

Полтава : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка». 2023. С. 431-228.

2. Мельник Л.Г. Информационная экономика. Сумы: ИТД «Университетская книга». 2003. 288 с.

3. Чурсин Н.Н. Понятие тезауруса в информационной картине мира. Луганск: Изд-во «Ноулидж». 2010. 305 с.

УДК 316.77:303(043.2)

Белла Марина

/ м. Київ /

ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОЇ КОРПОРАТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Ефективні внутрішні комунікації дозволяють керівництву вчасно дізнаватися про проблеми співробітників, приймати виважені управлінські рішення, підвищувати лояльність та залученість. Крім того, це ефективний засіб транслювати корпоративні стандарти та позицію з тих чи інших питань.

Внутрішні комунікації – це набір інструментів, способів та каналів взаємодії людей у компанії, що сприяють інформуванню, розвитку горизонтальних зв'язків між топ-менеджментом та співробітниками, а також впливають на бізнес-результат.

Добре налагоджена система внутрішніх комунікацій підвищує рівень лояльності та залучення персоналу, забезпечує взаєморозуміння, а також формує єдині поведінкові стандарти.

Внутрішня комунікація дозволяє ділитися інформацією компанії, щоб співробітники могли добре виконувати свою роботу. Це тримає людей у курсі всіх подій компанії.

Метою внутрішньої комунікації є забезпечення ефективного потоку інформації між підрозділами організації та колегами. Це стосується як верхніх,

так і нижніх рівнів ланцюжка управління/співробітників. Це також працює серед співробітників, які взаємодіють один з одним у компанії. Надійна внутрішня комунікація сприяє розвитку корпоративної культури та підвищенню залучення співробітників.

Виділяють такі види внутрішніх комунікацій:

Вертикальні та горизонтальні. Горизонтальні комунікації відбуваються між учасниками, які займають однакове становище у організаційній структурі. А вертикальні йдуть знизу вгору та зверху вниз. Їхня мета – забезпечити координацію дій та передачу інформації між керівництвом та підлеглими. Вертикальні комунікації також можуть бути використані для обміну інформацією між різними рівнями управління в компанії, такими як департаменти, відділи та групи проектів.

Формальні та неформальні. Формальні комунікації відбуваються у межах встановлених правил і процедур. Їхня мета – інформування. Наприклад – розсилки, офіційні заяви, інструкції, регламенти тощо.

Неформальна комунікація – це обмін інформацією та ідеями між співробітниками, який відбувається за межами офіційних каналів зв'язку. Це може бути розмова на кава-брейку, спілкування під час перерви або після роботи, використання соціальних мереж для спілкування з робочих питань. Також сюди входять різноманітні святкування, вручення нагород, тимблдинги.

Неформальна комунікація допомагає встановити довірчі відносини між колегами, підвищити ефективність роботи та вирішувати проблеми швидше. Вона також сприяє створенню сприятливої атмосфери на роботі та підвищенню рівня мотивації працівників.

Однак слід пам'ятати, що неформальна комунікація не повинна замінювати формальну. Важливо, щоб усі співробітники отримували необхідну інформацію та почувалися включеними до робочого процесу.

Офлайн та онлайн. Офлайн-комунікації здійснюються в реальному часі, коли учасники знаходяться в одному просторі. До них відносяться зустрічі, наради, брифінги тощо.

Онлайн-комунікації відбуваються у віртуальному просторі за допомогою електронних засобів зв'язку. Це особливо актуально в епоху гнучких графіків робіт та віддаленої роботи.

Для ефективної реалізації внутрішніх комунікації сьогодні використовуються наступні інструменти:

Конференції, наради, мітапи. Традиційні формати спілкування, які використовуються для обговорення важливих питань та прийняття рішень, а також для зміцнення командного духу та мотивації працівників.

Корпоративний портал. Це єдиний простір, де співробітники можуть отримувати відповіді на питання, шаблони документів та іншу організаційну інформацію. В ідеалі це цілий портал, який містить:

- чати та групи, де співробітники спілкуються між собою, обговорюють проекти, шукають контакти колег;
- системи зворотного зв'язку, де співробітники можуть залишати відгуки про роботу компанії, пропонувати покращення;
- бази знань та бібліотеки, де персонал отримує доступ до навчальних матеріалів, інформацію про продукти та послуги компанії.

Соціальні мережі, відеоконференції та месенджери. Безліч каналів комунікації дають додаткову зручність. Зрештою люди можуть сприймати контент у різний спосіб. Але не варто забувати, що кожним каналом необхідно займатися. Можна вести акаунти в соцмережах та месенджерах, публікувати там новини компанії, цікаві статті, інтерв'ю зі співробітниками. Наприклад, можна створювати групи для роботи над проектами. Це дозволяє швидко вирішувати питання та обмінюватися досвідом без необхідності проводити тривалі зустрічі чи дзвінки.

Розсилки. Розсилка дозволяє швидко розповсюджувати інформацію серед співробітників компанії. Вона також дозволяє зміцнити командний дух та підвищити ефективність роботи. Однак цим каналом не варто зловживати. Важливо не перевантажувати співробітників інформацією. Якщо розсилка буде приходити щодня і міститиме полотно тексту, вона швидко втратить ефективність і нею перестануть цікавитися та читати.

Опитування. Опитування дозволяють співробітникам висловлювати думку про роботу, пропонувати ідеї для покращення бізнес-процесів та продуктів компанії. Зручніше проводити їх за допомогою спеціальних IT-рішень. Із результатами опитувань обов'язково потрібно працювати. Це позитивно впливає на ефективність бізнесу. У той же час, якщо співробітники побачать, що до їхніх ідей не дослухаються, вони будуть демотивовані. Опитування мають бути абсолютно анонімними, щоб співробітники висловлювали думку без страху негативних наслідків.

Подкасти. Деяким людям зручніше сприймати інформацію саме у форматі аудіо. Тому деякі компанії вдаються до експериментів та впроваджують формат подкастів. Головне, не випускати їх дуже часто, щоб не відволікати співробітників від повсякденних завдань.

Внутрішні комунікації сьогодні – це та сама зв'язувальна ланка всередині компанії, яка не просто поєднує розрізнені елементи, а й працює на бізнес-результат. Недостатня увага до внутрішніх комунікацій може призвести до вкрай негативних наслідків, таких як зниження продуктивності, зростання рівня незадоволеності працівників та, як наслідок, підвищення плинності кадрів.. З кожним роком все більше компаній виділяють внутрішні комунікації в окрему бізнес-одиночку, оскільки ці фахівці мають конкретний блок завдань, та для їх вирішення потрібні певні компетенції.

Література

1. Грішнова О. А. Новітні технології в економіці персоналу: нові можливості і нові виклики. Вісник економічної науки України. 2016. № 2. С. 52-56.

2. Корпоративна культура : навчальний посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.

3. Решетнікова І. Л. Внутрішній маркетинг у системі маркетингу підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 1. С. 45–55.

4. Стоян Т. А. Діловий етикет: моральні цінності і культура поведінки бізнесмена: навч. посібник. Київ : ЦУЛ, 2004. 232 с.

УДК 352.07:007(477)(043.2)

Гришин Віталій

/ м. Харків /

ЄДИНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР УКРАЇНИ ЯК НЕОБХІДНА УМОВА ДЛЯ ЕФЕКТИВНОЇ РОБОТИ МІСЦЕВИХ ОРГАНІВ ВЛАДИ

Відновлення та розбудова на демократичних засадах української державності об'єктивно призвели до пошуку такого конституційно-правового статусу державних органів влади, яка б, з одного боку, відповідала національним традиціям, а з іншого - сучасним світовим стандартам, була б спрямована на забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України та її регіонів, ефективного державного управління, місцевого самоврядування, підвищення рівня життя населення, забезпечення додержання гарантованих державою соціальних стандартів для кожного громадянина незалежно від місця його проживання.

Інформаційний простір є основою соціально-економічного, політичного і культурного розвитку та забезпечення безпеки України. Ефективний інформаційний простір повинен забезпечити побудову інформаційного суспільства в країні і входження її у світовий інформаційний простір.

Слід зауважити, що засоби інформаційної взаємодії громадян та організацій, що забезпечують їм доступ до інформаційних ресурсів, засновані