



УДК 330.1:004.738.5

[https://doi.org/10.52058/3041-1254-2026-1\(23\)-1681-1691](https://doi.org/10.52058/3041-1254-2026-1(23)-1681-1691)

**Шкварилюк Марта Володимирівна** доктор філософії, старша викладачка кафедри публічного управління та адміністрування Закладу вищої освіти «Університет Короля Данила», м. Івано-Франківськ, <https://orcid.org/0000-0002-3352-8907>

## ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ПОРУШЕННЯ НЕТИКЕТУ В ЦИФРОВИХ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЯХ

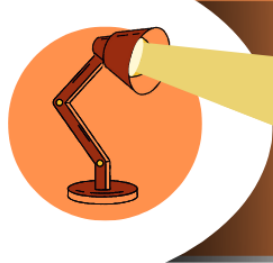
**Анотація.** У статті здійснено комплексний економічний аналіз наслідків порушення норм нетикету в цифрових бізнес-комунікаціях в умовах трансформації глобальної економіки та інституціоналізації дистанційних і гібридних форм зайнятості. Вихідною позицією дослідження є теза про те, що стрімка цифровізація бізнес-процесів суттєво випередила формування ефективних інституційних регуляторів цифрової поведінки, що спричинило зростання комунікаційної ентропії в організаціях. Обґрунтовано, що порушення нетикету перестало бути суто етичною проблемою та трансформувалося у системний чинник економічної неефективності, який породжує приховані трансакційні витрати.

У роботі доведено, що деструктивні комунікаційні практики безпосередньо впливають на продуктивність праці, стабільність людського капіталу та вартість клієнтських активів підприємства. Запропоновано економічну інтерпретацію нетикету як неформального інституту, що виконує функцію оптимізації обміну інформацією та зниження витрат, пов'язаних із фрагментацією уваги, інформаційним шумом і когнітивним перевантаженням персоналу. Здійснено функціональну класифікацію порушень нетикету за характером споживання ресурсів підприємства та показано механізми їх трансформації у фінансові втрати.

Аналітично продемонстровано, що порушення цифрового етикету має мультиплікативний ефект, одночасно впливаючи на операційну ефективність, показники плинності кадрів і ключові метрики юніт-економіки. Особливу увагу приділено обґрунтуванню економічної доцільності інституціоналізації стандартів цифрової гігієни як інструменту управління операційними ризиками та підвищення ринкової вартості компанії. Зроблено висновок, що цифровий етикет слід розглядати як елемент фінансового менеджменту та корпоративного управління, інтеграція якого дозволяє знизити непродуктивні витрати та підвищити конкурентоспроможність бізнесу в цифровому середовищі.

**Ключові слова:** нетикет, цифрові бізнес-комунікації, трансакційні витрати, людський капітал, операційна ефективність, цифрова гігієна, EBITDA, економіка цифрового середовища.





**Shkvaryliuk Marta** PhD, Senior Lecturer of the Department of Public Management and Administration, Higher Education Institution “King Danylo University”, Ivano-Frankivsk, <https://orcid.org/0000-0002-3352-8907>

## ECONOMIC CONSEQUENCES OF NETIQUETTE VIOLATIONS IN DIGITAL BUSINESS COMMUNICATIONS

**Abstract.** The article presents a comprehensive economic analysis of the consequences of netiquette violations in digital business communications amid global economic transformation and the institutionalization of remote and hybrid work models. The study is based on the premise that the rapid digitalization of business processes has significantly outpaced the development of effective institutional regulators of digital behavior, leading to increased communication entropy within organizations. It is argued that violations of netiquette have evolved from a purely ethical issue into a systemic factor of economic inefficiency that generates hidden transaction costs.

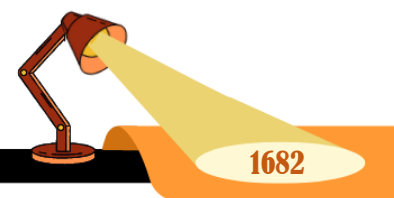
The research demonstrates that destructive communication practices directly affect labor productivity, human capital stability, and the value of customer assets. Netiquette is conceptualized as an informal institution that optimizes information exchange and reduces costs associated with attention fragmentation, information overload, and cognitive fatigue among employees. A functional classification of netiquette violations is proposed based on the nature of resource consumption within firms, and the mechanisms through which these violations translate into financial losses are identified.

The study analytically shows that netiquette violations produce a multiplicative effect, simultaneously impacting operational efficiency, employee turnover, and key unit economics indicators. Particular attention is paid to the economic rationale for institutionalizing digital hygiene standards as a tool for managing operational risks and increasing firm value. It is substantiated that investments in digital communication standards generate returns through productivity growth, reduced recruitment costs, and improved customer retention.

The findings support the conclusion that digital etiquette should be treated as an element of financial management and corporate governance rather than a peripheral ethical norm. Integrating netiquette standards into organizational practices helps reduce non-productive expenses, stabilize cash flows, and enhance long-term competitiveness in the digital economy.

**Keywords:** netiquette, digital business communication, transaction costs, human capital, operational efficiency, digital hygiene, EBITDA, digital economy.

**Постановка проблеми.** Сучасна парадигма глобальної економіки характеризується тотальною цифровізацією бізнес-процесів, що докорінно змінило





архітектуру та швидкість ділових комунікацій. Проте стрімке впровадження інструментів дистанційної взаємодії суттєво випередило формування відповідних інституційних регуляторів та усталених етичних норм їх використання. Виникає системне протиріччя між технологічними можливостями миттєвого обміну даними та низькою культурою цифрової поведінки учасників економічних відносин. Порушення нетикету (мережевого етикету) перестало бути суто етичною категорією, трансформувавшись у дестабілізуючий фактор операційної діяльності підприємств. Нехтування правилами цифрової гігієни призводить до зростання інформаційної ентропії, десинхронізації командної роботи та ерозії ділової репутації. З економічної точки зору, такі деструктивні комунікаційні патерни генерують приховані трансакційні витрати, які не відображаються у традиційній фінансовій звітності. Зниження продуктивності праці через «інформаційний шум», емоційне вигорання персоналу та втрата лояльності клієнтів стають прямими монетарними наслідками комунікативної некомпетентності. Отже, фундаментальна проблема полягає у відсутності методологічного інструментарію для ідентифікації, оцінки та мінімізації економічних збитків, спричинених відсутністю стандартів цифрової взаємодії.

Актуальність обраної теми зумовлена необхідністю переосмислення ролі комунікативних норм як вимірюваних нематеріальних активів підприємства в умовах Індустрії 4.0. У наявній науковій літературі питання нетикету розглядається переважно крізь призму соціології, психології або лінгвістики, тоді як його безпосередній вплив на фінансові результати бізнесу залишається фрагментарно дослідженим [1, с. 167; 2]. Критично важливим стає наукове обґрунтування кореляції між якістю цифрових комунікацій та ключовими показниками ефективності (KPI) персоналу і рентабельністю компанії в цілому. Дослідження набуває особливої ваги в контексті інституціоналізації дистанційних та гібридних форм зайнятості, де цифрова комунікація виступає єдиним сполучним елементом організаційної структури. Розробка теоретико-методологічних засад «економіки цифрового етикету» дозволить виявити приховані резерви підвищення операційної ефективності та конкурентоспроможності. Важливим науковим завданням є класифікація порушень нетикету як специфічних операційних ризиків, що потребують розробки механізмів управлінського контролю. Окремий науковий інтерес становить вивчення впливу цифрової культури на вартість бренду, трансакційні витрати переговорного процесу та капіталізацію відносин зі стейкхолдерами. Таким чином, інтеграція етичних аспектів у площину економічного аналізу дозволить сформулювати комплексний підхід до управління людським капіталом та бізнес-процесами в цифровому середовищі.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасних наукових дослідженнях проблематика нетикету дедалі частіше розглядається в контексті цифрової трансформації соціальних, економічних та управлінських процесів, що



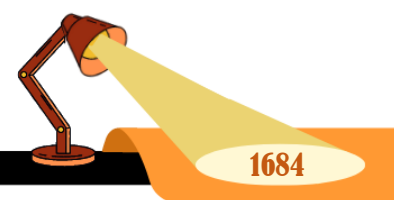
зумовлює перехід від суто етичного трактування до міждисциплінарного аналізу. Значна частина праць акцентує увагу на нетикеті як формі цифрових соціальних норм, що регулюють поведінку користувачів у віртуальному середовищі та впливають на якість комунікації. Окремий масив досліджень присвячений формуванню культури цифрового етикету в освітньому середовищі та її ролі у розвитку цифрових компетентностей і відповідальної онлайн-поведінки. Водночас у новітніх публікаціях простежується тенденція до аналізу нетикету крізь призму економічних наслідків, зокрема впливу комунікаційної культури на бренд роботодавця, управління ризиками та ефективність організаційної діяльності. Разом із тим економічний вимір порушення нетикету, пов'язаний із втратами продуктивності, людського та клієнтського капіталу, залишається недостатньо систематизованим і потребує поглибленого наукового осмислення.

Методологічною основою дослідження стали праці таких учених і авторів: Ж. Андрійченко, С. Бригадира, О. Кавки, О. В. Майстренка, М.Хейтмаєра, Р.Шімельпфенінга, О. Шаравари, О. Шматко та ін., а також аналітичні матеріали, присвячені цифровій трансформації, культурі онлайн-комунікацій та економічним показникам ефективності бізнесу.

**Метою** дослідження є ідентифікація та систематизація економічних наслідків порушення норм нетикету в цифрових бізнес-комунікаціях задля обґрунтування впливу комунікативної девіації на операційну ефективність підприємств та розробки інструментарію мінімізації відповідних фінансових і репутаційних ризиків.

**Виклад основного матеріалу.** В умовах Четвертої промислової революції інформація, увага та час перетворюються на ключові фактори виробництва, що визначають конкурентоспроможність організацій. Комунікація в таких умовах перестає виконувати допоміжну функцію й трансформується у самостійний економічний актив, від якості якого залежить швидкість координації, точність управлінських рішень та ефективність використання людського капіталу [3, с. 156]. Нетикет у цьому контексті доцільно розглядати не як сукупність норм ввічливості, а як систему протоколів оптимізації обміну інформацією, спрямованих на мінімізацію когнітивних та часових втрат [4]. Порушення цих протоколів створює інформаційний «шум», який в інституційній економіці набуває форми додаткових трансакційних витрат.

У цифровому середовищі парадоксальною стає ситуація, за якої відсутність усталених правил комунікативної поведінки всередині організації призводить до зростання трансакційних витрат уже на внутрішньому рівні. Економічна сутність порушення нетикету полягає у формуванні непродуктивного навантаження на когнітивний ресурс працівника, що знижує граничну продуктивність праці та ефективність використання робочого часу. Отже, нетикет постає як важливий елемент внутрішньоорганізаційної інституційної архітектури.





Для цілей економічного аналізу доцільно відмовитися від морально-етичних критеріїв оцінки цифрової поведінки та перейти до функціональної класифікації порушень нетикету, заснованої на характері споживання ресурсів підприємства. Першу групу таких порушень становлять так звані хронофаги – дії, що призводять до прямого поглинання оплачуваного робочого часу без створення доданої вартості [5, с. 21]. До них належать, зокрема, використання голосових повідомлень у діловому листуванні, зловживання функцією масових відповідей, а також проведення нарад без чітко визначеного порядку денного. Економічним наслідком таких практик є зростання операційних витрат за відсутності відповідного приросту результативності.

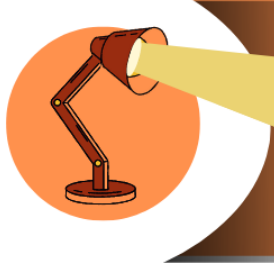
Другу групу становлять когнітивні інтервенції, тобто порушення, що руйнують здатність працівників до зосередженої, глибокої роботи. Хаотичне використання месенджерів для нетермінових питань, комунікація у неробочий час та неструктуроване формулювання завдань спричиняють часті перемикання уваги, що знижує якість прийняття рішень і підвищує ймовірність управлінських помилок. Третю групу утворюють прояви цифрової емоційної токсичності – агресивний або пасивно-агресивний тон спілкування, ігнорування запитів, так зване «цифрове мовчання» [6]. Їхнім економічним наслідком є ерозія соціального та репутаційного капіталу компанії, а також зростання витрат на утримання персоналу.

Трансмісійний механізм перетворення порушень нетикету на економічні збитки ґрунтується на психофізіологічних обмеженнях людської уваги. Надлишок несистематизованої комунікації спричиняє інформаційне перевантаження, що знижує точність рішень і підвищує ризиковість поведінки економічних агентів. На мікрорівні підприємства, ключовим параметром виступає вартість перемикання уваги, яка включає як безпосередній час реагування на повідомлення, так і значно довший період відновлення концентрації. Якщо організаційна культура толерує систематичні порушення цифрового етикету, працівники фактично втрачають можливість досягати пікової продуктивності, а витрати на оплату праці перестають відповідати фактичному обсягу створеної доданої вартості [7, с. 79].

Окремого аналізу потребує феномен цифрової нечемності як чинника організаційного ризику. Емпіричні дослідження у сфері поведінкової економіки та менеджменту засвідчують, що грубість і зневага в цифровій комунікації провокують зниження трудових зусиль, погіршення якості виконання завдань та значні втрати робочого часу. З точки зору управлінського обліку це означає, що компанія продовжує нести повні витрати на утримання персоналу, отримуючи при цьому суттєво знижену віддачу від людського капіталу.

Отже, ідентифікація порушень нетикету має ґрунтуватися не на суб'єктивних уявленнях про комфорт спілкування, а на об'єктивних економічних метриках



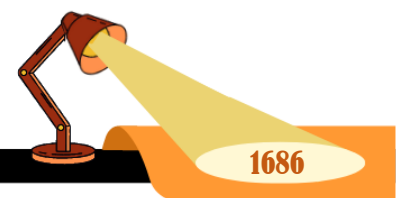


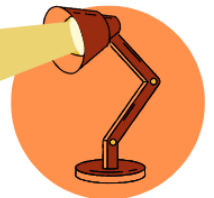
використання часу, уваги та когнітивного ресурсу. Цифровий етикет у цьому сенсі постає як інструмент збереження організаційної енергії та зниження внутрішніх транзакційних витрат. Будь-яке відхилення від нього, що змушує отримувача витратити додаткові ресурси на обробку інформації або емоційну стабілізацію, фактично є актом перекладання транзакційних витрат між учасниками комунікації, що в масштабах організації призводить до кумулятивного зростання економічної неефективності.

Якщо теоретичний аналіз дозволив інтерпретувати нетикет як неформальний інститут зниження транзакційних витрат, то далі, слід вказати на масштаби фінансових втрат, які виникають унаслідок деструктивної цифрової комунікації. Вихідною гіпотезою є твердження, що недотримання стандартів цифрової взаємодії не формує ізольовану статтю витрат, а має мультиплікативний ефект, який одночасно впливає на операційну продуктивність, стабільність людського капіталу та вартість клієнтських активів підприємства. В умовах цифрової економіки, де бар'єри виходу для працівників і клієнтів є мінімальними, а швидкість поширення інформації надзвичайно високою, економічна ціна комунікативних помилок зростає нелінійно.

Найбільш безпосереднім наслідком порушення цифрового етикету є втрати робочого часу, які в економічній літературі описуються поняттям «time theft», однак у даному випадку йдеться не про свідоме зловживання з боку працівника, а про системну інституційну неефективність організації. Ключовим механізмом формування цих втрат виступає фрагментація уваги, що виникає через хаотичні повідомлення, неструктуровані завдання, надмірні онлайн-наради та відсутність комунікаційних пріоритетів. Емпіричні дослідження у сфері когнітивної економіки свідчать, що середній час безперервної концентрації працівника інтелектуальної праці у 2020-х роках скоротився до менш ніж однієї хвилини, тоді як значна частина переривань генерується внутрішніми цифровими каналами комунікації [8, с. 421]. У результаті компанія оплачує робочий час, значна частина якого витрачається не на створення доданої вартості, а на відновлення когнітивного ресурсу.

Економічна оцінка цього явища здійснюється шляхом розрахунку вартості втрачених людино-годин. Якщо припустити, що неефективна цифрова комунікація знижує продуктивний час працівника в середньому на 15 %, то для підприємства зі штатом у 100 осіб і середньою погодинною оплатою праці 20 доларів США річні втрати можуть бути обчислені як добуток кількості працівників, ставки оплати, тривалості робочого дня, частки втраченої продуктивності та кількості робочих днів на рік. У такій моделі сукупні втрати становлять близько 600 тис. доларів США на рік. З економічної точки зору це класичний приклад «мертвих втрат» (deadweight loss), які не створюють жодної цінності, але зменшують фінансовий результат підприємства виключно через низьку якість комунікаційного середовища.





Другий контур економічних втрат формується у сфері управління людським капіталом і пов'язаний із зростанням плинності кадрів. Порушення цифрового етикету, що проявляються у формі агресивної або пасивно-агресивної комунікації, порушення права працівника на відключення, а також постійного цифрового мікромеджменту, виступають суттєвими чинниками професійного вигорання. Зниження залученості персоналу безпосередньо трансформується у підвищення коефіцієнта звільнень, що має значний фінансовий вимір. За оцінками міжнародних HR-досліджень, вартість заміни кваліфікованого працівника коливається від шести до дев'яти місячних окладів і включає витрати на рекрутинг, адаптацію, навчання та період зниженої продуктивності нового співробітника.

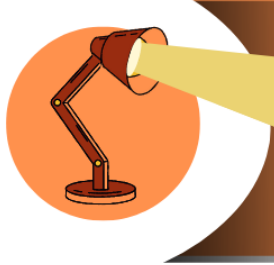
Якщо токсична комунікаційна культура підвищує плинність кадрів навіть на кілька відсоткових пунктів понад середньоринковий рівень, підприємство стикається з прихованими, але системними втратами. Додатково формується негативний ефект бренду роботодавця, що змушує компанію компенсувати репутаційні ризики шляхом підвищення заробітних плат або розширення соціальних пакетів [9]. У підсумку фонд оплати праці зростає без пропорційного зростання продуктивності, що погіршує операційну маржу та фінансову стійкість бізнесу.

Третій, зовнішній контур втрат пов'язаний з ерозією клієнтського капіталу. У цифровій економіці комунікація стає невід'ємною частиною продукту або послуги, а якість взаємодії з клієнтом безпосередньо впливає на показники юніт-економіки. Порушення нетикету у вигляді повільних відповідей, некоректного тону, невідповідного вибору каналів зв'язку або ігнорування запитів клієнтів призводить до зниження пожиттєвої цінності клієнта (LTV) та одночасного зростання вартості його залучення (CAC). Зростання коефіцієнта відтоку клієнтів навіть на незначні величини має непропорційно великий вплив на фінансовий результат, оскільки витрати на залучення нового клієнта суттєво перевищують витрати на утримання існуючого.

З економічної точки зору кожен випадок деструктивної комунікації з клієнтом може розглядатися як списання частини нематеріального активу у вигляді клієнтської бази та необхідність додаткових інвестицій у маркетинг для компенсації втрат. Таким чином, цифрова нечемність у сфері продажів і сервісу трансформується у зростання маркетингових бюджетів, зниження рентабельності та погіршення довгострокових фінансових прогнозів.

Проведений аналітично-діагностичний аналіз дає підстави стверджувати, що порушення норм цифрового етикету формують специфічний тип «токсичних витрат», які не завжди безпосередньо відображаються у фінансовій звітності, але розпорозуються у завищених витратах на оплату праці, рекрутинг та маркетинг. У сукупності ці втрати знижують показники EBITDA та інвестиційну привабливість підприємства [10]. Відтак дотримання стандартів цифрового етикету слід розглядати не як етичну рекомендацію, а як інструмент фінансового менедж-





менту та управління ризиками. Ігнорування цього чинника в умовах високої конкуренції та цифрової прозорості створює довгострокову загрозу економічній життєздатності бізнесу, перетворюючи комунікаційну ентропію на джерело фінансової нестабільності.

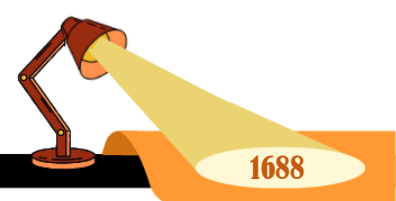
У сучасній економіці цифрові комунікації перестають бути нейтральним середовищем і перетворюються на повноцінний об'єкт управління, який потребує формалізації, стандартизації та інтеграції у систему корпоративного управління.

Інституціоналізація цифрової гігієни передбачає перехід від спонтанних норм поведінки до формалізованих правил, що знижують комунікаційну ентропію в організації. З економічної точки зору цифрова гігієна може розглядатися як елемент внутрішнього контролю, спрямований на зменшення трансакційних витрат і підвищення передбачуваності взаємодій між економічними агентами. Формалізовані стандарти використання електронної пошти, месенджерів, онлайн-нарад та асинхронних каналів комунікації виконують функцію внутрішніх «протоколів обміну», які мінімізують втрати часу, уваги та когнітивного ресурсу персоналу.

Важливим елементом такого підходу є інтеграція стандартів цифрової гігієни у систему управління операційними ризиками. Порушення нетикету в цьому контексті доцільно інтерпретувати як джерело нефінансових ризиків, що мають відкладений, але кумулятивний фінансовий ефект. До таких ризиків належать зниження продуктивності, зростання плинності кадрів, погіршення якості управлінських рішень та втрата клієнтської лояльності. Формалізація правил цифрової комунікації дозволяє ідентифікувати ці ризики, включити їх до внутрішніх ризик-реєстрів та розробити превентивні заходи, що є значно дешевшими за подальшу компенсацію наслідків.

З позицій управлінської економіки цифрова гігієна виконує функцію інвестиції в нематеріальні активи підприємства. Витрати на розробку комунікаційних політик, навчання персоналу та впровадження стандартів асинхронної взаємодії мають характер початкових інвестицій, які окупувються через зростання продуктивності праці, зниження витрат на рекрутинг та стабілізацію клієнтських потоків. У цьому сенсі цифровий етикет виступає не витратною статтею, а фактором підвищення операційної ефективності та рентабельності бізнесу.

Особливе значення має включення стандартів цифрової гігієни у систему оцінки ефективності управління. Зниження рівня комунікаційного шуму, скорочення кількості нецільових нарад, оптимізація часу відповіді та чітке розмежування термінових і нетермінових каналів взаємодії безпосередньо впливають на показники EBITDA через скорочення непродуктивних витрат. У довгостроковій перспективі ці зміни трансформуються у зростання вартості





бізнесу, оскільки підвищується стійкість грошових потоків і зменшується залежність результатів діяльності від людського фактора.

З погляду теорії вартості компанії, цифрова гігієна також впливає на сприйняття бізнесу інвесторами та партнерами. Організації з прогнозованими, структурованими внутрішніми процесами та низьким рівнем операційних ризиків мають нижчу премію за ризик, що позитивно відображається на їхній ринковій оцінці [11]. У цьому контексті культура цифрової комунікації стає частиною корпоративного управління та елементом нефінансової звітності, яка дедалі частіше враховується при прийнятті інвестиційних рішень.

Важливо підкреслити, що інституціоналізація цифрової гігієни не повинна зводитися до формального запровадження правил. Її ефективність залежить від узгодженості комунікаційних стандартів із загальною організаційною культурою, системою мотивації та стилем управління. Економічний ефект досягається лише за умови, що дотримання цифрового етикету сприймається персоналом не як додаткове обмеження, а як механізм зниження навантаження та підвищення якості робочого середовища.

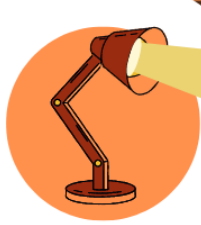
Отже, стандарти цифрової гігієни слід розглядати як інструмент стратегічного управління, що поєднує функції контролю, мотивації та оптимізації ресурсів. Їх впровадження дозволяє трансформувати комунікаційні процеси з джерела прихованих витрат у фактор створення вартості. У сукупності це підвищує фінансову стійкість підприємства, його інвестиційну привабливість та здатність адаптуватися до викликів цифрової економіки. У цьому сенсі цифровий етикет перестає бути периферійною темою гуманітарного дискурсу й постає як повноцінний елемент економічної стратегії сучасного бізнесу.

**Висновки.** Таким чином, нетикет у цифрових бізнес-комунікаціях слід розглядати не як етичну рекомендацію, а як економічно значущий інституційний чинник, який безпосередньо впливає на ефективність функціонування підприємств у цифровій економіці. Порушення норм цифрового етикету формують специфічний тип трансакційних витрат, що проявляються у втраті робочого часу, фрагментації уваги та зниженні граничної продуктивності праці. Аналітично доведено, що деструктивна комунікація має мультиплікативний характер впливу, одночасно вражаючи операційну діяльність, систему управління людським капіталом і клієнтські активи підприємства. Квантифікація втрат засвідчила, що навіть незначне зниження продуктивного часу персоналу трансформується у суттєві річні фінансові втрати, які не завжди фіксуються у фінансовій звітності, але безпосередньо впливають на фінансовий результат.

#### *Література:*

1. Кавка, О. М. Нетикет у соціальних мережах. *Закарпатські філологічні студії*. Ужгород: Видавничий дім «Гельветика», 2021. Т.1, Вип. 19. С. 166–170.

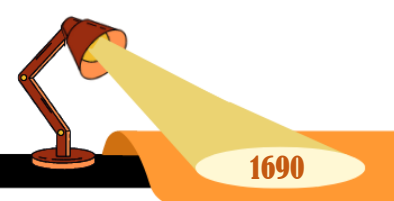




2. Heitmayer M., Schimmelpfennig R. (2023). Netiquette as Digital Social Norms. *International Journal of Human-Computer Interaction*. 2023. URL: 10.1080/10447318.2023.2188534. [https://www.researchgate.net/publication/371701347\\_Netiquette\\_as\\_Digital\\_Social\\_Norms](https://www.researchgate.net/publication/371701347_Netiquette_as_Digital_Social_Norms)
3. Шаравара О. О. Клаус Шваб «Четверта промислова революція»: світоглядні ідеї. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2017. Вип. 15. С. 156-158.
4. 10 правил нетикету: як не зіпсувати враження про себе під час онлайн-спілкування. URL: <https://maxnet.ua/blog/10-pravil-netiketu-yak-ne-zipsuvati-vrazhennya-pro-sebe-pid-chas-onlajn-spilkuvannya/>.
5. Нетикет та культура віртуального спілкування: метод. поради / ЛОУНБ; упоряд.: О. І. Шматко, О. Лудюк. Л. : Ліга-Прес, 2013. 44 с.
6. Цифровий детокс: як технології впливають на залежність. URL: <https://www.centr-status.com.ua/novini-czentru/czyfrovuj-detoks-yak-tehnologiyi-vplyvayut-na-zalezhnist/>.
7. Бригадир С., ФОМКІН *Потреба у формуванні культури цифрового етикету у здобувачів вищої освіти* In: II Міжнародна науково-практична конференція “Освіта, Право та Публічне управління – новітні тенденції розвитку” «ELPA–NDT». 30-31 березня 2023 р. Україна-Ірак-Польща. Київський національний університет будівництва і архітектури. С. 88-91.
8. Цифрова трансформація соціоекономічних, управлінських та освітянських систем сучасного суспільства : матеріали Між-народної науково-практичної конференції 23–24 листопада 2022 року / ред.-упорядник д.філософ.н., проф. В. Г. Воронкова. Львів – Торунь: Liha-Pres, 2022. 692 с.
9. Білорус Т. Діагностика ризикостійкості бренду роботодавця: методичний підхід. *Економіка та суспільство*. 2025. №79. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-1>.
10. Іванець Н. Показник EBITDA: суть, формули та розрахунок прибутку компанії. URL: <https://abmcloud.com/uk/pokaznyk-ebitda/>.
11. Андрійченко Ж.О., Близнюк Т.П., Майстренко О.В. Digital етикет та комунікації: тенденції та вимоги сьогодення. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск № 34 DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24>.

### References:

1. Kavka, O. M. (2021). Netyket u sotsialnykh merezhakh [Netiquette in social networks]. *[Zakarpatski filolohichni studii]. [Transcarpathian Philological Studies]*. (1(19), 166–170). [In Ukrainian].
2. Heitmayer, M., & Schimmelpfennig, R. (2023). Netiquette as digital social norms. *International Journal of Human-Computer Interaction*. <https://doi.org/10.1080/10447318.2023.2188534> URL:[in English].
3. Sharavara, O. O. (2017). Klaus Schwab “Chetverta promyslova revoliutsiia”: svitohliadni idei [Klaus Schwab “The Fourth Industrial Revolution”: worldview ideas]. *Aktualni problemy filosofii ta sotsiologii [Actual Problems of Philosophy and Sociology]*, 15, 156–158. [in Ukrainian].
4. 10 pravyl netyketu: yak ne zipsuvaty vrazhennia pro sebe pid chas onlain-spilkuvannia [10 rules of netiquette: how not to ruin the impression of yourself during online communication]. (URL: <https://maxnet.ua/blog/10-pravil-netiketu-yak-ne-zipsuvati-vrazhennya-pro-sebe-pid-chas-onlajn-spilkuvannya> [in Ukrainian].
5. Shmatko, O. I., & Ludiuk, O. (Eds.). (2013). Netyket ta kultura virtualnoho spilkuvannia: metodychni porady [Netiquette and culture of virtual communication: methodological guidelines]. Lviv: Liha-Pres. [in Ukrainian]
6. Tsyfrovyyi detoks: yak tekhnolohii vplyvaiut na zalezhnist [Digital detox: how technologies influence addiction]. (n.d.). URL: <https://www.centr-status.com.ua/novini-czentru/czyfrovuj-detoks-yak-tehnologiyi-vplyvayut-na-zalezhnist/> [in Ukrainian].





7. Bryhadyr, S., & Fomkin, P. (2023). Potreba u formuvanni kultury tsyfrovoho etyketu u zdobuvachiv vyshchoi osvity [The need to form a culture of digital etiquette among higher education students]. In *Proceedings of the II International Scientific and Practical Conference “Education, Law and Public Administration – New Development Trends” (ELPA–NDT)* (pp. 88–91). Kyiv: Kyiv National University of Construction and Architecture. [in Ukrainian].

8. Voronkova, V. H. (Ed.). (2022). Tsyfrova transformatsiia sotsioekonomichnykh, upravlinskykh ta osvitianskykh system suchasnoho suspilstva: materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Digital transformation of socio-economic, managerial and educational systems of modern society: conference proceedings]. Lviv–Torun: Liha-Pres. [in Ukrainian].

9. Bilorus, T. (2025). Diahnostyka ryzykosti brendu robotodavtsia: metodychnyi pidkhid [Diagnostics of employer brand risk resilience: a methodological approach]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society], 79. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-79-1> [in Ukrainian].

10. Ivanets, N. (n.d.). Pokaznyk EBITDA: sut, formuly ta rozrakhunok prybutku kompanii [EBITDA indicator: essence, formulas and calculation of company profit]. URL: <https://abmcloud.com/uk/pokaznyk-ebitda/> [in Ukrainian].

11. Andriichenko, Zh. O., Blyzniuk, T. P., & Maistrenko, O. V. (2021). Digital etyket ta komunikatsii: tendentsii ta vymohy sohodennia [Digital etiquette and communication: Current trends and requirements]. *[Ekonomika ta suspilstvo]*. [Economy and Society], 34. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-34-24> [In Ukrainian].

