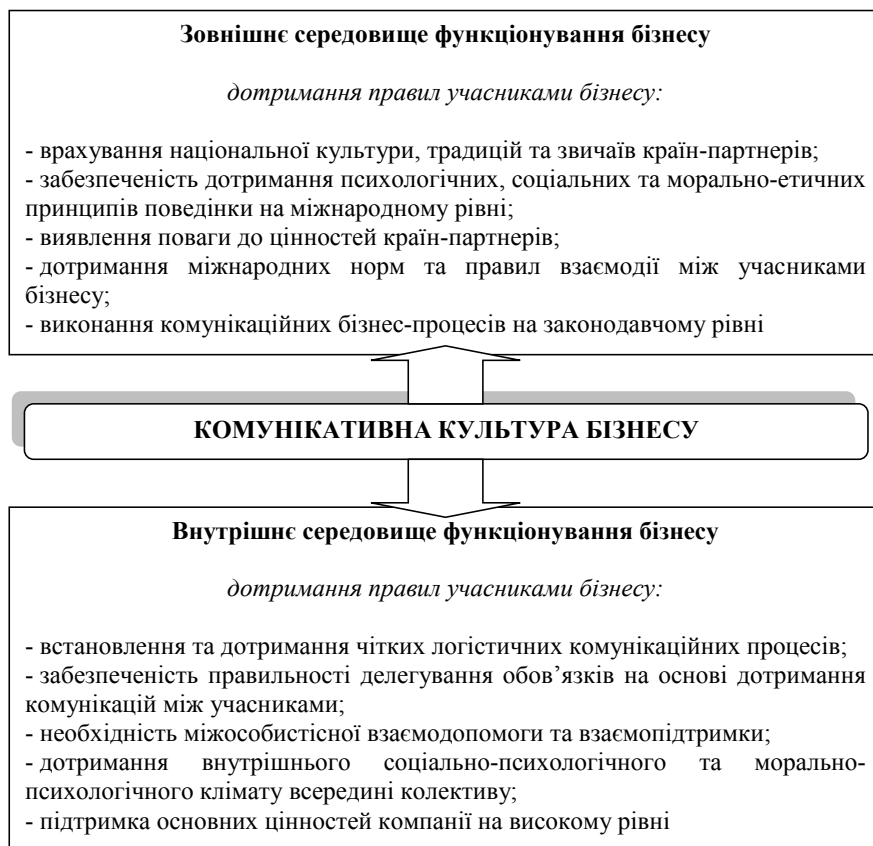


Рисунок 1 – Особливості комунікативної культури бізнесу

Примітка: сформовано авторами самостійно

Отже, зрозуміло, що від правильності та чіткості формування комунікативної культури бізнесу значно залежатиме його подальший успішний розвиток та функціонування на всіх рівнях. Проте, варто розуміти, що таке формування є, по перше, необхідним елементом щодо забезпеченості ефективності функціонування бізнесу в цілому, по друге, даний момент виступає багатоетапним та складним механізмом, адже, потребує багато часу та зусиль для його створення та реалізації, при цьому також потрібно враховувати такі моменти як адаптацію до нових змін, а також постійний плин розвитку в усіх сферах як бізнесу, так і життя в загальному. Тільки із врахуванням всіх елементів, що формують та підтримують стан та розвиток комунікативної культури, бізнес отримає той правильний напрямок свого розвитку, який і потрібен у даний час трансформаційних процесів в світі тощо. Саме комунікативна культура виступає тим необхідним елементом забезпеченості правильності розвитку бізнесу, адже, враховує всі важливі моменти щодо його функціонування як на національному, так і на міжнародному рівнях, із забезпеченням правильного здійснення комунікаційних бізнес-процесів усіх його учасників на основі застосування певних законів, норм та правил тощо.