

DOI: 10.31866/2616-745X.16.2025.344696

УДК 177+327.82:[005-027.543:339.9]:17.022.1

## РОЛЬ ЕТИКЕТУ ТА ДИПЛОМАТІЇ В НАЛАГОДЖЕННІ МІЖНАРОДНИХ БІЗНЕС-КОМУНІКАЦІЙ І ФОРМУВАННІ ДІЛОВОГО ІМІДЖУ

---

Яцина Вікторія Валентинівна<sup>1а</sup>,  
Волоснікова Наталія Миколаївна<sup>2б</sup>,  
Климова Світлана Олегівна<sup>3б</sup>

<sup>1</sup> Кандидатка економічних наук, доцентка,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4440-976X>,  
e-mail: vitayatsina@gmail.com,

<sup>а</sup> Національний технічний університет «Харківський  
політехнічний інститут»,  
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61000,

<sup>а</sup> Харківський національний економічний університет  
ім. Семена Кузнеця,  
пр. Науки, 9-А, Харків, Україна, 61165

<sup>2</sup> Кандидатка економічних наук, доцентка,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9076-5231>,  
e-mail: volosnikova@ukr.net,

<sup>3</sup> Кандидатка економічних наук, доцентка,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0041-6845>,  
e-mail: svitlana.klytova@khpi.edu.ua,

<sup>б</sup> Національний технічний університет «Харківський  
політехнічний інститут»,  
вул. Кирпичова, 2, Харків, Україна, 61000

### Для цитування:

Яцина, В.В, Волоснікова, Н.М. та Климова, С.О., 2025. Роль етикету та дипломатії в налагодженні міжнародних бізнес-комунікацій і формуванні ділового іміджу. *Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти*, 16, с.85-99. doi: <https://doi.org/10.31866/2616-745X.16.2025.344696>.

Метою дослідження є обґрунтування етичних та дипломатичних норм і принципів як невід'ємної складової бізнес-комунікацій для визначення

їх впливу на формування ділового іміджу міжнародних компаній. Для досягнення поставленої мети було застосовано комплексний підхід, що поєднує теоретичний аналіз, метод порівняння, кейс-стаді та контент-аналіз. Визначено, що трансформація дипломатичних й етичних норм у суспільстві безпосередньо пов'язана з технологічними, інноваційними, політичними та іншими чинниками. Це формує підстави для активного впровадження нових правил етикету у міжнародні бізнес-комунікації для підвищення їх ефективності та формування успішного ділового іміджу компаній. Проведений аналіз дипломатичних аспектів налагодження міжнародних бізнес-комунікацій виявив фактори успіху, що сприяють підвищенню ефективності діяльності міжнародних компаній. Встановлено вербальний і невербальний прояви таких чинників впливу етикету та дипломатичних норм на міжнародні бізнес-комунікації, як міжкультурні особливості, професійний рівень розвитку бізнесу, діджиталізація, політичні та правові зміни у суспільстві, а також соціальний чинник. Сформовано дипломатичні аспекти налагодження міжнародних бізнес-комунікацій. Виявлено та конкретизовано вербальний і поведінковий прояви чинників, що безпосередньо впливають на ефективність міжнародних бізнес-комунікацій у контексті впливу дипломатичних та етичних норм. Обґрунтовано доцільність впровадження сучасного трансформованого протоколу та етикету в діяльність компанії для покращення її ділового іміджу на міжнародному ринку. Результати дослідження визначають сучасні тренди дипломатичного протоколу, що дозволяє вдосконалити ділову комунікацію міжнародних компаній та покращити їх діловий імідж. Розкриття цього питання сприяє більшій ефективності проектування іміджу як на теоретичному, так і практичному рівнях. Отримані результати є основою для майбутніх наукових дискусій.

**Ключові слова:** дипломатична комунікація; міжнародні бізнес-комунікації; діловий етикет; корпоративний імідж; крос-культурні комунікації; діджиталізація комунікацій; бізнес-протокол.

### Вступ

Гармонізація міжнародних відносин у сучасному глобалізованому світі неможлива без ефективних бізнес-комунікацій, що є ключовими факторами успіху. Важливою складовою комунікацій є етикет і дипломатія, завдяки

яким стають можливими встановлення довірчих відносин, уникнення конфліктів та досягнення взаємовигідних домовленостей. Впровадження принципів ділового етикету та протоколу у міжнародну діяльність компанії стає запорукою формування її позитивного іміджу, а вміння вести переговори на основі дипломатичних принципів забезпечує стабільні партнерські відносини на міжнародному рівні.

Проте різноманітність культур, традицій і підходів до ведення справ створює серйозні виклики для підприємців та компаній. Відсутність знань про етикет і дипломатію може призвести до непорозумінь, репутаційних втрат і навіть провалу угод. Головна проблема полягає в тому, що багато бізнесменів не приділяють належної уваги культурним особливостям партнерів, що може спричинити конфлікти або зниження рівня довіри. Водночас правильне використання дипломатичних стратегій та дотримання норм етикету сприяє налагодженню міцних і довготривалих партнерських відносин.

Отже, актуальність цього дослідження полягає в необхідності глибшого розуміння ролі етикету та дипломатії у міжнародних бізнес-комунікаціях і їхнього впливу на формування позитивного ділового іміджу.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

Питанням розвитку міжкультурних комунікацій та їх впливу на ефективність ведення бізнесу присвячено праці відомих вітчизняних і закордонних вчених. Відомо, що факторами формування іміджу є вміння спілкуватися, дотримуватися правил етикету, пристосовуватися до ситуації, знайти спільну мову за будь-яких обставин (Гулієв та Чекалюк, 2024, с.140). Ми поширюємо твердження науковиць Р. Михайлової і О. Костюченко (2022), що знакові характеристики суб'єкта, діяльність якого перебуває у площині ділових компетенцій та комунікацій, є своєрідною особистою презентацією ділових якостей цієї персони. Відповідно до концепції, ефективність ділового іміджу можна розглядати крізь призму комунікаційних навичок та етичних норм. Вивченню сучасних трендів дипломатичної комунікації присвячено дослідження Н. Карпчук (2024). Серед найбільш ефективних авторка виділяє появу нових трендів неформальної комунікації, таких як дистанційні дипломатичні переговори, Twiplomasy, Facebook Diplomasy, віртуальні посольства й віртуальні консули, підґрунтям яких стали сучасні нововведення та розповсюдження соціальних мереж. Особливу увагу приділено трансформації вимог до невербальної комунікації та етикетних норм в умовах конфлікту.

Глобалізаційні процеси мають безпосередній вплив на трансформацію суспільних комунікацій не лише в дипломатичному просторі, значною

мірою ефект від їх прояву простежується також і в міжнародному бізнесі. Так, дослідження К. Величко та Г. Тимохової (2024) висвітлює проблематику ефективності сучасних бізнес-комунікацій. За допомогою використання експертного методу науковиці простежили, як впливає міжкультурна специфіка на бізнес-комунікацію національних суб'єктів господарювання із країнами Європейського Союзу, США, Китаю та Близького Сходу. Отже, для покращення ділового іміджу та зміцнення конкурентних позицій сучасні міжнародні компанії значну увагу приділяють впровадженню міжкультурної специфіки у бізнес-комунікації. Ретельний аналіз глобальних трендів сучасних комунікацій у бізнесі на прикладі досвіду успішних міжнародних компаній був проведений у роботі О. Гронь, К. Сатушевої (2019). Дослідженню інструментів публічної дипломатії як однієї із форм міжнародних комунікацій присвячена праця О. Юрченко (2024), в якій визначено ключові цілі сучасної публічної дипломатії та висвітлено практичні аспекти реалізації прийнятих стратегічних документів. Роботи М. Павлюх, С. Кушней (2024), В. Кубко (2022), Л. Марка, К. Стед та С. С്മьюінг (Mark, Stead and Smewing, 2002) ґрунтовно доповнюють науковий внесок у розвиток політичної дипломатії. Методи управління суспільними комунікаціями та дослідження ефективних сучасних практик щодо їх впровадження у міжнародний бізнес детально розглянули В. Яцина, С. Климова та Н. Губанова (2024).

### **Формулювання цілей статті**

Метою дослідження є виявлення і аналіз чинників, механізмів та інструментів, що сприятимуть ефективній міжкультурній комунікації у сучасному бізнес-середовищі, покращенню комунікаційних стратегій і формуванню позитивного корпоративного іміджу. Для досягнення поставленої мети було застосовано комплексний підхід, що поєднує групу наступних методів: теоретичний аналіз – для формування теоретичних засад дослідження та визначення ключових концепцій; аналітичний – для узагальнення теоретичних підходів до дипломатичного етикету і вивчення нормативно-правових актів; метод порівняння – для визначення особливостей етичних та дипломатичних норм у різних країнах, що впливають на успішність міжнародних ділових контактів; емпіричний – для аналізу реальних кейсів із практики міжнародного бізнесу та дипломатії; системний підхід дозволив розглянути міжнародні бізнес-комунікації як цілісну систему, у якій етикет і дипломатія

**ЯЦИНА ВІКТОРІЯ ВАЛЕНТИНІВНА, ВОЛОСНІКОВА НАТАЛІЯ  
МИКОЛАЇВНА, КЛИМОВА СВІТЛАНА ОЛЕГІВНА  
РОЛЬ ЕТИКЕТУ ТА ДИПЛОМАТІЇ В НАЛАГОДЖЕННІ МІЖНАРОДНИХ...**

---

відіграють значну роль у створенні позитивного іміджу та довготривалих партнерських відносин.

**Виклад основного матеріалу дослідження**

Загальновідомо, що культура мовлення та невербальна комунікація є рушійними силами політичних, економічних, суспільних процесів, які не тільки допомагають створити позитивне враження, а формують стратегії розвитку і конкурентоспроможності бізнесу. Увага до дослідження ефективності суспільних комунікацій та їх впливу на успішність у сучасному бізнесі зростає відповідно до змін у технологіях, соціальних тенденціях і практиці управління. Бізнес все більше розглядається як частина суспільства, яка має нести відповідальність за свій вплив на суспільство та навколишнє середовище (Юр'єва та Яцина, 2024, с.8). Дипломатична комунікація – один із найбільш жорстко регульованих видів суспільної комунікації, де обмежувальними чинниками є норми й вимоги дипломатичного етикету та протоколу і століттями напрацьована дипломатична практика (Михайлова та Костюченко, 2022, с.69). Тому сьогодні насамперед постає проблема впровадження дипломатичних та етичних норм для налагодження міжнародних бізнес-комунікацій, що, зі свого боку, вимагає звернення до чітко встановлених правил і стандартів. У цьому контексті особливу роль відіграють положення дипломатичного протоколу і етикету, які мають правову та регламентну основу в низці міжнародних і національних документів.

Віденська конвенція про дипломатичні зносини (*Vienna, Convention on Diplomatic Relations*, 1961, 2005) є ключовим міжнародним документом, що регламентує основи дипломатичного протоколу. Її статті чітко корелюються із сучасними вимогами до ведення міжнародних бізнес-комунікацій і використовуються в діловій сфері як етичні та організаційні орієнтири, оскільки встановлюють принципи поваги до суверенітету, рівноправності сторін, офіційного етикету та недопущення проявів недипломатичної поведінки, що є надзвичайно важливим і в діловому середовищі. Наприклад, ст. 14 Конвенції визначає ієрархію дипломатичних представників, що у бізнес-середовищі трансформується у важливість дотримання посадових рангів під час організації міжнародних бізнес-форумів або офіційних перемовин. Ст. 41 Конвенції забороняє втручання у внутрішні справи держави перебування. В бізнес-контексті це означає необхідність поваги до культурних традицій, національних мовних норм, прийнятого стилю ведення переговорів.

Окремо варто виділити національну регламентацію протокольних дій, зокрема, Указ Президента України «Про Державний протокол та Церемоніал України», який визначає порядок офіційного звертання, правила проведення зустрічей на вищому рівні, норми розміщення делегацій та організацію

офіційних заходів (пп. 3–6) (Верховна Рада України, 2002). Використання таких норм у бізнес-комунікаціях є не лише формальністю, вони впливають на імідж компанії, налагодження довіри між сторонами, ефективність та якість переговорів, де помилка протокольних дій може бути сприйнята як особиста або національна образа. Інші норми українського законодавства, що стосуються дипломатичного протоколу та етикету, такі як Закон України «Про дипломатичну службу» (Верховна Рада України, 2018), ст. 18 Конституції України (Верховна Рада України, 1996), формують рамки, що активно впливають на практики міжнародних бізнес-комунікацій, особливо коли мова йде про участь у міжнародних форумах, переговорах, виставках або офіційних заходах, де дотримання дипломатичного протоколу є обов'язковим.

Варто відзначити, що останнім часом спостерігається суттєва трансформація елементів дипломатичного протоколу, чинниками якої є: швидка зміна технологічних, політичних та суспільних складових; глобалізація; діджиталізація бізнесу; зміни в корпоративній культурі; вплив пандемії COVID-19; військові конфлікти.

Аналізуючи сучасні тенденції, можна відзначити суттєве послаблення у діловому вигляді, перехід від суворого офіційного стилю до так званого *business casual*, *smart casual*. Причому така тенденція спостерігається не лише у бізнес-середовищі, а також і серед найвищих посадових осіб та лідерів держав. Яскравим прикладом є Світовий економічний форум у Давосі, де останнім часом дедалі частіше можна побачити не лише політичних, а і бізнес-лідерів у звичайному повсякденному одязі замість ділових костюмів. Це свідчить про формування більш неформальної атмосфери, прагнення до рівноправності у спілкуванні та створення нових правил етикету. Сучасний бізнес все більше орієнтується на індивідуальність, комфорт і неформальну атмосферу, що сприяє продуктивності та кращому взаєморозумінню між партнерами.

Зміна стандартів дипломатичного протоколу та етикету спостерігається і у транснаціональних компаніях. Так, компанія Google ще із 2000-х років впроваджує культуру вільного стилю одягу не лише серед співробітників, а і на офіційних переговорах та зустрічах. Представники компанії вважають, що це знижує бар'єри між сторонами і сприяє взаєморозумінню, особливо у крос-культурному контексті. Генеральні директори провідних міжнародних компаній (таких як, наприклад Tesla, Meta) з'являються на міжнародних економічних форумах у темних футболках або светрах, виказуючи нові ди-

пломатичні меседжі: «Ми не вищі за інших», «Ми – нова еліта без формальностей». Цей приклад демонструє, як адаптація до нових норм етикету може сприяти ефективності міжнародних бізнес-комунікацій.

Інший приклад трансформації протокольної поведінки стосується формату переговорів. У 2021 році компанія Microsoft провела масштабну міжнародну презентацію у форматі віртуальної конференції, залучивши понад 120 країн. Проведення заходу відбувалося онлайн із застосуванням технічних інновацій для бізнесу, таких як віртуальні кімнати для обговорення окремих питань, синхронний переклад, фонові шаблони для дотримання естетики та дрес-код через камеру – рекомендації з вигляду в кадрі.

Варто відзначити, що вагомим чинником таких нововведень у дипломатичні норми та етикет став перехід міжнародних бізнес-комунікацій в онлайн-простір, що знизило необхідність дотримання суворих вимог до зовнішнього вигляду. Це засвідчує, як нові технології трансформують дипломатичний протокол, замінюючи фізичні атрибути зустрічей віртуальними, але при цьому зберігаючи формальність і повагу до традицій.

Наслідком цього стала трансформація протокольних зустрічей, а саме їх гібридний формат. Безумовно, такі зміни не могли не відбитися на етикеті та дипломатичних нормах спілкування, які стали дуже гнучкими. Певні етичні стандарти залишились незмінними, але найчастіше у бізнес-просторі відбувається відхилення від суворого дотримання дипломатичного протоколу в онлайн-форматі. Формування ділового іміджу сучасної компанії більш ґрунтується на здатності забезпечити стабільний зв'язок та високий рівень конфіденційності під час онлайн-зустрічей, захищаючи важливі переговори від стороннього втручання. Сучасна бізнес-спільнота використовує такі форми, щоб значно зменшити свої витрати, порівнюючи з офлайн-версіями, та може залучати велику кількість учасників з усього світу.

Офлайн-формат міжнародних комунікацій також зазнав значних змін, адаптуючись до нових реалій глобалізації та технологічного прогресу. Замість суворих протокольних зустрічей із дотриманням всіх дипломатичних норм і традиційних офіційних прийомів сучасні бізнесмени віддають перевагу проведенню переговорів у більш неформальній обстановці: це бізнес-сніданки, бранчі, зустрічі в кафе або виїзні тимблдинги. В багатьох міжнародних компаніях, наприклад, Deloitte, PwC, McKinsey, на зустрічах спостерігається тенденція зменшення ролі жорстких ієрархій, що проявляється у відмові від дотримання чіткої розсадки згідно зі статусом та положенням учасника переговорів, перевага надається горизонтальним структурам спілкування.

Ми згодні з думкою К. Величко та Г. Тимохова (2024), що «...на практиці багато суб'єктів господарювання стикаються з проблемами культурних,

мовних і правових відмінностей, що знижує їх здатність ефективно здійснювати діяльність та гальмує процеси інтегрування на нові міжнародні ринки». Але доцільно враховувати також і інші чинники, що безпосередньо впливають на ефективність взаємодії між партнерами з різних країн, побудову довірчих відносин і можуть діяти у двох протилежних напрямках, а саме як сприяти успішній співпраці, так і ускладнювати її, призводячи до конфліктів. Прояви, ефекти та загрози від впливу таких чинників наведено в табл. 1.

Таблиця 1

**Чинники впливу етикету та дипломатичних норм  
на міжнародні бізнес-комунікації**

| Чинник                              | Вербальний прояв                                                                                                                              | Поведінковий прояв                                                                                                                            | Ефекти                                                                                 | Загрози                                                                                                                                              |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Міжкультурні особливості            | Мовні відмінності, стиль речі, привітання та прощання, табу на певні теми і релігійні формули ввічливості, гучність голосу та тембру у бесіді | Жести, міміка, пози, формальність або відстороненість у поведінці, харчуванні, дистанція у спілкуванні, ставлення до часу                     | Створює крос-культурні правила ведення переговорів з урахуванням культурних нюансів    | Можливість виникнення конфлікту або погіршення ділових відносин через незнання релігійних норм і недотримання культурних традицій та образи партнера |
| Професійний рівень розвитку бізнесу | Стиль мови (офіційна або неформальна), використання дипломатичних формулювань, уникання гострих тем, ввічливий тон розмови                    | Дотримання церемоніалу проведення зустрічі, дрес-код, порядок розміщення партнерів за столом переговорів, послідовність дій, манера поведінки | Покращення та зміцнення ділового іміджу, рівня довіри та поваги і переговорних позицій | Погіршення ділового іміджу та рейтингу внаслідок виникнення непорозумінь або образ через нехтування етичних норм                                     |

**ЯЦИНА ВІКТОРІЯ ВАЛЕНТИНІВНА, ВОЛОСНІКОВА НАТАЛІЯ  
МИКОЛАЇВНА, КЛИМОВА СВІТЛАНА ОЛЕГІВНА  
РОЛЬ ЕТИКЕТУ ТА ДИПЛОМАТІЇ В НАЛАГОДЖЕННІ МІЖНАРОДНИХ...**

|                                          |                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                        |                                                                                                                                |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Діджиталізація                           | Манера спілкування в месенджерах, соціальних мережах, ділове електронне листування, стиль проведення зустрічі і Zoom, Microsoft Teams, Google Meet та ін. | Якість відеозв'язку, дрес-код на відеоконференції, подання та оформлення презентаційних матеріалів, швидкість реагування та зворотного зв'язку, застосування електронних перекладачів, штучного інтелекту | Прискорення комунікації, зниження витрат, розширення міжнародного співробітництва                                                                      | Ризики кібератак, витоку конфіденційної інформації, технічні збої                                                              |
| Політичні та правові зміни у суспільстві | Уникання конфліктних тем, нейтральна або офіційна лексика, обмеження або рекомендація щодо використання певних мов у діловому середовищі, цензура         | Заборона або нав'язування використання певних символів і кольорів, агресивний стиль ведення переговорів, надмірна жестикуляція, навмисне недотримання дрес-коду                                           | Формування стратегічного партнерства між країнами і компаніями зі схожим політичним курсом країн, підвищення рівня толерантності та культурного обміну | Ускладнення комунікації через санкції та політичні конфлікти, обмеження свободи слова, контроль змісту міжнародних переговорів |
| Соціальний                               | Використання соціально орієнтованої лексики                                                                                                               | Корпоративна культура, етичні стандарти                                                                                                                                                                   | Зміцнення довіри та лояльності                                                                                                                         | Неприйняття соціальних ініціатив                                                                                               |

*Джерело: розроблено В. Яциною*

Глобальні корпорації постійно вдосконалюють свої комунікаційні стратегії, пристосовуючи їх для диференційованих ринків споживачів різних країн. Це не тільки покращує комунікацію, а і призводить до зростання довіри до компанії, її іміджу, конкурентоспроможності тощо. Як приклад такої взаємодії можна навести комунікаційну стратегію відомої компанії PepsiCo, яка використовує різні версії власних вебсайтів у залежності від географічної приналежності споживачів. Так, враховуючи мову спілкування або геолокацію користувача, алгоритм програми автоматично перенаправлятиме на локальну версію головного вебсайту з перекладом на цю мову (наприклад, «pepsi.de» для німецькомовних відвідувачів). Також у рамках власної

медіастратегії бренд активно працює з регіональними, національними та світовими ЗМІ для просування своєї продукції (Гронь та Сатушева, 2019).

Отже, для покращення ефективності функціонування на міжнародних ринках та підвищення ділового іміджу сучасні компанії повинні постійно стежити за новаціями і трендами дипломатичного протоколу та етикету і активно адаптувати та впроваджувати їх у міжнародні бізнес-комунікації, враховуючи комфорт, особистий стиль і технологічний прогрес.

### **Висновки**

У процесі проведеного дослідження встановлено безпосередній вплив етикету та дипломатичних норм на ефективність міжнародних бізнес-комунікацій. Завдяки вдалій імплементації новітніх форм дипломатичного протоколу та етичних норм у процес ділового комунікування між суб'єктами бізнесу відбувається згладжування гострих кутів при веденні переговорів, зростає вірогідність укладання довготривалих угод, формуються стабільні та довірчі партнерські відносини і підвищуються рейтинг та імідж компанії.

Аналіз чинників впливу етикету та дипломатичних норм на міжнародні бізнес-комунікації показав, що сучасні тенденції бізнес-середовища, такі як глобалізація, технологічні інновації, діджиталізація і політичні виклики, формують нові етичні та дипломатичні норми, які мають як вербальний, так і невербальний прояви. Наслідками таких процесів стає трансформація традиційних підходів до ведення переговорів та формування нових стандартів міжнародних бізнес-комунікацій.

Встановлено, що сучасні тенденції, такі як онлайн-зустрічі, гнучкість дрес-коду, екологічний підхід у міжнародних комунікаціях та врахування політичного контексту, є ключовими факторами, які визначають ефективність міжнародної бізнес-взаємодії. Використання технологій штучного інтелекту і автоматизації комунікацій відкриває нові можливості для покращення дипломатичного діалогу між компаніями та країнами, зменшуючи вплив культурних і мовних бар'єрів.

Подальші дослідження можуть бути спрямовані на аналіз впливу дипломатії та етикету у конкретних бізнес-секторах, таких як фінансовий сектор, ІТ, міжнародна торгівля і виробництво.

## **СПИСОК БІБЛІОГРАФІЧНИХ ПОСИЛАНЬ**

- Величко, К. та Тимохова, Г., 2024. Роль бізнес-комунікацій у зміцненні конкурентної позиції суб'єктів господарювання на міжнародному ринку. *Економіка та суспільство*, [e-journal] 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-40>
- Верховна Рада України, 1996. *Конституція України, Закон* [online] 28 червня, № 254к/96-ВР. Доступно: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр#Text>> [Дата звернення 12 серпня 2025].
- Верховна Рада України, 2002. *Про Державний Протокол та Церемоніал України, Указ Президента України* [online] 22 серпня, № 746/2002. Доступно: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/746/2002#Text>> [Дата звернення 12 серпня 2025].
- Верховна Рада України, 2018. *Про дипломатичну службу, Закон України* [online] 07 червня, № 2449-VIII. Доступно: < <https://zakon.rada.gov.ua/go/2449-19>> [Дата звернення 12 серпня 2025].
- Гронь, О.В. та Сатушева, К.В., 2019. Сучасні технології комунікацій в міжнародному бізнесі. *Моделювання регіональної економіки*, 2 (34), с.86-96.
- Гулієв, А.Д.О. та Чекалюк, В.В., 2024. Роль етикету й дипломатії в налагодженні продуктивного партнерства. *Часопис Київського університету права*, [e-journal] 2, с.140-145. <https://doi.org/10.36695/2219-5521.2.2024.29>
- Карпчук, Н.П., 2024. Сучасні тренди дипломатичної комунікації: «Whatever works». *Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії*, [e-journal] 1 (18), с.69-84. <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2024-01-69-84>
- Кубко, В., 2022. Культурна дипломатія в системі стратегічних комунікацій України. *Вісник Львівського університету. Філософсько-політологічні студії*, [e-journal] 45, с.125-134. <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.45.15>
- Михайлова, Р.Д. та Костюченко, О.В., 2022. Зовнішні маркери ділового іміджу сучасного політика. *Art and Design*, [e-journal] 2 (18), с.121-136. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.2.10>
- Павлюх, М.В. та Кушней, С.Р., 2023. Публічна дипломатія як тренд у сучасних політичних відносинах: процеси трансформації. *Політичне життя*, [e-journal] 4, с.122-127. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.4.14>.
- Юр'єва, І. та Яцина, В., 2024. Практика застосування соціальної відповідальності бізнесу та соціального бізнес аналізу. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, [e-journal] 1, с.8-11. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.1.8>
- Юрченко, О., 2024. Публічна дипломатія як форма міжнародних комунікацій, її роль у формуванні іміджу України. *Економіка та суспільство*, 64. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-124>

Яцина, В., Климова, С. та Губанова, Н., 2024. Управління суспільними комунікаціями у бізнесі. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)*, [e-journal] 3, с.52-56. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.3.52>

Mark, L, Stead, C. and Smewing, C., 2002. *Public Diplomacy*. [online] London: The Foreign Policy Centre. Available at: <<https://fpc.org.uk/wp-content/uploads/2006/09/35.pdf>> [Accessed 03 March 2025].

*Vienna, Convention on Diplomatic Relations, 1961*, 2005. [online] United Nations. Available at: <[https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/9\\_1\\_1961.pdf](https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/9_1_1961.pdf)> [Accessed 03 March 2025].

## **REFERENCES**

Hron, O.V. and Satusheva, K.V., 2019. Suchasni tekhnolohii komunikatsii v mizhnarodnomu biznesi [Modern communication technologies in international business]. *Modeliuvannia rehionalnoi ekonomiky*, 2 (34), pp.86-96.

Huliiev, A.D.O. and Chekaliuk, V.V., 2024. Rol etyketu y dyplomatii v nalahodzhenni produktyvnoho partnerstva [The role of etiquette and diplomacy in establishing a productive partnership]. *Law Review of Kyiv University of Law*, [e-journal] 2, pp.140-145. <https://doi.org/10.36695/2219-5521.2.2024.29>

Karpchuk, N.P., 2024. Suchasni trendy dyplomatychnoi komunikatsii: "Whatever works" [Modern trends of diplomatic communication: whatever works]. *International relations, public communications and regional studios*, [e-journal] 1 (18), pp.69-84. <https://doi.org/10.29038/2524-2679-2024-01-69-84>

Kubko, V., 2022. Kulturna dyplomatiia v systemi stratehichnykh komunikatsii Ukrainy [Cultural diplomacy in the system of strategic communications of Ukraine]. *Visnyk of the Lviv University Philosophical Political studies*, [e-journal] 45, pp.125-134. <https://doi.org/10.30970/PPS.2022.45.15>

Mark, L, Stead, C. and Smewing, C., 2002. *Public Diplomacy*. [online] London: The Foreign Policy Centre. Available at: <<https://fpc.org.uk/wp-content/uploads/2006/09/35.pdf>> [Accessed 03 March 2025].

Mykhailova, R.D. and Kostiuhenko, O.V., 2022. Zovnishni markery dilovoho imidzhu suchasnoho polityka [External markers of the business image of the modern politician]. *Art and Design*, [e-journal] 2 (18), pp.121-136. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2022.2.10>

**ЯЦИНА ВІКТОРІЯ ВАЛЕНТИНІВНА, ВОЛОСНІКОВА НАТАЛІЯ  
МИКОЛАЇВНА, КЛИМОВА СВІТЛАНА ОЛЕГІВНА  
РОЛЬ ЕТИКЕТУ ТА ДИПЛОМАТІЇ В НАЛАГОДЖЕННІ МІЖНАРОДНИХ...**

---

- Pavliukh, M.V. and Kushnei, S.R., 2023. Publichna dyplomatiia yak trend u suchasnykh politychnykh vidnosynakh: protsesy transformatsii [Public diplomacy as a trend in modern political relations: transformation processes]. *Political life*, [e-journal] 4, pp.122-127. <https://doi.org/10.31558/2519-2949.2022.4.14>
- Velychko, K. and Tymokhova, H., 2024. Rol biznes-komunikatsii u zmitsnenni konkurentnoi pozytsii subiektiv hospodariuvannia na mizhnarodnomu rynku [The role of business communications in strengthening the competitive positions of business entities in the international market]. *Economy and Society*, [e-journal] 69. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-69-40>
- Verkhovna Rada of Ukraine, 1996. *Konstytutsiia Ukrainy* [The Constitution of Ukraine], Law [online] 28 June, No. 254к/96-ВР. Available at: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254k/96-vr#Text>> [Accessed 12 August 2025].
- Verkhovna Rada of Ukraine, 2002. *Pro Derzhavnyi Protokol ta Tseremonial Ukrainy* [On the State Protocol and Ceremonial Order of Ukraine], Decree of the President of Ukraine [online] 22 August, No. 746/2002. Available at: <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/746/2002#Text>> [Accessed 12 August 2025].
- Verkhovna Rada of Ukraine, 2018. *Pro dyplomatychnu sluzhbu* [On the Diplomatic Service], Law of Ukraine [online] 07 June, No. 2449-VIII. Available at: <<https://zakon.rada.gov.ua/go/2449-19>> [Accessed 12 August 2025].
- Vienna, *Convention on Diplomatic Relations, 1961*, 2005. [online] United Nations. Available at: <[https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/9\\_1\\_1961.pdf](https://legal.un.org/ilc/texts/instruments/english/conventions/9_1_1961.pdf)> [Accessed 03 March 2025].
- Yatsyna, V., Klymova, S. and Hubanova, N., 2024. Upravlinnia suspilnymy komunikatsiiamy u biznesi [Management of public communications in business]. *Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)*, [e-journal] 3, pp.52-56. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.3.52>
- Yurchenko, O., 2024. Publichna dyplomatiia yak forma mizhnarodnykh komunikatsii, yii rol u formuvanni imidzhu Ukrainy [Public diplomacy as a form of international communications, its role in shaping the image of Ukraine]. *Economy and Society*, 64. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-124>
- Yurieva, I. and Yatsyna, V., 2024. Praktyka zastosuvannia sotsialnoi vidpovidalnosti biznesu ta sotsialnoho biznes analizu [Practice of applying corporate social responsibility and social business analysis]. *Bulletin of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (economic sciences)*, [e-journal] 1, pp.8-11. <https://doi.org/10.20998/2519-4461.2024.1.8>

Надійшла: 18.08.2025; Прийнята: 22.09.2025;

Стаття була вперше опублікована онлайн: 28.11.2025

## THE ROLE OF ETIQUETTE AND DIPLOMACY IN ESTABLISHING INTERNATIONAL BUSINESS COMMUNICATIONS AND FORMING BUSINESS IMAGE

Viktoriia Yatsyna<sup>1a</sup>,  
Nataliia Volosnikova<sup>2b</sup>,  
Svitlana Klymova<sup>3b</sup>

<sup>1</sup> PhD in Economic Sciences, Associate Professor,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4440-976X>,  
e-mail: vitayatsina@gmail.com,

<sup>a</sup> National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute",  
Kharkiv, Ukraine, 61000,

<sup>a</sup> Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics,  
Kharkiv, Ukraine, 61165

<sup>2</sup> PhD in Economic Sciences, Associate Professor,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9076-5231>,  
e-mail: volosnikova@ukr.net,

<sup>3</sup> PhD in Economic Sciences, Associate Professor,  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0041-6845>,  
e-mail: svitlana.klymova@khpi.edu.ua,

<sup>b</sup> National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute",  
Kharkiv, Ukraine, 61000

The main objective of this study is to ground ethical and diplomatic norms and principles as an integral part of business communications in order to determine their influence on the formation of the international companies' business image. To achieve the set goal, a comprehensive approach, combining theoretical analysis, comparative methods, case studies and content analysis, is applied. It is determined that the transformation of diplomatic and ethical norms in society is directly related to technological, innovative, political and other factors. This forms a basis for the active implementation of new etiquette rules in international business communications for increasing their efficiency for successful business image of companies. A diplomatic aspects analysis of international business communications establishing reveals factors of success which allow to increase

the efficiency of international companies. Verbal and non-verbal manifestations of such factors of influence of etiquette and diplomatic norms on international business communications as intercultural peculiarities, professional level of business development, digitalisation, political and legal changes in society, as well as social features are defined. Diplomatic aspects of establishing international business communications are formed. Verbal and behavioural manifestations of factors that directly affect the effectiveness of international business communications in the aspect of the influence of diplomatic and ethical norms are identified and specified. Expediency of introducing modern transformed protocol and etiquette into the company's activities to improve its business image in the international market is substantiated. Results of this study determine current tendencies in diplomatic protocol, which allows improving business communication of international companies and enhancing their business image. Disclosing this issue enhances the higher level of effectiveness of image design at both theoretical and practical levels. The obtained results are a basis for future scientific discussions.

**Key words:** diplomatic communication; international business communications; business etiquette; corporate image; cross-cultural communications; digitalisation of communications; business protocol.

