

<https://doi.org/10.31891/2307-5740-2024-336-72>

УДК 005.33

ПИСАРЕВСЬКА Ганна

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0001-6192-8038>

ШУБА Тетяна

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0000-0002-7163-2721>

ВАВІЛОВ Богдан

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна
<https://orcid.org/0009-0009-6720-3543>

РОЗВИТОК БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ ЯК ЕЛЕМЕНТА УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Метою статті є аналіз та узагальнення сучасної практики застосування бізнес-комунікацій в процесі управління корпоративною культурою на засадах діджиталізації. Досліджено ключові аспекти впливу корпоративної культури на ефективність роботи організації, її згуртованість, адаптивність до змін та конкурентоспроможність у сучасному ринковому середовищі.

Особливу увагу приділено трансформації бізнес-комунікацій під впливом діджиталізації. Проаналізовано цифрові інструменти, що використовуються для вдосконалення корпоративної культури, зокрема платформи для управління проектами, інструменти для комунікації, цифрові сервіси для навчання персоналу та моніторингу настроїв у колективі. Визначено їхній вплив на створення прозорого робочого середовища, забезпечення інтеграції між підрозділами організації, прискорення прийняття рішень та формування інноваційної атмосфери.

Дослідження підкреслює необхідність систематичного вдосконалення бізнес-комунікацій як засобу підвищення продуктивності, зміцнення корпоративного духу та підтримки емоційного благополуччя співробітників.

Результати дослідження підкреслюють важливість бізнес-комунікацій у корпоративній культурі як засобу адаптації до змін і основи для довгострокового успіху. Напрямами подальших досліджень є обґрунтування інструментарію практичного впровадження бізнес-комунікацій на основі діджиталізації в управлінні корпоративною культурою вітчизняних підприємств

Ключові слова: бізнес-комунікації, корпоративна культура, цифрові інструменти, діджиталізація.

PYSAREVSKA Hanna, SHUBA Tetiana, VAVILOV Bohdan
V.N. Karazin Kharkiv National University

DEVELOPMENT OF BUSINESS COMMUNICATIONS AS AN ELEMENT OF CORPORATE CULTURE MANAGEMENT

The purpose of the article is to analyze and summarize the modern practice of using business communications in the process of corporate culture management on the principles of digitalization. The key aspects of the impact of corporate culture on the efficiency of the organization, its cohesion, adaptability to changes and competitiveness in the modern market environment are studied. The article states that corporate culture is not only a tool for regulating employee behavior, but also a source of motivation, loyalty and innovation. It forms a sense of social security among employees, creates a common system of values and ensures the achievement of the company's strategic goals by strengthening trust, integrating teams and supporting an innovative environment. Particular attention is paid to the transformation of business communications under the influence of digitalization. The authors analyze digital tools used to improve corporate culture, including project management platforms, communication tools, digital services for training staff and monitoring team sentiment. Their impact on creating a transparent work environment, accelerating decision-making and forming an innovative atmosphere is determined.

Modern models of corporate culture management are studied, including adaptation to change, employee socialization through training, an emphasis on leadership and the use of digital technologies. The authors conclude that a flexible combination of these approaches is the most effective for maintaining a company's competitiveness. The article also provides practical recommendations for the implementation of the latest technologies in business communications, such as artificial intelligence, big data and virtual reality, which contribute to creating conditions for sustainable development and ensure integration between organizational units.

The study emphasizes the need for systematic improvement of business communications as a means of increasing productivity, strengthening corporate spirit and supporting the emotional well-being of employees.

The results of the study have both theoretical and practical significance, as they offer tools and strategies that help organizations adapt to change and lay the foundation for long-term success. The directions of further research are the justification of the tools for the practical implementation of business communications based on digitalization in the management of the corporate culture of domestic enterprises

Keywords: business communications, corporate culture, digital tools, digitalization.

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

Світовий досвід бізнесу підтверджує, що корпоративна культура є одним із ключових чинників довготривалого успіху компанії. Вона впливає на всі аспекти функціонування організації, стаючи або потужною підтримкою для реалізації обраної стратегії, або серйозною перешкодою для її втілення.

Сучасний менеджмент демонструє безліч прикладів використання різноманітних елементів для управління корпоративною культурою. Їхня кількість постійно збільшується, виникають нові підходи та методики, що підкреслює необхідність узагальнення та систематизації основних елементів корпоративної культури. Особливо важливими стають зміни комунікаційних процесів, спричинені стрімким розвитком технологій та впровадженням діджиталізації. Це підкреслює важливість проведення додаткових теоретичних і прикладних досліджень у сфері управління корпоративною культурою, а також пошуку інноваційних інструментів і підходів до бізнес-комунікацій.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теоретичні та практичні аспекти управління корпоративною культурою та розвитку бізнес-комунікацій широко розглянуті у працях провідних науковців, таких як С. Бойда, В. Землинський, О. Коваленко, Є. Костик, І. Кравчук, С. Лавриненко, Д. Ліфінцев, І. Маковецька, Г. Писаревська, Т. Сазонова, І. Потапюк, І. Чернова, В. Януш та інші [1–9]. Попри значний внесок зазначених учених, у сфері корпоративної культури все ще існує багато невирішених питань, зокрема щодо розвитку бізнес-комунікацій. Швидка трансформація підприємств у контексті цифровізації підкреслює важливість подальших досліджень та впровадження інноваційних підходів. Особливу увагу варто приділити управлінню корпоративною культурою через ефективне використання бізнес-комунікацій як її основного компонента, що потребує детального вивчення та удосконалення.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Метою статті є аналіз та узагальнення сучасних підходів до застосування бізнес-комунікацій у процесі управління корпоративною культурою з урахуванням тенденцій цифровізації.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Корпоративна культура важлива для розвитку компанії, оскільки забезпечує працівникам відчуття стабільності та довіри, допомагає орієнтуватися на цінності організації, сприяє довірі між персоналом і керівництвом, а також формує комфортне робоче середовище.

Слід підкреслити, що кожна організація має унікальну корпоративну культуру, хоча підходи, методи та принципи її формування часто є схожими.

Головною метою корпоративної культури є спрямування дій персоналу на досягнення стратегічних цілей компанії. Для реалізації цієї мети в рамках управління персоналом необхідно вирішити такі завдання:

- формування почуття залученості співробітників у діяльність підприємства;
- стимулювання участі персоналу у спільній роботі для досягнення інтересів компанії;
- зміцнення стабільності системи соціальних відносин у колективі;
- заохочення особистих ініціатив співробітників для підвищення їхньої активності;
- сприяння досягненню персоналом особистого успіху у рамках діяльності компанії;
- створення атмосфери єдності між відділами й підрозділами організації;
- делегування відповідальності співробітникам, що сприяє їхньому професійному зростанню;
- підтримка корпоративної згуртованості, зокрема через відзначення особистих і національних свят працівників;
- впровадження цих заходів сприяє формуванню сильної корпоративної культури, що позитивно впливає на ефективність роботи компанії [2].

Роль корпоративної культури в ринковій економіці дійсно є ключовою, оскільки вона виступає своєрідним фундаментом для досягнення стратегічних цілей компанії за допомогою наступних аспектів:

- ✓ якісна підтримка внутрішньої діяльності компанії, що передбачає ефективну організацію та мотивацію праці, забезпечення стабільності у виконанні внутрішніх процесів, а також формування єдиних стандартів поведінки та сприяння гармонійній роботі команд;
- ✓ всебічна підтримка інформаційних та комунікаційних процесів завдяки прозорості комунікації, швидкому обміну інформацією та чіткості передачі даних, що є важливим як для внутрішньої роботи, так і для взаємодії з клієнтами, партнерами чи іншими зовнішніми сторонами;
- ✓ якісна підтримка політики зовнішньої співпраці компанії ґрунтується на формуванні іміджу компанії на ринку, відображенні її цінностей та підходу до співпраці;
- ✓ оцінку ефективності рекомендацій у діяльності організації для адаптації корпоративної культури до змін у зовнішньому середовищі та внутрішніх потреб [8].

Корпоративна культура є своєрідним механізмом інтеграції співробітників у спільну систему цінностей, що полегшує впровадження інновацій, підвищує продуктивність та створює конкурентну перевагу на ринку.

Удосконалення управління корпоративною культурою – це стратегічний інструмент для забезпечення стабільного розвитку компанії, підвищення її конкурентоспроможності та створення позитивного робочого середовища. Розглянуті ключові напрямки та їх переваги свідчать про значущість комплексного підходу до цього процесу (табл. 1):

Таблиця 1

Ключові напрямки удосконалення управління корпоративною культурою		Переваги для компанії
Ключові напрямки удосконалення управління корпоративною культурою		
Впровадження новітніх технологій		Підвищення ефективності управління корпоративною культурою, розвиток інноваційного мислення, зростання кваліфікації співробітників.
Формування позитивної корпоративної культури		Згуртованість колективу, розуміння співробітниками спільних цінностей, зменшення конфліктів у колективі.
Розвиток внутрішніх комунікацій		Прозорість у прийнятті рішень, стимулювання відкритого діалогу, залучення працівників до формування корпоративної стратегії.
Мотивація працівників		Лояльність співробітників, підвищення продуктивності, прискорення адаптації нових кадрів.
Адаптація до змін		Гнучкість у реагуванні на зовнішні та внутрішні виклики, забезпечення стійкості до змін.
Створення здорового середовища	робочого	Зростання продуктивності, зниження рівня стресу, підвищення задоволеності роботою
Впровадження відповідальності	соціальної	Зміцнення репутації компанії, підвищення залученості співробітників, привабливість для нових клієнтів і партнерів.

Для ефективного вдосконалення корпоративної культури важливо систематично впроваджувати сучасні інструменти управління, підтримувати активний діалог із працівниками та адаптуватися до нових викликів. Такий підхід не лише сприятиме підвищенню продуктивності, а й забезпечить довготривалу конкурентоспроможність.

Комунікація дійсно відіграє фундаментальну роль на ранніх етапах формування корпоративної культури, коли підприємство тільки розпочинає свій шлях. Саме через комунікацію встановлюються базові цінності, правила взаємодії та механізми співпраці. Цей процес є критично важливим для закладення основ майбутньої корпоративної культури [2].

Моделі управління корпоративною культурою є багатограними інструментами, які адаптуються залежно від особливостей організації, її структури, розміру, стратегічних цілей та зовнішнього середовища.

Модель адаптації до змін фокусується на організаційній гнучкості до швидкого реагування на виклики зовнішнього середовища шляхом залучення співробітників до процесів прийняття рішень та стимулювання інновацій.

Модель культурного управління через соціалізацію та навчання передбачає поступову інтеграцію працівників у культуру компанії за допомогою навчання, наставництва та спільної діяльності та сприяє лояльності та ідентичності співробітників.

Модель на основі лідерства зосереджується на ролі керівника як носія корпоративних цінностей і прикладу для наслідування.

Модель цільових політичних програм заснована на впровадженні чітких правил, положень і стандартів, які формують корпоративну культуру через регламентовані процеси, що забезпечує стабільність в організації, зростання відповідальності співробітників та підвищення організаційної ефективності.

Модель культурного менеджменту через комунікації та зв'язок спрямована на забезпечення відкритого діалогу між керівництвом і співробітниками, що дозволяє постійно вдосконалювати цінності компанії відповідно до реальних потреб та сприяє формуванню довіри та прозорості у взаєминах та покращенню залученості співробітників [3].

Більшість організацій використовують елементи кількох моделей одночасно, що дозволяє створювати гнучкі системи управління корпоративною культурою. Наприклад, можна поєднати лідерську модель із розвитком внутрішніх комунікацій чи адаптацією до змін, залежно від динаміки розвитку компанії.

Для сучасних компаній ключем до успіху є адаптивність корпоративної культури через її інтеграцію з інноваційними підходами, цифровізацією та гнучким управлінням. Постійний розвиток культури, орієнтація на відкритість, навчання та залучення співробітників допомагають уникнути криз і забезпечують довгострокову конкурентоспроможність.

Діджиталізація сприяє інтеграції підрозділів через гнучкий обмін знаннями за допомогою цифрових платформ для поширення інформації; навчальні платформи та онлайн курси для безперервного розвитку співробітників, та цифрові бібліотеки знань для швидкого доступу співробітників до матеріалів, необхідних для їхньої роботи. Це сприяє посиленню культури безперервного навчання, зміцненню інтеграції між різними відділами та підвищенню рівня кваліфікації працівників завдяки персоналізованому підходу до навчання [1].

Діджиталізація не лише трансформує способи роботи, але й створює нові можливості для розвитку корпоративної культури. Організації, які активно впроваджують цифрові інструменти для навчання, комунікації та інтеграції співробітників, отримують більш гнучкі, залучені та інноваційні команди.

Основні аспекти взаємозв'язку корпоративної культури та діджиталізації наведено в табл. 2.

Діджиталізація є потужним рушієм для вдосконалення корпоративної культури. Вона сприяє підвищенню залученості співробітників, формуванню інноваційного середовища, підтримці соціальної

відповідальності та створенню справедливих умов для всіх. Компанії, які вміло інтегрують цифрові технології, закладають основу для сталого розвитку та довгострокового успіху.

Таблиця 2

Основні аспекти взаємозв'язку корпоративної культури та діджиталізації

Основні аспекти	Складові
Оцінка та вимірювання успіхів	Цифрові інструменти оцінювання Об'єктивність і прозорість Регулярний зворотний зв'язок
Командна робота та інтеграція	Інструменти для спільної роботи: Microsoft Teams, Slack, Trello Зниження бар'єрів Неформальні взаємодії
Управління інклюзивністю та різноманітністю	Аналіз складу робочої сили Рівність можливостей
Культура етичної та соціальної відповідальності	Моніторинг ініціатив КСВ Залучення співробітників
Комунікація в умовах діджиталізації	Підтримка взаємодії Розвиток відносин: Zoom, Google Meet, Miro, Asana, Notion
Підтримка безперервного навчання	Цифрові платформи для розвитку: Відстеження прогресу
Інновації та конкурентоспроможність	Швидкого впровадження інновацій. Розвитку культури експериментів і толерантності до помилок. Підвищення адаптивності організації до змін

Інструменти для управління проектами та завданнями (Trello, Asana, Monday.com, Bitrix24) використовуються для планування, розподілу завдань і відстеження прогресу. Використання AI для автоматизації рутинних задач звільняє час співробітників для стратегічної роботи. Їх перевагами є: прозорість, чіткість відповідальності, можливість координувати роботу великих команд.

Інструменти для комунікації (Slack, Microsoft Teams, Zoom, Google Meet) дозволяють проводити відео конференції, обмін повідомленнями, організовувати канали для різних команд або тем. Соціальні мережі для корпоративної культури передбачають використання внутрішніх платформ, які сприяють неформальним взаємодіям і зміцнюють соціальні зв'язки в команді. Їх перевагами є: швидкий обмін інформацією, збереження командного духу навіть на відстані [4].

Інструменти для благополуччя співробітників (Headspace, Calm, Mindly, Burnout Coaching) пропонують вправи для зниження стресу, психологічну підтримку, пошук коучів або психологів для підтримки емоційного здоров'я, що знижує вигорання та підвищує продуктивність.

Інструменти для зворотного зв'язку та опитувань (Officevibe, Google Forms, SurveyMonkey) допомагають отримувати відгуки від співробітників, аналізувати моральний клімат та залученість. Їх перевагами є: виявлення проблемних зон, підвищення довіри через відкритий діалог.

Інструменти для спільної роботи та соціальної взаємодії (Watercooler, Donut) спрямовані на підтримку неформальних стосунків, організацію віртуальних зустрічей і спілкування на неробочі теми для покращення командного духу, зменшення відчуженості у віддалених командах.

Використання штучного інтелекту та великих даних передбачає моніторинг настрою співробітників: інструменти з аналізу великих даних та AI можуть відстежувати рівень задоволеності, стресу та продуктивності співробітників; а також формування індивідуальних планів підвищення кваліфікації, участі в заходах або покращення взаємодії в команді [7].

Інтеграція віртуальної реальності (VR) включає тренінги у VR: моделювання складних ситуацій, наприклад, вирішення кризових задач чи імітація виробничих процесів; а також віртуальні заходи та свята.

Цифрові інструменти стали невід'ємною частиною корпоративної культури в сучасному світі. Їх правильне впровадження сприяє покращенню взаємодії, підтримці емоційного благополуччя співробітників і підвищенню продуктивності. Однак успіх залежить від активної участі керівництва, навчання працівників і регулярного оцінювання ефективності використання технологій.

Розробка цифрових інструментів для корпоративної культури є важливою частиною корпоративної культури. Поява нових цифрових інструментів сприятиме більш ефективній організації корпоративної культури в умовах дистанційної роботи, оскільки стрімкий розвиток технологій і тенденції до гнучкості в роботі. Зростаюча популярність штучного інтелекту та великих даних створює нові можливості для моніторингу настрою співробітників, прогнозування рівня стресу та задоволеності роботою, а також для автоматизації процесів зворотного зв'язку та навчання. Для кожного співробітника можна сформувати персоналізовані рекомендації щодо підвищення кваліфікації, взаємодії з командою або участі в корпоративних заходах. Розробка віртуальної реальності для організації більш інтерактивних заходів і тренінгів, які дозволять співробітникам не тільки взаємодіяти в межах екрану комп'ютера чи телефону, але й створювати більш реалістичні ситуації для навчання та спільної роботи є одним із напрямків [6].

У віддаленому робочому середовищі підтримка та розвиток культури компанії є важливим фактором для підтримки продуктивності та мотивації співробітників. Цифрові інструменти відіграють ключову роль у цьому процесі, забезпечуючи ефективну комунікацію, управління проектами, соціальні

мережі та благополуччя співробітників. Щоб успішно використовувати ці інструменти, організації повинні інвестувати у впровадження, навчання співробітників і регулярно оцінювати їх ефективність. Оскільки технології продовжують розвиватися, компанії повинні бути готові до адаптації та впровадження нових інструментів, які підтримують корпоративну культуру та підвищують продуктивність на кожному етапі робочого місця.

Перевагами цифрових інструментів для корпоративної культури є: підвищення продуктивності; зміцнення командного духу; підтримка інновацій; баланс між роботою і життям.

Управління корпоративною культурою значною мірою залежить від правильно організованих комунікацій, які можуть бути спрямовані як на внутрішнє середовище організації, так і на зовнішнє. Технологічний прогрес надає компаніям нові можливості для вдосконалення цих процесів. На рис. 1 наведено місце бізнес-комунікацій в управлінні корпоративною культурою підприємства.

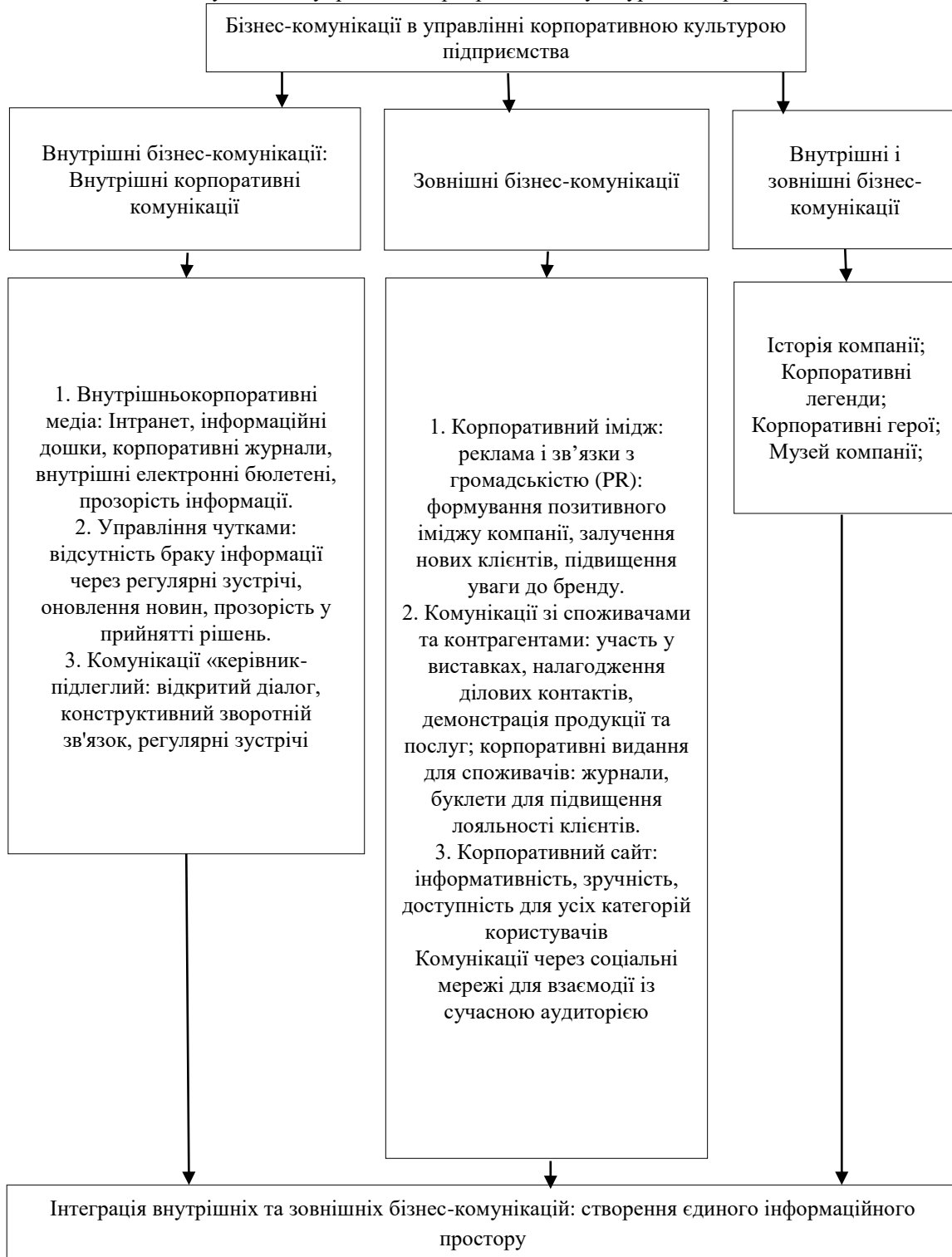


Рис. 1. Бізнес-комунікації в управлінні корпоративною культурою підприємства (Сформовано авторами на основі [5])

Ключовими аспектами ефективних комунікацій є:

- ✓ відкритість: Прозора та доступна інформація зміцнює довіру всередині команди та у відносинах із зовнішніми стейкхолдерами;
- ✓ швидкість та адаптивність: Комунікаційні технології дозволяють швидко реагувати на зміни у внутрішньому та зовнішньому середовищах;
- ✓ інновації: Використання сучасних інструментів, таких як платформи для спільної роботи та соціальні мережі, робить комунікації інтерактивними та залученими;
- ✓ навички керівників: Важливість навчання топ-менеджерів і працівників навичкам спілкування в різних середовищах, зокрема в соціальних мережах [9].

Бізнес-комунікації є ключовим інструментом формування та розвитку корпоративної культури. Їх ефективне застосування забезпечує адаптивність, зміцнює корпоративний імідж та підвищує конкурентоспроможність компанії. Використання сучасних технологій і активна участь керівництва у комунікаціях сприяють побудові згуртованого, інноваційного та лояльного колективу.

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

I ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

У статті розглянуто значущість розвитку бізнес-комунікацій як ключового елемента управління корпоративною культурою. Аналіз показує, що корпоративна культура є фундаментом успішного функціонування компанії, впливаючи на ефективність, згуртованість та інноваційність організації.

Особливу увагу приділено ролі цифровізації в трансформації комунікаційних процесів, які стають основою для формування інноваційного середовища та забезпечення прозорості і швидкості взаємодії. Використання сучасних інструментів, таких як платформи для управління проектами, комунікаційні сервіси та цифрові технології для навчання, сприяє зміцненню корпоративної згуртованості, підвищенню продуктивності працівників і створенню сприятливого робочого середовища. Управління корпоративною культурою через бізнес-комунікації сприяє побудові лояльного, інклюзивного та інноваційного колективу, що відповідає викликам сучасного ринкового середовища. Основні рекомендації включають інтеграцію новітніх технологій у бізнес-процеси, підтримку відкритого діалогу між співробітниками та керівництвом, а також стимулювання культури навчання і розвитку.

У подальшому рекомендується провести обґрунтування інструментарію практичного впровадження бізнес-комунікацій на основі діджиталізації в управління корпоративною культурою вітчизняних підприємств.

Література

1. Бойда, С. (2022). Інноваційні підходи до управління підприємствами в умовах діджиталізації економіки. *Економіка та управління підприємствами*, 1(85), 72–81.
2. Замлинський, В. А. (2019). Вплив корпоративної культури на розвиток компанії. *Облік і фінанси*, 1(83), 145–151. Retrieved from <https://afj.org.ua/pdf/644-vpliv-korporativnoi-kulturi-na-rozvitok-kompanii.pdf>
3. Коваленко, О. М. (2021). Особливості управління персоналом підприємств на засадах діджиталізації. *Економіка. Фінанси. Право*, (3), 20–24.
4. Кравчук, І. І., & Лавриненко, С. О. (2022). Управління знаннями та бізнес-комунікаціями – актуальні тренди інноваційного розвитку сучасних організацій. *Ефективна економіка*, (1). Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9868>. <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.1.4>
5. Ліфінцев, Д. С. (2015). Комунікаційні важелі формування і розвитку корпоративної культури. *Ефективна економіка*, (1). Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2015_1_20
6. Маковецька, І. М. (2021). Управління комунікаціями в підприємствах: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04; Державний університет телекомунікацій, Київ.
7. Писаревська, Г. І. (2021). Тенденції розвитку використання Digital технологій в управлінні персоналом. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*, (41), 54–60. Retrieved from <https://ejournal.kspu.edu/index.php/ej/article/view/705>. <https://doi.org/10.32999/ksu2307-8030/2021-41-10>
8. Сазонова, Т. О., Потапюк, І. П., & Януш, В. А. (2021). Особливості корпоративної культури організації в сучасних реаліях. *Економічний форум*, (4), 152–157. Retrieved from <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1437972>
9. Чернова, І. В., & Костик, Є. П. (2024). Розвиток бізнес-комунікацій у системі менеджменту підприємницьких структур. *Київський економічний науковий журнал*, (5), 158–165. Retrieved from <https://journals.kyvu.ua/index.php/economy/article/view/148>. <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-23>

References

1. Boida S. (2022). Innovatsiyni pidhodi do upravlinnya pidpriemstvami v umovah didzhitalizatsiyi ekonomiki [Innovative approaches to enterprise management in conditions of digitalization of the economy]. *Ekonomika ta upravlinnya pidpriemstvami – Economics and enterprise management*. vol. 1 (85). pp. 72–81.

2. Zamlynskyi V. A. (2019). Vplyv korporatyvnoi kultury na rozvytok kompanii [The influence of corporate culture on the development of the company]. *Oblik i finansy.* – Accounting and finance. vol. 1(83). pp. 145-151.
3. Kovalenko O. M. (2021). Osoblyvosti upravlinnia personalom pidpriemstv na zasadakh didzhetalizatsii [Peculiarities of enterprise personnel management based on digitalization]. *Ekonomika. Finansy. Pravo – Economy. Finances. Right.* no. 3. pp. 20-24
4. Kravchuk I. I., Lavrynenko S. O. (2022). Upravlinnja znannjamy ta biznes-komunikacijamy – aktualjni trendy innovacijnogho rozvytku suchasnykh orghanizacij [Knowledge management and business communications – current trends in the innovative development of modern organizations]. *Efektivna ekonomika – Efficient economy*, vol. 1.
5. Lifintsev D. S. (2015). Komunikatsiini vazheli formuvannia i rozvytku korporatyvnoi kultury [Communication levers of formation and development of corporate culture]. *Efektivna ekonomika – Effective economy*. №1.
6. Makovetska I. M. (2021). Upravlinnia komunikatsiamy v pidpriemstvakh – Management of communications in enterprises: avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Kyiv : Derzhavnyi universytet telekomunikatsii.
7. Pysarevska H.I. (2021). Tendentsii rozvytku vykorystannia Digital tekhnologii v upravlinni personalom [Development trends in the use of digital technologies in personnel management]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia «Ekonomiczni nauky» – Scientific Bulletin of Kherson State University. Series «Economic Sciences»*, no. 41, pp. 54–60.
8. Sazonova T. O., Potapiuk I. P., Yanush V. A. (2021). Osoblyvosti korporatyvnoi kultury orhanizatsii v suchasnykh realiiakh [Peculiarities of the corporate culture of the organization in modern realities]. *Ekonomicnyi forum–Economic Forum*. no 4. pp. 152–57.
9. Chernova I.V., Kostyk Ye.P. (2024). Rozvytok biznes-komunikatsii u systemi menedzhmentu pidpriemnytskykh struktur [Development of business communications in the management system of business structures]. *Kyivskiy ekonomichnyi naukovyi zhurnal–Kyiv Economic Scientific Journal*. no 5, pp. 158-165.