

ISSN 2522-4751 (PRINT)
ISSN 2707-6172 (ONLINE)

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«МІЖНАРОДНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІЗНЕСУ І ПРАВА»

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Науково-виробничий журнал

Випуск 1 (57) 2020



Видавничий дім
«Гельветика»
2020

Редакційна рада:

Білоусова С.В. – доктор економічних наук, професор;
Левківський К.М. – кандидат історичних наук, доцент;
Шапошніков К.С. – доктор економічних наук, професор;
Білоусов О.М. – доктор економічних наук, професор.

Головний редактор:

Ткаченко Сергій Анатолійович – доктор економічних наук, професор.

Редакційна колегія:

Бойко Євгенія Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент;
Борецька Наталія Петрівна – доктор економічних наук, професор;
Лепьохіна Олена Ваславіївна – доктор економічних наук, доцент;
Полякова Євгенія Сергіївна – кандидат економічних наук, доцент;
Потишняк Олена Миколаївна – доктор економічних наук, професор;
Прохорчук Світлана Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент;
Руснак Алла Валентинівна – доктор економічних наук, доцент;
Фокіна-Мезенцева Катерина Володимирівна – доктор економічних наук, доцент;
Шарко Маргарита Василівна – доктор економічних наук, професор;
Шашкова Ніна Ігорівна – доктор економічних наук, доцент;
Стратан Александр Николаевич – доктор экономических наук, профессор (Республика Молдова).

У журналі опубліковано результати наукових досліджень з питань економіки та управління підприємствами (за видами економічної діяльності), а також економіки природокористування та охорони навколишнього середовища. Рекомендовано для науковців, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців у галузі економіки, управління, права державних і місцевих органів самоврядування. Усі права захищені. Повний або частковий передрук і переклади дозволено лише за згодою автора або редакції. При передрукуванні посилатися на «Бізнес-навігатор». Редакція не обов'язково поділяє думку автора і не відповідає за фактичні помилки, яких він припустився.

Реферативні бази даних: Index Copernicus, Google Scholar

**Видання входить до «Переліку друкованих фахових видань,
в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт
на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук»
на підставі Наказу МОН України від 21 грудня 2015 № 1328.**

**Затверджено до друку та поширення через мережу Інтернет
відповідно до рішення Вченої ради Міжнародного університету бізнесу і права
(від 27 лютого 2020 року протокол № 6)**

Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»
zareєстровано Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія КВ № 15586-4058ПР від 03.09.2009 року)

© Редакційна колегія, 2020

© Автори статей, 2020

© ПВНЗ «Міжнародний університет бізнесу і права», 2020

Науково-виробничий журнал

БІЗНЕС-НАВІГАТОР

Випуск 1 (57) 2020

Коректура • *Вікторія Бабич*

Комп'ютерна верстка • *Вікторія Удовиченко*

Засновник і видавець:

Приватний вищий навчальний заклад «Міжнародний університет бізнесу і права».
Адреса редакції: вул. 49 Гвардійської Дивізії, б. 37-А, м. Херсон, 73039
E-mail редакції: editor@business-navigator.ks.ua
Електронна сторінка видання: www.business-navigator.ks.ua

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 18,83

Підписано до друку: 28.02.2020 р. Замов. № 0520/124. Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а

Телефон +38 (0552) 39 95 80, +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.com.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО
І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

| | |
|---|----|
| Бестужева С.В. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ..... | 7 |
| Гапак Н.М., Бойко Я.М., Гаврилюк М.В. РЕАЛІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ У СВІТОВІЙ ЕКОНОМІЦІ..... | 12 |
| Січка І.І. УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ НА МІЖНАРОДНОМУ ГОТЕЛЬНОМУ РИНКУ..... | 17 |
| Цалан М.І. РЕАЛІЗАЦІЯ КЛАСТЕРНИХ ІНІЦІАТИВ У ЄВРОПІ..... | 22 |

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ
НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

| | |
|---|----|
| Жук М.В. СУТНІСТЬ ІНСТИТУЦІЙ ТА ЇХНЯ РОЛЬ У РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРА УКРАЇНИ..... | 28 |
| Лагодієнко Н.В. НАСЛІДКИ ДЛЯ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ВІД ЗРОСТАННЯ ВІДКРИТОСТІ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ..... | 35 |
| Пітель Н.Я. КОНЦЕПЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНИХ ЗВ'ЯЗКІВ..... | 43 |
| Ремзіна Н.А. СУЧАСНИЙ СТАН ТА ДЕТЕРМІНАНТИ РОЗВИТКУ ПОСТІЙНИХ ПРИСТРОЇВ ТРАНСПОРТНИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ..... | 48 |
| Сабецька Т.І., Стефанишин Л.С. ТЕХНОЛОГІЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ЗАКЛАДІВ СФЕРИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я..... | 56 |
| Ярова Ю.М. РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ УКРАЇНИ ЗА ПІДТРИМКИ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ..... | 62 |

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

| | |
|---|-----|
| Білянський Ю.О. ОПТИМІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ..... | 67 |
| Близнюк Т.П. ОЦІНКА КУЛЬТУРИ ПЕРСОНАЛУ МУЛЬТИНАЦІОНАЛЬНОЇ КОМПАНІЇ НА ПРИКЛАДІ УНІВЕРСИТЕТІВ..... | 75 |
| Бовкун О.А. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ..... | 81 |
| Бурачек І.В., Верстова В.Я., Ярмолюк Д.І. ПСИХОЛОГІЯ КОЛЬОРУ З ПОГЛЯДУ МАРКЕТИНГУ..... | 85 |
| Васильців Н.М. DIGITAL-РЕКЛАМА ЯК ОДИН З ОСНОВНИХ СКЛАДНИКІВ РЕКЛАМНО-КОМУНІКАЦІЙНОГО РИНКУ..... | 90 |
| Грицьков Є.В., Величко В.А. МІЖНАРОДНІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БУДІВЕЛЬНОЇ СФЕРИ..... | 96 |
| Громова О.Є. КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В КОНТЕКСТІ ЇЇ МАРКЕТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ..... | 100 |

| | |
|--|-----|
| Деркач О.Г., Метюшоп О.-А.Ю. ВПЛИВ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МЕНЕДЖЕРІВ (НА ПРИКЛАДІ НАК «НАФТОГАЗ УКРАЇНИ»)..... | 105 |
| Долга Г.В. УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ | 111 |
| Дуга В.О. ПРОФІЛАКТИЧНІ ЗАХОДИ ЩОДО СТВОРЕННЯ УМОВ БЕЗПЕЧНОГО ВІДПОЧИНКУ АГРОТУРИСТА..... | 115 |
| Завідна Л.Д. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА..... | 120 |
| Зубачова В.І., Урусова З.П. ПРИНЦИПИ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ФАКТОР ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ОРГАНІЗАЦІЇ..... | 126 |
| Іванов В.Б. ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ ПРОЦЕСІВ ЗАКУПІВЕЛЬ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ У ЛОГІСТИЧНІЙ КОМПАНІЇ..... | 130 |
| Коптєва Г.М. КОНЦЕПЦІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА..... | 136 |
| Ляшенко Р.В. ЗАСТОСУВАННЯ ІННОВАЦІЙ ПІД ЧАС ФОРМУВАННЯ ІСТЕМНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В АГРОБІЗНЕСІ..... | 141 |
| Мазур Ю.В. ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО РЕЙТИНГОВОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО НАДАЮТЬ ПОСЛУГИ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ВАНТАЖІВ..... | 146 |
| Морозов Р.В., Петько В.М., Морозов І.Р. ВИРОЩУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА ГОСПОДАРСТВАМИ НАСЕЛЕННЯ НА ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНКАХ ОСОБИСТОГО СЕЛЯНСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА: НАУКОВИЙ ПОШУК ЕФЕКТИВНОСТІ З УРАХУВАННЯМ ПРАВОВИХ АСПЕКТІВ..... | 153 |
| Морозов Р.В., Потанер Л.Д. УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНО-ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... | 157 |

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

| | |
|---|----|
| Bestuzheva Svitlana | |
| CONCEPTUAL APPROACHES TO DEFINITION OF ESSENCE OF BUSINESS COMMUNICATION IN INTERNATIONAL BUSINESS: AN ANALYTICAL ASPECT | 7 |
| Hapak Nataliya, Boyko Yaroslav, Havrylyuk Mariya | |
| THE REALITY OF KNOWLEDGE ECONOMY DEVELOPMENT AT THE MODERN STAGE IN THE WORLD ECONOMY | 12 |
| Sichka Ivan | |
| PROJECT MANAGEMENT IN THE INTERNATIONAL HOTEL MARKET..... | 17 |
| Tsalan Myroslava | |
| IMPLEMENTATION OF CLUSTER INITIATIVES IN EUROPE..... | 22 |

ECONOMY AND NATIONAL ECONOMY MANAGEMENT

| | |
|---|----|
| Zhuk Mykola | |
| THE ESSENCE OF INSTITUTIONS AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR OF UKRAINE..... | 28 |
| Lagodienko Nataliya | |
| IMPLICATIONS FOR AGRARIAN PRODUCTION FROM THE GROWING OPENNESS OF THE NATIONAL ECONOMY..... | 35 |
| Pitel Nina | |
| THE CONCEPT OF LOGISTICS OF FOREIGN TRADE COMMUNICATIONS..... | 43 |
| Remzina Natalia | |
| CURRENT STATE AND DETERMINANTS OF DEVELOPMENT OF THE PERMANENT STRUCTURES OF TRANSPORT SYSTEMS OF UKRAINE..... | 48 |
| Sabetska Tetyana, Stefanyshyn Liliia | |
| TECHNOLOGY FOR STRATEGIC MANAGEMENT OF HEALTH CARE FACILITIES..... | 56 |
| Yarova Yuliia | |
| SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN RURAL AREAS OF UKRAINE WITH THE SUPPORT OF PUBLIC POLICY..... | 62 |

ECONOMY AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES

| | |
|---|-----|
| Bilyansky Yuri | |
| OPTIMIZATION OF FOREIGN TRADE ACTIVITY OF AGRICULTURAL ENTERPRISES OF UKRAINE UNDER CONDITIONS OF STRENGTHENING OF EUROPEAN INTEGRATION..... | 67 |
| Blyznyuk Tetyana | |
| ASSESSING MULTINATIONAL COMPANY PERSONNEL CULTURE ON THE CASE OF UNIVERSITIES..... | 75 |
| Bovkun Olha | |
| FORMATION AND REALIZATION OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT IN RURAL AREAS..... | 81 |
| Burachek Igor, Verstova Vita, Yarmolyk Dina | |
| THE PSYCHOLOGY OF COLOR IN TERMS OF MARKETING..... | 85 |
| Vasyl'tsiv Nadiya | |
| DIGITAL ADVERTISING AS ONE OF THE MAIN CONSTITUENTS OF THE ADVERTISING-COMMUNICATION MARKET..... | 90 |
| Grytskov Evgen, Velychko Volodymyr | |
| INTERNATIONAL ASPECTS OF THE FUNCTIONING OF THE CONSTRUCTION SECTOR..... | 96 |
| Hromova Olha | |
| THE COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE IN THE CONTEXT OF ITS MARKETING SUPPORT..... | 100 |
| Derkach Oksana, Metoshop Oleksandra-Anna | |
| INFLUENCE OF FACTORS OF EXTERNAL AND INTERNAL ENVIRONMENT ON FORMATION OF IMAGE OF MANAGERS (ON THE EXAMPLE OF «NAFTOGAZ» OF UKRAINE)..... | 105 |
| Dolha Halyna | |
| MANAGEMENT OF INNOVATION ACTIVITY OF TOURISM BUSINESS ENTERPRISES..... | 111 |

| | |
|---|-----|
| Duha Viktoriia PREVENTIVE MEASURES FOR CREATION OF CONDITIONS OF SAFE REST OF AGRITOURIST..... | 115 |
| Zavidna Liudmyla FORMATION OF DEVELOPMENT STRATEGY OF HOTEL INDUSTRY ENTERPRISE..... | 120 |
| Zubachova Valeriya, Urusova Zinaida PRINCIPLES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A FACTOR OF FORMING COMPETITIVE ADVANTAGES OF AN ORGANIZATION..... | 126 |
| Ivanov Vadym FEATURES OF INTERNAL CONTROL OF GOODS AND SERVICES PROCUREMENT IN A LOGISTICS COMPANY..... | 130 |
| Koptieva Hanna THE CONCEPT OF ENSURING ECONOMIC SECURITY OF BUSINESS PROCESSES OF A TRADE ENTERPRISE..... | 136 |
| Liashenko Ruzhena APPLICATION OF INNOVATIONS IN FORMATION OF SYSTEM MANAGEMENT IN AGRICULTURE..... | 141 |
| Mazur Julia THE BASIC APPROACHES TO RATING OF EFFICIENCY OF ACTIVITY OF THE ENTERPRISES PROVIDING CARGO TRANSPORTATION SERVICES..... | 146 |
| Morozov Roman, Petko Volodymyr, Morozov Ivan GROWING OF CROP PRODUCTION BY HOUSEHOLDS ON THE LAND OF PERSONAL PEASANT ECONOMY: SCIENTIFIC SEARCH OF EFFICIENCY TAKING INTO ACCOUNT LEGAL ASPECTS..... | 153 |
| Morozov Roman, Potaner Lidiia MANAGEMENT OF LOGISTIC AND SALES ACTIVITIES OF AGRICULTURE ENTERPRISES..... | 157 |

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.9:174.4

DOI: <https://doi.org/10.32847/business-navigator.57-1>**Бестужева С.В.,**

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри міжнародної економіки
та менеджменту зовнішньоекономічної діяльності,
*Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

Bestuzheva Svitlana,

PhD in Economics, Associate Professor
Department of International Economics
and Foreign Economic Management,
Simon Kuznets Kharkov National University of Economics

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ У СФЕРІ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ: АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

Бестужева С.В. Концептуальні підходи до визначення сутності ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу: аналітичний аспект. У статті обґрунтовано, що сучасний зовнішньоекономічний розвиток підприємств України супроводжується впливом глобалізаційних процесів, що зумовлює необхідність урахування національних особливостей закордонних партнерів для прийняття ефективних управлінських рішень у сфері міжнародного співробітництва. Узагальнення аналізу наукової літератури із проблеми ділового спілкування дало змогу визначити такі його особливості, як наявність певного офіційного статусу об'єктів; спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених організацій; відповідність певним загально визнаним і загальноприйнятим правилам; передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їхня мета, зміст і можливі наслідки; конструктивність характеру відносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети, як правило, не виходячи за межі певного кола; взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів; значущість кожного партнера як особистості; безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їхній внутрішній світ.

Ключові слова: ділове спілкування, зовнішньоекономічна діяльність, міжнародні економічні відносини, бізнес-культура, взаємодія, ефективність.

Бестужева С.В. Концептуальные подходы к определению сущности делового общения в сфере международного бизнеса: аналитический аспект. В статье обосновано, что современное внешнеэкономическое развитие предприятий Украины сопровождается воздействием глобализационных процессов, что обуславливает необходимость учета национальных особенностей иностранных партнеров для принятия эффективных управленческих решений в сфере международного сотрудничества. Обобщение анализа научной литературы по проблеме делового общения дало возможность определить такие его особенности, как наличие определенного официального статуса объектов; направленность на установление взаимовыгодных контактов и поддержание связей между представителями взаимозаинтересованных организаций; соответствие определенным общепризнанным и общепринятым правилам; предсказуемость деловых контактов, которые предварительно планируются, определяется их цель, содержание и возможные последствия; конструктивность характера взаимоотношений, их направленность на решение конкретных задач, достижение определенной цели, как правило, не выходя за рамки определенного круга; взаимосогласованность решений, договоренность и дальнейшая организация взаимодействия партнеров; значимость каждого партнера как личности, непосредственная деятельность, которой заняты люди, а не проблемы, которые будоражат их внутренний мир.

Ключевые слова: деловое общение, внешнеэкономическая деятельность, международные экономические отношения, бизнес-культура, взаимодействие, эффективность.

Bestuzheva Svitlana. Conceptual approaches to definition of essence of business communication in international business: an analytical aspect. The article proves that modern foreign trade enterprise development of Ukraine is accompanied by the influence of globalization processes, which necessitates taking into account national circumstances foreign partners to take effective managerial decisions in the sphere of international cooperation. A generalization of the analysis of scientific literature on the problem of business communication were given the opportunity to determine such features as the presence of a certain official status of objects, focus on establishing mutually beneficial contacts and maintain relationships between representatives *vzaimootnoshenij* organizations to comply with certain generally recognized and commonly accepted rules, the predictability of the business contacts that are pre-planned, determined by their purpose, content and implications, constructive nature of the relationship that their directions for specific tasks, achieve certain goals, usually within a certain range, consistency of decisions, and further understanding the organization of interaction partners, the importance of each partner as individuals direct the activities, which are busy people, and not problems that excite their inner world. International economic relations as a system and as a kind of economic relations presuppose the existence of certain relationships between its elements (entities). Specificity lies in the cross-border nature and content of these relations. Operational (practical) use of "international economic relations" requires defining it through the conceptual row to which it belongs, is built on principles from specific, individual, low General, abstract, higher. The concept of "international economic relations" in this conceptual next, according to the author, there is a "contact – interaction – communication – relationship." Functional and substantial part of these categories of the conceptual range is determined by the time horizon, the scale of the processes (number of subjects these phenomena) and their effects and results. The study gives the opportunity to provide the author's definition of business communication as a process of establishing mutually beneficial relationships between business entities to achieve the goals of their economic development. In the field of international business communication is characterised by the transboundary nature of the interaction between actors of different countries, that necessitates in-depth study of forms, methods and levels of business communication.

Key words: business communication, foreign economic activity, international economic relations, business culture, collaboration, efficiency.

Постановка проблеми. Глобалізаційні тенденції сучасного розвитку світової економіки актуалізують проблему ефективності ділового спілкування між представниками різних країн. Як в основі міжнародних економічних відносин лежить ідея взаємовигідності співробітництва їхніх суб'єктів, так і у сфері ділового спілкування основний акцент спрямований на досягнення взаємної вигоди, яка може вимірюватися як кількісно (за допомогою досягнутих значень показників, так і якісно (встановлення довгострокових контактів).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами ефективного ділового спілкування займаються такі вітчизняні та закордонні вчені, як Т.Б. Гриценко, М.Й. Дмитренко, Б.З. Зельдович, А.Я. Кибанов, Д.Д. Захаров, У.Р. Коновалова, Ю.В. Дубинін, Дж.М. Лейхифф, Дж.М. Пенроуз, Р. Фішер, Д. Ертель, Л.Є. Стровський та інші.

Незважаючи на певну розробленість, окремі теоретичні аспекти ділового спілкування потребують уточнення та поглиблення. Поглиблення розуміння операційного змісту ділового спілкування потребує передусім пояснення таких питань, як: визначення функціональної і субстанціональної сторін ділового спілкування як специфічного виду взаємозв'язків суб'єктів міжнародних економічних відносин; передумови виникнення ділового спілкування, тобто механізму запуску його як процесу; ідентифікація чинників формування та розвитку процесу ділового спілкування на макро- та мікрорівнях управління діяльністю.

Формулювання завдання дослідження. Метою статті є аналітичне дослідження сучасних концептуальних підходів щодо визначення сутності ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу.

Вклад основного матеріалу. Ефективне функціонування українських підприємств у міжнародному

економічному середовищі неможливе без урахування особливостей національних культур потенційних та існуючих партнерів, що і викликає необхідність та доцільність поглибленого аналізу змістовності ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу з урахуванням його специфіки та сучасних тенденцій розвитку.

Нині в економічній літературі існують різні концептуальні підходи щодо визначення сутності ділового спілкування як економічної дефініції без урахування особливостей розвитку міжнародного бізнесу.

Так, у науковій роботі Т.К. Чмут та Г.Л. Чайки ділове спілкування є універсальною реальністю людського буття, яка породжується і підтримується різноманітними формами людських стосунків [11, с. 56].

На думку Т.Б. Гриценко спілкування є процесом установаження й розвитку контактів між людьми, що виникає як потреба у спільній діяльності та включає: сприйняття, пізнання і розуміння партнерів зі спілкування (перцептивна сторона спілкування); обмін інформацією (комунікативна сторона спілкування); вироблення єдиної стратегії взаємодії (інтерактивна сторона спілкування) [5, с. 47].

У підручнику з етики спілкування українського вченого Ю.І. Палехи спілкування розглядається як самостійна та специфічна форма активності особистості з метою встановлення відносин з іншими людьми, отримання інформації і досягнення певного взаєморозуміння, вирішення ділових проблем [9, с. 102].

У своїй роботі Й.М. Гах визначив ділове спілкування як спілкування, метою якого є організація й оптимізація виробничої, наукової, комерційної чи іншої діяльності, де на першому місці стоять інтереси справи, а не конкретних співрозмовників [4, с. 58].

У роботі Г.М. Андреевої в основі розгляду ділового спілкування є діяльнісний підхід як основна передумо-

мова ефективної діяльності суб'єктів господарювання, при цьому враховується двосторонній зв'язок між спілкуванням і діяльністю. Діяльний характер спілкування виражається в його предметно-практичній спрямованості, змістовності, творчості, коли змінюється не тільки оточуюча суб'єкта дійсність, але й він сам. Спілкуванню приділяється роль механізму, що забезпечує взаємовплив і взаєморозуміння [3, с. 14].

Протилежне визначення поняття спілкування надається К.О. Альбухановою-Славською, основою для розуміння якого є антропологічний підхід як розуміння внутрішнього світу особистості [1, с. 116]. Оскільки йдеться про ділове спілкування, цей підхід дає змогу розглянути комунікативні особливості професіонала в єдиному континуумі, де крайніми полюсами є «комунікативна замкнутість» і «комунікативна відкритість». Саме наближення до другого полюсу дає змогу фахівцю якнайповніше представити свою професійну роль і повноцінно брати участь у діловому спілкуванні.

У монографії Н.Д. Творогової спілкування розглядається з позицій системного підходу і є настільки складною системою, що розгляд окремої її частини є немислимим завданням, як і вивчення спілкування у відриві від людської поведінки загалом. Свій системний підхід до вивчення спілкування автор реалізує через використання основних положень теорії управління, останнє з яких виконує функцію в організованих системах [10, с. 115]. Н.Д. Творогова розглядає спілкування більше як макросистему з притаманними їй формами (ділової бесіди, наради, переговорів, публічного виступу, телефонних розмов) та принципами (комунікативного впливу, стереотипізації і кооперації).

Також із позиції системного підходу розглядають ділове спілкування Л.В. Засєкіна та С.В. Засєкін, але більше як мікросистему, що належить до функцій управління [7, с. 87].

У роботі І.М. Кузнецова ділове спілкування – це насамперед взаємодія двох або більше людей, спрямована на узгодження та об'єднання зусиль із метою налагодження відносин та досягнення загального результату [8, с. 7].

Завдяки діловому спілкуванню можна встановити взаємовигідні і довгострокові стосунки між усіма ланками партнерства і співпраці, а саме між конкурентами і суперниками, колегами, партнерами і підлеглими, задіяними на підприємстві міжнародної сфери.

У роботі Г. Бороздіної розглядається ділове спілкування як «процес взаємозв'язку і взаємодії, в якому відбувається обмін діяльністю, інформацією і досвідом, що припускає досягнення певного результату, вирішення конкретної проблеми або реалізацію певної мети» [3, с. 58]. Тому можна визначити, що ділове спілкування – це таке спілкування, яке забезпечує успіх у міжнародній сфері для загальної професійної справи з метою створення і розвитку співпраці, партнерства або належного управління персоналом. Завдяки діловому спілкуванню і правильному використанню правил ділових стосунків менеджер або інша управлінська ланка досягає потрібної мети в підприємницькій діяльності. Визначити подальший процес розвитку підприємства і перспективи співпраці в майбутньому також допомагає ефективно ділове спілкування.

Проведений аналіз концептуальних підходів до визначення сутності поняття «ділове спілкування» дає можливість систематизувати та узагальнити існуючі визначення у три наукові підходи.

На рис. 1 наведені узагальнені результати проведеного автором дослідження теоретичних підходів щодо визначення сутності ділового спілкування відповідно до визначення трьох підходів.

Аналіз наукових робіт із проблеми визначення сутності ділового спілкування дає можливість виокремити такі підходи, як:



Рис. 1. Узагальнення дослідження теоретичних підходів до визначення сутності ділового спілкування

– процесний підхід, прихильниками якого є Т.Б. Гриценко, Г. Бороздіна, І. Кузнецов, Й. Гах, у межах якого ділове спілкування розглядається як процес становлення та налагодження контактів між людьми, виходячи з цілей та завдань їхнього розвитку;

– системний підхід, на основі якого вчені Н.Д. Творогова, С.В. Засекін та Л.В. Засекіна розглядають ділове спілкування як систему дій та рішень із досягнення визначених цілей мікро- чи макросистеми;

– поведінковий підхід у роботах З. Фрейда, Е. Берна, К.О. Альбуханової-Славської, Т.К. Чмут, Г.Л. Чайки орієнтований на визначення ділового спілкування виключно через призму поведінки особистості, специфіки її підсвідомості. Автор вважає, що саме врахування психофізіологічних особливостей розвитку дає можливість визначити специфіку національного стереотипу поведінки представників різних країн.

Визначення функціональної та субстанціональної сторін ділового спілкування як явища і як процесу має здійснюватися лише у контексті дослідження його як елементу системи міжнародних економічних відносин.

Міжнародні економічні відносини як система і як різновид економічних відносин передбачають наявність певного роду зв'язків між її елементами (суб'єктами господарювання). Специфіка полягає у трансграничному характері та у змісті цих відносин. Операційне (практичне) використання категорії «міжнародні економічні відносини» вимагає визначення її через понятійний ряд, до якого вона належить, побудований за принципами від конкретного, індивідуального, низького до загального, абстрактного, вищого. Для поняття «міжнародні економічні відносини» таким понятійним рядом, на думку автора, є «контакти – взаємодія – зв'язки – відносини». При цьому функціональна і субстанціональна сторони наведених категорій понятійного ряду визначаються горизонтом часу, масштабами процесів (кількістю суб'єктів цих явищ) та їх наслідками і результатами.

Якщо контакт у сфері міжнародного бізнесу є обмеженим у часі та у масштабах як самих учасників, так і можливих їхніх цілей, то взаємодія допускає у принципі зростання всіх наведених параметрів контакту як мінімум на порядок. Взаємодія не обов'язково має стабільний, регулярний характер і навіть, як і контакт, може бути випадковим процесом. Зв'язки, на відміну від взаємодії, встановлюються на основі стабільної, постійної або як мінімум регулярної тимчасової взаємодії, а отже, загалом не можуть бути випадковими і суттєво піднімають вище параметри учасників і самих зв'язків. Відносини виникають на ґрунті тривалих, сталих і значущих зв'язків між суб'єктами, а тому ніколи не є випадковими (хоча конкретні взаємодії у межах

відносин значною мірою мають випадковий характер). Відносини мають ґрунтуватися на досягненні найбільш високих масштабів учасників, значущості завдань, які вирішуються, і результатів, що отримуються.

Контакти і взаємодії здійснюються тільки у реальному вимірі (масштабі) часу, тоді як зв'язки і відносини мають місце лише у соціально-економічному та історичному масштабах часу.

Кожна із категорій понятійного ряду «контакти – взаємодія – зв'язки – відносини» припускає існування певних суб'єктів цих явищ і процесів і виражає специфічний вид взаємодії або зв'язків між суб'єктами, структуру і техніку процесу цих зв'язків, а також наслідки і результати, які досягаються у процесі цього виду зв'язків.

У реальному вимірі часу трансграничні економічні процеси всіх видів приймають форму міжнародної економічної діяльності, яка охоплює всі сфери світогосподарського життя і втілює всі (від контактів до відносин) види взаємозв'язків у межах їхнього понятійного ряду.

У науковій статті С.В. Бестужевої, О.В. Дорохова та В.О. Бестужева на основі узагальнення аналізу наукової літератури з проблеми ділового спілкування визначено такі його особливості, як:

- наявність певного офіційного статусу об'єктів;
- спрямованість на встановлення взаємовигідних контактів та підтримку зв'язків між представниками взаємозацікавлених суб'єктів господарювання;
- відповідність певним загальноновизнаним і загальноприйнятими правилам;
- передбачуваність ділових контактів, які попередньо плануються, визначається їх мета, зміст і можливі наслідки;
- конструктивність характеру відносин, їх спрямування на розв'язання конкретних завдань, досягнення певної мети, як правило, не виходячи за межі певного кола;
- взаємоузгодженість рішень, домовленість та подальша організація взаємодії партнерів;
- значущість кожного партнера як особистості;
- безпосередня діяльність, якою зайняті люди, а не проблеми, що бентежать їхній внутрішній світ [6].

Висновки з цього дослідження. Таким чином, проведене дослідження дає можливість надати авторське визначення ділового спілкування як процесу встановлення взаємовигідних відносин між господарюючими суб'єктами для реалізації цілей їхнього економічного розвитку. У сфері міжнародного бізнесу ділове спілкування характеризується трансграничним характером взаємодії суб'єктів різних країн, що зумовлює необхідність поглибленого вивчення форм, методів та рівнів ділового спілкування.

Список використаних джерел:

1. Альбуханова-Славская К.А. Социальное мышление личности. Москва : Наука, 2006. 346 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология : учебник для высших учебных заведений. Москва : Аспект Пресс, 2004. 365 с.
3. Бороздіна Г.В. Психология делового общения : учебник. Москва : ИНФРА-М, 2015. 295 с.
4. Гах Й.М. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ : Центр навч. літератури, 2005. 160 с.
5. Гриценко Т.Б. Етика ділового спілкування : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 344 с.
6. Дорохов О.В., Бестужева С.В., Бестужев В.О. Теоретичні аспекти розвитку ділового спілкування у сфері міжнародного бізнесу // *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 35. Ч. 1. С. 10–14.
7. Засекіна Л.В., Засекін С.В. Психолінгвістична діагностика. Луцьк : РРВ «Вежа» Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2008. 188 с.

8. Кузнецов И.Н. Деловое общение: учебное пособие. Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2013. 528 с.
9. Палеха Ю.І. Етика ділових відносин : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2008. 356 с.
10. Творогова Н.Д. Общение: диагностика и управление. Москва : Смысл, 2002. 246 с.
11. Чмут Т.К., Чайка Г.Л. Етика ділового спілкування. Київ : Вікар, 2003. 223 с.

References:

1. Aljbukhanova-Slavskaja K.A. (2006) *Socyalnoe myshlenye lichnosti* [Social thinking individual]. M.: Nauka, 346 p. (in Russian)
2. Andreeva Gh.M. (2004) *Socyalnaja psichologhyja: Uchebnyk dlja vysshykh uchebnykh zavedenij* [Social psychology: Textbook for higher educational institutions]. M.: Aspekt Press, 365 p. (in Russian)
3. Borozdyna Gh.V. (2015) *Psichologhyja delovogho obshhenija: uchebnyk* [Psychology of business communication: tutorial]. M.: YNFRA-M, 295 p. (in Russian)
4. Ghakh J.M. (2005) *Etyka dilovogho spilkuvannja: navch. posibnyk*. [Ethics in business communication. Tutorial]. K.: Centr navch. literatury, 160 p. (in Ukrainian)
5. Ghrycenko T.B. (2007) *Etyka dilovogho spilkuvannja. Navchalnyj posibnyk*. [Ethics in business communication. Tutorial]. K.: Centr uchbovoho literatury, 344 p. (in Ukrainian)
6. Dorokhov O.V., Bestuzheva S.V., Bestuzhev V.O. (2019) *Teoretychni aspekty rozvytku dilovogho spilkuvannja u sferi mizhnarodnogho biznesu* [Theoretical aspects of development of business communication in international business] // *Prychornomorsjki ekonomichni studiji*, no 35/1, pp. 10–14.
7. Zaszekina L.V., Zaszekin S.V. (2008). *Psicholingvistychna diaghnostyka* [Psycholinguistic diagnostics]. Lucjk: RRV «Vezha» Volyn. nac. un-tu im. Lesi Ukrajinky, 188 p. (in Ukrainian)
8. Kuznecov Y.N. (2013) *Delovoe obshhenije: uchebnoe posobyje* [Business communication: study guide]. M.: Yzdateljsko-torghovaja korporacija «Dashkov y K», 528 p. (in Russian)
9. Palekha Ju.I. (2008). *Etyka dilovykh vidnosyn: navch. posibnyk* [Ethics of business relations]. K.: Kondor, 356 p. (in Ukrainian)
10. Tvoroghova N.D. (2002) *Obshhenije: dyaghnostyka y upravlenije* [Communication: diagnosis and management]. M.: Smysl, 246 p. (in Russian)
11. Chmut T.K., Chajka Gh.L. (2003) *Etyka dilovogho spilkuvannja* [Ethics in business communication]. K.: Vikar, 223 p. (in Ukrainian)