

П. О. Скок,
к. держ. упр., доцент, Учений секретар науково-дослідного інституту
соціально-економічного розвитку міста, м. Київ
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9136-1172>
А. Д. Андрющенко,
аспірантка, Київський національний економічний університет м. Київ
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4174-2740>

DOI: 10.32702/2306-6814.2026.9.542

ВПЛИВ КОМУНІКАТИВНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК ЕКОСИСТЕМИ ВЗАЄМОДІЇ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ ТА КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО БІЗНЕСУ

P. Skok,
PhD in Public Administration Associate Professor, Honored Worker Education and Science of Ukraine,
Scientific Secretary of the Research Institute of Socio-Economic Development of the City, Kyiv
A. Andriushchenko,
Postgraduate student of the Department of Business Economics and Entrepreneurship,
Vadym Hetman Kyiv National Economic University, Kyiv

THE INFLUENCE OF COMMUNICATIVE FACTORS ON THE DEVELOPMENT OF THE ECOSYSTEM OF INTERACTION BETWEEN PUBLIC AUTHORITY AND CUSTOMER-ORIENTED BUSINESS

Зазначено, що зміна парадигми перспектив партнерства задля розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу — від впливу до взаємодії, взаєморозуміння, а тим більше діалогу — стає соціально затребуваною з причин, які запропоновано кваліфікувати є як актуальний виклик часу. Цей виклик, заявляє вона, полягає у гострій необхідності переходу від конфліктної ідеології, що в неявній формі пронизує більшість теорій взаємодії публічної влади та бізнесу (і тим сприяє людино-середовищним протистоянням). Виділимо основні мотиви підходів розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу до нових парадигмальних побудов та супутні до цього ідеї та судження, оскільки саме тут більшою мірою знаходяться відповідні точки наших власних концептуальних та прогностичних моделей комунікативного діалогу влади та бізнесу.

Визначено, що трансценденція, швидкоплинність процесів у сфері розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу, неймовірно зріс потенціал оберненої інформації змінюють, якщо формулювати суть того, що відбувається жорсткіше, не тільки масштаб "окупованого" мобільним комунікаційним зв'язком соціального простору, а й умови (мотивацію) прийняття управлінських рішень на рівні зворотний зв'язок публічної влади та бізнесу. Обороти інформації у суспільстві, досягаючи глобальних меж, призводить до неминучого зближення міри поінформованості всіх його верств. Знання реальності, можна так оцінити сьогодишню ситуацію, зрівнює і одночасно протиставляє: а) політиків, що борються за владу, та їх електорат; б) багатих та бідних; в) прихильників різних ідеологій та моделей розвитку бізнесу. Суперечності соціуму набувають зовсім інше забарвлення не через дефіцит фундаментального знання, а через надлишок знання повсякденного, що створює для багатьох нерозв'язні адаптаційні складності. По-своєму узагальнюючи ті ж мотиви, запропоновано наступні висновки: характерні для розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу та автономізації соціальної реальності з твердженням її кардинальної відмінності від інших реальностей. Коментуючи закладені тут концептуальні позиції, зазначено, що розвиток екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу пов'язується із взаєморозумінням сторін, а ефективність спілку-

вання — зі ступенем його досягнення, причому процедура вимірювання ступеня діалогічності вперше операціоналізована — має на увазі оригінальний дослідницький метод мотиваційно-цільового, або інтенціонування.

It is noted that the paradigm shift in partnership perspectives for the development of an ecosystem of interaction between public authorities and business — from influence to interaction, mutual understanding, and even more so dialogue — is becoming socially in demand for reasons that are proposed to be qualified as a pressing challenge of the time. This challenge, she states, lies in the urgent need to transition from the conflict ideology that implicitly permeates most theories of interaction between public authorities and business (and thus contributes to human-environmental confrontation). Let us highlight the main motives of approaches to the development of an ecosystem of interaction between public authorities and business to new paradigmatic constructions and the ideas and judgments accompanying this, since it is here that the starting points of our own conceptual and predictive models of communicative dialogue between authorities and business are to a greater extent located.

It has been determined that the transcendence, the transience of processes in the sphere of development of the ecosystem of interaction between public authorities and business, the incredibly increased potential of reverse information change, if to formulate the essence of what is happening more strictly, not only the scale of the social space "occupied" by mobile communication, but also the conditions (motivation) of making managerial decisions at the level of the feedback of public authorities and business. The circulation of information in society, reaching global limits, leads to an inevitable convergence of the level of awareness of all its layers. Knowledge of reality, one can assess the current situation in this way, equalizes and simultaneously contrasts: a) politicians fighting for power and their electorate; b) the rich and the poor; c) supporters of different ideologies and models of business development. The contradictions of society acquire a completely different color not because of a deficit of fundamental knowledge, but because of an excess of knowledge of everyday life, which creates insoluble adaptation difficulties for many. In its own way, generalizing the same motives, the following conclusions are proposed: characteristic of the development of the ecosystem of interaction between public authorities and business and the autonomization of social reality with the assertion of its cardinal difference from other realities. Commenting on the conceptual positions laid down here, it is noted that the development of the ecosystem of interaction between public authorities and customer-oriented business is associated with mutual understanding of the parties, and the effectiveness of communication — with the degree of its achievement, and the procedure for measuring the degree of dialogicity is operationalized for the first time — implies an original research method of motivational-target, or intention.

Ключові слова: державне регулювання, партнерство, соціальний діалог, парадигмальні побудови, моделі комунікативного діалогу, адаптаційні складності, взаєморозуміння сторін, інтенціонування

Key words: state regulation, partnership, social dialogue, paradigmatic constructions, models of communicative dialogue, adaptation difficulties, mutual understanding of the parties, intention.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Зміна парадигми перспектив партнерства задля розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу — від впливу до взаємодії, взаєморозуміння, а тим більше діалогу — стає соціально затребуваною з причин, які запропоновано кваліфікувати як актуальний виклик часу. Цей виклик, заявляє вона, полягає у гострій необхідності переходу від конфліктної ідеології, що в неявній формі пронизує більшість теорій взаємодії пуб-

лічної влади та бізнесу (і тим сприяє людино-середовищним протистоянням). Виділимо основні мотиви підходів розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу до нових парадигмальних побудов та супутні до цього ідеї та судження, оскільки саме тут більшою мірою знаходяться відправні точки наших власних концептуальних та прогностичних моделей комунікативного діалогу влади та бізнесу. Крім того, в аргументації Г.П. Кухарева і її прихильників містяться ті факти і пояснення, за допомогою яких або за асоціацією з якими стають яснішими і зрозумілішими багато з позицій, що вже розглядалися [1, с. 78].

Безперечно, інакше в контексті відповідей на нові і цілком реальні виклики часу звучать знайомі раніше застереження 60—70-х років минулого століття про неминучість майбутніх катаклізмів, пов'язаних із швидкістю соціальних і технологічних змін, що перевищує адаптаційні можливості бізнесу. Трансценденція, швидкоплинність процесів у сфері розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу, неймовірно зріс потенціал оберненої інформації змінюють, якщо формулювати суть того, що відбувається жорсткіше, не тільки масштаб "окупованого" мобільним комунікаційним зв'язком соціального простору, а й умови (мотивацію) прийняття управлінських рішень на рівні зворотний зв'язок публічної влади та бізнесу.

Оборот інформації у суспільстві, досягаючи глобальних меж, призводить до неминучого зближення міри поінформованості всіх його верств. Знання реальності, можна так оцінити сьогодишню ситуацію, зрівнює і одночасно протиставляє: а) політиків, що борються за владу, та їх електорат; б) багатих та бідних; в) прихильників різних ідеологій та моделей розвитку бізнесу [2]. Суперечності соціуму набувають зовсім інше забарвлення не через дефіцит фундаментального знання, а через надлишок знання повсякденного, що створює для багатьох нерозв'язні адаптаційні складності. По-своєму узагальнюючи ті ж мотиви, запропоновано наступні висновки: характерні для розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та бізнесу та автономізації соціальної реальності з твердженням її кардинальної відмінності від іншої дійсності.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

В останні роки у фокусі досліджень залишається питання взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу. Зокрема, розробкою цієї проблеми висвітлена у працях таких науковців, як Г. Кириченко, В. Малімон, В. Ніжегородцев, Н. Новікова, Н. Фролова та ін. Зокрема, у цьому напрямку актуалізується необхідність дослідження мереж для взаємодії органів місцевого самоврядування з громадськістю за рахунок розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу. Окремі аспекти означеної проблеми висвітлено у працях таких науковців, як: Л. Бойко, С. Васьків, І. Лопатченко та інші.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ(ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ)

Метою статті є дослідження та удосконалення розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Коментуючи закладені тут концептуальні позиції, зазначено, що розвиток екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу пов'язується із взаєморозумінням сторін, а ефективність спілкування — зі ступенем його досягнення, причому процедура вимірювання ступеня діалогічності вперше операціоналізована — має на увазі оригінальний дослідницький метод мотиваційно-цільового, або інтенціонування. Важливо розуміти, що комунікативна інтенція є рівнодією мотиву та мети (очікуваного результату) спільної

діяльності, спілкування людей у суспільстві. Саме за рівнем сприйняття комунікантом вихідної інтенції і складається уявлення про те, чи відбулося чи ні взаєморозуміння, а також судження про успішність взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу [3, с. 155].

У цьому плані зіставляються і всі три згадані моделі взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу. Якщо лінійна модель Г. Лассуєлла графічно може бути зображена як послідовний комунікативний акт з відповідною структурою (етапністю) дій: "хто і що говорить — яким каналом — кому — з яким ефектом", а модель Т. Ниокомба графічно має форму трикутника: то відправник — приймач — подає у вигляді двоскладової проекції [4, с. 44]. З одного боку — продукована інтенціональність, уречевлена в тексті, з іншого — особливості змін цієї інтенційності, а також основних логічних і експресивних вузлів вихідного тексту у свідомості людини, яка їх сприймає.

Інтенція багатогранна і включає мотивацію спілкування, безпосередні змістовні цілі повідомлення, задуми, ідеї, цілепокладання, комунікативний намір, надзавдання. При цьому в будь-якому соціально орієнтованому комунікативному акті крім мотивів і цілей, що відносяться безпосередньо до теми, що порушують проблеми, можна виділити рівень потенційних особливостей спілкування комунікатора з стороною, що сприймає, — рівень комунікативних інтенцій.

З приводу вимірювання рівня діалогічності та взагалі оцінки її глибини завжди існували різні точки зору, у тому числі й скептичні. Припустимо, комунікація будь-якого виду настільки властива людині як людині в основі своєї істоти, що вона завжди залишається можливою, і ніколи не можна знати, якої глибини вона досягне. Втім, сама "різниця глибини" і їм та іншими дослідниками не заперечується. Наприклад, повноцінний діалог "глибинним" спілкуванням, а невміння його вести розглядає як "крайню ущербність, що межує з майже повною відсутністю глибинного спілкування" [5].

Ступінь діалогічності, рівень комунікативних інтенцій, проте, можна розпізнати за наявності як методу інтенціонального аналізу процесів спілкування, так і знання типології інтенцій, що спостерігаються в засобах масової комунікації. Деякий досвід у цій галузі себе вже окреслив, і йде тепер, умовно кажучи, період його первинного осмислення та перевірки.

У більшості робіт, дається типологія соціальних функцій засобів взаємодії публічної влади та бізнесу, тобто реального результату (наслідку) їх функціонування, проте інтенціональний рівень виявляється поза зоною аналізу. Тим часом характерно, що серед функцій дослідники найчастіше називають: інформування, розвагу, забезпечення культурного дозвілля, соціальне управління, створення громадської думки. Останні два пункти (і особливо передостанній) свідчать, що істотно для нашої теми, про остаточне усвідомлення посилюваної управлінської ролі вербально-візуальних масових комунікацій для різних аудиторій-реципієнтів. З іншого боку, слід з усією серйозністю поставитися до висновку аналітиків, які стверджують, що рівень інтенцій (результат, якого комунікатор прагне) і рівень функцій (те, що вийшло при спілкуванні) далеко не завжди однозначні, навіть більше того — нерідко результат може бути прямо протилежним бажаному. Тому, щоб правильно орієнтуватися у

комунікативних процесах, потрібні: по-перше, знання типових комунікативних інтенцій та, по-друге, знання особливостей сприйняття та реагування різних груп аудиторії під час зустрічі з цими інтенціями.

Приклад типології комунікативних інтенцій розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу, стосується засобів масової комунікації, і характеризує кожен із представлених видів:

- інтенція повідомляти, розповсюджувати знання про дійсність, інформувати;
- інтенція висвітлювати, поширювати культуру, ідеї добра, загальнозначущі цінності;
- інтенція впливати, впливати на громадську думку, на поведінку та емоції людей;
- різні супутні інтенції, пов'язані з інтенцією впливу, що "вуалюють" її: "все навколо погано", уявна нейтральність тощо;
- інтенція надавати допомогу, підтримку у вирішенні складних життєвих ситуацій людей;
- інтенція розважати;
- інтенція залучення аудиторії, конкуренції з іншим бізнесом, каналами,;
- "непроявлена" інтенція, у тому числі прагнення до нейтральності як до сучасного, модного, "стильного" типу спілкування.

Зрештою і незалежно від кількості інтенцій, з якими стикаються суб'єкти спілкування, комунікація постає соціальним механізмом інтеграції та розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу та де-факто незмінно здійснюється в режимі діалогу. Наголошуючи, що стосовно забезпечення соціальних зв'язків і контактів йдеться про взаємну (суб'єкт-суб'єктну) орієнтацію партнерів, які прагнуть увійти в ситуацію один одного, надаючи, монособ'єктний характер цього процесу. Результат подібної ідентифікації — адекватна інтерпретація комунікативної інтенції партнерства зі спілкування. Її значення первинне стосовно згоди-незгоди з партнером, оскільки згоду чи незгоду обов'язково предметні і співвідносяться з тим, що було зрозуміло. Власне, саме з того, чи відбувся ефект адекватного розуміння, можна судити про якість самої комунікації, про ступінь (глибину) її діалогічності та можливість на цій основі шукати згоду.

ВИСНОВКИ

У такій самі технології знаходять собі місце управлінський консенсус, регіональне партнерство, структури публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу. У ході соціальної комунікації, справедливо зазначала вона, у простір-час мікрівсесвітів (еко- та урбосистем, різного роду спільнот та організацій) втягується безліч потенційних учасників — носіїв різних субкультур та типів свідомості. Однак у кожному окремому випадку входження в комунікацію здійснюють не якісь знеособлені спільноти чи організації, а люди. Їхнє текстове спілкування індивідуальне і може істотно впливати в діалозі сторін на його розвиток і результат.

Дуже важливими в контексті діалогічної моделі розвитку екосистеми взаємодії публічної влади та клієнтоорієнтованого бізнесу видаються ще певні резонуючі моменти. У комунікативному діалозі публічна влада та клієнтоорієнтований бізнес звикають до колективних форм громадянської співучасті. Наголошуючи на тому, що

діалог сприяє формуванню та підтримці групових (асоціативних) структур — без нього вони легко піддаються руйнуванню. Але він не менш корисний і в об'єднанні таких структур під егідою громадянського суспільства, у відпрацюванні партнерських зв'язків на рівні місцевого самоврядування та державних територіальних органів влади. Тобто діалогічність спілкування у всіх своїх проявах може однаково впливати і на події в системі людино-середовищних метаболізмів, і на управлінські механізми повсякденного життя в мікрівсесвіті місцевого рівня.

Література:

1. Кухарева Г.П. Належне урядування як шлях до становлення дієвої системи публічного управління в Україні. Теорія та практика державного управління. Харків, 2015. № 3. С. 76—83.
2. Bughin J., Chui M., Manyka J. Clouds, big-data, and smart assets: Ten tech enabled business trends to watch. McKinsey Quarterly. August, 2010. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/clouds-big-data-and-smart-assets-ten-tech-enabled-business-trends-to-watch>. (дата 12.10.2025). звернення:
3. Eriksson K., Vogt H. On self-service democracy: configurations of individualizing governance and self-directed citizenship. European Journal of Social Theory. 2013. Vol. 16, No. 2. P. 153—173.
4. Rigby D. K., Sutherland J., Takeuchi H. Embracing agile. Harvard Business Review. 2016. Vol. 94, No. 5. P. 40—50.
5. HM Government. Horizon Scanning Program. Emerging Technologies: Big Data. 2014. The official site of the British government. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7da0c840f0b630d051c782/Horizon_Scanning_-_Emerging_Technologies_-_Big_Data_report_1.pdf. (дата звернення: 12.10.2025).

References:

1. Kukhareva, H.P. (2015). "Good governance as a way to create an effective system of public administration in Ukraine", *Teoriya ta praktyka derzhavnoho upravlinnya*, vol. 1. pp. 76—83.
2. Bughin, J., Chui, M. and Manyka, J. (2010), "Clouds, big-data, and smart assets: Ten tech-enabled business trends to watch", *McKinsey Quarterly*, [Online], available at: <https://www.mckinsey.com/industries/high-tech/our-insights/clouds-big-data-and-smart-assets-ten-tech-enabled-business-trends-to-watch> (Accessed 12 October 2025).
3. Eriksson, K. and Vogt, H. (2013) "On self-service democracy: configurations of individualizing governance and self-directed citizenship", *European Journal of Social Theory*, vol. 16, no. 2, pp. 153—173.
4. Rigby, D., Sutherland, J. and Takeuchi, H. (2016), "Embracing agile", *Harvard Business Review*, vol. 94, no. 5, pp. 40—50.
5. The official site of the British government (2014), "HM Government. Horizon Scanning Program. Emerging Technologies: Big Data", available at: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a7da0c840f0b630d051c782/Horizon_Scanning_-_Emerging_Technologies_-_Big_Data_report_1.pdf (Accessed 12 October 2025).

Отримано редакцією журналу / Received: 15.04.26

Процеженовано / Revised: 27. 04.26

Дата публікації / Published: 12.05.26