

УДК 330322: 658.5

JEL Classification: G31, M11, M21

DOI: <http://doi.org/10.34025/2310-8185-2023-2.90.03>

**Юлія Урсакій**, к.е.н., доцент,

<https://orcid.org/0000-0002-7793-7761>

**Валерія Пенюк**, к.е.н., старший викладач,

<https://orcid.org/0000-0002-7005-4173>

Чернівецький торговельно-економічний інститут ДТЕУ,  
м. Чернівці

## **КОМУНІКАЦІЙНА СКЛАДОВА ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЄКТУ В УМОВАХ ЗАГРОЗ ТА РИЗИКІВ**

### *Анотація*

**Актуальність. Постановка проблеми.** Інвестиційна діяльність дає змогу забезпечити підприємство джерелами економічних вигод. Але пошук хороших інвесторів неможливий без уміння комунікувати чи домовлятися. Реалізація інвестиційного проєкту – складний процес, який включає передінвестиційну, власне інвестиційну та постінвестиційну стадії. Тому важливо зрозуміти, які комунікативні компетентності необхідні менеджеру/власнику бізнесу для того, що реалізувати інвестиційний проєкт та встановити тісні зв'язки з інвесторами в умовах постійних загроз і ризиків.

**Мета дослідження** полягає у вивченні ролі та значення комунікацій і комунікативної компетентності менеджерів у процесі забезпечення та реалізації інвестиційних проєктів підприємств в умовах загроз та ризиків. **Методологія.** Під час виконання дослідження використано загальнонаукові теоретичні методи: абстрактно-логічний метод – для здійснення теоретичних узагальнень про сутність інвестиційного проєкту та стадій його реалізації; узагальнення – для формування комунікативних компетентностей, що забезпечують всі етапи реалізації інвестиційного проєкту.

**Результати.** У статті визначено, що комунікативна компетентність менеджерів, що представляють інвестиційний проєкт, включає: вміння спілкуватись з людьми на різних рівнях структури організації: із підлеглими співробітниками, групами, підрозділами; за межами організації: із клієнтами, постачальниками, банками; інвесторами; використання формалізованої комунікації на зустрічах, у процесі розроблення звітів, пропозицій, презентацій бізнес-планів; використання неформальної комунікації в спілкуванні зі співробітниками, консультуванні, знайомства з інвесторами; використання комунікації для пошуку інформації, контролю, участі в дискусіях; створення баз контактів майбутніх інвесторів, впливу на інших людей. На основі

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

проведеного дослідження було визначено три стадії реалізації інвестиційного проекту: передінвестиційну, інвестиційну, постінвестиційну. **Практичне значення.** Запропоновані комунікативні компетентності трьох стадій інвестиційного проекту можуть складати основу базових компетентностей, необхідних сучасним менеджерам/керівникам бізнесу для реалізації їхніх проектів в умовах загроз та ризиків. Вони можуть видозмінюватись, доповнюватись та вдосконалюватись залежно від виду діяльності підприємства, конкурентної ситуації на ринку, періоду реалізації бізнес-проекту тощо.

*Ключові слова:* комунікації, комунікативна компетентність, підприємство, бізнес-проект, інвестиційний проект, стадії інвестиційного проекту.

*Кількість джерел: 15; кількість таблиць: 1.*

**Yuliia Ursakii**, Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor,  
<https://orcid.org/0000-0002-7793-7761>

**Valeriia Peniuk**, Candidate of Economic Sciences,  
Senior Lecturer,  
<https://orcid.org/0000-0002-7005-4173>

Chernivtsi Institute of Trade and Economics of SUTE, Chernivtsi

### **COMMUNICATIVE COMPONENT OF THE INVESTMENT PROJECT IN CONDITIONS OF THREATS AND RISKS**

#### *Summary*

Investment activity makes it possible to provide the enterprise with sources of economic benefits. But finding good investors is impossible without the ability to communicate or negotiate. Implementation of an investment project is a complex process that includes pre-investment, actual investment and post-investment stages. Therefore, it is important to understand what communicative competences are necessary for a business manager/owner in order to implement an investment project and establish close relations with investors in conditions of threats and risks.

The purpose of the research is to study the role and importance of communications and communicative competence of managers in the process of ensuring and implementing investment projects of enterprises in conditions of threats and risks. In the process of carrying out the research, general scientific theoretical methods were used: the abstract-logical method - to make theoretical generalizations about the essence of the investment project and the stages of its implementation; generalization - for the formation of communicative competences that provide all stages of the implementation of an investment project.

The article defines that the communicative competence of managers representing an investment project includes: the ability to communicate with people at different levels of the organization's structure: with subordinate employees, groups, units; outside the organization: with customers, suppliers, banks; investors; use of formalized communication at meetings, in the process of developing reports, proposals, presentation of business plans; use of informal communication in communicating with employees, consulting, getting to know investors; use of communication to search for information, control, participation in discussions; creation of contact bases of future investors, influence on other people.

Based on the conducted research, three stages of investment project implementation were determined: pre-investment, investment and post-investment, and the proposed communicative competences that ensure their implementation.

The proposed communicative competencies of the three stages of an investment project can form the basis of the basic competencies needed by modern business managers/executives for the implementation of their projects in conditions of threats and risks, and can also be modified, supplemented and improved depending on the type of activity of the enterprise, the competitive situation on the market, the period of implementation of the business project, etc.

*Keywords:* communications, communicative competence, enterprise, business project, investment project, investment project stages.

*Number of sources – 15; number of tables – 1.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** У сучасних умовах інвестиційна діяльність характеризує поточний стан розвитку підприємства, а також забезпечує суб'єкт господарювання додатковими джерелами економічних вигод. Це обумовлює необхідність створення чіткої стратегії або системи управління інвестиційною діяльністю на основі науково виваженого передбачення її напрямів і форм, технологій забезпечення здатності адаптуватись до загальних цілей розвитку підприємства та умов зовнішнього мінливого середовища його функціонування. Існує ще один особливий і важливий момент: інвестиційна діяльність в стартап-проект, що спрямований на розвиток продукції, товарів чи послуг, зроблених в Україні, набуває особливої значущості, адже це участь у просуванні товарів чи послуг бренду «made in Ukraine».

В умовах ринкової економіки ефективне використання комунікаційних технологій є важливим фактором, що стає основою

інвестиційної діяльності підприємства, підвищення його ринкової вартості, забезпечення конкурентоспроможності та стійкого функціонування підприємства у майбутньому. Саме тому важливо розуміти роль комунікацій та комунікативної компетентності менеджерів у реалізації інвестиційних проєктів в умовах загроз та ризиків сьогодні.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженням комунікативної компетентності фахівців різних напрямів діяльності займалися Н. Альохіна [1], І. Писаревський [10], Н. Стеценко [13]. Питання технології управління реальними інвестиціями в умовах загроз та ризиків стали предметом наукових досліджень таких вчених, як: А. Вдовічен, О. Вдовічена, І. Боднараш [4], К. Пушенко [11], Л. Селіверстова [12], О. Чернега [15] та інші. Водночас проблема визначення ролі комунікацій та комунікативної компетентності менеджерів інвестиційного проєкту в умовах загроз та ризиків сьогодні залишається як ніколи актуальною.

**Формулювання цілей.** Метою статті є вивчення ролі та значення комунікацій та комунікативної компетентності менеджерів в процесі забезпечення та реалізації інвестиційних проєктів підприємств в умовах загроз та ризиків.

Для досягнення мети в роботі вирішено наступні завдання:

- визначено поняття інвестиційного проєкту та роль комунікацій в процесі його реалізації;
- визначено особливості комунікаційних процесів на трьох етапах реалізації інвестиційного процесу: передінвестиційній, інвестиційній та постінвестиційній стадії;
- сформовані конкретні комунікативні компетентності, що забезпечують реалізацію кожної стадії інвестиційного проєкту в умовах загроз та ризиків.

**Виклад основного матеріалу.** У науковій літературі можуть зустрічатися різні підходи щодо визначення поняття «інвестиції».

Сьогодні інвестиції - це вкладання капіталу (грошей, цінностей, інтелектуальної власності) з метою отримання прибутку в майбутньому [1]. Це «...відносини, пов'язані з довгостроковим авансуванням грошових, майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності...» [3].

При тлумаченні поняття інвестиційної діяльності застосовують термін «інвестиційний процес» - це поняття зазвичай пов'язується з обґрунтуванням і реалізацією реальних інвестиційних проєктів (об'єктів реального інвестування, запланованих до реалізації у формах придбання, реконструкції, розширення, нового будівництва тощо, які обґрунтовані бізнес-плануванням) [6].

Інвестиційна діяльність тією чи іншою мірою властива будь-якому підприємству. Основою інвестиційної діяльності підприємства є реальне інвестування. На більшості підприємств це інвестування в сучасних умовах є єдиним напрямом інвестиційної діяльності, але воно дещо ускладнюється в умовах російсько-української війни [14]. Цілі та напрями, що зумовлюють необхідність в інвестиціях, можуть бути різними, але загалом їх можна розділити на такі основні групи: оновлення матеріально-технічної бази; збільшення обсягів виробничої діяльності; освоєння нових видів діяльності.

У найпростішому трактуванні управління інвестиційною діяльністю підприємства є цілеспрямованим впливом певних суб'єктів на стан та розвиток інвестиційної діяльності, реалізації інвестиційного проєкту.

На практиці поняття проєкту найчастіше застосовується в локальному розумінні: технічний та робочий проєкт, проєкт організації будівництва та виробництва робіт тощо. Тому, щоб не було плутанини у поняттях, необхідно визначити, що проєкт, пов'язаний з реалізацією повного циклу інвестицій (від вкладення капіталу до здачі його в експлуатацію та одержання прибутку), називають інвестиційним.

Найчастіше інвестиційний проєкт – це об'єкт реального інвестування, який може бути представленим у вигляді інвестицій:

- у підвищення ефективності виробництва;
- у розширення виробництва;
- у створення нових підприємств;
- заради задоволення вимог державних органів управління.

Зважаючи на цю класифікацію, інвестиційний проєкт може існувати у формі:

- нульового проєкту, який передбачає утворення нового виробництва;
- реконструкції – впровадження передових технологій без зміни профілю підприємства;
- розширення або реабілітація (перепрофілювання) діючого підприємства.

Незалежно від виду та форми, змістом реальних інвестиційних проєктів є проектування, будівництво, придбання технології та обладнання, підготовка кадрів тощо, спрямовані на утворення нового або модернізацію діючого виробництва товарів (продукції, робіт, послуг) з метою одержання економічної вигоди. Це не лише система організаційно-правових та розрахунково-фінансових документів, необхідних для здійснення яких-небудь дій, але й заходи (діяльність), які передбачають їх виконання для досягнення конкретних цілей [6].

Реалізацію інвестиційного проєкту неможливо здійснювати без будь-яких способів комунікацій. Комунікація – це різновид взаємодії між суб'єктами, опосередкованої певним об'єктом (в даному випадку інвестиційного проєкту). Учасниками комунікації виступають два суб'єкти: підприємство, яке представляють менеджери та керівники або проєктна група працівників, а з іншої – інвестори. Основним завданням такої комунікації є довести основну ідею нового проєкту таким чином, щоб інвестор сприйняв всю інформацію без коригування

чи спотворення, а це можливо за допомогою сформованої комунікативної компетентності менеджера підприємства.

Сутність комунікативної компетентності менеджера полягає в налагодженні оптимальної системи спілкування всередині організації між окремими підрозділами та співробітниками, які формують інформаційну складову інвестиційного проєкту у необхідному форматі для інвесторів. Критерієм оптимальності при цьому виступає те, наскільки існуюча інформаційна складова проєкту спрятиме досягненню загальних цілей організації та цілей інвестиційного проєкту.

Комунікативна компетентність менеджерів, що представляють інвестиційний проєкт, включає:

1) вміння спілкуватись з людьми на різних рівнях структури організації: із підлеглими співробітниками, групами, підрозділами; за межами організації: із клієнтами, постачальниками, банками; інвесторами;

2) використання формалізованої комунікації на зустрічах, у процесі розроблення звітів, пропозицій, презентації бізнес-планів;

3) використання неформальної комунікації в спілкуванні зі співробітниками, консультуванні, знайомства з інвесторами;

4) використання комунікації для пошуку інформації, контролю, участі в дискусіях; створення баз контактів майбутніх інвесторів, впливу на інших людей;

5) а також: іншомовну комунікативну компетенцію, творче мислення (нестандартність, гнучкість мислення), культуру мовної дії (писемна побудова фраз, простота й ясність викладу думок, образна виразність та чітке аргументування, адекватний ситуації спілкування тон, динаміка звучання голосу, темп, інтонація і, звичайно, хороша дикція), культуру самоналаштування на спілкування та психоемоційної регуляції свого стану, культуру сприйняття комунікативних дій партнера зі спілкування; культуру

емоцій (як вираз емоційно-оцінних думок у спілкуванні), володіння змістовною інформацією та вміння оперувати нею; здатність до партнерської взаємодії та досягнення взаєморозуміння тощо.

У формування реального інвестиційного проекту входять три стадії: передінвестиційна, інвестиційна, постінвестиційна стадія експлуатації.

Розглянемо роль комунікацій та комунікативної компетентності менеджерів на кожному етапі реалізації інвестиційних проектів.

**1. Передінвестиційна стадія.** Основу передінвестиційної стадії циклу складає підготовка інвестиційного проекту (від ідеї проекту до формування бізнес-плану). Обґрунтування ідеї та актуальності інвестиційного проекту базується на вивченні багатьох факторів: оцінки конкурентів, уподобань споживачів, власної фінансової потужності тощо. Для формування бізнес-плану недостатньо оперувати емоціями та бажанням, варто оперувати результатами проведених досліджень та аналізу.

Бізнес-план – основний інструмент комунікації між проектною групою та інвестором. Бізнес-план дає змогу розв'язати низку завдань, основними серед яких є: обґрунтування економічної доцільності напрямів розвитку фірми; розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності, насамперед обсягів продажу, прибутку, доходів на капітал; визначення джерел фінансування обраної стратегії, тобто способів концентрації фінансових ресурсів; підбір працівників, спроможних реалізувати даний план. Кожне завдання бізнес-плану може бути розв'язане лише у взаємозв'язку з іншими. Центром бізнес-плану є концентрація фінансових ресурсів. Саме бізнес-план виступає важливим засобом збільшення капіталу компанії. Процес його складання дає змогу глибоко проаналізувати розпочату справу у всіх деталях [10]. Але недостатньо скласти гарний бізнес-план, необхідно успішно його презентувати, особливо у період російсько-української війни.



На етапі презентації бізнес-плану у менеджера підприємства або проектної групи найбільша відповідальність. Вони повинні чітко обґрунтувати необхідну суму інвестиції, внутрішньої норми прибутковості, індекс прибутковості інвестицій. Тільки якщо ці показники зацікавлять інвестора, він зацікавиться обсягом виручки, чистим прибутком, точкою беззбитковості проекту і періодом окупності. Важливо переконати інвесторів в тому, які вигоди отримає інвестор від інвестування коштів у цей проект, наприклад комунікація на такому етапі може бути у форматі «крок ліфта». «Крок ліфт» – це короткий опис мети проекту і того, чому ми його реалізуємо, те, що ви робите, і чому хтось повинен працювати з вами. Це знайомство, що демонструє значення, яке ви приносите інвестору, і чому він має після зустрічі бути зацікавленим у наступній детальній зустрічі. Повідомлення не повинно бути довшим за 30 секунд. Уявіть, що коли ви їдете в ліфті, то бачите важливу зацікавлену сторону і у вас є лише швидка можливість повідомити про свій намір. Для того щоб вплинути на інвестора, потрібно передавати лише найважливішу інформацію. В даному випадку конкретні факти допомагають подолати комунікативний бар'єр або небажання слухати доповідача.

**2. Інвестиційна стадія.** Її основу формують такі складові: власне проектування, укладання договорів, підяду, будівництва, встановлення правової, фінансової та організаційної основ для здійснення проекту; придбання та передача технологій, включаючи основні проектні роботи; детальне проектне опрацювання та заключення контрактів, включаючи участь у тендерах, оцінку пропозицій та проведення переговорів; придбання землі, будівельні роботи та установка обладнання; передвиробничий маркетинг, включаючи забезпечення поставок та формування адміністрації фірми; набір та освіта персоналу; здача в експлуатацію та запуск підприємства.

Жоден зі складових процесів неможливо ефективно та результативно здійснити без наявного у менеджера комплексу комунікативних компетентностей (розуміти умови укладання договорів, сприймати й відтворювати; мати навички роботи в проектних групах до доопрацювання інвестиційного проекту; володіти різними соціальними ролями, тобто впливати на підрядників, постачальників тощо; застосовувати отримані теоретичні знання у процесі спілкування та відтворювати їх для персональної вигоди; знаходити спільну мову зі співрозмовником, тобто доходити до консенсусу).

**3. Постінвестиційна стадія.** На цій стадії інвестор одержує результати від вкладеного капіталу. Крім того, основою цієї стадії є реабілітаційні дослідження, які проводяться на рівні фірми або підприємства. Основні комунікаційні процеси забезпечують аналіз технічного, комерційного, фінансового та економічного стану підприємства з метою збільшення ефективності його діяльності та прибутковості із збереженням його як самостійної економічної одиниці, а також для прийняття рішень про злиття з іншими компаніями або про його повне закриття.

Управління комунікаціями інвестиційного проекту включає в себе: процеси, необхідні для своєчасного створення, збору, поширення, зберігання, отримання та, зрештою, використання інформації проекту; розділ проектного менеджменту, що включає дії, необхідні для забезпечення одержання, збору, поширення, зберігання і кінцевого розміщення проектною інформації; управлінську функцію, спрямовану на забезпечення своєчасного збору, генерації, розподілу та збереження необхідної проектною інформації. Процеси управління комунікаціями проекту:

1) планування управління комунікаціями - процес розробки відповідного підходу і плану для комунікацій проекту на основі потреб і вимог зацікавлених сторін в інформації, а також наявних активів організації;

2) управління комунікаціями – процес створення, збору, поширення, зберігання, отримання та, зрештою, архівування/утилізації інформації проєкту відповідно до плану управління комунікаціями;

3) контроль комунікацій – процес моніторингу і контролю комунікацій в ході всього життєвого циклу проєкту для забезпечення задоволення потреб зацікавлених сторін проєкту в інформації.

Комунікаційні дії, пов'язані з цими процесами, часто мають безліч потенційних аспектів, які необхідно враховувати, включаючи:

- внутрішні (в рамках проєкту) і зовнішні (з замовником, постачальниками, іншими проєктами, організаціями, громадськістю);
- формальні (звіти, протоколи, брифінги) і неформальні (повідомлення електронної пошти, замітки, поточні обговорення);
- вертикальні (з вищим і нижчим співробітниками організації) і горизонтальні (з рівними по статусу);
- офіційні (інформаційні бюлетені, річні звіти) і неофіційні (недокументовані комунікації);
- письмові та усні, вербальні (інтонації голосу) і невербальні (міміка і жести) [9].

Як ми зазначали у попередніх дослідженнях [8], комунікаційні процеси здійснюються за допомогою комунікативних компетентностей. Наприклад, у працівника є такі індивідуальні характерні риси, як уміння виказувати почуття і формувати стосунки, критичне осмислення і здатність до самокритики, а також соціальні навички, пов'язані з процесами соціальної взаємодії і співпраці, умінням працювати у групі, брати на себе соціальні та етичні зобов'язання.

Підсумовуючи особливості комунікацій на різних стадіях реалізації інвестиційного проєкту і визначення ролі комунікацій на кожному з них, ми сформуваємо основні комунікаційні компетентності, що забезпечують ефективність кожної з стадій інвестиційного проєкту в умовах загроз та ризиків (табл. 1).

**Комунікативні компетентності інвестиційного проєкту\***

Стадії проєкту Комунікативні компетентності	Передінвестиційна стадія	Інвестиційна стадія	Постінвестиційна стадія
<i>Професійні</i>	<p><b>Знання:</b> -теоретичних основ та практичних засад ведення бізнесу; - норм та правил ділового спілкування; -основ міжкультурних комунікацій.</p> <p><b>Вміння:</b> - презентувати бізнес-проєкт; -створити перше враження; -вести переговори, позиціонувати, аргументувати, переконувати; -удосконалювати професійні комунікативні навички -мотивувати себе.</p>	<p><b>Знання:</b> -інформаційної складової бізнес-процесів; -професійних невербальних засобів комунікацій; -психологічного портрету учасників бізнес-проєкту.</p> <p><b>Вміння:</b> - домовлятися та укладати договори; - забезпечити діяльність необхідними ресурсами (в т.ч. інформаційними); -використовувати невербальні засоби комунікацій; -налагоджувати нові бізнес-контакти; -використовувати мотивуючі фактори; -координувати та контролювати; -мотивувати персонал/ команду бізнес-проєкту.</p>	<p><b>Знання:</b> -стану конкурентного середовища; -переваг та недоліків бізнес-проєкту.</p> <p><b>Вміння:</b> -вміння знаходити консенсус; -враховувати результати зворотного зв'язку; - вміння подавати в доступній формі звітність; - самостійно і своєчасно приймати обґрунтовані рішення та правильно їх формулювати; -мотивувати партнера(-ів).</p>
<i>Особисті</i>	<p>ораторські здібності; творчість; харизматичність; принциповість; рішучість; емоційний інтелект; вміння подавати матеріал; здатність контролювати власні емоції; вміння швидко реагувати на загрози та ризики; вміння транслювати власні переваги та ретранслювати недоліки.</p>	<p>високий рівень внутрішньої культури; стійкість до стресів; доброзичливе ставлення до людей; емоційний інтелект; лідерські здібності; висока вимогливість до себе і оточуючих; здатність адаптуватись до нової хвилі загроз та ризиків; здатність викликати у співрозмовника позитивне сприйняття власної особистості.</p>	<p>підтримувати постійний зв'язок з партнерами; енергійність та бажання до встановлення нових зв'язків; емоційний інтелект здатність викликати у співрозмовника довіри до власної особистості; вміння знайти плюси та мінуси в адаптованому бізнесі до постійних викликів та загроз; вміння показати невдачі як майбутні перспективи.</p>

\*Джерело: розроблено авторами на основі [2; 7; 8].

Варто зауважити, що запропоновані складові можуть видозмінюватись, доповнюватись та вдосконалюватись залежно від

виду діяльності підприємства, конкурентної ситуації на ринку, періоду реалізації бізнес-проекту тощо. А також можуть бути обмежені у момент їх використання, наприклад у період пандемії чи російсько-української війни.

**Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку.** Без комунікацій неможлива реалізація жодного інвестиційного проекту чи стартапу. Комунікація – це засіб, за допомогою якого:

- в єдине ціле об'єднується організована діяльність;
- соціальні й енергетичні вклади вводять у соціальні системи, завдяки чому формуються нові зв'язки, встановлюються контакти з інвесторами;
- модифікується поведінка, здійснюються зміни, інформація набуває ефективності, реалізуються цілі.

Формально комунікаційний процес визначають як процес обміну інформацією між співробітниками підприємства та суб'єктами зовнішнього середовища з метою реалізації інвестиційних проектів.

Результативна співпраця між інвесторами і підприємствами, які вони фінансують, неможливо без створення ефективною та прозорою системи комунікацій. Головна мета цієї діяльності - побудова діалогу між підприємством та інвесторами, що в підсумку дозволяє збагатити новим досвідом і новими знаннями про підприємство і безсумнівно відбивається на її вартості. Підсумовуючи: інвестор – це не просто гаманець, а ще одна команда людей, які разом із вами націлені на успіх.

Складні умови, воєнний стан в Україні можуть стати рушієм важливих змін у розвитку національної економіки, її модернізації. Для досягнення результативності цих змін необхідно розвивати бізнес, інвестувати та реалізовувати стартапи та проекти. Ті проекти, що зможуть вижити у кризових та конкурентних умовах, матимуть більше шансів для збільшення економічних результатів у

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЗА ВИДАМИ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

майбутньому, а це можливе лише за рахунок налагоджених комунікаційних зв'язків між суб'єктами бізнесу.

### **Список використаних джерел:**

1. Альохіна Н. В. Формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців. URL: [https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/4336/1/\\_doc%20%281%29.pdf](https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/4336/1/_doc%20%281%29.pdf) (дата звернення: 22.05.2023).
2. Болтянська Л. О. Економіка підприємства : навч. посібн. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015. 668 с.
3. Вдовічен А. А. Інвестиційні параметри регіонального розвитку: монографія. Чернівці: Прут, 2006. 499 с.
4. Вдовічен А. А., Вдовічена О. Г., Боднараш І. Особливості інвестування в умовах пандемії. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2020. №IV(80). С. 21-33.
5. Карпюк Ю. Я. Комунікативна компетентність як складова успішного професійного розвитку психолога. URL: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2250/1/Journal36-54-59.pdf> (дата звернення: 18.05.2023).
6. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність : підруч. для студ. вищ. навч. закл. Київ: Центр учбової літератури, 2009. 472 с.
7. Музиченко Т. О. Інвестиції та інвестиційна діяльність: понятійний апарат. *Сталий розвиток економіки*. 2014. №3 (25). С. 161-167.
8. Пенюк В. О. Кадровий потенціал підприємства торгівлі: визначення та складові елементи. *Бізнес Інформ*. 2015. № 6. С. 240-248.
9. Підоренко В. В., Сотніченко Т. А. Комунікативна компетентність. URL: <https://core.ac.uk/download/84825003.pdf> (дата звернення: 18.05.2023).
10. Писаревський І. М. Професійно-комунікативна компетентність (в туризмі) : підручник. Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2-ге вид., перероб. і доп. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 175 с.
11. Пушенко К. О. Управління реальними активами інвестиційного портфеля підприємства в умовах нестабільності. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=210> (дата звернення: 22.05.2023).
12. Селіверстова Л. Управління реальними інвестиціями корпорації. *Інвестиції: практика та досвід*. 2012. № 23. С.44-46.
13. Стеценко Н. М. Комунікативна компетентність як складова професійної підготовки сучасного фахівця. URL: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/2187/?jsessionid=9F767CDD36E07F3FE2208B9221C60F6C?sequence=1> (дата звернення: 22.05.2023).
14. Урсакій Ю. А., Пенюк В. О. Український бізнес в період війни: стан, проблеми та перспективи. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2022. № 3(87). С. 57-69.
15. Чернега О. М. Технології управління реальними інвестиціями підприємства. URL: <http://surl.li/bxmhe> (дата звернення: 22.05.2023).

### **References:**

1. Al'okhina, N.V. (2023). Formation of communicative competence of future specialists. Available at: [https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/4336/1/\\_doc%20%281%29.pdf](https://dspace.nuph.edu.ua/bitstream/123456789/4336/1/_doc%20%281%29.pdf) (Accessed 22 May 2023) (in Ukr.).

## *ECONOMICS AND MANAGEMENT OF ENTERPRISES ACCORDING TO TYPES OF BUSINESS ACTIVITY*

---

2. Boltians'ka, L.O. (2015). *Ekonomika pidpriemstva* [Business Economics]. OLDI-PLYuS, Kherson, 668 p. (in Ukr.).
3. Vdovichen, A.A. (2006). *Investytsijni parametry rehional'noho rozvytku* [Investment parameters of regional development]. Prut, Chernivtsi, 499 p. (in Ukr.).
4. Vdovichen, A.A., Vdovichena, O.H., Bodnarash, I. (2020). Peculiarities of investing in pandemic conditions. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute]*, vol. IV(80), pp. 21-33 (in Ukr.).
5. Karpiuk, Yu.Ya. (2023). Communicative competence as a component of successful professional development of a psychologist. Available at: <http://lib.pnu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/2250/1/Journal36-54-59.pdf> (Accessed 18 May 2023) (in Ukr.).
6. Majorova, T.V. (2009). *Investytsijna diial'nist'* [Investment activity]. Kyiv, 472 p. (in Ukr.).
7. Muzychenko, T.O. (2014). Investments and investment activity: conceptual apparatus. *Stalyj rozvytok ekonomiky [Sustainable economic development]*, vol. 3 (25), pp. 161–167 (in Ukr.).
8. Peniuk, V.O. (2015). Cadres' potential of a trade enterprise: definition and constituent elements. *Biznes Inform [Business Inform]*, vol. 6, pp. 240–248 (in Ukr.).
9. Pidorenko, V.V., Sotnichenko, T.A. (2023). Communicative competence. Available at: <https://core.ac.uk/download/84825003.pdf> (Accessed 18 May 2023) (in Ukr.).
10. Pysarevs'kyj, I.M. (2017). *Profesijno-komunikatyvna kompetentnist' (v turyzmi)* [Professional and communicative competence (in tourism)]. Kharkiv, 175 p. (in Ukr.).
11. Pushenko, K.O. (2023). Management of real assets of the enterprise's investment portfolio in conditions of instability. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=210> (Accessed 22 May 2023) (in Ukr.).
12. Seliverstova, L. (2012) Management of real investments of the corporation. *Investytsii: praktyka ta dosvid [Investments: practice and experience]*, vol. 23, pp. 44-46 (in Ukr.).
13. Stetsenko, N.M. (2023). Communicative competence as a component of professional training of a modern specialist. Available at: <http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/2187/?jsessionid=9F767CDD36E07F3FE2208B9221C60F6C?sequence=1> (Accessed 22 May 2023) (in Ukr.).
14. Ursakij, Yu.A., Peniuk, V.O. (2022). Ukrainian business during the war: state, problems and prospects. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute]*, vol. 3(87), pp. 57-69 (in Ukr.).
15. Cherneha, O.M. (2023). Technologies of management of real investments of the enterprise. Available at: <http://surl.li/bxmhe> (Accessed 22 May 2023) (in Ukr.).