

8. Agapiou A. [et al.]. (2015). Cultural heritage management and monitoring using remote sensing data and GIS: The case study of Paphos area, Cyprus, Computers. *Environment and Urban Systems*, 54, pp. 230—239.
9. Casillo M. [et al.]. (2024). Revolutionizing cultural heritage preservation: an innovative IoT-based framework for protecting historical buildings. *Evolutionary Intelligence*, 17, pp. 3815—3831.
10. Cuca B., Zaina F. & Tapete D. (2023). Monitoring of damages to cultural heritage across Europe using remote sensing and earth observation: assessment of scientific and grey literature. *Remote Sensing*, 15 (15):3748.
11. Gomes L., Regina O., Bellon P. & Silva L. (2014). 3D reconstruction methods for digital preservation of cultural heritage: A survey. *Pattern Recognition Letters*, 50, pp. 3—14.
12. State of Conservation Information System (SOC). (n. d.). Conserve and transmit to future generations. *UNESCO*. URL: <https://whc.unesco.org/en/soc/> [Accessed 17.07 2025].

Надійшла до редакції 12.08.2025

[https://doi.org/10.36273/2076-9555.2026.1\(354\).31-35](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2026.1(354).31-35)
УДК 316.77:[174:005]:(477)(045)

Надія Ухаліна,
аспірантка кафедри соціальних комунікацій
ННДЖ КНУ імені Тараса Шевченка
nukhalina833@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6621-7390>

Специфіка соціально-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів

Статтю присвячено дослідженню специфіки соціально-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів для виявлення основних комунікативних чинників, що впливають на ефективність організаційної діяльності в умовах сучасної цифровізації та глобалізації. Методологія дослідження базується на міждисциплінарному підході, який поєднує теоретичний аналіз сучасних концепцій менеджменту, соціології та комунікативістики з емпіричним вивченням внутрішніх і зовнішніх комунікаційних процесів у бізнес-середовищі. Новизна дослідження полягає в комплексному вивченні соціально-комунікаційної взаємодії як інтегрального елементу управління бізнес-процесами, що дає змогу подолати розрив між стратегічними цілями підприємств і реальними комунікативними практиками. Результати дослідження підтверджують, що розвиток соціально-комунікаційного складника бізнесу є критично важливим для забезпечення його гнучкості, інноваційності та сталого розвитку.

Ключові слова: бізнес-процеси; соціальні комунікації; корпоративна культура; комунікативна стратегія; менеджмент комунікацій; психологія бізнес-спілкування; інформаційне забезпечення управління

Постановка проблеми. У реаліях сучасного світу, якому притаманні глобальні зрушення й постійне зростання конкуренції, активність бізнес-процесів характеризується не лише фінансово-економічними аспектами, а й рівнем соціально-комунікаційної співпраці в межах структури організації. Комунікація відіграє вагомий роль у налагодженні стабільної роботи внутрішніх і зовнішніх підсистем економічних суб'єктів. Водночас зазначені процеси перебувають поза рамками комплексного аналізу управління, що може спричинити деструктивні явища.

Соціальний і комунікаційний складники ділових процесів характеризуються багатошаровою й динамічною природою, водночас вони недостатньо формалізовані в межах управлінських підходів. Недоліки комунікації, як-от обмеженість каналів обміну інформацією, емоційна негнучкість учасників чи недостатня відкритість у взаємодії, суттєво впливають на результативність роботи й ускладнюють реалізацію управлінських змін.

З огляду на практичні потреби сучасного бізнесу, дослідження соціально-комунікаційної специфіки ор-

ганізаційних процесів є важливою умовою адаптації компаній до динамічних змін зовнішнього середовища, зміцнення її внутрішньої культури, розвитку лідерства та підвищення результативності колективної роботи. Саме налагоджена ефективна комунікація всередині організації й у зовнішньому середовищі, сприяє впровадженню інновацій і забезпечує стале функціонування підприємства в умовах ринкової невизначеності.

Аналіз досліджень і публікацій. У дослідженнях українських науковців В. Берещака [1] і Г. Миськіва [2] висвітлено практичні чинники комунікаційних стратегій у взаємодії з партнерами й внутрішніми командами. Учені акцентують на потребі застосування комплексного підходу до управління комунікацією. О. Тодорова [6] позитивно оцінює сторителінг як інструмент формування довіри й зміцнення соціального капіталу компаній. Г. Почепцов [3—5] розкриває ризики модерного інформаційного середовища, зокрема феномени маніпуляції та гібридних технологій.

Попри певні наукові здобутки, в дослідженнях переважає фрагментарний чи одновимірний підхід до

комунікації, здебільшого як до функції інформування або координації. Недостатньо вивченим є зв'язок між комунікативними практиками та гнучкістю бізнесових процесів, їх здатністю до адаптації, інновацій і трансформації в умовах змін. Невирішеним також залишається питання розроблення практичних рекомендацій щодо впровадження соціально-комунікаційних механізмів у систему стратегічного і операційного управління.

Метою статті є дослідження специфіки соціально-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів, що передбачає аналіз ролі та впливу комунікативних чинників на ефективність управління організацією.

Виклад основного матеріалу дослідження. Соціально-комунікаційний підхід у дослідженні бізнес-

комунікації є важливим й актуальним напрямом сучасної науки, що дає змогу комплексно оцінити та проаналізувати складні взаємодії між учасниками бізнес-процесів. У цьому контексті бізнес-комунікація постає не лише як акт передавання даних, а і як процес формування спільних цінностей, норм і смислів, що сприяє створенню унікальної корпоративної ідентичності та зміцненню внутрішньої згуртованості колективу. Завдяки міждисциплінарності соціально-комунікаційний підхід поєднує методи соціології, психології, менеджменту й теорії інформації, що допомагає глибше зрозуміти сутність і механізми бізнес-комунікації, а також ефективно впливати на організаційні процеси (табл. 1).

Таблиця 1

Основні аспекти соціально-комунікаційного підходу в системі дослідження бізнес-комунікації

Аспект / Категорія	Опис / Особливості	Важливість / Значення	Практичні імплікації / Рекомендації
Соціально-комунікаційний підхід	Комплексний міждисциплінарний підхід, що враховує соціокультурні, психологічні та організаційні аспекти бізнес-комунікації. Комунікація як багатовимірна система формування спільних цінностей та ідентичності	Дає змогу глибше розуміти бізнес-комунікацію, не обмежуючись обміном інформацією	Використання методів соціології, психології, менеджменту для комплексного аналізу та управління комунікацією в організації
Вербальні та невербальні засоби	Охоплює усне, письмове мовлення, електронні повідомлення, а також жести, міміку, інтонації, просторові взаємодії, культурні коди	Впливають на сприйняття, інтерпретацію та ефективність трансляції повідомлень	Забезпечення балансу та усвідомлене використання різних каналів комунікації для підвищення розуміння й довіри
Соціальні ролі та статуси	Рівень ієрархії, професійні функції, особистісні характеристики впливають на вибір стилю спілкування та комунікативних стратегій	Враховання цих чинників допомагає уникнути конфліктів і підвищує рівень довіри	Адаптація комунікаційних практик до соціального контексту, розвиток навичок міжособистісної взаємодії з урахуванням статусу учасників
Корпоративна культура	Сукупність норм, цінностей, символів і практик, що формують стиль та якість комунікації в організації	Визначає мотивацію, залученість співробітників, інноваційність і згуртованість колективу	Формування та підтримка позитивної корпоративної культури як основи для ефективної комунікації й управління змінами
Комунікативні бар'єри	Інформаційна перевантаженість, нерівність доступу до інформації, мовні та культурні відмінності, психологічні страхи й недовіра	Знижують якість і швидкість бізнес-взаємодії, створюють ризики помилок і конфліктів	Розроблення стратегій подолання бар'єрів, навчання персоналу комунікативних навичок, застосування технологій для підвищення прозорості й доступності інформації
Цифрові технології	Використання ІТ-платформ, електронних засобів комунікації, віртуальних робочих груп, цифрових систем управління знаннями	Прискорюють обмін інформацією, поліпшують координацію, але можуть спричинити ізоляцію та втрату	Баланс між цифровими інструментами та живим спілкуванням, врахування соціально-психологічних аспектів упровадження технологій
Роль лідерства	Лідери формують стиль і культуру комунікації, сприяють довірі, відкритості, мотивації і розв'язанню конфліктів	Визначає ефективність командної роботи, здатність організації адаптуватися й розвиватися	Розвиток лідерських комунікативних компетенцій, впровадження практик відкритої комунікації та діалогу

Аспект / Категорія	Опис / Особливості	Важливість / Значення	Практичні імплікації / Рекомендації
Міжкультурна комунікація	Враховання культурних кодів, традицій, мовних особливостей у міжнародному бізнесі	Мінімізує непорозуміння, зміцнює партнерства, розширює ринки	Підготовка до міжкультурної взаємодії, адаптація комунікаційних стратегій з урахуванням культурного контексту
Зворотний зв'язок	Механізм контролю, корекції та адаптації комунікативних процесів, що сприяє підвищенню взаєморозуміння	Підвищує якість комунікації, дає змогу вчасно виявляти проблеми та оперативно їх вирішувати	Упровадження систем зворотного зв'язку, навчання співробітників вміння надавати та приймати конструктивний фідбек
Динаміка комунікації у часі	Аналіз змін у комунікаційних процесах, організаційних структурах, технологіях і поведінці учасників у часі	Дає можливість прогнозувати й адаптувати стратегії відповідно до змін зовнішнього й внутрішнього середовища	Розроблення гнучких моделей комунікації, що враховують еволюцію організації та ринку
Методики та моделі дослідження	Розроблення специфічних підходів до аналізу бізнес-комунікації з урахуванням галузевих, організаційних і ринкових особливостей	Забезпечує точний і релевантний аналіз, сприяє розробленню ефективних управлінських рішень	Використання адаптивних методів дослідження, які враховують специфіку підприємства та середовища
Освітній потенціал	Введення комунікаційних дисциплін у навчальні програми для менеджерів і бізнес-фахівців	Підвищує професійну компетентність, готує до роботи в динамічному та глобалізованому бізнес-середовищі	Розроблення та впровадження курсів з міжособистісної комунікації, корпоративної культури й цифрових комунікацій
Конкурентоспроможність підприємств	Соціально-комунікаційні практики підвищують здатність підприємств адаптуватися, інноваційно розвиватися й зміцнювати соціальні зв'язки	Визначає довгострокову стійкість бізнесу у швидкозмінних ринкових умовах	Інтеграція комунікативних стратегій у бізнес-моделі, розвиток партнерств і внутрішньої згуртованості
Інноваційна діяльність	Ефективна комунікація стимулює генерацію ідей, колективний інтелект і мобілізацію ресурсів для реалізації інновацій	Підсилює творчий потенціал і здатність компанії до трансформацій	Створення сприятливого комунікативного середовища для обміну ідеями та підтримки інновацій
Сталий розвиток бізнесу	Комунікація як головний чинник формування адаптивних і стійких бізнес-систем, здатних до тривалої співпраці й розвитку у глобальному середовищі	Забезпечує життєздатність підприємств в умовах глобалізації та цифровізації	Упровадження стратегій сталого управління комунікацією, що підтримують довіру, співпрацю та соціальну відповідальність

Джерело: [7—12].

У межах соціально-комунікаційного підходу особливо актуальним є вивчення корпоративної культури як сукупності комунікативних практик, норм, цінностей і символів, що визначають стиль і якість бізнес-комунікації в організації. Корпоративна культура слугує не лише фоном для обміну інформацією, а й важливим чинником формування комунікативної поведінки. Вона визначає вагомий роль комплексного підходу до управління, за якого комунікація стає головним інструментом розвитку бізнесу й досягнення стратегічних цілей.

Окрім того, в межах соціально-комунікаційного підходу велике значення має аналіз кому-

нікативних бар'єрів, серед яких — інформаційна перевантаженість, нерівність доступу до інформації, мовна та культурна різниця, психологічні чинники недовіри [6].

Сучасний соціально-комунікаційний підхід також передбачає активне використання цифрових технологій, які суттєво трансформують традиційні моделі бізнес-комунікації. Застосування в роботі різноманітних ІТ-платформ і комунікативних інструментів дає змогу прискорити обмін інформацією, спростити координацію дій між підрозділами організації.

Вагоме значення в межах соціально-комунікаційного підходу мають міжкультурні аспекти кому-

кації, що надзвичайно важливо у глобалізованому бізнес-середовищі. Розуміння культурних кодів, традицій, мовних особливостей допомагає мінімізувати внутрішні проблеми організації та зміцнити міжнародне партнерство [2].

Незаперечною є роль лідерства в соціально-комунікаційному підході, адже саме лідери визначають стиль взаємодії в організації. Успішні керівники мають високий рівень комунікативних компетенцій, зокрема вміння налагоджувати зворотний зв'язок і розв'язувати конфлікти [7]. Міжособистісні відносини, що формуються під час бізнес-комунікації, відіграють вагомий роль у налагодженні партнерства. Ефективне спілкування базується на повазі й відкритості, що дає змогу підвищити лояльність співробітників і стимулювати спільні зусилля для забезпечення бізнес-процесів [9].

Слід враховувати й культурний контекст комунікаційного середовища, який визначає не тільки правила та норми поведінки, а й унікальні комунікативні цінності. Культурний складник формує основу для побудови корпоративної ідентичності, згуртовує колектив, сприяє підвищенню ефективності праці. Це особливо актуально у глобалізованому світі, що потребує від менеджменту навичок міжкультурної комунікації [11].

Зворотний зв'язок є невіддільним елементом ефективної бізнес-комунікації, оскільки передбачає постійний контроль якості інформації й процесів, виявлення й корекцію помилок, що поліпшує взаємодію. Відкритий, конструктивний і своєчасний зворотний зв'язок формує культуру довіри, що підвищує продуктивність персоналу. Організації, які розвивають ефективні механізми зворотного зв'язку, здатні швидше реагувати на виклики та підтримувати свій динамічний розвиток [4].

Загалом, соціально-комунікаційний підхід є невіддільним компонентом сучасного розуміння бізнес-комунікації та бізнес-процесів, що дає змогу підвищити конкурентоспроможність підприємств, розвинути інноваційну діяльність, зміцнювати соціальні зв'язки в діловому середовищі. Соціально-комунікаційний підхід відкриває нові можливості для побудови ефективних, адаптивних і стійких бізнес-систем, здатних успішно функціонувати в умовах швидких змін і високої конкуренції, поєднуючи технологічні інновації з підтримкою комунікації між людьми. Такий підхід є основою формування майбутнього бізнесу, орієнтованого на співпрацю й сталий розвиток [4].

Висновки. Сучасні організації мають обов'язково враховувати специфіку соціально-комунікаційного забезпечення бізнес-процесів, що є одним з основних складників успішної діяльності й конкурентоспроможності. Комунікація становить не лише механізм обміну інформацією, а й базовий інструмент формування корпоративної культури, створення спільних цінностей і підтримки внутрішньої мотивації персоналу. Недооцінювання ролі соціально-комунікаційних процесів може призводити до зниження продуктивності праці, виникнення конфліктів і послаблення загальної ефективності системи управління, що негативно впливає на конкурентоспроможність і здатність бізнесу адаптуватися до змін у мінливому ринковому середовищі. Отже, комунікація постає не лише технічним аспектом, а складним соціокультурним феноменом, який слід системно інтегрувати в бізнес-моделі.

Перспективи подальших досліджень становить розвиток міждисциплінарних методів аналізу та моделювання комунікативних систем у бізнес-середовищі, що дасть змогу створити більш точні й адаптивні управлінські інструменти для підвищення ефективності діяльності організацій.

Список бібліографічних посилань

1. Берещак В. Комунікаційна стратегія в бізнесі. Як досягти максимуму в спілкуванні з аудиторією. Київ : Yakaboo publishing, 2023. 194 с.
2. Миськів Г. В. Комунікації в бізнесі. Львів : Растр-7, 2023. 277 с.
3. Почепцов Г. Г. Від покемонів до гібридних війн: нові комунікативні технології XXI століття. Київ : Києво-Могилянська академія, 2017. 257 с.
4. Почепцов Г. Г. Токсичний інфопростір. Як зберегти ясність мислення і свободу дії. Харків : Віват, 2022. 381 с.
5. Почепцов Г. Г. Фейк. Технології спотворення реальності. Київ : Києво-Могилянська академія, 2020. 219 с.
6. Тодорова О. В. Енергія сторітелінгу. Історії, архетипи, тренди в бізнес-комунікаціях. Київ : Інтерконтиненталь-Україна, 2024. 223 с.
7. Daft R. L. Management. 13th ed. Boston: Cengage Learning, 2022. 768 p.
8. Daft R. L. The Leadership Experience. 7th ed. Boston : Cengage Learning, 2021. 528 p.
9. Goldhaber G. M. Organizational Communication. 6th ed. Boston : McGraw-Hill, 1993. 328 p.
10. Goldhaber G. M. Communication and Organizations: Management, Technology, and the Changing Environment. New York : McGraw-Hill, 1997. 342 p.
11. McShane S. L., Von Glinow M. A. Organizational Behavior: Emerging Knowledge. Global Reality. 8th ed. New York: McGraw-Hill Education, 2021. 624 p.
12. McShane S. L., Von Glinow M. A. Organizational Behavior: Managing People and Organizations. 9th ed. New York: McGraw-Hill, 2023. 640 p.

Nadiia Ukhulina,
Postgraduate Student
of Educational and Scientific Institute of Journalism
of Kyiv National Taras Shevchenko University

Social and communication specifics of business process support

This article is devoted to the study of social and communication specifics of business process support with the aim of identifying key communication factors that influence the effectiveness of organizational activities in the context of modern digitalization and globalization. The research methodology is based on an interdisciplinary approach that combines theoretical analysis of modern concepts of management, sociology, and communication studies with empirical study of internal and external communication processes in the business environment. The novelty of the article lies in a comprehensive consideration of social and communication interactions as an integral element of business process management, which allows overcoming the gap between the strategic goals of enterprises and real communication practices. The main results confirm that the development of the social and communication component is critical to ensuring flexibility, innovation, and sustainable business development.

Keywords: business processes; social communications; corporate culture; communication strategy; communication management; business communication psychology; information support for management

References

1. Bereshchak V. (2023). *Komunikatsiina stratehiia v biznesi. Yak dosiahty maksymumu v spilkuvanni z audytoriiu.* Kyiv: Yakaboo publishing.
2. Myskyv H. V. (2023). *Komunikatsii v biznesi.* Lviv: Rastr-7.
3. Pocheptsov H. H. (2017). *Vid pokemoniv do hibrydnykh viin: novi komunikatyvni tekhnolohii XXI stolittia.* Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia.
4. Pocheptsov H. H. (2022). *Toksychnyi infroprostir. Yak zberehty iasnist myslennia i svobodu dii.* Kharkiv: Vivat.
5. Pocheptsov H. H. (2020). *Feik. Tekhnolohii spotvorennia realnosti.* Kyiv: Kyievo-Mohylianska akademiia.
6. Todorova O. V. (2024). *Enerhiia storielingu. Istorii, arkhetypy, trendy v biznes-komunikatsiakh.* Kyiv: Interkontynental-Ukraina.
7. Daft R. L. (2022). *Management.* 13th ed. Boston: Cengage Learning.
8. Daft R. L. (2021). *The Leadership Experience.* 7th ed. Boston: Cengage Learning.
9. Goldhaber G. M. (1993). *Organizational Communication.* 6th ed. Boston: McGraw-Hill.
10. Goldhaber G. M. (1997). *Communication and Organizations: Management, Technology, and the Changing Environment.* New York: McGraw-Hill.
11. McShane S. L. & Von Glinow M. A. (2021). *Organizational Behavior: Emerging Knowledge. Global Reality.* 8th ed. New York: McGraw-Hill Education.
12. McShane S. L. & Von Glinow M. A. (2023). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations.* 9th ed. New York: McGraw-Hill.

Надійшла до редакції 25.07.2025

ІНФОРМАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ



[https:// doi.org/10.36273/2076-9555.2026.1\(354\).35-40](https://doi.org/10.36273/2076-9555.2026.1(354).35-40)

УДК 930.25(477):[004.774:001.103.2](100)(045)

Данило Грецу́к,
аспірант кафедри соціальних
комунікацій та інформаційної діяльності
НУ "Львівська політехніка"
danylo.i.hreshchuk@lpnu.ua

Метадані архівних документів та їх роль у формуванні міждокументних інформаційних зв'язків

У статті досліджено роль метаданих архівних документів у формуванні міждокументних інформаційних зв'язків в умовах цифровізації архівної справи в Україні. Проаналізовано програми оцифрування архівних ресурсів, особливості впровадження електронних послуг у центральних та обласних архівах, а також концептуальні підходи до електронного архівознавства. Розглянуто особливості створення та збереження інформаційних зв'язків архівних документів, методи архівного менеджменту в умовах електронного