

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292. Ефективна економіка. 2026. № 5. ISSN 2307-2105



Copyright © The Author(s). This is an open access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2026.5.65>

УДК 330:316.77:330

К. О. Астаф'єва,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, Криворізький національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-3418-7622>

Г. В. Нікульнікова,

к. е. н., доцент, доцент кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління, Криворізький національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0703-5041>

В. О. Ільченко,

к. е. н., старший виклад кафедри економіки, організації та управління підприємствами, Криворізький національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1167-3708>

Є. В. Міщук,

д. е. н., професор, професор кафедри маркетингу, обліку, оподаткування та публічного управління,

Криворізький національний університет

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4145-3711>

**УНІВЕРСИТЕТСКА ОСВІТА ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ
СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ КОМПЕТЕНТНОСТЕЙ
У БІЗНЕС-СФЕРІ**

K. Astafieva,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Accounting, Taxation, and Public Administration,

Kyryvyi Rih National University

H. Nikulnikova,

PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Marketing, Accounting, Taxation, and Public Administration,

Kyryvyi Rih National University

V. Ilchenko

PhD, Senior lecturer the Department of Economics, organization and business management, Kyryvyi Rih National University

I. Mishchuk,

Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of Marketing, Accounting, Taxation, and Public Administration,

Kyryvyi Rih National University

UNIVERSITY EDUCATION AS A FACTOR IN THE FORMATION OF SOCIAL AND COMMUNICATION COMPETENCIES IN THE BUSINESS SPHERE

Метою статті є обґрунтування ролі університетської освіти як ключового чинника формування соціально-комунікаційних компетентностей у бізнес-сфері, а також визначення ефективних підходів до їх розвитку у процесі професійної підготовки здобувачів освіти. Особливу увагу приділено розкриттю сутності зазначених компетентностей, аналізу вимог сучасного бізнес-середовища та обґрунтуванню інструментів їх формування.

У дослідженні використано загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема: аналіз і узагальнення наукових джерел - для визначення теоретичних підходів до трактування соціально-комунікаційних

компетентностей; системний аналіз - для виокремлення їх структурних компонентів; порівняльний аналіз - для зіставлення вимог бізнес-середовища та можливостей університетської освіти; а також методи логічного узагальнення - для формулювання висновків і рекомендацій.

У ході дослідження встановлено, що соціально-комунікаційні компетентності є багатокомпонентною системою, яка включає когнітивний, поведінковий та ціннісно-мотиваційний складники. Визначено, що сучасний бізнес висуває підвищені вимоги до рівня розвитку комунікаційних навичок, зокрема щодо здатності до ділової комунікації, командної взаємодії, цифрової та міжкультурної комунікації. Обґрунтовано доцільність використання інтерактивних методів навчання, проєктного підходу, тренінгових форм, цифрових інструментів, а також дуальної освіти як ефективних засобів формування зазначених компетентностей у здобувачів освіти.

Доведено, що університетська освіта виступає ключовим середовищем формування соціально-комунікаційних компетентностей, які є необхідною умовою професійної успішності фахівців у бізнес-сфері. Ефективність їх розвитку забезпечується за умови комплексного поєднання теоретичної підготовки та практикоорієнтованих підходів до навчання. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку моделей оцінювання рівня сформованості цих компетентностей та удосконалення освітніх програм відповідно до потреб сучасного бізнес-середовища

The purpose of the article is to substantiate the role of university education as a key factor in the formation of social and communication competencies in the business sphere, as well as to determine effective approaches to their development in the process of professional training of students. Particular attention is paid to revealing the essence of these competencies, analyzing the requirements of the modern business environment, and substantiating the tools for their formation.

The study employs general scientific and specialized methods, including: analysis and generalization of scientific sources to identify theoretical approaches to the interpretation of social and communication competencies; system analysis to determine their structural components; comparative analysis to correlate the requirements of the business environment with the capabilities of university education; as well as methods of logical generalization to formulate conclusions and recommendations.

The research findings indicate that social and communication competencies represent a multi-component system that includes cognitive, behavioral, and value-motivational components and ensures effective professional interaction in the business environment. It has been determined that modern business places increased demands on the level of communication skills, particularly regarding business communication, teamwork, digital, and intercultural communication. The expediency of using interactive teaching methods, project-based learning, training formats, digital tools, and dual education as effective means of developing these competencies in students has been substantiated.

It has been proven that university education serves as a key environment for the formation of social and communication competencies, which are a necessary condition for professional success in the business sphere. The effectiveness of their development is ensured through a comprehensive combination of theoretical training and practice-oriented learning approaches. Further research should focus on developing models for assessing the level of these competencies and improving educational programs in accordance with the needs of the modern business environment.

Ключові слова: *університетська освіта, комунікації, компетентності, бізнес-сфера, соціально-комунікаційні компетентності.*

Keywords: *university education, communication, competencies, business sphere, social and communication competencies.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями

У сучасних умовах розвитку економіки знань, цифровізації бізнес-процесів та посилення конкуренції на глобальних ринках особливого значення набувають соціально-комунікаційні компетентності фахівців. Для ефективного функціонування у бізнес-сфері вже недостатньо лише професійних (hard skills) знань вагому роль відіграють уміння здійснювати ділову комунікацію/

Університетська освіта, як ключовий інститут підготовки майбутніх фахівців, покликана забезпечити формування зазначених компетентностей відповідно до потреб сучасного ринку праці. Водночас спостерігається невідповідність між рівнем сформованості соціально-комунікаційних навичок випускників і вимогами роботодавців у бізнес-сфері. Часто освітній процес орієнтований переважно на засвоєння теоретичних знань, тоді як розвиток комунікаційних умінь має фрагментарний або недостатньо системний характер.

Проблема ускладняється тим, що сучасне бізнес-середовище характеризується високим рівнем динамічності, міжкультурної взаємодії та цифрових комунікацій, що вимагає від фахівців нових підходів до професійної взаємодії. Таким чином, постає актуальна науково-практична проблема визначення ролі університетської освіти як чинника формування соціально-комунікаційних компетентностей у бізнес-сфері, а також обґрунтування ефективних підходів до їх розвитку в умовах сучасних викликів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Аналіз літературних джерел свідчить, що поняття соціально-комунікаційних компетентностей розглядається в різних наукових площинах, однак має спільне концептуальне ядро - здатність особистості до ефективної взаємодії у професійному середовищі. Було проаналізовано наукові роботи дослідників : Лобко С. [1], Борова, Т., Ведь, Т., та Чжан, Ц. [2], Стьопкіна А., Трубник І. [3], Ковальова О. [4], Бортнік С., Хомюк Н., Ющишина Л. [5],

Самойленко В. [6], Сторожук О., Немченко Т., Заярнюк О. [7], Менделєва О. [8], Шевченко Н. [9], Синицин Є. [10].

У дослідженні [1] соціально-комунікаційна компетентність трактується як інтегрована якість особистості, що включає знання, уміння та навички міжкультурної взаємодії. Автор акцентують увагу на важливості культурної чутливості та здатності до ефективної комунікації в умовах глобалізації, що є релевантним і для бізнес-сфери. У праці [2] досліджуване поняття розглядається як частина ширших трансверсальних компетентностей, що забезпечують адаптивність фахівців. Особливий акцент зроблено на здатності до комунікації, співпраці та критичного мислення, що формуються в умовах гібридного навчання і мають універсальний характер для різних професій, зокрема бізнесу.

У статті Самойленка В. В. [6] соціально-комунікативні компетентності визначаються як стратегічний ресурс, що формує конкурентні переваги фахівців на ринку праці. Автор наголошує на їх значенні для професійної мобільності, ефективності діяльності та кар'єрного зростання.

Проведений аналіз джерел дозволяє виокремити кілька ключових підходів до визначення сутності соціально-комунікаційних компетентностей у бізнес-сфері: як інтегрованої особистісної характеристики [1, 3, 4]; як складової трансверсальних і професійних компетентностей [2]; як інструменту забезпечення ефективності бізнес-процесів [5, 7, 10]; як стратегічного ресурсу конкурентоспроможності [6]; як прагматично орієнтованої діяльності, спрямованої на досягнення результату [8, 9].

Таким чином, соціально-комунікаційні компетентності у бізнес-сфері доцільно трактувати як багатокомпонентну систему знань, умінь, навичок і особистісних якостей, що забезпечують ефективну, результативну та адаптивну взаємодію в умовах сучасного бізнес-середовища.

Формулювання цілей статті (постановка завдання).

Метою статті є обґрунтування ролі університетської освіти як ключового чинника формування соціально-комунікаційних компетентностей

у бізнес-сфері та визначення ефективних підходів до їх розвитку в процесі професійної підготовки майбутніх фахівців.

Для досягнення поставленої мети передбачено вирішення таких завдань: розкрити сутність та зміст соціально-комунікаційних компетентностей у контексті діяльності у бізнес-сфері; визначити основні вимоги бізнес-середовища до рівня розвитку комунікаційних навичок фахівців; обґрунтувати ефективні методи, форми та інструменти розвитку комунікаційних навичок у процесі підготовки здобувачів освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження

Соціально-комунікаційні компетентності у сучасних умовах розвитку бізнес-сфери виступають ключовим елементом професійної підготовки фахівців. У науковій літературі дане поняття розглядається як інтегральна характеристика особистості, що поєднує знання, уміння, навички, цінності та поведінкові установки, які забезпечують здатність до ефективної взаємодії в соціальному та професійному середовищі [7].

У контексті бізнес-сфери соціально-комунікаційні компетентності набувають особливого значення, оскільки більшість управлінських та операційних процесів базується на комунікації [9]. Зміст соціально-комунікаційних компетентностей доцільно розглядати через сукупність взаємопов'язаних компонентів.

По-перше, когнітивний компонент включає знання про принципи та моделі комунікації, особливості ділового спілкування, міжкультурні аспекти взаємодії, а також розуміння ролі комунікацій у забезпеченні ефективності бізнес-процесів [7].

По-друге, поведінковий (практичний) компонент передбачає сформованість конкретних умінь і навичок, таких як проведення переговорів, участь у командній роботі, публічні виступи, управління конфліктами та використання сучасних цифрових каналів комунікації [4].

По-третє, ціннісно-мотиваційний компонент відображає готовність особистості до взаємодії, відкритість до комунікації, орієнтацію на співпрацю, етичність та відповідальність у професійних відносинах [10].

Окремої уваги потребує роль цифровізації у трансформації соціально-комунікаційних компетентностей. Сучасний бізнес активно використовує електронні засоби комунікації, дистанційні формати взаємодії, соціальні мережі та цифрові платформи. Окреслене вимагає від фахівців нових умінь - цифрової комунікативної грамотності, адаптивності до онлайн-середовища, здатності ефективно передавати інформацію в умовах віртуальної взаємодії.

Таким чином, соціально-комунікаційні компетентності у бізнес-сфері є багатокомпонентною системою, що поєднує знання, уміння та особистісні якості, необхідні для ефективної професійної діяльності. Їх формування в умовах університетської освіти є важливим завданням, оскільки саме вони забезпечують успішну інтеграцію випускників у сучасне бізнес-середовище та сприяють їх професійному розвитку.

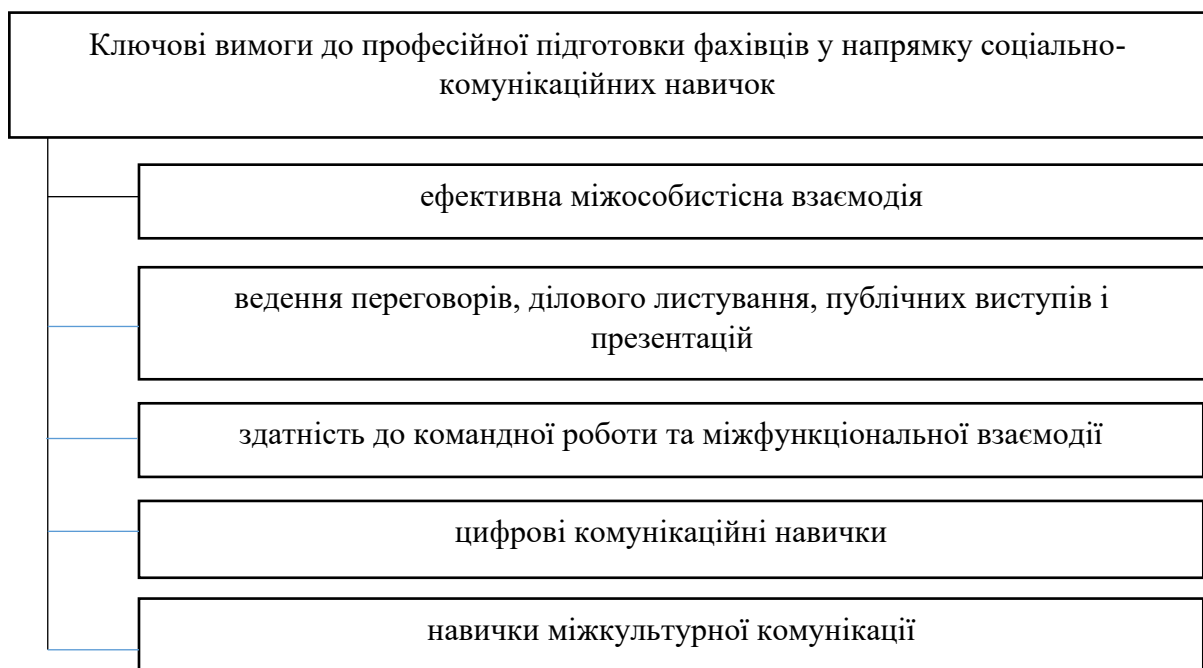


Рисунок 1. Ключові вимоги до професійної підготовки фахівців у напрямку соціально-комунікаційних навичок

Джерело : складено автором на основі аналізу [4, 5, 6, 7]

Сучасне бізнес-середовище характеризується високою динамічністю, глобалізаційними процесами, цифровізацією та зростаючим рівнем конкуренції. У таких умовах комунікація виступає не лише інструментом обміну інформацією, а й стратегічним ресурсом, який забезпечує ефективність управління, взаємодії з клієнтами та досягнення бізнес-цілей. На рис. 1 наведено ключові вимоги до професійної підготовки фахівців у напрямку соціально-комунікаційних навичок.

Однією з ключових вимог бізнес-середовища є здатність до ефективної міжособистісної взаємодії. Фахівець повинен володіти навичками активного слухання, чіткого та аргументованого висловлення думок, а також здатністю адаптувати стиль спілкування залежно від ситуації, цільової аудиторії та культурного контексту.

Важливою вимогою є також розвиток навичок ділової комунікації, зокрема ведення переговорів, ділового листування, публічних виступів і презентацій. Бізнес-середовище очікує від фахівців здатності представляти інтереси компанії, переконувати партнерів, ефективно доносити інформацію та формувати позитивний імідж організації. У цьому контексті особливого значення набуває володіння професійною термінологією, логікою викладу та вміння структурувати інформацію.

Ще однією суттєвою вимогою є здатність до командної роботи та міжфункціональної взаємодії. У сучасних організаціях більшість бізнес-процесів реалізується через командні форми роботи, що передбачає необхідність координації дій, розподілу ролей, вирішення конфліктів і досягнення спільних результатів. Відповідно, фахівці повинні демонструвати високий рівень комунікаційної культури, толерантність, відкритість до співпраці та готовність до зворотного зв'язку.

Окрему увагу бізнес-середовище приділяє цифровим комунікаційним навичкам. Використання електронної пошти, корпоративних платформ, систем управління проектами, соціальних мереж та інших цифрових інструментів стало невід'ємною частиною професійної діяльності. Окреслене

вимагає від фахівців здатності ефективно комунікувати в онлайн-середовищі, дотримуватися норм цифрового етикету, забезпечувати чіткість і лаконічність повідомлень, а також швидко реагувати на інформаційні запити.

Крім того, бізнес висуває вимоги до розвитку міжкультурної комунікації, що обумовлено інтеграцією у міжнародні ринки. Фахівці повинні враховувати культурні особливості партнерів, уникати комунікаційних бар'єрів та будувати ефективну взаємодію в мультикультурному середовищі.

Ефективне формування соціально-комунікаційних навичок здобувачів освіти потребує системного поєднання сучасних педагогічних методів, організаційних форм і практикоорієнтованих інструментів навчання. З огляду на вимоги бізнес-середовища, освітній процес має бути спрямований не лише на передачу знань, а й на активне формування поведінкових моделей професійної комунікації. На рис. 2 наведено сучасні методи розвитку соціально-комунікаційних навичок здобувачів освіти, а отже і майбутніх фахівців.



Рисунок 2. Сучасні методи розвитку соціально-комунікаційних навичок здобувачів освіти

Джерело : складено автором на основі аналізу [1, 2, 3, 9, 10]

Одним із найбільш результативних методів є інтерактивне навчання, що передбачає залучення студентів до активної взаємодії. До таких методів належать ділові та рольові ігри, кейс-метод, моделювання професійних ситуацій, дискусії та дебати. Вони дозволяють відтворювати реальні бізнес-сценарії, у яких здобувачі освіти набувають досвіду ведення переговорів, аргументації, прийняття рішень і командної взаємодії. Зокрема, кейс-метод сприяє розвитку аналітичного мислення та вмінню комунікувати в умовах невизначеності, а рольові ігри формують практичні навички міжособистісного спілкування.

Важливе значення має використання проєктного навчання, яке передбачає виконання студентами групових або індивідуальних проєктів із реальним або наближеним до реальності бізнес-змістом. У процесі роботи над проєктами здобувачі освіти розвивають навички командної комунікації, розподілу ролей, презентації результатів, а також відповідальності за спільний результат. Проєктна діяльність сприяє формуванню не лише комунікаційних, а й управлінських компетентностей.

Серед ефективних форм організації освітнього процесу доцільно виділити тренінги, майстер-класи та воркшопи, орієнтовані на розвиток конкретних комунікаційних навичок. Такі форми забезпечують інтенсивну практику, зворотний зв'язок і можливість корекції поведінкових моделей. Залучення практиків із бізнес-середовища до проведення занять підвищує їх прикладну цінність і сприяє формуванню у студентів розуміння реальних вимог професійної діяльності.

Не менш важливим є впровадження цифрових інструментів навчання, які відповідають сучасним тенденціям розвитку комунікацій. Використання платформ для онлайн-співпраці, відеоконференцій, систем управління проєктами та корпоративних месенджерів дозволяє формувати навички цифрової комунікації, що є необхідними у сучасному бізнес-середовищі. Крім того, застосування змішаного навчання (blended learning) розширює можливості взаємодії між учасниками освітнього процесу.

Важливим інструментом розвитку комунікаційних навичок є рефлексія та зворотний зв'язок, які забезпечують усвідомлення власного рівня компетентності та сприяють його підвищенню. Регулярне оцінювання результатів комунікаційної діяльності, самоаналіз і взаємооцінювання дозволяють здобувачам освіти вдосконалювати свої навички та коригувати поведінку у професійних ситуаціях.

Додатково доцільним є використання дуальної освіти та стажувань, які забезпечують безпосереднє занурення студентів у бізнес-середовище. Такий досвід дозволяє застосовувати набуті знання та навички у реальних умовах, формує професійну комунікаційну культуру та сприяє швидшій адаптації до майбутньої професійної діяльності.

Висновки та перспективи подальших розвідок у даному напрямі

У результаті проведеного дослідження встановлено, що соціально-комунікаційні компетентності є невід'ємною складовою професійної підготовки сучасних фахівців бізнес-сфери. Вони мають комплексний характер і охоплюють когнітивний, поведінковий та ціннісно-мотиваційний компоненти, що забезпечують ефективну взаємодію у професійному середовищі.

Доведено, що сучасне бізнес-середовище висуває підвищені вимоги до рівня розвитку комунікаційних навичок фахівців, зокрема щодо здатності до міжособистісної взаємодії, ведення ділових переговорів, роботи в команді, цифрової та міжкультурної комунікації..

Обґрунтовано, що ефективне формування соціально-комунікаційних компетентностей у системі університетської освіти можливе за умови впровадження інтерактивних методів навчання, проєктного підходу, тренінгових форм роботи, використання цифрових інструментів, а також розвитку механізмів рефлексії та зворотного зв'язку. Важливу роль у цьому процесі відіграє практикоорієнтованість навчання, зокрема через дуальну освіту та стажування, що забезпечують інтеграцію теоретичних знань і практичних навичок.

Таким чином, університетська освіта виступає ключовим середовищем формування соціально-комунікаційних компетентностей, які відповідають сучасним вимогам бізнес-сфери. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розробку ефективних моделей оцінювання рівня сформованості зазначених компетентностей та удосконалення освітніх програм з урахуванням динамічних змін бізнес-середовища.

Література

1. Лобко С. Розвиток міжкультурної комунікації як чинник формування соціально-комунікаційної компетентності студентів-журналістів у процесі професійної підготовки. *Проблеми хімії та сталого розвитку*. 2024. URL : https://www.researchgate.net/publication/389369370_ROZVITOK_MIZKULTURNOI_KOMUNIKACII_AK_CINNIK_FORMUVANNA_SOCIALNO-KOMUNIKACIINOI_KOMPETENTNOSTI_STUDENTIV-ZURNALISTIV_U_PROCESI_PROFESIINOI_PIDGOTOVKI (дата звернення : 14.04.2026).
2. Борова, Т., Ведь, Т., та Чжан, Ц. Формування трансверсальних компетенцій у студентів вищих навчальних закладів на основі гібридного навчання. *Адаптивне управління: теорія та практика*. Серія «Педагогіка», 2022, 13 (25). DOI : [https://doi.org/10.33296/2707-0255-13\(25\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0255-13(25)-07)
3. Стьопкіна А., Трубник І. Формування соціально-комунікаційної компетентності майбутніх фахівців соціальної сфера. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2021. Том 1. №1 (100). С. 248-256. DOI : <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2021-100-1-247-256>
4. Ковальова О. А. Модель соціально-комунікативної компетентності. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2014. №11 (30). С. 27-33. URL : https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/10239/1/%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0_11_2014.pdf (дата звернення : 14.04.2026).

5. 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>

6. Самойленко В. В. Соціально-комунікативні компетентності як стратегічний ресурс для конкурентної переваги фахівців на ринку праці *Ефективна економіка*. 2025. № 12. DOI : <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.61>

7. 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>

8. Менделєва О. В. Актуалізація соціального прагматизму комунікативної компетентності в бізнес-комунікаціях. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*. 2007. (1). С. 111-116. URL : <https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/view/1908> (дата звернення : 14.04.2026).

9. Шевченко Н. Ф. Особливості комунікаційних якостей суб'єктів підприємницької діяльності. *Problems of Modern Psychology*. 2021. DOI: <https://doi.org/10.26661/2310-4368/2021-1-16>

10. Синицин, Є. (2025). Структура моделі комунікативного менеджменту консалтингової компанії в умовах змін. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (2(78)), 347–355. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2025-78-347-355>

References

1. Lobko, S. (2024), “Development of intercultural communication as a factor in the formation of social and communication competence of journalism students in the process of professional training”, available at: https://www.researchgate.net/publication/389369370_ROZVITOK_MIZKULTURNOI_KOMUNIKACII_AK_CINNIK_FORMUVANNA_SOCIALNO-KOMUNIKACIINOI_KOMPETENTNOSTI_STUDENTIV-

ZURNALISTIV_U_PROCESI_PROFESIJOI_PIDGOTOVKI (Accessed 14.04.2026).

2. Borova, T., Ved', T. and Chzhan, Ts. (2022), "Formation of transversal competences in students of higher educational institutions based on hybrid learning", *Adaptyvne upravlinnia: teoriia ta praktyka. Seriiia «Pedahohika»*, vol.13 (25). DOI : [https://doi.org/10.33296/2707-0255-13\(25\)-07](https://doi.org/10.33296/2707-0255-13(25)-07)

3. St'opkina, A. and Trubnyk, I. (2021), "Formation of social and communicative competence of future specialists in the social sphere", *Dukhovnist' osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka*, vol.1, no. 1 (100), pp. 248-256. DOI : <https://doi.org/10.33216/2220-6310-2021-100-1-247-256>

4. Koval'ova, O. A. (2014), "Model of social and communicative competence", *Osvita ta rozvytok obdarovanoi osobystosti*, vol.11 (30), pp. 27-33, available at: https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/10239/1/%D0%9A%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BE%D0%B2%D0%B0_11_2014.pdf (Accessed 14.04.2026).

5. Bortnik, S., Khomiuk, N. and Yuschyshyna, L. (2023), "Directions for improving business communications in socio-economic design", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol.(50). DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-50-44>

6. Samojlenko, V. V. (2025), "Social and communication skills as a strategic resource for competitive advantages of specialists", *Efektivna ekonomika*, vol.12. DOI : <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.12.61>

7. Storozhuk, O., Nemchenko, T., & Zaiarniuk, O. (2023), "Effective business communications as a strategic component of enterprise risk management", *Ekonomika ta suspil'stvo*, vol. (58). DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-5>

8. Mendieliava, O. V. (2007), "Actualization of social pragmatism of communicative competence in business communications", *Visnyk L'vivs'koho universytetu. Seriiia sotsialohichna*, vol.(1), pp. 111-116, available at:

<https://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/sociology/article/view/1908>
(Accessed 14.04.2026).

9. Shevchenko, N. F. (2021), “Features of communication qualities of business entities”, *Problems of Modern Psychology*. DOI: <https://doi.org/10.26661/2310-4368/2021-1-16>

10. Snytnyn, Ye. (2025), “Structure of the model of communicative management of a consulting company in conditions of change”, *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, vol.(2(78), pp. 347–355. DOI: <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2025-78-347-355>

Отримано редакцією журналу / Received: 30.04.26

Прорецензовано / Revised: 11.05.26

Дата публікації / Published: 26.05.26