

буде базуватися на унікальній філософії кадрової політики організації та відповідати її потребам та можливостям. Також сучасні суб'єкти господарювання мають трансформувати свої бізнес-процеси під реалії Індустрії 4.0, яка диктує свої правила поведінки з персоналом [4]. Для реалізації поставлених цілей у нагоді стануть практики провідних міжнародних організацій, а також наявний власний досвід роботи з персоналом українських компаній.

Список використаних джерел

1. Дяків О. П., Островерхов В. М. Управління персоналом : навч. посіб. Тернопіль : ТНЕУ, 2018. 288 с.
2. Сочинська-Сибірцева І. М., Доренська А. О., Тушевська Т. В. HR-менеджмент : навч. посіб. Кропивницький : ЦНТУ, 2022. 278 с.
3. Менеджмент : навч. посіб. / С. І. Страпчук та ін. Львів: Новий Світ – 2000, 2020. 356 с.
4. Зачосова Н.В., Коваленко А.О., Куценко Д.М. Кадрова політика у механізмі управління економічною безпекою в умовах Четвертої промислової революції. Академічний огляд. 2022. №2 (57). С.142-158.

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КОМУНІКАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ФУНКЦІЇ ТА ЇХ ОСНОВНІ ТИПИ

Матюшенко Н.Р.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

e-mail: matiushenko.nataliia418@vu.cdu.edu.ua

Основою процесу управління є інформація, тому найважливішим компонентом управлінської діяльності є комунікація. Завдяки комунікаціям забезпечується зв'язок між організацією та середовищем, взаємодія всіх ланок управління щодо робочих питань та узгодженість прийнятих рішень.

Сутність комунікацій підприємства визначається як обмін інформацією, на основі якого керівник отримує інформацію, необхідну для прийняття ефективних рішень і доводить прийняті рішення до працівників установи (підприємства, організації) [1].

Основні функції комунікацій на підприємстві полягають в:

- Передачі інформації між різними рівнями та підрозділами. Це допомагає забезпечити ефективну роботу всієї організації.

- Управлінні різними процесами економічної діяльності. Комунікації на підприємстві допомагають керівникам управляти різними процесами, включаючи виробничі, фінансові, маркетингові та інші.

- Координації роботи персоналу, правильна подача завдань та повноважень.

- Розвитку корпоративної культури, що забезпечує спільне розуміння цінностей та місії організації.

- Стимулюванню розвитку підприємства, допомагаючи інформувати співробітників про інновації на ринку, технології та процеси.

- Взаємодія зі стейкхолдерами. Комунікації на підприємстві включають взаємодію зі стейкхолдерами, такими як клієнти, постачальники, інвестори та інші, що допомагає забезпечити успішну діяльність організації в цілому.

Включаючи різні цілі спілкування, людей між якими відбувається комунікаційний процес, комунікації підприємства поділяють на певні типи. Загалом їх поділяють на чотири основні типи, серед них [3]:

1. Офіційне спілкування (або ж формальне). Завдяки офіційному спілкуванню всі робітники поінформовані про бізнес-цілі, мають спільну мету та узгоджують свою роботу та завдання відповідно до них.

Цей тип зв'язку необхідний для відповідності вимогам законодавства. Наприклад, порядок роботи, а також правила та інструкції з техніки безпеки повинні бути доведені до відома працівників офіційно (електронні листи, друковані документи).

2. Неформальне спілкування. Цей тип комунікації є протилежністю офіційного спілкування. По суті, це діалоги, чати, телефонні розмови, які зазвичай відбуваються «біля кавоварки» і не залежать від будь-яких формальностей.

Однією з головних переваг неформального спілкування є те, що це швидший спосіб обміну інформацією на робочому місці. Це також допомагає обмінюватися та розвивати нові ідеї для вдосконалення продуктів, а також внутрішніх або зовнішніх процесів.

3. Горизонтальне спілкування. Цей тип організаційного спілкування відбувається між відділами, групами або окремими особами на одному рівні ієрархії. Горизонтальна комунікація відіграє важливу роль у подоланні розбіжностей і покращенні співпраці між структурними підрозділами на робочому місці. Він відіграє вирішальну роль у злагодженні технічних, маркетингових і торгових команд і гарантує, що всі співробітники здійснюють безпосередній робочий процес задля забезпечення спільних цілей.

4. Вертикальна комунікація. Найпоширеніша форма спілкування в структурованих організаціях, що відбувається за вертикальною схемою вгору-вниз. Він включає в себе спілкування між бізнес-лідерами, керівниками і співробітниками. Такий тип спілкування необхідний на робочому місці. Без вертикальної комунікації було б неможливо ділитися рекомендаціями, відгуками чи ідеями, вирішувати важливі проблеми та термінові завдання.

Незалежно від того який тип комунікації існує, спілкування на робочому місці є життєво важливим компонентом управління будь-якою організацією чи підприємством, навіть розглянувши це більш з психологічного аспекту життєдіяльності людини. Особливого значення питання ефективних комунікацій набирає у часи змін, коли постає завдання зберегти колектив, його емоційний стан та здатність до прийняття виважених рішень, продовження роботи на належному рівні [2].

Для створення ефективної комунікації на підприємстві включають різні способи. Серед основних дій, які повинні застосовувати керівники, сюди включають: допомогу працівникам розуміти умови їх працевлаштування та їхню цінність для організації, сприяння їх відданості та лояльності від самого початку знаходження на даному місці роботи; підвищення морального духу та залученість

у всі робочі процеси; підтримку ідей та думок співробітників; поліпшення комунікації між відділами та співпраці між співробітниками; підвищення залученості співробітників шляхом постійного інформування співробітників; впорядкування потоку інформації всередині організації; збільшення рівня довіри на робочому місці.

Отже, комунікації — це потік інформації, яка потрібна людям для виконання роботи та вирішення міжособистісних питань. Важливість концепції комунікації в менеджменті важко переоцінити, адже через спілкування та передачу інформації здійснюються майже всі процеси діяльності підприємства.

Список використаних джерел

1. Білоусько Т.М. Комунікації як елемент управлінської діяльності. *Diss. Міжнародний електронний науково-практичний журнал «WayScience», 2020. С. 167-169*
2. Галюк, І. Б., Вербовська, Л. С., Стецко, О. І. Специфіка організації внутрішніх організаційних комунікацій та поведінки лідера в умовах змін. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону, 2022. С. 137-145*
3. What is Organizational Communication and 9 Steps to Do It Right./ Valène Jouany, Kristina Martic. January 03, 2023 URL: <https://haiilo.com/blog/organizational-communication-9-steps-to-create-a-successful-strategy/> (дата звернення: 02.04.2023)

Науковий керівник: доктор економічних наук, професор Назаренко С.А.

HR-МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ СУБ'ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кладова О.О.

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
e-mail: kladova.olha419@vni.edu.ua*

Натепер успішна зовнішньоекономічна діяльність компанії та створення конкурентоздатної продукції на міжнародному ринку залежать не лише від використання новітніх технологій, чіткого контролю якості продукції та процесу надання послуг, маркетингового аналізу ринку та стратегії просування товарів за кордон, але й від кваліфікації працівників компанії, ефективного HR-менеджменту та людиноцентричної кадрової політики.

Важливість HR-менеджменту на прикладному рівні у тому, що він допомагає організаціям та підприємствам зберегти конкурентоспроможність на ринку і реалізувати стратегії розвитку бізнесу. Управління персоналом — це процес, який відбувається у межах менеджменту компанії, спрямований на гарантування максимальної ефективності використання трудових ресурсів для досягнення бажаного результату для компанії та забезпечення розвитку кар'єри працівників [1, с. 8]. Зазвичай, менеджмент організації спрямовує зусилля на досягнення високого рівня прибутковості, розглядаючи її як бажаний результат