



Khymych, I., Tymoshyk, N., Vynnyk, T. & Podvirna, T. (2021) Netyket: biznes-seredovyshe kompanii v umovakh pandemii [Netiquette: the company business environment in times of a pandemic]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 25, no. 2, pp. 345-354. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kihvup.pdf>



НЕТИКЕТ: БІЗНЕС-СЕРЕДОВИЩЕ КОМПАНІЇ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ¹

Ірина ХИМИЧ

Наталія ТИМОШИК

Тетяна ВИННИК

Тетяна ПОДВІРНА

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

вул. Руська, 56, м. Тернопіль, 46001, Україна

e-mail: khymych31@gmail.com

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-2728-2007>

e-mail: nata_like@ukr.net

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-2089-0648>

e-mail: tetiana_vynnyk@ukr.net

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8390-3613>

e-mail: tanyatab@i.ua

ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-9878-762X>



Article history:

Received: October, 2021

1st Revision: October, 2021

Accepted: November, 2021

JEL classification:

M00

M14

UDC:

331

338

DOI:

<https://doi.org/10.33108/sepd2022.02.345>

Анотація: В даній статті представлено особливості поняття «нетикет». Досліджено, що дане поняття не є новим: «нетикет» сформувався в світі в середині 80-х років ХХ ст. на основі слів «мережа» та «етикет». Проте, наявність пандемії, що виникла в світі, «змусила» бізнес запряцювати кардинально по-іншому: в певному розумінні «віртуально». За цих умов нетикет стає невід'ємним атрибутом загальної корпоративної культури компанії: застосовується як необхідний елемент комунікаційного процесу при віртуальному діловому спілкуванні між працівниками. Визначено, що поняття «нетикет»: виникло та розвивалося у зв'язку із глобальною комп'ютеризацією в світі; забезпечує нові можливості на нові виклики часу; відображає ділову культуру поведінки у віртуальному бізнес-середовищі; враховує певні традиційно-етичні та культурні принципи та правила спілкування в цілому. Нетикет є новим елементом загальної ділової культури спілкування та складовою корпоративної культури компанії: віртуальна ділова культура. Виявлено, що основними елементами нетикету віртуального бізнес-середовища компанії є: грамотність, оперативність, чіткість, лаконічність, точність, правила, традиції, звичаї, психологія ділового спілкування. Дані елементи перебувають у взаємозв'язку та взаємодоповнюють один одного. Описано категорії нетикету: психологічну, емоційну, технічну, адміністративну. Представлено та описано десять основних правил нетикету для віртуальної ділової комунікації. Дані правила сформовано на основі інформації із книги «Netiquette» (Virginia Shea, 1994). Першочергово ці правила стосувалися поведінки звичайного користувача у віртуальному середовищі. У зв'язку із постійним глобальним розвитком бізнес-середовища, ці правила віднайшли свою беззаперечну актуальність у межах віртуальної ділової комунікації. На даний час багато бізнес-завдань найкраще, найлегше, найзручніше та найшвидше виконувати за допомогою Інтернет-мережі. Тому, дані правила доцільно трансформувати в певний набір правил нетикету щодо бізнес-спілкування у віртуальному діловому середовищі: кодекс нетикету компанії. Визначено, що нетикет є важливим фактором для розвитку та діяльності бізнесу в цілому: від рівня його застосування залежать майбутні результати. Пандемія не тільки посприяла розвитку онлайн діяльності, але як певний ідентифікатор, відобразила загальний стан корпоративної культури компанії.

Ключові слова: нетикет; корпоративна культура; ділова культура; бізнес-середовище; віртуальне спілкування; комунікаційний процес; пандемія.

¹ «Культура з'їдає стратегію на сніданок» (Пітер Друкер).



Химич І. Нетикет: бізнес-середовище компанії в умовах пандемії [Електронний ресурс] / Ірина Химич, Наталія Тимошик, Тетяна Винник, Тетяна Подвірна // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2021. — Вип. 2 (25). — С. 345-354. — Режим доступу: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kihvup.pdf>



1. Постановка проблеми.

Глобальна пандемія, що запанувала в світі з кінця 2019 року, охарактеризувалася певними обмеженнями доступу до міжнародних ринків та неможливістю вільно спілкуватися в цілому. Тому, для того, щоб покращити ситуацію в даних умовах, необхідним виступає формування суттєво нових і творчо-адаптивних підходів, та й взагалі кардинального нового формату щодо ведення бізнес-діяльності, яка б дозволила безпосередньо та зручно контактувати й співпрацювати зі своїми партнерами, клієнтами, споживачами тощо. Одним із таких адаптаційних механізмів є онлайн діяльність, що відбувається у віртуальному бізнес-середовищі. Проте, щоб дана діяльність проводилася успішно потрібен певний механізм щодо координації правильності здійснення її дій, який можна відобразити в наборі певних правил, зокрема, правил ділової культури – правил ділового спілкування у віртуальному бізнес-середовищі.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Дану тематику, що стосується як ділової культури, яка є складовою загальної корпоративної культури, так і розвитку віртуальної культури ділового спілкування в бізнес-середовищі, досліджували та представляли в своїх наукових працях такі вчені як: Касич А. О. [1], Козинець І. І. [2], Колянко О. В. [3], Хижняк С. С. [1] та багато інших.

3. Постановка завдання.

Мета даного дослідження полягає у представленні особливостей терміну «нетикет», а також висвітленні даного поняття як певного необхідного елемента сучасного інформаційного процесу – віртуальної ділової культури спілкування в бізнес-середовищі компаній, що функціонують в умовах пандемії.

4. Виклад основного матеріалу.

Все швидко змінюється, і це дуже наочно показала ситуація, до якої призвела поява пандемії, що виникла в світі на основі вірусу COVID-19. Вона «змусила» бізнес запрацювати кардинально інакше, ніж це відбувалося за звичайних та нормальних умов життя. Взагалі, бізнес та поняття «адаптація» завжди співіснували в беззаперечному поєднанні, адже, щоб бізнес розвивався, ефективно функціонував, приносив позитивні результати, потрібен постійний пошук нових можливостей, що за своїм змістом і є адаптацією до чогось нового завдяки чомусь новому. Проте, за даних умов, адаптаційні процеси стали чи не єдиним можливим механізмом, що посприяв збереженню позицій глобального бізнесу в цілому. Варто відзначити, що в даному середовищі на допомогу «прийшли» також технології, завдяки чому бізнес розпочав адаптацію під нові виклики зовнішнього середовища своєї діяльності.

В наявних умовах ведення бізнесу на значну увагу заслуговує вирішення наступних задач (завдань):

1. Формування ефективної ділової культури: встановлення довіри та врахування принципів етики для підтримки професійного спілкування як всередині компанії, так і з її зовнішнім середовищем.

2. Підтримка співпраці із «перевіреними» бізнес-партнерами, клієнтами, споживачами.

3. Збереження власної локалізації: розуміння та зосередженість на тому, що споживачі не готові до глобальних експериментів у кризові часи.

4. Розуміння існування обмеженості: виробники володіють обмеженими

можливостями демонструвати власні продукти (послуги).

5. Створення нових можливостей для підтримки та розвитку власної бізнес-діяльності за умов невизначеності на основі глобальних кризових явищ.

Дані завдання є досить важливими, проте не єдиними, які потребують негайного вирішення для покращення бізнес-ситуації, існує й ряд інших, не менш потрібних першочергових завдань, що є похідними від основних.

Доцільно зауважити, що в загальному завжди для забезпечення стійкості власних бізнес-позицій компанії достатньо було мати так званий резерв або, іншими словами, – «фінансову подушку безпеки», яка за кризових умов мала б допомогти в забезпеченні безперебійності діяльності. Другим важливим етапом було збереження потенційних клієнтів, споживачів та покупців власної продукції (послуг). Проте, на даний час додається кардинально інша умова – онлайн спілкування, що виникло в умовах необхідного застосування локдауну, спричиненого пандемією.

Саме по собі онлайн спілкування в сфері бізнесу не є чимось новим, адже, даний момент в діяльності компаній існує давно, єдина відмінність – це те, що онлайн спілкування значно розширило межі щодо координації ведення бізнесу на основі масштабу дії та часової тривалості. У зв'язку з цим потрібно застосувати певні правила, які б дозволили плавно «переключитися» на діяльність дещо іншого виду, ніж зазвичай.

Адже, в даний час більша частина компаній, щоб «зберегти» власні позиції, перейшла на «діяльність» у віртуальне середовище тому, що це ледь не єдиний зі способів продовжити власне функціонування за наявних умов.

У зв'язку з цим варто розуміти, що у віртуальному, як і в реальному житті, існують певні правила поведінки, тобто певна корпоративна культура щодо віртуального життя та віртуальної бізнес-діяльності.

Власне, ділова культура, що існує у віртуальному бізнес-середовищі, називається «нетикет». Дане поняття не є істотно новим, просто за даних наявних умов життя в часи пандемії, стало надзвичайно актуальним та доречним. Сам «нетикет» сформувався в світі ще в середині 80-х років ХХ ст. на основі слова «мережа» (англ. «net») та слова «етикет» (франц. «etiquette») [5; 6]. Тому, безпомилково можна ще називати віртуальну ділову культуру як «Інтернет етикет».

Крім цього, існує ще одне поняття «сетикет», що включає певну визначену систему, що стосується правил спілкування та загальної поведінки в мережі Інтернет, іншими словами – сітковий етикет.

Отже, терміни: «нетикет», «сетикет», «Інтернет-етикет», «мереживий етикет», «сітковий етикет», «онлайн-етикет» – все це одне і те ж поняття, що в загальному відображає ділову культуру поведінки у віртуальному бізнес-середовищі, з врахування певних традиційних етичних та культурних принципів та правил спілкування в цілому, яке виникло у зв'язку із глобальною комп'ютеризацією в світі та, яке, свого роду, відображає нові можливості на нові виклики часу.

Нетикет виник як новий елемент загальної ділової культури спілкування, та є однією зі складових корпоративної культури компанії: віртуальна ділова культура.

Основні елементи, що формують нетикет віртуального бізнес-середовища компанії, відображено на рис. 1.

Необхідно розуміти, що застосування нетикету повинно бути грамотним (чітко оперувати даними елементами та ефективно поєднувати їх між собою в цілому). Адже, від цього залежатиме стан ділової Інтернет-культури та й узагалі імідж компанії.

Елемент оперативності в нетикеті означає, швидкість реакції на певні повідомлення, завдання, задачі тощо. Адже, від часу виконання певних видів робіт залежатиме остаточна кінцева мета поставлених задач.

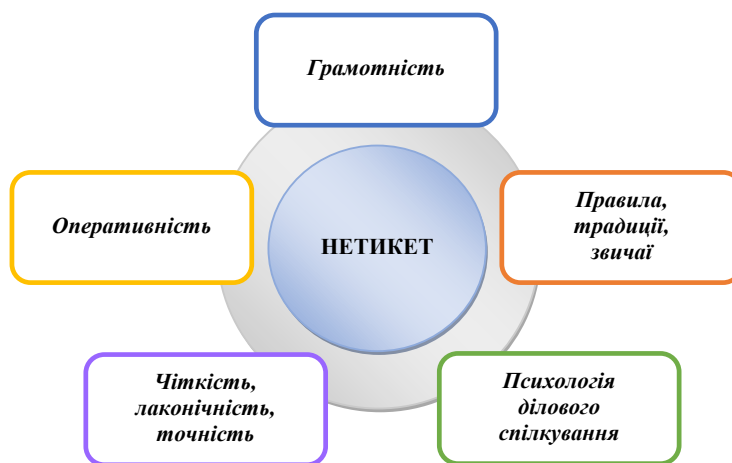


Рис. 1. Основні елементи нетикету віртуального бізнес-середовища компанії

Джерело: сформовано авторами самостійно

Чіткість, лаконічність і точність – важливі елементи нетикету, від яких залежить якість віртуальної бізнес-діяльності. Адже, в такій діяльності є свої особливості, які потрібно враховувати тому, що при безпосередньому спілкуванні кардинально інше сприйняття між фахівцями.

Набір певних правил, традицій та звичаїв завжди буде невід’ємним елементом нетикету. Адже, кожна культура має свої відмінності. Тому в нетикеті ця особливість також відобразиться, і це потрібно враховувати при віртуальній діяльності в бізнес-середовищі.

Що ж стосується психології ділового спілкування, то тут варто зауважити про те, що при будь-якому виді спілкування – офлайн чи онлайн – доцільно опиратися на певні психологічні моменти щодо учасників такого комунікаційного процесу, зокрема, потрібно вміти замотивувати працівників до виконання завдань в напрямку на досягнення максимально позитивного результату, потрібно зуміти налаштувати працівників на те, що їм варто розуміти доречність діяльності компанії за будь-яких умов (кризовості, нестабільності чи стабільності) тощо. Адже, в світі, та і в світі бізнесу, зокрема, існує безліч проблем, а також і безліч можливостей. Тому, найкращим варіантом для себе буде усвідомлення того, що в решті-решт кожен повинен виконувати свої завдання, адже, життя продовжується за будь-яких умов, і так було й буде завжди.

Також, для цілісності нетикету, застосовують його наступні основні категорії, що представлені на рис. 2.

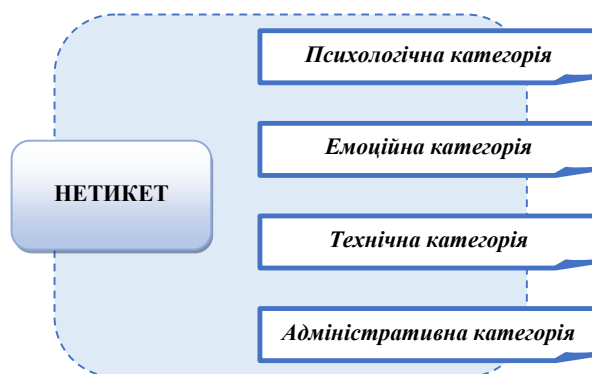


Рис. 2. Основні категорії нетикету бізнес-середовища компанії

Джерело: сформовано авторами на основі [4]

Представлені категорії нетикету [4] характеризуються наступними складовими:
1) психологічна категорія відображає спосіб ділового звернення: варто

зауважити, що загально прийнятим зверненням до співрозмовника виступає слово «Ви», потрібно пам'ятати про правильність вітання, привітання, прохання, прощання, заохочення тощо в умовах діловодства;

2) емоційна категорія включає обов'язкове використання в тексті емоджі, проте, варто розуміти способи, види та напрями ділового спілкування, адже, тут, як і всюди, наявні винятки;

3) технічна категорія характеризує особливості формування тексту (вид шрифту, виділення основної інформації (наголошення на головному в тексті), розмір шрифту, кольорова гама, мультиплікація тощо);

4) адміністративна категорія містить правила відображення ділового контенту (бізнес-теми, наявність доцільності реклами, ділова культура компанії, імідж компанії тощо).

Дані категорії формують основну суть та відображають загальну структуру нетикету компанії в цілому.

В 1994 році Virginia Shea представила власну книгу «Netiquette» [6], в якій зазначила та описала десять головних правил нетикету, яких потрібно дотримуватися користувачам, перебуваючи у віртуальному середовищі. Дані правила стосувалися звичайної віртуальної комунікаційної взаємодії між її учасниками.

Проте, у зв'язку із постійним глобальним розвитком бізнес-середовища, ці правила віднайшли свою беззаперечну актуальність у межах віртуальної ділової комунікації. Адже, відомо, що на даний час багато бізнес-завдань найкраще, найлегше, найзручніше та найшвидше виконувати саме за допомогою Інтернет-мережі. Тому, дані правила, що відображають як правильно здійснювати звичайне онлайн спілкування, доцільно трансформувати в певний набір правил нетикету щодо бізнес-спілкування у віртуальному діловому середовищі як певного кодексу нетикету компанії.

Тому, на рис. 3 подано перелік основних правил нетикету, яких потрібно дотримуватися для того, щоб все було гаразд при комунікаційній взаємодії учасників під час онлайн діяльності, та й взагалі ділового онлайн спілкування в цілому.

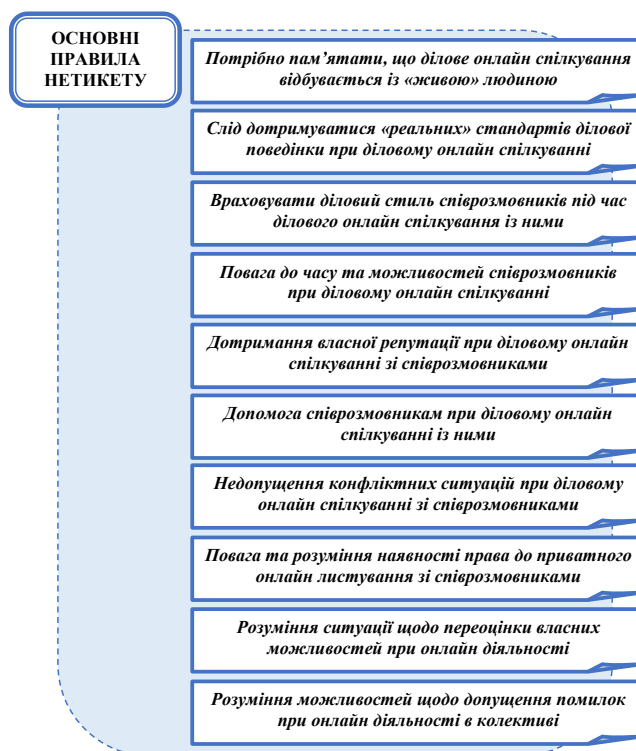


Рис. 3. Правила нетикету при онлайн бізнес-діяльності компанії

Джерело: сформовано авторами на основі [5]

Отже, представлені правила нетикету ділового спілкування відображають перш за все те, що єдиним суттєво відмінним чинником при цьому виступає онлайн середовище спілкування та діяльності. Тобто, відбувається все в мережі, без живої взаємодії між учасниками такої комунікації. Тому, в даному випадку дотримання основних елементів корпоративної культури є ще важливішим, ніж при прямій взаємодії між учасниками такого процесу. Адже, при звичайних умовах комунікаційних дій, всі співрозмовники мають можливість бачити, а також спостерігати реакції один одного на ті чи інші ситуації. При онлайн спілкуванні такі можливості відсутні, тому розуміння цього виступає надзвичайно важливим моментом, який потрібно враховувати.

Тому, найперше, при такому онлайн спілкуванні всім потрібно розуміти, що маємо справу із «живими», «реальними» людьми по той бік екрану. В даному випадку доцільним виступає формування певного плану щодо проведення такого ділового онлайн спілкування для того, щоб висвітлити певні найнеобхідніші моменти, що потребують негайного вирішення. Наступним кроком є дотримання умов етичності, щоб онлайн спілкування не перетворювалося на певні недоцільні дібати, що забирають час та не допомагають розв'язувати поставлені завдання та задачі. Іншими словами, потрібно застосовувати «етичну» чіткість та «етичну» точність для вирішення певного кола завдань в умовах онлайн спілкування між його учасниками.

Звичайна ділова поведінка від ділової онлайн поведінки нічим, за своїм змістом не відрізняється. При діловому онлайн спілкуванні варто застосовувати такі ж принципи та методи щодо дотримання ділової етики спілкування як і в «реальному» бізнес-житті. Адже, культурно-етичні, морально-етичні та морально-психологічні загальні закони щодо ведення переговорів ніхто не відміняв, їхнє дотримання в діловому світі чи то онлайн (віртуальному), чи то в «реальному», виступає як певна аксіома, яку потрібно чітко застосовувати до виконання.

Важливою складовою загального ділового спілкування є, так званий, його діловий стиль проведення. Тому, при віртуальному діловому спілкуванні в колективі також варто зважати на дані моменти. Адже, кожна компанія має власні правила, що стосуються її ділового стилю, до якого відносяться як прописані культурно-етичні норми, так і певні традиційно-звичаєві аспекти, які повинні бути виконаними. Врахування стилю ділового спілкування під час онлайн спілкування виступає важливою компонентою для вирішення певних завдань та задач для компанії з її партнерами, клієнтами та іншими зацікавленими учасниками даного процесу.

Ще одним із важливих моментів при діловому онлайн спілкуванні виступає розуміння часових термінів та можливостей співрозмовників. Варто пам'ятати, що всі без виключення завдання, задачі, ситуації та інші моменти мають часові рамки, які потрібно враховувати при їхньому безпосередньому виконанні. Крім цього, можливості усіх учасників віртуального ділового спілкування також є «реальними», а не «надлюдськими». Тому, плануючи вирішення певних ділових ситуацій, потрібно опиратися на такі фактори як час та можливості учасників: в цьому випадку доцільно встановлювати певні часові терміни до виконання – дедлайни, а також розподіл вирішення певних завдань для кожного учасника окремо, або для певного вибраного кола учасників. За таких умов є більша ймовірність вчасного та чіткого виконання поставлених завдань всіма учасниками даного процесу.

Збереження позицій іміджу компанії, тобто репутації учасників при діловому онлайн спілкуванні виступає не менш важливим елементом їхньої взаємодії між собою. Адже, при віртуальному спілкуванні, не стримавши власні емоції, можна суттєво нашкودити репутації всієї компанії загалом, а це може в підсумку призвести до негативних наслідків для її діяльності на майбутнє. Тому, при віртуальному діловому спілкуванні потрібно, перш за все, думати не про власні емоції, а про доцільність їх

застосування для компанії. Щоб даний елемент застосувати на сто відсотків із користю для компанії, існує певний етикет ділової поведінки – правила нетикету для ділового онлайн спілкування. Крім цього потрібно пам'ятати про те, що вирішуються не особисті питання, а загальні завдання для компанії. Тому, при віртуальному діловому спілкуванні ні в якому разі не варто переходити на особистісні вияснення стосунків, адже, це не особисте спілкування, це ділове спілкування, основною якого є вирішення певних завдань, які на даний момент часу є важливими для компанії в цілому.

Неоціненним фактором при віртуальному діловому спілкуванні також є взаємодопомога співрозмовників між собою. Адже, тут потрібно розуміти, що це віртуальне середовище спілкування, а значить тут все залежить від вмінь та знань учасників щодо роботи в мережі. На такі вміння та знання впливає багато моментів, зокрема, віковий та технічний фактори, а також і ряд інших причин, які можуть проявитися в тому, що хтось із учасників цього процесу не спроможний здійснити якісь певні дії. Тому, в таких випадках, потрібна підтримка групи учасників, адже, в такій ситуації може опинитися будь-хто з них: всього знати не може ніхто. Тому, варто дотримуватися взаємодопомоги у розв'язанні тих чи інших питань, задач, ситуацій, що виникають при віртуальному діловому спілкуванні між його учасниками.

Важливою умовою ділового онлайн спілкування виступає недопущення конфліктів та конфліктних ситуацій між учасниками цього процесу. Адже, по-перше, варто пам'ятати, що це ділові переговори, де є певний етичний кодекс поведінки, якого слід дотримуватися, в даному випадку, у віртуальному аспекті – «нетикет». По-друге, неетична поведінка неприпустима ні в офлайн, ні в онлайн форматах ділової взаємодії між учасника. Також, фактор конфліктності забирає багато часу, який доцільніше направити на розв'язання певних завдань, задач чи ситуацій, а також це спрямовує учасників цього процесу відволікатися від тих завдань, які потребують першочергового розгляду та розв'язання перед компанією тощо. Тому, навіть при онлайн процесах варто дотримуватися позитивного морально-етичного та морально-психологічного клімату в колективі. Адже, відомо, що від психологічного фактору значно залежать майбутні результати діяльності компанії в цілому.

Також, при віртуальному діловому спілкуванні варто не забувати про такий важливий елемент як – конфіденційність, адже, кожен учасник цього процесу має повне право на приватність. В даному випадку, надзвичайно некоректним виступає оприлюднення інформації, яка стосувалася «закритого» обговорення якихось проблемних ситуацій між певними учасниками тощо. Щоб цього не допускати, необхідним виступає запровадження особистої відповідальності за порушення правил нетикету та вчинення таких дій.

При роботі в онлайн середовищі варто розуміти, що всі учасники є «реальними» людьми, а тому їхні сили та можливості є також «реальними», а не віртуально нескінченими. При такій діяльності потрібно чітко дотримуватися певного плану щодо розподілу обов'язків та завдань, що значно спростить їх виконання та забезпечить високу їх результативність в кінцевому підсумку. Не варто займатися вирішенням усіх завдань на раз, адже, це може призвести до виснаженості. І хоча віртуальне середовище забезпечує великі можливості виконання поставлених завдань, проте, учасники – це «реальні» працівники, яким теж потрібен відпочинок для того, щоб нормально виконувати свої обов'язки й надалі.

Ще одним правилом нетикету, якого варто дотримуватися є розуміння того, що всі учасники віртуальної комунікації є «реальними» людьми, а тому можуть помилятися. Наявність помилок – це нормальна річ в людському житті, як в особистому, так і професійному. Тому, якщо виникають певні ситуації, варто проаналізувати й виявити помилки, та усунути їх етичним способом. Адже, в протилежному випадку, дані ситуації можуть мати негативні наслідки як для

діяльності учасників, так і для компанії на майбутнє.

Нові виклики часу формують нові бізнес-вимоги, культура спілкування тому не виключення: вона повинна включати та відображати етичні правила поведінки, перш за все, що стосуватимуться ділового віртуального світу бізнесу, адже, без таких правил неможливо побудувати правильний комунікаційний процес між його учасниками. В більшості, такі правила є віддзеркаленням звичайних традиційних письмових правил ділової культури, головним призначенням яких виступає комфортність щодо здійснення комунікацій між всіма учасниками бізнес-середовища, а також у дотриманні культурно-етичного тону при онлайн спілкуванні, та, як наслідок, відображення хороших ділових якостей та манер, що з точки зору психології бізнесу значно полегшують спілкування та сприйняття учасниками один одного. Тому, кодекс нетикету виступає важливою складовою загальної корпоративної культури компанії, особливо в даний час, коли віртуальне бізнес-життя має глобальні масштаби.

5. Висновки та перспективи подальших досліджень в даному напрямку.

Отже, варто відзначити, що нетикет виступає одним із головних факторів впливу на стан розвитку та діяльності бізнесу в цілому. Адже, саме від його рівня та залежатимуть майбутні результати компанії. Доцільно зауважити також і те, що пандемія не тільки посприяла розвитку онлайн діяльності, але і, як певний ідентифікатор, відобразила загальний стан корпоративної культури компаній (підприємств, організацій). Взагалі, віртуальна бізнес-діяльність показала на скільки самі компанії (підприємства, організації) готові саме до такого способу діяльності, який значно залежить від їхнього технологічного та технічного забезпечення, а також від власних особистих знань, вмінь, навичок та здатності до саморозвитку й самонавчання. Тобто, можна вважати, що дана ситуація виступила певним викликом сучасності щодо діяльності в умовах пандемії та в боротьбі із нестабільністю й кризовістю в цілому.

Author details (in English)

NETIQUETTE: THE COMPANY BUSINESS ENVIRONMENT IN TIMES OF A PANDEMIC

Iryna Khymych

e-mail: khymych31@gmail.com
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-2728-2007>

Nataliia Tymoshyk

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
56 Ruska str., Ternopil, 46001, Ukraine

e-mail: nata_like@ukr.net
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0003-2089-0648>

Tetiana Vynnyk

Ternopil Ivan Puluj National Technical University
56 Ruska str., Ternopil, 46001, Ukraine

e-mail: tetiana_vynnyk@ukr.net
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0002-8390-3613>

Tetiana Podvirna

e-mail: tanyatab@i.ua
ORCID ID: <http://orcid.org/0000-0001-9878-762X>

Abstract. *This article presents the concept features of «netiquette». The concept is not new: «netiquette» has been defined and proved in the world in the mid-80s of the twentieth century based on the word's «network» and «etiquette». However, the existence of a pandemic world, «forced» the business to start to work in a fully different way: in a meaning, «virtually». Under these conditions, netiquette becomes a required attribute of the overall corporate culture of companies: it is used as the necessary communication process element in virtual business communication channels between employees. The concept of «netiquette» has been defined: configured and developed in connection with global computerization in the world; provides new opportunities for new time challenges; reflects the behavior business culture in a virtual business environment; takes into account certain traditional ethical and cultural principles and rules of communication in general aspects. Netiquette is a new element of the general communication business culture and a component of the corporate culture of the company: virtual business culture. The main elements of the netiquette of the virtual business environment of the company are literacy, efficiency, clarity, conciseness, accuracy, rules, traditions, customs, business communication psychology. These elements are interconnected and complementary. The categories of netiquette are described: psychological, emotional, technical, administrative. Ten basic rules of netiquette for virtual business communication are presented*

and described. These rules are based on the information from the book «Netiquette» (Virginia Shea, 1994). These rules primarily concerned the average user behavior in a virtual environment. Due to the constant global development of the business environment, these rules have found their undeniable relevance in the virtual business communication context. Currently, many business tasks are best, easiest, most convenient, and fastest to perform via the Internet. Therefore, these rules should be transformed into a set of netiquette rules for business communication in a virtual business environment: the company's netiquette code. It is determined that netiquette is an important factor for the development and operation of the business in general: the level of its application depends on future results. The pandemic not only contributed to the development of online activities but as a definite identifier, reflected the general and common state of the corporate culture of companies.

Key words: netiquette; corporate culture; business culture; business environment; virtual communication; communication process; pandemic.

Appendix A. Supplementary material

Supplementary data associated with this article can be found, in the online version, at <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kihvup.pdf>

Funding

The authors received no direct funding for this research.

Citation information

Khymych, I., Tymoshyk, N., Vynnyk, T. & Podvirna, T. (2021) Netyket: biznes-seredovyshe kompanii v umovakh pandemii [Netiquette: the company business environment in times of a pandemic]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava* [Socio-Economic Problems and the State] (electronic journal), Vol. 25, no. 2, pp. 345-354. Available at: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2021/21kihvup.pdf>

Використана література:

1. Касич А. О., Хижняк С. С. Сучасне трактування концепції організаційної культури підприємства. *Економіка та суспільство*. № 22. 2020. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/125/120>
2. Козинець І. І. Особливості віртуального спілкування. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*. № 2 (12). 2016. С. 71-75. URL: <https://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/2016/2/13.pdf> DOI: 10.32342/2522-4115-2016-0-12-71-75
3. Колянко О. В. Структура корпоративної культури організації. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету*. № 62. 2021. С. 81-85. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/749/712> DOI: 10.36477/2522-1205-2021-62-11
4. *Культура спілкування у мережі*. 2018. URL: http://int-comm-culture.blogspot.com/p/blog-page_4.html
5. *Нетикет. Етикет інтернету*. 2015. URL: https://it-allhemi.blogspot.com/2015/04/blog-post_5.html?fbclid=IwAR3HFgJzbxuHJZZ8dkilPdHljF9VIQg8bXMf7tQKHI9aU-gzhnilGUS67dE
6. Virginia Shea. *Netiquette*. 1994. URL: <http://www.albion.com/netiquette/book/index.html>

References

1. Kasych Alla & Khiznyak Svitlana (2020). Suchasne traktuvannia kontseptsii orhanizatsiinoi kultury pidpriemstva [Modern interpretation of the concept of organizational culture enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo* [Economy and Society]. Vol. 22. Available at: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/125/120> (accessed 20 September 2021) (in Ukrainian)

2. Kozynets I. I. (2016). Osoblyvosti virtualnoho spilkuвання [Features of virtual communication]. Visnyk Dnipropetrovskoho universytetu imeni Alfreda Nobelia [Bulletin of Alfred Nobel University]. Vol. 2 (12). P. 71-75. Available at: <https://pedpsy.duan.edu.ua/images/PDF/2016/2/13.pdf> DOI: 10.32342/2522-4115-2016-0-12-71-75 (accessed 20 September 2021) (in Ukrainian)
3. Kolyanko O. V. (2021). Struktura korporatyvnoi kultury orhanizatsii [Structure of corporate culture of an organization]. Visnyk Lvivskoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu [Herald of Lviv University]. Vol. 62. P. 81-85. Available at: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/visnyk-econom/article/view/749/712> DOI: 10.36477/2522-1205-2021-62-11 (accessed 22 September 2021) (in Ukrainian)
4. Kultura spilkuвання u merezhi (2018) [Network communication culture]. Available at: http://int-comm-culture.blogspot.com/p/blog-page_4.html (accessed 3 October 2021) (in Ukrainian)
5. Netyket. Etyket internetu (2015) [Netiquette. Internet etiquette]. Available at: https://it-allhemi.blogspot.com/2015/04/blog-post_5.html?fbclid=IwAR3HFgJzbxuHJZZ8dkilPdHljF9VIQg8bXMf7tQKHI9aU-gzhnilGUS67dE (accessed 3 October 2021) (in Ukrainian)
6. Virginia Shea (1994). Netiquette. Available at: <http://www.albion.com/netiquette/book/index.html> (accessed 21 September 2021) (in English)



© 2021 Socio-Economic Problems and the State. All rights reserved.
 This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license.
 You are free to:
 Share — copy and redistribute the material in any medium or format Adapt — remix, transform, and build upon the material for any purpose, even commercially.
 The licensor cannot revoke these freedoms as long as you follow the license terms.
 Under the following terms:
 Attribution — You must give appropriate credit, provide a link to the license, and indicate if changes were made.
 You may do so in any reasonable manner, but not in any way that suggests the licensor endorses you or your use.
 No additional restrictions
 You may not apply legal terms or technological measures that legally restrict others from doing anything the license permits.

Socio-Economic Problems and the State (ISSN: 2223-3822) is published by Academy of Social Management (ASM) and Ternopil Ivan Puluj National Technical University (TNTU), Ukraine, Europe.

Publishing with SEPS ensures:

- Immediate, universal access to your article on publication
- High visibility and discoverability via the SEPS website
- Rapid publication
- Guaranteed legacy preservation of your article
- Discounts and waivers for authors in developing regions

Submit your manuscript to a SEPS journal at <http://sepd.tntu.edu.ua>

