

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-60-104>

УДК 658.3:331

ТРАНСФОРМАЦІЯ СУТНОСТІ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ В УМОВАХ ПРОГРЕСУЮЧОЇ ДИДЖИТАЛІЗАЦІЇ

TRANSFORMATION OF PARADIGMS OF BUSINESS COMMUNICATION IN THE CONDITIONS OF PROGRESSIVE DIGITALIZATION

Дибач Інна Леонідівна

доктор економічних наук, доцент, професор кафедри,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4237-8709>

Dybach Inna

Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics

У статті обґрунтовано необхідність уточнення сутності бізнес комунікації в контексті поглиблення процесів диджиталізації. Розглянуто етапи розвитку бізнес-комунікації, що обумовлені змінами в соціальному середовищі та технологіях. Запропоновано під прогресуючою диджиталізацією розуміти системний та неперервний процес інтеграції цифрових технологій у суспільство та бізнес, що передбачає адаптацію бізнес-процесів до змінюваного ринкового середовища та інновацій для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності. Виокремлено три іпостасі бізнес-комунікацій в сучасних умовах господарювання та визначено їх, як комплекс систематичних заходів, що передбачає динамічний та цілеспрямований обмін кваліфікованою інформацією за допомогою різноманітних інструментів та цифрових платформ для забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками бізнес-процесу.

Ключові слова: цифрові трансформації, бізнес, комунікації, бізнес-комунікації, диджиталізація, прогресуюча диджиталізація, ділові комунікації.

The article is dedicated to refining the essence of business communications as a key factor in enhancing competitiveness in the conditions of significant economic transformations occurring under the influence of information technology development. It has been discovered that communication serves as the most crucial element that forms the basis for the transmission of knowledge, experience, professional, and cultural values. The necessity of adapting business communications to the rapidly changing conditions of modernity is emphasized, as communicational interaction becomes a key driver for the development of enterprises, national and global economies, and humanity as a whole. The article explores the evolution of business communications, which have evolved from personal meetings to the use of artificial intelligence and automation, significantly changing interaction processes. Digitalization, the diversity of generational behavior in communication methods, and intercultural interaction become important factors affecting modern business, requiring enterprises to use new communication tools. To understand the depth of transformational processes in business, the article proposes the scientific use of the term "progressive digitalization" as a systematic and continuous process of integrating digital technologies into society and business. This implies the adaptation of business processes to a changing market environment and innovations to ensure sustainable development and competitiveness. The research proposes to examine the main manifestations of business communication to clarify its contemporary content, namely: as a process of information exchange, as a management function, and as participant behavior. On this basis, a definition of business communication is formulated as a set of systematic measures that entails a dynamic and targeted exchange of qualified information using various tools and digital platforms to ensure effective interaction among all business process participants.

Keywords: digital transformations, business, communications, business communications, digitalization.

Постановка проблеми. Визначальну роль у сучасних економічних трансформаціях відіграє комунікативна взаємодія. Саме вона слугує своєрідною платформою для передачі

знань, досвіду, професійних та культурних надбань, що є драйвером розвитку як світової економіки та і людства в цілому. Важливо зазначити, що впродовж свого розвитку

комунікації еволюціонують у відповідності до перетворень, що відбуваються у соціумі та технологіях. Для бізнесу такі трансформації обумовлюють, в першу чергу, зміни у поведінці споживача та інших стейкхолдерів, що визначають необхідність постійного оновлення ділових комунікацій для підтримання на належному рівні конкурентоспроможності підприємства (табл. 1).

Додає задач сучасному підприємцю і зміни, що спостерігаються у соціальному середовищі: диджиталізація усіх без виключення сфер людського життя; поглиблення розбіжностей у поколіннях при виборі способів та інструментів комунікацій; загострення питань міжкультурної взаємодії обумовленої не лише врахування відмінностей культур при міжнародній співпраці, а і розумінні культурних й субкультурних нюансів та чутливостей при організації роботи команд. Такі кардинальні перетворення зовнішнього бізнес середовища обумовлюють необхідність пошуку нових, адекватних ситуації інструментів організації комунікаційної взаємодії підприємств,

що першочергово обумовлює необхідність перегляду підходів до визначення самої сутності бізнес-комунікацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Актуальність висвітленої проблематики підтверджується чисельними публікаціями як вітчизняних так і закордонних вчених, які висвітлюють питання комунікацій в сфері бізнесу. Так, до закордонних авторів, що здійснюють наукові розвідки в сфері бізнес-комунікацій належать Мейфілд М., Мейфілд Дж. та Вокер Р. [1], Брокгауз Дж., Буман А., Церфасс А. [2], Лок І. [3], Мур С. та Хюбшер Р. [4], Пасад Р. [5] та багато інших. Серед вітчизняних науковців, що опікуються питаннями бізнес-комунікацій, варто назвати Бездетко О. [6] Бортнік С. [7], Длугунович Н. [8], Зелінську А. [6], Кравчук І. [9], Лавриненко С. [6; 9], Форкун Ю. [8], Хомюк Н. [7], Юцишину Л. [7]. Цей перелік не є вичерпним – враховуючи актуальність даної тематики, – проте, опрацювання названих та інших відомих нам наукових досліджень, а також роздумів практиків з цього приводу, дозволяє дійти висновку

Таблиця 1

Етапи розвитку бізнес-комунікацій

Етап	Назва	Характеристика
I	Традиційна комунікація	Бізнес-комунікації залежать від особистих зустрічей, листування через пошту та, згодом, телефонних дзвінків. Фізичні обмеження та низька швидкість обміну інформацією чинять негативний вплив на ефективність такої комунікації
II	Е-комунікація	Поява інтернету суттєво вплило на бізнес-комунікацію. Одним із основних інструментів спілкування стає електронна пошта, яка забезпечує швидку та ефективну взаємодію підприємства з маркетинговим середовищем
III	Комунікації в соціальних мережах	Платформи Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram тощо значно змінили спосіб ведення бізнес-комунікацій. Соціальні мережі серед іншого почитають використовуватися і для маркетингу, PR та брендінгу, забезпечуючи таким чином прямий діалог з аудиторією
IV	Комунікації в смартфонах	Суттєвих трансформації комунікаційний процес зазнав з появою доступу до інтернету через мобільні пристрої. СМС-розсилки, мобільні додатки, QR-коди стали новими інструментами в бізнес-комунікаціях
V	Big Data та аналітика в комунікаціях	Аналізу великих обсягів даних, дозволяє підприємствам краще розуміти своїх клієнтів та аудиторію, а також створювати більш персоналізовані та спеціалізовані комунікаційні стратегії. За допомогою аналітики у компанії виникає спроможність відстежувати та аналізувати реакції на свої комунікаційні активності
VI	Штучний інтелект (ШІ) та автоматизація	ШІ та автоматизація радикально змінюють ділові комунікації: досягається економія часу співробітників через автоматизацію рутинних задач, забезпечується індивідуалізована взаємодія з клієнтами через глибокий аналіз даних, підвищується ефективність обслуговування клієнтів за допомогою чат-ботів та віртуальних помічників

Джерело: власні дослідження

про наявність дещо спрощеної або вибіркової інтерпретації сутності бізнес-комунікацій, що не враховує сучасні особливості розвитку економіки.

Мета статті полягає в аналітичному огляді та узагальненні підходів до з'ясування сутності бізнес-комунікації, як важливого чинника посилення конкурентоспроможності бізнесу в умовах диджиталізації.

Виклад основного матеріалу дослідження. Безумовно диджиталізація є унікальним та найсуттєвішим чинником сучасних змін, що обумовлює впровадження цифрових технологій для покращення ефективності та оптимізації бізнес-процесів [10]. Диджиталізація впливає не лише на спосіб зберігання і обробки інформації, але й на організаційні процеси, культуру та взаємодію з клієнтами та партнерами. Більш того, цифрові трансформації є неперервним процесом, якому притаманне розвиток «по спіралі» (постійне поглиблення та розширення впровадження інформаційних технологій). Тому пропонуємо до наукового обігу термін «прогресуюча диджиталізація» як системний та неперервний процес інтеграції цифрових технологій у суспільство та бізнес, що передбачає адаптацію бізнес-процесів до змінюваного ринкового середовища та інновацій для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності. Цей процес передбачає трансформацію традиційних операційних процедур, бізнес-моделей та комунікацій. Останні, в свою чергу, сприяють формуванню культури інновацій і відкритості до змін, що є критично важливим для успішної цифровізації.

Перш ніж перейти до уточнення сутності бізнес-комунікацій зазначимо, що трактування самого терміну «комунікація» має в цілому узагальнений характер і визначається як процес обміну інформацією, поглядами, фактами, ідеями та почуттями між двома чи більшою кількістю осіб за допомогою вербальних та невербальних засобів. Крім того, науковому просторі часто зустрічається ототожнення термінів «бізнес-комунікації» та «ділові комунікації». Ретельний аналіз публікацій [11; 12; 13; 14; 15 тощо] та спостереження за господарською практикою, дозволяє говорити про хибність такого зіставлення, оскільки «бізнес-комунікації» виступають широким поняттям, що стосується будь-якої комунікаційної взаємодії в бізнес-середовищі. Тоді як «ділові комунікації» охоплюють формалізовану частину обміну інформацією, що стосуються угод, офіційного документообігу,

ділового листування та інших активностей, що мають юридичні або формальні наслідки для підприємницької діяльності. Бізнес-комунікації такої формалізованої інтерпретації можуть не мати (скажімо, коли мова йде про щоденне спілкування членів однієї команди в процесі реалізації спільного проекту), проте саме вони виступають драйверами сучасного розвитку.

Історичний розвиток комунікаційної взаємодії проаналізовано та обговорено в роботі Прасад Р. К. [5], де також розглянуто останні проблеми та виклики організаційної комунікації спричиненої розвитком інформаційних технологій. А в праці Брокгауз Дж., Буман А., Церфасс А. [2] вперше проведено емпіричне дослідження цифрової зрілості комунікаційних відділів і агентств. Втім, роздумі авторів стосуються здебільшого процесу управління комунікаціями в сучасних умовах, а з'ясування сутнісної трансформації явище залишилось поза дослідженнями.

В роботах Кравчука І. І., Лавриненко С., Зелінської А., Бездітко О. бізнес-комунікації розглядаються з позиції внутрішньокорпоративного менеджменту та управління персоналом [6; 9]. Подібних поглядів додержуються і Длугунович Н. А. та Форкун Ю. В. [8], але в полі їх зору знаходиться окремий вид економічної діяльності. Також, функціональний підхід до трактування терміну спостерігається в працях, де бізнес-комунікації визначаються як спілкування, структура, специфіка та функції якого визначені сферою ділових відносин, в якій вони безпосередньо застосовуються [12, с. 4], та безпосередньо виступають в якості самостійної управлінської функції, що розкриваються у забезпеченні ефективної взаємодії підприємства з навколишнім середовищем шляхом обміну різноплановою інформацією [14].

Питанням формування, налагодження й удосконалення бізнес-комунікацій та оцінці їх ефективності присвячено дослідження Бортнік С., Хомюк Н. та Ющишиної Л. [7], але дослідники зосередили увагу на комунікаціях, що торкаються реалізації соціально-економічних проектів.

Віт так, з'ясування сутності бізнес-комунікацій в умовах прогресуючої диджиталізації вбачається у розгляді основних їх іпостасей (рис. 1), а саме: як процесу обміну, як функції управління та як форми поведінки.

Бізнес-комунікації як процес обміну кваліфікованою інформацією в будь-якій формі (факти, ідеї, думки тощо) можливий за наяв-

ності як мінімум двох суб'єктів, що мають, по-перше, необхідну інформацію, по-друге, бажання та (чи) необхідність спілкуватися, та, по-третє, засоби для здійснення комунікації. Ключовими аспектами бізнес-комунікацій як процесу обміну є саме кваліфікований характер інформації, що стає об'єктом обговорення чи передавання та доступ до комунікаційних каналів, що відповідають вимогам сучасності.

В другій іпостасі бізнес-комунікації розкриваються через ряд функціональних завдань, виконання яких покликане забезпечити досягнення цілей комунікаційних активностей бізнесу (рис. 2).

Інформаційна функція бізнес-комунікацій полягає в передачі важливих даних, знань та інформації між усіма учасниками бізнес-процесу, включаючи співробітників, керівництво, клієнтів, партнерів та інших стейкхолдерів. Мотиваційна функція бізнес-комунікацій проявляється через роз'яснення корпоративних цілей, забезпечення зворотного зв'язку, визнання досягнень, залученість до прийняття рішень, формування корпоративної культури та сприяє підвищенню продуктивності персоналу. Одну з ключових ролей у розвитку інноваційного потенціалу будь-якого організації відіграє креативна функція бізнес-комунікацій, створюючи середовище, де співробітники мотивовані до обміну ідеями та пошуку новаторських рішень. Інтеграційна функція бізнес-комунікацій полягає в синхронізації внутрішніх та зовнішніх бізнес-процесів, формуючи спільне розуміння корпоративних цінностей, місії та візії, створюючи міцну основу для ефективної командної роботи та співпраці. Координаційна функція бізнес-комунікацій є своєрідним продовженням інтеграційної, але розкривається через забезпечення ефек-

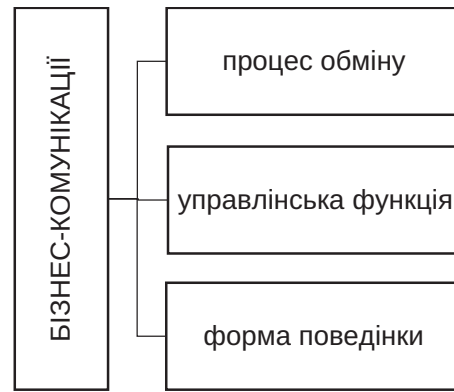


Рис. 1. Ролі бізнес-комунікацій

Джерело: власні дослідження

тивного розподілу ресурсів, узгодження дій команд й співробітників, а також сприяє зниженню непорозуміннь та мінімізації потенційних конфліктів. Репутаційна функція бізнес-комунікацій полягає в створенні, підтримці та захисті позитивного іміджу організації у свідомості її ключових стейкхолдерів, включаючи клієнтів, інвесторів, партнерів, співробітників та широку громадськість.

У третій іпостасі бізнес-комунікації проявляються як форма поведінки, маючи на увазі способи, через які індивіди та організації взаємодіють, обмінюються інформацією та співпрацюють. Це означає, що комунікації постійно еволюціонують (табл.) у відповідь на розвиток та впровадження інформаційних технологій. Поведінка учасників бізнес-процесів адаптується до нових цифрових інструментів та платформ, змінюючи традиційні підходи до комунікації для ефективного спілкування та ведення бізнесу.

Враховуючи наведені прояви організації комунікаційної взаємодії та їх орієнтацію за

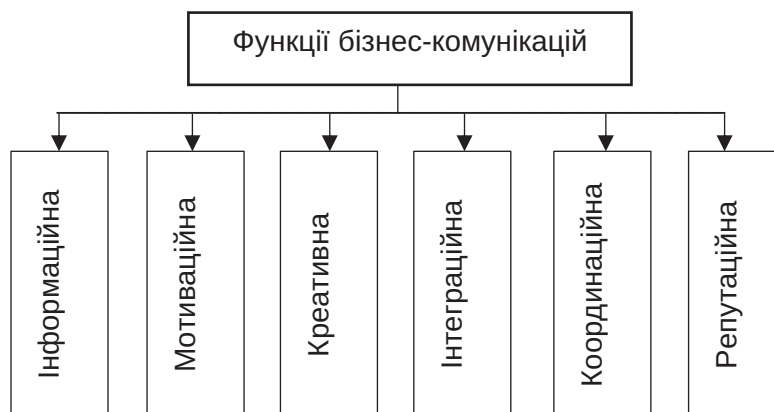


Рис. 2. Функціональні призначення бізнес-комунікацій

Джерело: власні дослідження

підвищення ефективності та конкурентоспроможності господарської діяльності в умовах постійних цифрових трансформацій, пропонуємо наступне визначення бізнес-комунікацій – це комплекс систематичних заходів, що передбачає динамічний та цілеспрямований обмін кваліфікованою інформацією за допомогою різноманітних інструментів та цифрових платформ для забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками бізнес-процесу.

Висновки. В контексті сучасних економічних трансформацій, що підкреслюються колосальним розвитком інформаційних технологій, роль ефективної комунікаційної взаємодії є визначальною. Особливий вплив на бізнес-комунікації має прогресуюча диджиталізація як системний та неперервний процес інтеграції цифрових технологій у суспільство та біз-

нес, що передбачає адаптацію бізнес-процесів до змінюваного ринкового середовища та інновацій для забезпечення стійкого розвитку та конкурентоспроможності.

Узагальнення підходів до розуміння сутності бізнес-комунікації дозволило виділити три найважливіші її прояви: як процес, як функцію та як поведінку. За умов все більшого проникнення інформаційних технологій у комунікаційні процеси, і, як наслідок, необхідності адаптації трактування сутності бізнес-комунікацій пропонуємо під цим терміном розуміти комплекс систематичних заходів, що передбачає динамічний та цілеспрямований обмін кваліфікованою інформацією за допомогою різноманітних інструментів та цифрових платформ для забезпечення ефективної взаємодії між усіма учасниками бізнес-процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Mayfield M., Mayfield J., Walker R. *Fundamental theories of business communication: Laying a foundation for the field*. Springer Nature. 2020.
2. Brockhaus J., Buhmann A., Zeffass A. Digitalization in corporate communications: understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure. *Corporate Communications: An International Journal*. 2022. № 28(3). DOI: <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0035>. URL: https://www.researchgate.net/publication/362136848_Digitalization_in_corporate_communications_understanding_the_emergence_and_consequences_of_CommTech_and_digital_infrastructure (дата звернення: 11.01.2024).
3. Lock I. Explicating communicative organization-stakeholder relationships in the digital age: A systematic review and research agenda. *Public Relations Review*. 2019. Vol. 45. No. 4, 101829. DOI: 10.1016/j.pubrev.2019.101829
4. Moore S., Hübscher R. *Strategic communication and AI. Public relations with intelligent user interfaces*, Routledge, London. 2022.
5. Prasad R. K. Paradigms changes in business communication in the digital age. *International Journal of Creative Research Thoughts*. 2023. № 11. URL: <https://ijcrt.org/papers/IJCRT2305003.pdf> (дата звернення: 12.12.2023).
6. Лавриненко С., Зелінська А., Бездітко О. Бізнес-комунікації та їх інноваційність в системі менеджменту підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 48. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-48-41.
7. Бортнік С., Хомюк Н., Ющишина Л. Напрями удосконалення бізнес-комунікацій у соціально-економічному проектуванні. *Економіка та суспільство*. 2023. № 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-44> (дата звернення: 21.01.2024).
8. Длугунович Н. А., Форкун Ю. В. Система комунікаційної діяльності в ІТ-компаніях. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Серія : Інформаційні системи та мережі. 2017. № 872. С. 131–138. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/jun/13010/ilovepdfcom-131-138.pdf> (дата звернення: 19.01.2024).
9. Кравчук І. І., Лавриненко С. О. Управління знаннями та бізнес-комунікаціями – актуальні тренди інноваційного розвитку сучасних організацій. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/6.pdf (дата звернення: 13.01.2024).
10. Гарафонова О., Жосан Г. Діджиталізація та автоматизація бізнес-процесів: відмінність дефініцій та місце в менеджменті підприємства. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2023. Випуск 15.
11. Корсун І. М., Костогриз В. Г., Сологуб М. П. Ефективні ділові комунікації і PR в підприємницькій діяльності. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/91.pdf (дата звернення: 19.01.2024).
12. Ковальов Б.Л., Павлик А.В., Федина С.М. Бізнес-комунікації. Суми : Сумський державний університет, 2020. 113 с.
13. Крисько Ж. Л. Роль ділових комунікацій в управлінні організацією. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/47.-Krisko-ZH.L.pdf> (дата звернення: 14.01.2024).

14. Приварникова І. Ю., Голей Ю. М. Сучасні бізнес-комунікації з представниками європейських країн: порівняльний крос-культурний аналіз. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2023. № 56. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2023/56-2023/8.pdf> (дата звернення: 14.01.2024).

15. Сторожук, О., Немченко, Т., Заярнюк, О. Ефективні бізнес-комунікації як стратегічна складова управління ризиками підприємства. *Економіка та суспільство*. 2023. № 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-5> (дата звернення: 14.01.2024).

REFERENCES:

1. Mayfield M., Mayfield J., Walker R. (2020) Fundamental theories of business communication: Laying a foundation for the field. Springer Nature.

2. Brockhaus J., Buhmann A., Zeffass A. (2022) Digitalization in corporate communications: understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure. *Corporate Communications: An International Journal*. № 28(3). DOI:<https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2022-0035/>. URL: https://www.researchgate.net/publication/362136848_Digitalization_in_corporate_communications_understanding_the_emergence_and_consequences_of_CommTech_and_digital_infrastructure (accessed January 11, 2024).

3. Lock I. (2019) Explicating communicative organization-stakeholder relationships in the digital age: A systematic review and research agenda. *Public Relations Review*. Vol. 45. No. 4, 101829. DOI: 10.1016/j.pubrev.2019.101829.

4. Moore S., Hübscher R. (2022) Strategic communication and AI. *Public relations with intel-ligent user interfaces*, Routledge, London.

5. Prasad R. K. (2023) Paradigms changes in business communication in the digital age. *International Journal of Creative Research Thoughts*. 2023. № 11. URL: <https://ijcr.org/papers/IJCRT2305003.pdf> (accessed January 12, 2024).

6. Lavrynenko S., Zelinska A., Bezditko O. (2023) Biznes-komunikatsii ta yikh innovatsiinist v systemi menedzhmentu pidpriemstva [Business communications and their innovativeness in the enterprise management system]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 48. DOI: 10.32782/2524-0072/2023-48-41. (in Ukrainian)

7. Bortnik S., Khomiuk N., Yushchyshyna L. (2023) Napriamy udoskonalennia biznes-komunikatsii u sotsialno-ekonomichnomu proektuvanni [Directions for improving business communications in socio-economic design]. *Ekonomika ta suspilstvo*, vol. 50. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-44> (accessed January 13, 2024) (in Ukrainian)

8. Dluhunovych N. A., Forkun Yu. V. (2017) Systema komunikatsiinoi diialnosti v IT-kompaniiakh [System of communication activity in IT companies]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politehnika". Seriia : Informat-siini systemy ta merezhi*, no. 872, pp. 131–138. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2018/jun/13010/ilovepdfcom-131-138.pdf> (accessed January 19, 2024) (in Ukrainian)

9. Kravchuk I. I., Lavrynenko S. O. (2022) Upravlinnia znanniamy ta biznes-komunikatsiiamy – aktualni trendy innovatsiinoho rozvytku suchasnykh orhanizatsii [Knowledge management and business communications – current trends in innovative development of modern organizations]. *Efektivna ekonomika*, no. 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/6.pdf (accessed January 13, 2024) (in Ukrainian)

10. Harafonova O., Zhosan H. (2023) Didzhytalizatsiia ta avtomatyzatsiia biznes-protseviv: vidmynist definitsii ta mistse v menedzhmenti pidpriemstva [Digitization and automation of business processes: difference in definitions and place in enterprise management]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk*. Seriia: Ekonomika. Vypusk 15. (in Ukrainian)

11. Korsun I. M., Kostohryz V. H., Solohub M. P. (2022) Efektyvni dilovi komunikatsii i PR v pidpriemnytskii diialnosti [Effective business communications and PR in entrepreneurial activity]. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/91.pdf (accessed January 19, 2024) (in Ukrainian)

12. Kovalov B. L., Pavlyk A. V., Fedyna S. M. (2020) Biznes-komunikatsii [Business communications]. Sumy: Sumskyi derzhavnyi universytet.113 (in Ukrainian)

13. Krysko Zh. L. (2022) Rol dilovykh komunikatsii v upravlinni orhanizatsiieiu [The role of business communications in organization management]. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/47.-Krysko-ZH.L.pdf> (accessed January 14, 2024) (in Ukrainian)

14. Pryvarnykova I. lu., Holei Yu. M. (2023) Suchasni biznes-komunikatsii z predstavnykamy yevropeyskykh krain: porivnialnyi kros-kulturnyi analiz [Modern business communications with representatives of European countries: a comparative cross-cultural analysis]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu*. 56. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2023/56-2023/8.pdf> (accessed January 14, 2024) (in Ukrainian)

15. Storozhuk, O., Nemchenko, T., Zaiarniuk, O. (2023) Efektyvni biznes-komunikatsii yak stratehichna skladova upravlinnia ryzykamy pidpriemstva [Effective business communications as a strategic component of enterprise risk management]. *Ekonomika ta suspilstvo*, no. 58. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-5> (accessed January 14, 2024) (in Ukrainian)