

СОЦІАЛЬНА ЕКОНОМІКА, ПОЛІТИКА ТА ДЕМОГРАФІЯ

УДК 334.021+316.77

JEL Classification: L63

ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНИХ КОМУНІКАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ВЗАЄМОДІЇ СУБ'ЄКТІВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ЦИФРОВИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ: МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

© 2019 ПАНЬКОВА О. В., КАСПЕРОВИЧ О. Ю.

УДК 334.021+316.77

JEL Classification: L63

Панькова О. В., Касперович О. Ю.

Формування ефективних комунікаційних стратегій взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку в умовах цифрових трансформацій: методологічний аспект

Мета статті полягає в обґрунтуванні методологічних засад розробки та реалізації ефективних комунікаційних стратегій взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку з урахуванням впливу цифрових трансформацій. У зазначеному контексті розглянуто специфічні риси сучасного українського суспільства та вплив цифрових трансформацій на процеси взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку, у тому числі негативний вплив на процеси комунікації у суспільстві, що суттєво обмежує можливості реалізації соціального діалогу в суспільстві, а отже, потребують реагування з боку влади, суспільства, бізнесу та наукової спільноти. Визначено, що потребують удосконалення методологічні засади формування комунікаційних стратегій взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку. В результаті дослідження було обґрунтовано основні напрями удосконалення наявних методологічних підходів щодо розвитку систем комунікацій суб'єктів соціально-економічного розвитку, зокрема, необхідний перехід до платформи соціально-відповідального партнерства як соціально-інноваційної системи організації взаємодії соціальних суб'єктів, що поєднує принципи та механізми реалізації соціального діалогу із принципами та механізмами забезпечення соціальної відповідальності. Проаналізовано структурні складові інформаційно-комунікативного середовища, при цьому окрему увагу приділено соціальним чинникам комунікації, зокрема – питанням довіри, поінформованості та вмотивованості до взаємодії. Визначено основні методологічні засади, яким повинні відповідати процеси розробки та реалізації сучасної комунікаційної стратегії в умовах цифрових трансформацій.

Ключові слова: комунікаційна стратегія, суб'єкти соціально-економічного розвитку, соціально-відповідальне партнерство, соціальні чинники комунікації, цифрові трансформації.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-4-200-208>

Бібл.: 11.

Панькова Оксана Владимировна – кандидат соціологічних наук, доцент, провідний науковий співробітник, відділ економічних проблем соціальної політики, Інститут економіки промисловості НАН України (вул. Марії Капніст, 2, Київ, 03057, Україна)

E-mail: pankovaiep@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7846-1750>

Касперович Олександр Юрійович – головний економіст, Інститут економіки промисловості НАН України (вул. Марії Капніст, 2, Київ, 03057, Україна)

E-mail: a_kasp@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1169-9681>

УДК 334.021+316.77
JEL Classification: L63

UDC 334.021+316.77
JEL Classification: L63

Панькова О. В., Касперович А. Ю. Формирование эффективных коммуникационных стратегий взаимодействия субъектов социально-экономического развития в условиях цифровых трансформаций: методологический аспект

Цель статьи состоит в обосновании методологических основ разработки и реализации эффективных коммуникационных стратегий взаимодействия субъектов социально-экономического развития с учетом влияния цифровых трансформаций. В указанном контексте рассмотрены специфические черты современного украинского общества и влияние цифровых трансформаций на процессы взаимодействия субъектов социально-экономического развития, в том числе негативное влияние на процессы коммуникации в обществе, что существенно ограничивает возможности реализации социального диалога в обществе и, соответственно, требует реагирования со стороны власти, общества, бизнеса и научного сообщества.

Pankova O. V., Kasperovich O. Yu. The Formation of Effective Communication Strategies for Interaction of Agents of Socio-Economic Development in the Context of Digital Transformations: Methodological Aspect

The aim of the article is to justify the methodological bases for the elaboration and implementation of effective communication strategies for interaction of agents of socio-economic development, taking into account the impact of digital transformations. In this context, the authors consider the specific features of modern Ukrainian society and the impact of digital transformations on the interaction of agents of socio-economic development, including the negative impact on the processes of communication in society, which significantly limits the possibility of social dialogue in society and, accordingly, requires response from authorities, public, business and the scientific community. It is determined that there is a need to improve the methodological bases of the formation of communication strategies for interaction of agents of socio-

Определено, что необходимо совершенствование методологических основ формирования коммуникационных стратегий взаимодействия субъектов социально-экономического развития. В исследовании обоснованы основные направления совершенствования существующих методологических подходов к развитию систем коммуникаций субъектов социально-экономического развития, в частности, необходим переход к платформе социально-ответственного партнерства как социально-инновационной системе организации взаимодействия социальных субъектов, сочетающей принципы и механизмы реализации социального диалога с принципами и механизмами обеспечения социальной ответственности. Проанализированы структурные составляющие информационно-коммуникативной среды, при этом особое внимание уделено социальным факторам коммуникации, в частности – вопросам доверия, информированности и мотивации к взаимодействию. Определены ключевые методологические основы, которым должны соответствовать процессы разработки и реализации современной коммуникационной стратегии в условиях цифровых трансформаций.

Ключевые слова: коммуникационная стратегия, субъекты социально-экономического развития, социально-ответственное партнерство, социальные факторы коммуникации, цифровые трансформации.

Библ.: 11.

Панькова Оксана Владимировна – кандидат социологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, отдел экономических проблем социальной политики, Институт экономики промышленности НАН Украины (ул. Марии Капнист, 2, Киев, 03057, Украина)

E-mail: pankovaiep@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7846-1750>

Касперович Александр Юрьевич – главный экономист, Институт экономики промышленности НАН Украины (ул. Марии Капнист, 2, Киев, 03057, Украина)

E-mail: a_kasp@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1169-9681>

Постановка проблеми. Глобалізація економіки, інтернаціоналізація господарської діяльності в умовах нової економіки (інформаційної, креативної, цифрової) ініціюють кількісне зростання та якісну різноманітність комунікацій між представниками різних країн і народів, різних культур. Ці процеси актуалізують запит на проведення наукових досліджень для пошуку оптимальних моделей комунікативних стратегій в новітній системі економічних відносин, що продукуються процесами інформатизації світового господарства, високою швидкістю комунікаційних процесів, що забезпечуються наукомісткими й високотехнологічними засобами (мікропроцесорними технологіями й мережею Інтернет), цифровізацією економіки та суспільства, переходом до Індустрії 4.0. Ефективні механізми взаємодії соціальних суб'єктів міжнародного та національного рівнів впливають на забезпечення умов сталого збалансованого розвитку, на стан глобальної та локальної безпеки, на перспективи забезпечення конкурентоспроможності національних економік тощо.

Цифрові трансформації вже призвели до фундаментальних якісних і кількісних змін у засобах, каналах, формах та інтенсивності соціальної комунікації та фактично сформулювали принципово нове інформаційно-комунікаційне середовище взаємодії ключових суб'єктів соціально-економічного розвитку (влади, суспільства, бізнесу). Не буде перебільшенням твердження, що нова

economic development. The study substantiates the main areas for improving the existing methodological approaches to the elaboration of communication systems of agents of socio-economic development, in particular, transition to the platform of socially responsible partnership as a socio-innovative system for organizing interaction of social actors combining the principles and mechanisms of social dialogue with those for ensuring social responsibility. The structural components of the information and communication environment are analyzed, with special emphasis made on social factors of communication, in particular – issues of trust, informedness and motivation for interaction. The key methodological bases for the development and implementation of a modern communication strategy in the context of digital transformations are identified.

Keywords: communication strategy, agents of socio-economic development, socially responsible partnership, social factors of communication, digital transformations.

Bibl.: 11.

Pankova Oksana V. – Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Leading Researcher, Department for Economic Problems of Social Policy, Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine (2 Marii Kapnist Str., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: pankovaiep@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-7846-1750>

Kasperovich Oleksandr Yu. – Chief Economist, Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine (2 Marii Kapnist Str., Kyiv, 03057, Ukraine)

E-mail: a_kasp@ukr.net

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1169-9681>

(цифрова, мережева) економіка – це і нові можливості для людини, і нові виклики та загрози у різноманітних сферах її життєдіяльності.

Україна включена в цей загальносвітовий тренд, тому пропорційно темпам і масштабам змін зростає інтерес до цих явищ, як з боку органів державного управління, державних установ, так і з боку великого бізнесу, суспільства, наукової спільноти. Так, А. М. Колот виокремлює нові завдання, які постають перед економічною наукою у процесі пошуку відповідей на новітні виклики сучасності [3, с. 6–7]:

- якими є достеменні причини асиметрій у царині економічного та соціально-трудоного розвитку та якою має бути «дорожня карта» їх подолання;
- якою є природа небажаних трендів, що сформувалися у соціально-трудої сфері в умовах розбудови нової (цифрової, мережевої) економіки, та якими можуть бути інструменти та механізми їх подолання;
- якими мають бути за змістом і формою реалізації соціальні технології, здатні «працювати» на зниження соціальної нерівності та забезпечення соціальної справедливості;
- як забезпечити людину праці від порушення її трудових прав та які інструменти слід для цього задіяти;

- як посилити здатність людини праці відповідати вимогам нової (цифрової, мережевої) економіки та як задіяти нові механізми адаптації до змін.

Очевидно, що завдання щодо модернізації базових соціальних інститутів українського суспільства не може бути вирішене без налагодження ефективної комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку, в першу чергу – між владою та суспільством. Але на сьогодні в Україні існують щонайменше чотири важливі обставини, які суттєво ускладнюють комунікацію суб'єктів його соціально-економічного розвитку, а саме:

1. Обмежена ресурсна база реалізації реформ – інституціональна, фінансова, кадрова, інформаційно-комунікативна та ін., яка необхідна для фундаментальної модернізації всієї системи базових соціальних інститутів українського суспільства в дуже стислі з історичної точки зору терміни. Це означає, що налагодження комунікацій між соціальними суб'єктами відбувається в нестабільному, перехідному соціально-економічному, політичному та інституціональному середовищі.
2. Глибока криза довіри до державних інститутів¹, низький рівень інформаційно-комунікативної культури суб'єктів суспільної взаємодії, що перешкоджає налагодженню ефективних комунікацій між суб'єктами соціально-економічного розвитку.
3. Вплив цифрових трансформацій на соціально-економічне та політичне життя суспільства. У певному сенсі динамічність і фундаментальність цих процесів дестабілюють комунікації соціальних суб'єктів та ускладнюють формування сталих механізмів соціальної взаємодії.
4. Недостатня розробленість теоретичних і методологічних засад розробки та реалізації ефективних комунікацій суб'єктів соціально-економічного розвитку, здатних належним чином враховувати та відображати специфіку сучасного українського суспільства в контексті загальносвітових трендів цифрових трансформацій.

Вплив цих обставин призводить до того, що механічне запозичення моделей побудови соціальних комунікацій

розвинених країн світу далеко не завжди може призвести до позитивних ефектів в Україні, адже одним із основних обмежуючих чинників виступає соціальний контекст реалізації відповідних систем комунікацій, а саме – специфіка взаємодії суб'єктів соціального розвитку українського суспільства (яка за рядом фундаментальних параметрів суттєво відрізняється від взаємодії суб'єктів в розвинених західних країнах).

Мета статті полягає в обґрунтуванні методологічних засад розробки та реалізації ефективних комунікаційних стратегій взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку з урахуванням впливу цифрових трансформацій.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Ефективні комунікації суб'єктів суспільного, соціально-економічного розвитку забезпечують цілісність суспільної тканини в усьому її різноманітті, регулюють і стабілізують систему суспільних відносин в умовах невизначеностей та нестабільності, глобальних і локальних ризиків та небезпек. Дослідженню комунікативних процесів у економічній діяльності, проблем організації, функціонування та підвищення ефективності конструктивної взаємодії присвячено праці зарубіжних і вітчизняних авторів. Серед зарубіжних – це Альошина І., Багієв Г., Баскін О., Бейнз П., Бернейз Е., Бернет Дж., Блек С., Борисов Б., Гендрікс Дж., Горенбургов М., Груніг Дж., Гюммессон Е., Деген У., Доті Д., Катліп С., Кейтель Ф., Лейхіфф Дж., Майерс Д., Ньюсом Д., Орлова Т., Потапова О., Роджерс Е., Росситер Дж., Синяєва І., Співак В., Тікер А., Харлоу Р., Черенков В., Чумиков А. та ін. Суттєвий вклад у розвиток теорії комунікації, зокрема, зробили українські вчені Бебик В., Голубкова О., Діброва А., Дутчин Д., Журавель Г., Королько В., Лук'янець Т., Мазуренко В., Моїсєєв В., Орленко П., Почепцов Г., Примак Т., Ромат Є., Шкуренко В. та ін. До того ж серед вітчизняних дослідників проблемами стратегічного аспекту комунікацій займаються О. Дегтяр, В. Дрешпак, Н. Драгомирецька, Д. Дубов, О. Кушнір, Н. Ларіна, В. Пальчук, Г. Почепцов, І. Чаплай та багато інших. Результати проведених досліджень дозволяють сформувати цілісне уявлення про стратегічні комунікації у суспільстві в різних сферах його життєдіяльності [1].

Водночас аналіз наявних розробок у сфері налагодження ефективної системи комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку українського суспільства дозволяє зробити висновок, що багатьом з наявних досліджень притаманний значний ступінь абстрагування від реальних політичних і соціально-економічних процесів у суспільстві, від їх змісту, спрямованості та динаміки. У значній кількості випадків результатом таких досліджень є формально-логічне моделювання комунікаційних механізмів і розробка відповідних формальних комунікаційних моделей, стратегій та програм. І, будучи фактично бездоганними з формально-логічної точки зору, такі дослідження та розробки залишають відкритим питання переходу від декларацій, від розуміння, якою повинна бути комунікація соціальних суб'єктів, до практичної діяльності та конкретних заходів, здатних зробити ці моделі дієвими та ефективними в умовах сучасного українського суспільства.

¹ Згідно з даними дослідження, проведеного соціологічною службою Центру Разумкова з 1 по 7 листопада 2019 року, недовіра найчастіше висловлюється судовій системі загалом (73 %), державному апарату (чиновникам) (68,5 %), місцевим судам (68 %), політичним партіям (66 %), комерційним банкам (66 %), Прокуратурі (63 %), Верховному Суду (62 %), Конституційному Суду України (58 %), Антикорупційному суду (57 %), Спеціалізованій антикорупційній прокуратурі (56 %), Національному антикорупційному бюро України (НАБУ) (56 %), Національному агентству з питань запобігання корупції (НАЗК) (56 %), Національному банку України (52 %) – тобто багатьом з ключових державних інститутів. Дещо краще виглядає ситуація із довірою Президенту та Верховній Раді – їм довіряють відповідно 68,2 % та 43,7 % респондентів [9]. Але якщо порівняти ці дані із результатами аналогічного опитування, проведеного з 6 по 11 вересня 2019 р. (тобто лише на два місяці раніше), то рівень довіри до Президента та Верховної Ради дорівнював відповідно 79,4 % та 56,7 % [10]. Тобто навіть ці, нещодавно «перезавантажені» державні інститути, втрачають довіру з дуже великою швидкістю.

Виклад основного матеріалу. Серед важливих факторів, що негативно впливають на розвиток комунікацій суб'єктів соціально-економічного розвитку (влади, громадськості, бізнесу) у сучасному українському суспільстві, відзначаються такі [11, с. 180]:

- відсутність цілісної системи комунікаційного менеджменту в органах державної влади;
- невідповідність чинного законодавства та значної кількості державних процедур сучасним вимогам щодо організації взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку суспільства;
- нерозвиненість стратегічних комунікацій в системі взаємодії суб'єктів;
- фактична відсутність прогнозування та стратегічного планування, що ґрунтовані на запиті від громадськості, що, зокрема, є наслідком нерозвиненості систем зворотного зв'язку із суспільством;
- відсутня або не налагоджена внутрішня комунікація та співпраця між різними органами державної влади (деякі державні структури не йдуть на комунікацію та співпрацю із іншими структурами, займаючись вирішенням власних завдань поза загальним контекстом розвитку українського суспільства);
- окремі державні структури націлені на донесення своїх власних повідомлень, які інколи не корелюють із загальнодержавною політикою та інтересами суспільства в цілому.

Тому не буде перебільшенням вважати, що на цей час в Україні не існує цілісної та послідовної системи комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку, а її стратегічний аспект, який би відповідав вимогам часу та особливостям сучасного українського суспільства – фактично відсутній. Це суттєво знижує можливості ефективної взаємодії соціальних суб'єктів (влади, суспільства, бізнесу) щодо вирішення питань розвитку українського суспільства. Наявна в Україні система соціальних комунікацій не відповідає вимогам часу та не дозволяє ефективно задіяти наявні ресурси розвитку суспільства (в першу чергу – соціальний потенціал розвитку).

Одним із перших і необхідних кроків щодо вирішення зазначеної проблеми має стати, на думку авторів, оновлення існуючих методологічних підходів щодо розвитку систем комунікацій соціальних суб'єктів, реалізація яких дозволить:

- а) забезпечити системність і стратегічність комунікацій у суспільстві;
- б) врахувати специфічні риси сучасного українського суспільства, що обмежують можливості прямого запозичення досвіду розвинутих країн;
- в) відповідати вимогам, враховувати вплив і залучати можливості налагодження ефективної комунікації у суспільстві, які виникають у процесі цифрових трансформацій.

Для цього необхідні перехід до більш комплексного та системного уявлення про процеси функціонування комунікацій суб'єктів соціально-економічного розвитку та включення до розгляду значно більшої кількості параметрів, що їх характеризують. Рішення повинні носити сис-

темний характер та впливати на всю сукупність чинників, що визначають комунікації у суспільстві (а не тільки на окремі складові – інфраструктуру, програмно-технічне забезпечення, розширення каналів комунікацій, створення відповідних структурних підрозділів в органах влади та ін.). Це дозволить підвищити комплексність та ефективність діяльності, спрямованої на активізацію конструктивної комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку. На думку авторів, удосконалення зазначених методологічних підходів доцільно вести за такими трьома основними напрямками:

1. Розробка та впровадження оновленої комплексної соціально-інноваційної платформи взаємодії, орієнтованої на реалізацію діалогової парадигми взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку українського суспільства. Це є необхідною умовою досягнення цілісності та взаємозгодженості складових системи комунікації у суспільстві.
2. Визначення методологічного підходу, здатного забезпечити змістовну відповідність реальному соціальному контексту здійснення практичної діяльності щодо розвитку комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку, враховувати та належним чином відображати реальний стан взаємодії суб'єктів (зі всіма його проблемами, ризиками та загрозами) та соціальні чинники, що на нього впливають.
3. Зорієнтованість методології на ключові тренди, пов'язані із цифровими трансформаціями суспільно-політичного та соціально-економічного життя з урахуванням як позитивних аспектів (нові можливості розвитку), так і негативних (загрози та ризики цифровізації).

Однією з необхідних умов реалізації зазначених напрямів щодо удосконалення методології розвитку систем комунікацій соціальних суб'єктів є, на думку авторів, перехід до платформи соціально відповідального партнерства як базової рамки залучення та організації взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку. На концептуальному рівні платформу соціально відповідального партнерства пропонується розглядати як соціально-інноваційну систему організації взаємодії соціальних суб'єктів, що органічно поєднує принципи та механізми реалізації соціального діалогу, державно-приватного партнерства із принципами та механізмами забезпечення соціальної відповідальності. Така система взаємодії у більш широкому контексті здатна забезпечувати стає та збалансоване соціально-економічне зростання на локальному, регіональному, національному рівнях управління, сприяти зміцненню конкурентоспроможності національної економіки. На методологічному рівні реалізація платформи соціально відповідального партнерства в царині розбудови системи ефективних соціальних комунікацій у суспільстві сприятиме:

- інтеграції в рамках цілісної системи реалізації соціального діалогу базових принципів і механізмів інших провідних концепцій – соціальної відповідальності та державно-приватного партнерства, які спрямовані на забезпечення сталого збалансованого розвитку на підґрунті конструктивної

та взаємовигідної взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку;

- гармонійному поєднанню світового досвіду реалізації соціального діалогу із особливостями сучасного українського суспільства (соціальними, культурними, економічними, внутрішньо- та зовнішньополітичними та ін.), врахуванню цих особливостей у відповідній моделі розвитку розширеної моделі соціального діалогу в Україні;
- ефективному використанню потенціалу сучасних інформаційно-комунікаційних технологій та ресурсів цифрового світу для налагодження ефективної комунікації суб'єктів соціально-економічного розвитку та пов'язаних з ними можливостей формування та реалізації комплексної цифрової платформи соціально відповідального партнерства в Україні.

Удосконалення методології формування ефективних комунікаційних стратегій у суспільстві також потребує забезпечення змістовного зв'язку із реальним соціальним контекстом здійснення практичної діяльності щодо розвитку комунікації соціально-економічних суб'єктів. Необхідною умовою вирішення цього завдання є більш широке та багатоаспектне розуміння процесів комунікації у суспільстві та чинників, що на них впливають. У цьому зв'язку як базове поняття, з яким доцільно працювати при розробці та впровадженні комплексних комунікаційних стратегій налагодження ефективної взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку (на національному, регіональному, галузевому, місцевому та ін. рівнях), пропонується використовувати поняття «інформаційно-комунікативне середовище взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку»².

З точки зору забезпечення умов для ефективних комунікацій суб'єктів соціально-економічного розвитку важливими структурними складовими інформаційно-комунікативного середовища є, зокрема, такі:

- *інфраструктурна та програмно-технічна складова* – характеризується наявністю, достатністю та доступністю інфраструктури та програмно-технічних засобів, інформаційно-телекомунікаційних технологій, необхідних для налагодження комунікацій між відповідними суб'єктами, при цьому інформаційно-телекомунікаційні технології перетворюються на основу системи комунікацій, а інформаційно-комунікативне середовище пере-

творюється на нову форму побудови взаємин між соціальними суб'єктами;

- *інформаційно-мережева складова* – обумовлюється принциповою значущістю системи Інтернет для організації комунікації в сучасному світі, її фундаментальним впливом на ці процеси, тому будь-яка сучасна комунікаційна стратегія має не те що враховувати, а значною мірою базуватись на використанні можливостей Інтернету у сфері організації комунікації, обміну інформацією та організації спільної діяльності суб'єктів, зокрема – активно використовувати можливості соціальних медіа та соціальних мереж та бути представленою в них;
- *нормативно-правова й організаційно-управлінська складова* – це комплекс нормативно-правових документів та практичних механізмів і процедур, що регулюють інформаційно-комунікаційну систему взаємодії суб'єктів і ступінь відповідності цих регламентуючих документів та механізмів вимогам забезпечення ефективних і конструктивних комунікацій в суспільстві;
- *соціальна складова* – характеризується параметрами, які відображають специфіку як самих соціальних суб'єктів, так і характер взаємодії між ними, їхнє відношення один до одного (рівень соціальної довіри один до одного, розвиненість вмотивованості до конструктивної взаємодії, до ефективних комунікацій, наявність необхідних навичок та ін.).

В умовах становлення новітнього інформаційно-комунікативного середовища значною мірою розвиваються неформальні інститути та відносини, що якісно змінює порядок у системі суспільних відносин і комунікації. Тому принципову значущість набуває саме соціальна складова комунікаційних стратегій. Якими б досконалими не були програмно-технічні, інформаційно-мережеві засоби, якщо між суб'єктами відсутня довіра – то ефективної комунікації досягти не вдасться за будь-яких умов. Тож, окрім технічного та програмного забезпечення, комплексна та системна комунікаційна стратегія повинна бути спрямована на формування сприятливого інформаційно-комунікаційного середовища взаємодії суб'єктів, невід'ємною складовою якого є також відповідні соціальні чинники, ключовими з яких, на нашу думку, є такі:

- 1) довіра – тобто ставлення суб'єктів соціального розвитку один до одного, готовність вести діалог в ролі рівноправних партнерів. Дослідники зазначають, що у випадку, коли довіра падає нижче критичного рівня, за якого починає домінувати недовіра, механізми суспільного управління і регулювання пробуксовують, їх здатність ухвалювати дієві управлінські рішення мінімізується [5, с. 108];
- 2) поінформованість – взаємна поінформованість суб'єктів комунікації щодо реальної ситуації, проблем кожного з суб'єктів, намірів, цілей, завдань, ресурсів та обмежень, а також наявність каналів прозорості та неупередженої інформаційно-комунікативної взаємодії. Певний рівень досто-

² Інформаційне середовище – це частина інформаційного простору (сукупність знань, що мають цінність у вигляді економічного ресурсу, який сприяє розвитку тих чи інших секторів громадського життя), яка формує найближче інформаційне оточення соціального суб'єкта чи індивіда, є сукупністю умов, що забезпечують його продуктивну діяльність. Інформаційно-комунікаційне середовище включає безліч інформаційних об'єктів і зв'язків між ними; засоби і технології збирання, накопичення, передавання (трансляції), оброблення, продукування та поширення інформації; власне знання; засоби відтворення аудіовізуальної інформації; організаційні та юридичні структури, що підтримують інформаційні процеси. У сучасних умовах інформаційно-комунікативне середовище набуває рис віртуальності, глобальності і фрагментарності, його властивості визначаються властивостями комп'ютерних інтернет-технологій, цифрових технологій, штучного інтелекту тощо [6, с. 183, 185].

вірної поінформованості суб'єктів щодо ситуації, в якій знаходиться кожний з них, є необхідною умовою досягнення змістовного консенсусу щодо їхньої конструктивної взаємодії;

- 3) вмотивованість – визначається оцінками суб'єктами реальних можливостей захисту своїх інтересів та покращення ситуації саме шляхом комунікативної взаємодії та діалогу, а не шляхом конфронтації або уникнення взаємодії (як такої, що не має сенсу, бо не призводить до потрібного результату);
- 4) наявність у взаємодіючих суб'єктів необхідних навичок комунікацій у сучасному цифровому світі – адже навіть найдосконаліша в технічному та процедурному плані система, наприклад, електронного урядування, не буде діяти, якщо її користувачі не матимуть необхідних навичок.

Дієва комунікаційна стратегія має і враховувати, і формувати відповідний загальний соціальний контекст взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку, ключові складові якого були зазначені вище. Це, в першу чергу, сфера відповідальності центральних та регіональних органів державної влади, а на рівні територіальних громад – відповідних органів місцевого самоврядування. Фахівці зазначають, що стратегічні комунікації як напрям державного управління на цьому етапі історичного розвитку доцільно розуміти як узгоджені та скоординовані центральними органами державної влади можливості інституціональної структури й інститутів громадянського суспільства, спрямовані на розуміння цільової аудиторії з метою створення, зміцнення, збереження та розвитку сприятливих умов для просування, з урахуванням національних цінностей, легітимованих національних інтересів, політики та цілей держави через використання узгоджених концепцій, стратегій, доктрин і програм, планів, тем, меседжів, смислів, наративів і продуктів, поєднаних і синхронізованих з діями, можливостями, спроможностями та потенціалом усіх елементів системи державного управління [8, с. 37].

Також необхідно враховувати, що комунікація – це не односпрямований процес, умовою ефективною комунікації є наявність дієвих зворотних зв'язків між усіма суб'єктами взаємодії, формування єдиного комунікаційного простору. Фахівці наголошують на тому, що одним з чинників ефективності державного регулювання виступає система комунікацій між органами влади та населенням, механізми зворотного зв'язку між громадянами та владою.

Важливим кроком при розробці методології формування ефективних комунікаційних стратегій взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку в умовах цифрових трансформацій є вибір концептуального підходу до формування комунікативної стратегії, який має бути дуже зваженим. Залежно від цілей взаємодії соціальних суб'єктів виділяють такі види комунікативних стратегій, а саме:

- *конвенціональна* – спрямована на досягнення згоди, пошук компромісів і заключення договорів у ситуації конфлікту, а також подальша підтримка договору / конвенції;
- *конфліктна* – заснована на протиріччях, акценту-

ації на неузгодженостях учасників комунікації для того, щоб створити, розгорнути і закріпити конфліктну взаємодію;

- *маніпулятивна* – захват інформаційного простору комунікацій для того, щоб нав'язати суб'єкту-учаснику взаємодії власну комунікативну стратегію і, відповідно, своє бачення реальності з метою досягнення власних цілей [2, с. 57].

Очевидно, що найбільш перспективним базовим типом комунікаційної стратегії суб'єктів соціально-економічного розвитку, зважаючи на зазначені на початку статті обставини, є конвенціональна комунікативна стратегія, основне завдання якої полягає у забезпеченні комунікації між різними сегментами інформаційно-комунікаційного середовища через цілу низку консенсусів, результатом чого має стати вироблення відповідної конвенції (змістовного договору у певній сфері життєдіяльності суспільства, який дозволятиме, з одного боку, втілювати в життя суто практичні завдання, з іншого боку, виробляти певну структуру комунікаційного середовища. Це дозволяє відтворювати конвенціональний комунікаційний процес на майбутнє і протистояти маніпуляційним і конфліктним комунікаціям [2, с. 57]. Саме конвенціональна комунікативна стратегія найбільшою мірою відповідає базовим засадам платформи соціально відповідального партнерства, ключові ознаки якої було визначено вище.

Необхідними елементами формування дієвої конвенціональної комунікаційної стратегії в сучасних умовах мають бути:

1. Аналіз соціального контексту інформаційно-комунікативного середовища, в якому планується реалізувати стратегію через урахування досвіду, динаміки змін і наслідків комунікативної взаємодії протягом останніх років чи десятиріч відповідно до регіональної, галузевої, демографічної, гендерної та ін. специфіки³. Необхідність такого аналізу є універсальною вимогою до процесу розробки комунікативної стратегії незалежно від сфери, в якій вона реалізується.
2. Розробка та впровадження комплексу заходів щодо формування сприятливого соціального контексту комунікації суб'єктів, тобто – підвищення взаємної довіри, поінформованості, вмотивованості до взаємодії та формування у суб'єктів необхідних навичок комунікації.

Для досягнення спільного взаємовигідного результату необхідно прагнути до збалансування соціальних інтересів суб'єктів взаємодії, на основі чого формувати та закріплювати відносини взаємної довіри, відповідальності та партнерства. За таких умов поінформованість і мотивація до конструктивної взаємодії зростатиме, що сприятиме забезпеченню сталого збалансованого розвитку в умовах нестабільності та швидких змін, що пов'язані, у тому

³ Як приклад змістовного дослідження стану соціальних чинників та їхнього впливу на комунікацію та взаємодію соціальних суб'єктів в конкретній сфері соціального життя можна привести дослідження, проведене фахівцями Інституту економіки промисловості НАН України щодо перспектив модернізації системи соціально-трудових відносин в Україні [7].

числі, з цифровими трансформаціями. Реалізація дієвої комунікаційної стратегії взаємодії суб'єктів соціально-економічного розвитку неможлива без формування сприятливого інформаційно-комунікативного середовища за усіма його структурними параметрами, без активного подолання комунікаційних протиріч, бар'єрів і перешкод (ціннісних, цільових, соціальних, культурних, інформаційно-технологічних, смислових, ситуаційних тощо), без накопичення позитивного досвіду соціальної взаємодії суб'єктів комунікації⁴. Тільки позитивний досвід взаємодії (а не будь-які декларації та наміри) формує імідж суб'єкта взаємодії, його надійність як партнера, впливає на характер довірчих відносин між суб'єктами в цілому. Накопичення позитивного досвіду ефективних комунікацій в тій чи іншій сфері взаємодії ініціюватиме створення потужного соціального капіталу, формування прогресивних тенденцій розвитку продуктивних сил, позитивних змін у системі суспільних відносин тощо.

Враховуючи різноманітність різних сфер соціально-політичного та економічного життя суспільства, можна зазначити, що якогось універсального рецепта створення дієвої комунікаційної стратегії не існує. Але незалежно від конкретних обставин розробки та реалізації сучасна комунікаційна стратегія в умовах цифрових трансформацій має відповідати таким основним методологічним засадам:

- мати відповідне змістовне наповнення та обґрунтування, аналіз походного стану взаємодії суб'єктів та стану, якого потрібно досягти (тобто визначення кола питань і завдань, задля вирішення яких розробляється та впроваджується певна стратегія);
- ставити за мету створення сприятливого інформаційно-комунікативного середовища взаємодії соціальних суб'єктів, здатного до самопідтрим-

ки та саморозвитку за рахунок активності самих суб'єктів комунікації;

- спиратись на важливий принцип побудови комунікативних механізмів стратегії – створення та тиражування позитивного досвіду взаємодії суб'єктів, всебічне сприяння накопиченню позитивного соціального капіталу взаємодії суб'єктів у тому інформаційно-комунікативному середовищі, системоутворюючою складовою якого є відповідна комунікативна стратегія. Інакше кажучи – передбачати механізми напрацювання, збереження та розвитку позитивного соціального капіталу взаємодії суб'єктів з метою створення сприятливого інформаційно-комунікативного середовища;
- спиратися на соціальні інновації у сфері організації взаємодії суб'єктів, зокрема – на реалізацію діалогової парадигми взаємодії на основі розширеної платформи соціально відповідального партнерства (як поєднання принципів і механізмів соціального діалогу, державно-приватного партнерства та соціальної відповідальності);
- передбачати дієву систему моніторингу інформаційно-комунікативного середовища реалізації стратегії, в тому числі інформації, що потрапляє до цього середовища зі сторонніх джерел – з метою запобігання маніпулятивним впливам;
- містити перелік і визначення ключових суб'єктів, що беруть участь у розробці та реалізації стратегії, а також основних цільових груп, що взаємодіють в інформаційно-комунікативному середовищі, в якому реалізується стратегія, їхнього стану, інтересів, відношення до інших суб'єктів, конструктивну взаємодію та комунікацію яких повинна забезпечити стратегія;
- містити визначення та відповідні заходи щодо забезпечення організаційної (відповідальні установи, робочі групи та ін.) та технічної (технічні засоби, програмне забезпечення та ін.) інфраструктури, необхідної для розробки та реалізації комунікаційної стратегії;
- передбачати вирішення питань, пов'язаних із нормативно-правовим, науково-методичним, організаційно-управлінським, фінансовим, кадровим та іншим забезпеченням процесу розробки та реалізації стратегії;
- включати завдання та відповідні заходи щодо створення дієвих механізмів зворотного зв'язку, здатних оперативно відображати результати, та сприйняття суб'єктами тих чи інших результатів діяльності кожного з них;
- містити механізми модифікації процесів розробки та реалізації стратегії залежно від її рівня (національний, регіональний, місцевий), адже кожний з цих рівнів має власні суттєві особливості як з точки зору основних суб'єктів та цільових груп, так і з точки зору змісту та механізмів комунікації;
- включати механізми розширення поля реалізації стратегії у ситуації залучення до процесів комунікації нових суб'єктів, появи нових каналів кому-

⁴ В цьому сенсі досить показовим прикладом є діюча «Комунікаційна стратегія Верховної Ради України на 2017–2021 р.» [4]. З одного боку, в тексті документа наводяться дані досліджень щодо сприйняття населенням Верховної Ради як корумпованої (93 %), конфліктної (90 %) інституції, що керується своїми інтересами (84 %), для якої властива демагогія (83 %) та зайва бюрократія (84 %) і яка виглядає як закритий клуб (78 %), та якій найменш притаманні такі характеристики, як чесність (12 %), ефективність (16 %), прозорість (18 %) і здатність вирішувати суспільні проблеми (21 %). Тобто причини зафіксованого на момент розробки Стратегії (2017 рік) рівня довіри населення Верховній раді (73 % – недовіра і лише 7 % – довіра) є цілком зрозумілими. Але при цьому стверджується, що саме «...неузгоджена комунікація спотворює імідж Парламенту України як державної інституції серед українських громадян та на міжнародному рівні» [4, с. 5]. Надалі, при визначенні ключових елементів стратегії (мета, цілі, бачення та ін.) [4, с. 8-10], питання, які були зазначені в дослідженні та які фактично генерують такий високий рівень недовіри до Верховної Ради, фактично не згадуються. Все зводиться до оптимізаційних заходів, спрямованих на більш масовану й узгоджену присутність в інформаційному просторі з урахуванням особливостей цільових груп та каналів комунікації. Але запит суспільства до Верховної Ради полягає не в ефективності її комунікації, а в колі зазначених вище проблем. Чи може комунікаційна стратегія, яка обходить питання, що генерують недовіру, стати дієвим інструментом реального підвищення рівня довіри та сприяти розвитку конструктивної комунікації? Навряд чи. При цьому зазначена Комунікаційна стратегія з логіко-структурної точки зору є практично зразковим документом і формально відповідає всім вимогам, окрім однієї – необхідного рівня уваги до соціального контексту своєї реалізації.

нікації та комунікативних середовищ (наприклад, подальший розвиток соціальних медіа та соціальних мереж) та ін.

- передбачати активне використання соціальних мереж і соціальних медіа з метою реалізації цілей і завдань стратегії.

Висновок. Підсумовуючи все викладене вище, доцільно зазначити, що ефективна комунікаційна стратегія може бути створена лише з урахуванням соціального контексту, стану та динаміки змін реальних соціальних процесів, в тому числі накопиченого досвіду комунікації та взаємодії між відповідними соціальними суб'єктами. Створення позитивного соціального капіталу взаємодії суб'єктів та відновлення довіри між ними є одним із найважливіших завдань, вирішенню якого повинна сприяти ефективна комунікаційна стратегія. Без цього всі інші зусилля щодо налагодження ефективної комунікації не дадуть сталого позитивного результату.

З урахуванням базових трендів цифрових трансформацій економіки та суспільства результатом реалізації комплексної комунікаційної стратегії має стати формування спільної комунікаційної платформи взаємодії суб'єктів стратегії та її цільових груп. Важливим чинником забезпечення реалізації такої платформи виступає створення Єдиного інформаційного простору для реалізації соціального діалогу (ЄІПСД) та соціально відповідального партнерства в Україні, формування та зміцнення позитивного «соціального капіталу» в системі соціально-економічних і суспільних відносин.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герасименко О. О. Управління працею в умовах становлення нової економіки: підходи та механізми. *Соціально-трудові відносини: теорія та практика*. 2012. № 2 (4). С. 154–160.
2. Гладка О. І. Застосування грейдингу при формуванні привабливості компенсаційного пакету роботодавця. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 42. С. 275–280.
3. Голованова М. А., Боронина В. Л. Организация оплаты труда на предприятиях машиностроительного комплекса на основе системы грейдов. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. № 3. С. 82–93.
4. Данюк В. М., Чернушкіна О. О. Грейдинг у системі управління персоналом. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4. Т. 3. С. 70–73.
5. Дороніна О. А. Проблеми та перспективи використання грейдової системи оплати праці у сучасній кадровій політиці. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. Економічні науки*. 2011. № 4 (1). С. 113–116.
6. Заробітна плата за професійними групами у 2016 році (за матеріалами вибіркового обстеження). Статистичний збірник. Київ : ТОВ Видавництво «Август Трейд». 2017. 165 с.
7. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб. : Питер, 2000. 512 с.
8. Коваленко О. В., Гук Л. О. Удосконалення системи оплати праці на будівельному підприємстві. *Економічний вісник університету*. 2016. № 29/1. С. 97–103.
9. Колот А. М., Цимбалюк С. О. Мотиваційний менеджмент : підручник. Київ : КНЕУ, 2014. 479 с.
10. Кропивницький Р. С. Система грейдів як інноваційний підхід щодо державного управління науковими установами. *Інвентури: практика та досвід*. 2018. № 13. С. 118–124.
11. Кузьмін О. Є., Вороновська М. М. Особливості формування та розподілу фонду інноваційного розвитку при мотивуванні працівників підприємств. *Бізнес Інформ*. 2014. № 2. С. 196–200.
12. Назарова Г. В., Лаптев В. І., Корсаков Д. О. Оцінка конкурентоспроможності системи управління персоналом підприємства : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2014. 187 с.
13. Національний класифікатор України «Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2005. URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2005/kv05_i.html
14. Петренко Н. О. Використання інноваційних форм проектування заробітної плати. *Бізнес Інформ*. 2018. № 3. С. 429–434.
15. Про затвердження Методики ідентифікації українських високотехнологічних промислових підприємств : Наказ Міністерства промислової політики України від 08.02.2008 № 80. URL: zakon1.rada.gov.ua
16. Саліхова О. Б. Високі технології: дефініція та оцінка : монографія. Київ : Інформ.-аналіт. агентство, 2008. 290 с.
17. Степанова А. А., Білокриницька К. В. Грейдування як сучасна система оплати праці на Українських підприємствах на прикладі ПАТ «КИЇВЕНЕРГО». *Финансовые услуги*. 2017. № 1. С. 40–43.
18. Тарасюк А. В., Чевтаєва І. Д. Грейдування як сучасний метод мотивації банківського персоналу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2017. № 6 (2). С. 82–84.
19. Цимбалюк С. О. Проектування основної заробітної плати на українських підприємствах: аналіз підходів. *Бізнес Інформ*. 2013. № 12. С. 223–229.
20. Цимбалюк С. Проектування основної заробітної плати: порівняльний аналіз традиційних процедур і грейдування. *Україна: аспекти праці*. 2011. № 7. С. 9–16.
21. Шахно А. Ю. Система грейдування як сучасна форма оплати праці на підприємстві. *Інноваційна економіка*. 2013. № 6. С. 187–194.
22. Шовкун І. А. Високотехнологічні послуги у зовнішній торгівлі: світовий досвід та українські реалії. *Економіка України*. 2013. № 9. С. 47–72.
23. Шостак І. В. Грейдування як сучасна система стимулювання праці різних категорій персоналу підприємства торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2015. № 4. С. 315–320.
24. Eurostat. Statistics in Focus, Science and Technology. 4/2005. Luxembourg: R&D Statistics, 2005.
25. ISIC REV. 3 TECHNOLOGY INTENSITY DEFINITION. Classification of manufacturing industries into categories based on R&D intensities. URL: <https://www.oecd.org/sti/ind/48350231.pdf>.

REFERENCES

- Andrusiak, O. I. "Rozvytok biznes-komunikatsii u mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosynakh" [Development of Business Communications in International Economic Relations]: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.02, 2010.
- Kolot, A. M. "Vstupne slovo" [Introductory Word]. *Sotsialno-trudova sfera v umovakh informatsiinoi ekonomiky: suchasnyi stan, problemy ta stratehichni napriamy rozvytku*. Kyiv: KNEU, 2018. 6-7.

Kuchabskyi, O. H., and Pohorielyi, S. S. "Dovira do orhaniv publichnoi vlady yak kliuchovyi faktor efektyvnosti systemy derzhavnoho upravlinnia" [Trust in Public Authorities as a key Factor in the Effectiveness of Public Administration]. *Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka*, no. 1 (2013): 103-108.

[Legal Act of Ukraine] (2017). <https://portal.rada.gov.ua/uploads/documents/44841.pdf>

Moskalyk, H. F. "Formuvannia informatsiino-komunikatsiino-ho seredovyscha" [Formation of Information and Communication Environment]. *Hileia : nauk. visnyk*, no. 92 (2015): 183-188.

Novikova, O. F. et al. "Modernizatsiia systemy sotsialno-trudovykh vidnosyn: problemy ta mozhlyvosti konstruktivnoi samoorhanizatsii subiektiv sotsialnoho dialohu : nauk. dop." [Modernization of the System of Social-labor Relations: Problems and Possibilities of Constructive Self-organization of Subjects of Social Dialogue: Scientific Report]. Kyiv : IEP NAN Ukrainy, 2019. http://iie.org.ua/wp-content/uploads/2019/06/Novikova_Pankova_Preprint-DA_DA_compressed.pdf

"Sotsiologichne doslidzhennia «Otsinka hromadianamy sytuatsii v kraini ta diialnosti vlady»" [Sociological Study «Assessment by the Citizens of the Situation in the Country and the Activities of the Authorities»]. Sotsiologichna sluzhba Tsentru Razumkova. November 1-7, 2019. <http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-diialnosti-vlady-riven-doviry-do-sotsialnykh-institutiv-ta-politykiv-2>

"Sotsiologichne doslidzhennia «Otsinka hromadianamy sytuatsii v kraini ta diialnosti vlady»" [Sociological Study «Assessment by the Citizens of the Situation in the Country and the Activities of the Authorities»]. Sotsiologichna sluzhba Tsentru Razumkova. September 6-11, 2019. <http://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/otsinka-gromadianamy-sytuatsii-v-kraini-ta-diialnosti-vlady>

Shkliaruk, M. H. "Rol stratehichnykh komunikatsii v upravlinskykh protsesakh" [The Role of Strategic Communications in Management Processes]. *Vzaiemozviazok polityky i upravlinnia: teoretychnyi i prykladnyi aspekt : materialy kruhloho stolu*. Dnipro: DRIDU NADU, 2017. 180-182.

Syvak, T. "Analiz peredumov stanovlennia systemy stratehichnykh komunikatsii v derzhavnomu upravlinni" [Analysis of the Prerequisites for the Formation of the Strategic Communications System in Public Administration]. *Aktualni problemy derzhavnoho upravlinnia*, no. 4 (2016): 33-38.

Zarytska, I. P. "Katehoriia «Konventsionalna komunikatyvna stratehiia» v konteksti realizatsii funktsii derzhavnoho upravlinnia" [Category «Conventional Communication Strategy» in the Context of the Implementation of Public Administration Functions]. *Naukovi pratsi [Chornomorskoho derzhavnoho universytetu imeni Petra Mohyly kompleksu «Kyievo-Mohylianska akademiia»]*. *Seriia : Derzhavne upravlinnia*, vol. 242, no. 230 (2014): 56-61..

Стаття надійшла до редакції 01.11.2019 р.