

6. Official site of the Ministry of Agrarian Policy and Food of Ukraine, minagro.gov.ua. Accessed 22 Sept. 2019.
7. Somchenkov, O.A. *Stock market in the financial support of agro-industrial production. Dissertation of doctor of economic Sciences*, 2017.
8. Kasil, M.I. "NPC Institute for Agrarian Economics. Press Releases.", <http://iae.org/presscentre/presrelease.html?start=10>. Accessed 22 Sept. 2019.
9. Andriychuk, V.G., Zubets, M.V., and V.V. Yurchyshyn. *Contemporary Agrarian Policy: Problematic Aspects*, Agrarian Science, 2005.
10. "Capital investments by sources of financing." Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, www.ukrstat.gov.ua/operative/operativ2018/ibd/kindj/arh_inv2018_u.html. Accessed 22 Sept. 2019.
11. Official website of the Ministry of Finance, index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/active/. Accessed 22 Sept. 2019.
12. "Analytical review of the banking system of Ukraine for the 9 months of 2017." Official website of the National rating agency "Rurik", www.rurik.com.ua. Accessed 22 Sept. 2019.
13. Arzhevitin, S.M., Shemet, T.S., & N.V. Tsiganova. *Bank landing in Ukraine: postcrisis reloading*, KNEU, 2017.
14. Official website of the National Bank of Ukraine, www.bank.gov.ua. Accessed 22 Sept. 2019.
15. *Money*, no. 20 (68), 2018, www.dengi.ua. Accessed 22 Sept. 2019.
16. Official site of the Association of Independent Banks of Ukraine, nabu.ua/ru.html. Accessed 22 Sept. 2019.
17. Maliy, O.G. "Financial resources of teaching: formware formware and effective victorism". *Bulletin of the Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko: Economics*, Issue 137, 2014, pp. 308-311.
18. Stetsiuk, P.A. *Strategy and tactics of management of financial resources of agricultural enterprises*, NNTs IAE, 2009.
19. Maliy, O.G. "Credit as a source of financing for agribusiness." *Bulletin of the Kharkiv National Technical University of Agriculture named after Petr Vasilenko: Economics*, Issue 172, 2016, pp. 132-141.
20. Dem'ianenko, M.Ya. "Credit factor of sustainable development of the agrarian sector of Ukraine." *Economy of agroindustrial complex*, no. 11, 2014, pp. 5.

УДК 658.1

doi: 10.15330/apred.2.15.41-46

Галюк І. Б.

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ КОМУНІКАЦІЙ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу,
Міністерство освіти і науки України,
кафедра менеджменту і адміністрування,
вул. Карпатська, 15, м. Івано-Франківськ,
76019, Україна,
тел.: 380975073311,
e-mail: iryngaliuk11@gmail.com

Анотація. У статті подано визначення внутрішніх комунікацій, які покликані дати можливість працівникові зрозуміти корпоративну культуру, цілі і цінності організації.

В статті виділено основні ознаки ефективних внутрішніх комунікацій: інформативність; ясність; своєчасність; незалежність і неупередженість; лаконічність. Водночас, визначено якості працівників, які займаються формуванням внутрішніх комунікацій, а саме: відкритість, чесність, здатність до діалогу.

У роботі розглянуто канали внутрішніх комунікацій: вертикальні, горизонтальні та внутрішні.

Особливу увагу приділено системі внутрішніх комунікацій, яка є комплексом інформаційних каналів, що дають можливість надавати дані ділового, інтелектуального і емоційного характеру всередині організації між співробітниками.

Розглянуто основні інструменти внутрішніх комунікацій: інформаційні, комунікативні, аналітичні і організаційні. Виділено основні аспекти оцінки дієвості системи внутрішніх комунікацій, а саме кількість комунікаційних каналів; якість виконання робіт, які вимагають одночасної замученості різних підрозділів; кількість проміжних ланок при передачі інформації; своєчасність розповсюдження інформації; наявність балансу між вертикальними і горизонтальними комунікаціями всередині компанії, між документованими і формальними засобами; стан соціально-психологічного клімату в колективі; кількість неформальних комунікацій.

Висвітлено питання аудиту внутрішніх комунікацій, ефективність якого і ставлення до якого персоналу всіх категорій багато в чому залежить від того, які дії зроблять менеджери за його підсумками, а також від ступеня прозорості і доступності результатів.

Дане питання потребує подальшого вивчення з метою деталізації процесу побудови організаційних комунікацій.

Ключові слова: внутрішні комунікації; система внутрішніх комунікацій; комунікаційний аудит; інструменти внутрішніх комунікацій.

Galiuk I. B.

THE ROLE OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATIONS IN ENSURING OF THE EFFICIENCY OF ACTIVITY IN THE CONDITIONS OF MODERN BUSINESS

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas,
Ministry of Education and Science of Ukraine,
Department of Management and Administration,
Carpatska str., 15, Ivano-Frankivsk,
76019, Ukraine,
tel.:380975073311,
e-mail: iryngaliuk11@gmail.com

Abstract. The article defines internal communications, which are intended to enable the employee to understand the corporate culture, goals and values of the organization.

The main features of effective internal communications are highlighted in the article: informative content; clarity; timeliness; independence and impartiality; conciseness. At the same time, the qualities of the employees engaged in the formation of internal communications were defined, namely: openness, honesty, ability to dialogue.

In this work the channels of internal communication are considered: vertical, horizontal and internal.

Particular attention is paid to the internal communications system, which is a complex of information channels that enable the provision of business, intellectual and emotional data within the organization between employees.

The main tools of internal communication are considered: information, communication, analytical and organizational. The main aspects of the evaluation of the effectiveness of the internal communications system, namely the number of communication channels; quality of work that requires simultaneous torment of different units; the number of intermediate links in the transmission of information; timely dissemination of information; balance between vertical and horizontal communications within the company, between documented and formal means; the state of social and psychological climate in the team; number of informal communications.

The issue of internal communications audit is covered, the effectiveness of which and the attitude to which personnel of all categories depends largely on what actions the managers will take on its results, as well as on the degree of transparency and accessibility of results.

This issue needs further study in order to detail the process of building organizational communications.

Key words: internal communications; system of internal communications; community audit; Instruments of internal communications.

Вступ. Організації стають все більш чутливими в тих моментах, які стосуються репутації, а поведінка співробітників може стати вразливим місцем. Керівники усвідомлюють ризик, пов'язаний з відсутністю комунікації для співробітників, і розуміють необхідність вибудовувати ефективну комунікацію. Так як репутація стає необхідною складовою для підтримки “ліцензії на операційну діяльність” (“license to operate”), а репутаційні ризики зростають, організаціям доводиться використовувати інтегрований підхід до вибудовування комунікацій з усіма ключовими клієнтами, зовнішніми і внутрішніми.

Постановка завдання. Метою даної статті є розгляд і характеристика поняття “внутрішні комунікації” як ключової компоненти ефективності діяльності організації. З даною метою використано такі методи дослідження як історичний і логічний методи, системний метод.

Результати. Внутрішні комунікації - це всілякі взаємозв'язки у спілкуванні людей всередині організації. Вони можуть бути усними або письмовими, конкретними або умовними, індивідуальними або масовими. Дієві внутрішні комунікації всіх напрямків - зверху-вниз, знизу-вгору і по горизонталі - це одна з основних задач кожної організації. Сприятлива внутрішня комунікація дає можливість грамотно встановити правильні ролі взаємодії і поділити між працівниками відповідальність.

Комунікацію найчастіше розглядають у вигляді обміну інформацією. Як правило, це переговори. Переговори, в рамках яких можуть брати участь величезна кількість людей. При побудові організації завжди беруть до уваги правило двосторонньої комунікації, що передбачає необхідність керівників прислухатися до своїх підлеглих, і правильно трактувати передану їм інформацію.

Внутрішні комунікації покликані дати можливість працівникові зрозуміти корпоративну культуру, цілі і цінності організації. Всі співробітники завжди повинні бути в курсі всіх подій і рішень, які зачіпають роботу абсолютно всіх відділів. Переважно важливе значення мають сприятливі внутрішні комунікації в період кризи, коли необхідно, щоб кожен без винятку співробітник не просто підкорявся установкам і виконував розпорядження, але мав можливість діяти рішуче, маючи Внутрішня комунікація об'єднує абсолютно всі відділи компанії в єдине ціле, крізь всі шаблони, і утворює відчуття спільності.

Можна виділити наступні ознаки ефективної внутрішньої комунікації [2]: інформативність; ясність; своєчасність; незалежність і неупередженість; лаконічність.

Працівники, які займаються формуванням внутрішніх комунікацій, зобов'язані, у свою чергу, мати в своєму розпорядженні такі якості, як відкритість, чесність, здатність до діалогу.

Структура організації визначає і орієнтири, і горизонти комунікаційних потоків в ній, тобто, загальний напрямок інформації по всіляких каналах, в середовищі різноманітних підрозділів та співробітників даної організації.

Можна виділити наступні канали внутрішніх комунікацій:

1. Вертикальні комунікаційні потоки:

- від керівної ланки до рядових працівників: накази, постановка завдань, переконання, підтримка, контроль, кризова комунікація;
- від рядових працівників до керівної ланки: звіти, запити, службові записки, зібрання.

2. Горизонтальні комунікаційні потоки між рівними по рангу працівниками: виробничі комунікації, обмін думками, зібрання, перекури, неформальні зустрічі.

3. Внутрішні комунікаційні потоки – повідомлення, пов'язані з умовним перетином меж організації: реклама, корпоративна реклама, статті, інтерв'ю, виставки, презентації, прес-конференції, прес-релізи, кризові комунікації.

Дослідження комунікацій і оцінка комунікаційних потоків потрібні, оскільки взаємовідносини між співробітниками різних рівнів мають помітний вплив на роботу організації в цілому, впливаючи і на мотивацію, і на системи цінностей, і позиції груп і окремих працівників. У зв'язку з цим, цілком опанувати внутріфірмовими взаємовідносинами не є можливим без розгляду каналів поширення інформації.

Можна виділити наступні інструменти побудови і підвищення ефективності системи внутрішніх комунікацій:

1. Інформаційні інструменти: корпоративні ЗМІ, розсилка повідомлень, дошка оголошень, внутрішній сайт, листівки.

2. Комунікативні інструменти: корпоративні заходи, професійні змагання, корпоративні тренінги та навчання, система адаптації.

3. Аналітичні інструменти: анкетування, фокус-група, “поштова скринька”, опитування.

4. Організаційні інструменти: розробка і впровадження корпоративних стандартів, виступи керівництва, наради, зібрання.

При оцінці ефективності внутрішніх комунікацій необхідно зрозуміти, як можна оцінити даний рівень комунікацій і дати їм оцінку. Розглянемо основні елементи оцінки ефективності комунікацій.

Розглянемо найбільш ефективні інструменти внутрішніх комунікацій в порядку зменшення ефективності: зустрічі керівництва з працівниками головного офісу; зустрічі керівництва з працівниками регіональних відділень; використання месенджерів; розсилки; інтранет; корпоративні заходи і конкурси; друковані видання; відео-контент.

Основними перешкодами на шляху розвитку внутрішніх комунікацій виступають: нерозуміння керівництвом цілей внутрішніх комунікацій і недостатність людських ресурсів для здійснення діяльності з внутрішніх комунікацій.

У сучасному бізнесі працюють не просто з внутрішніми комунікаціями, а з цілою системою внутрішніх комунікацій. Система внутрішніх комунікацій (СВК) - комплекс інформаційних каналів, що дають можливість надавати дані ділового, інтелектуального і емоційного характеру всередині організації між співробітниками. У зв'язку з цим є можливість акцентувати увагу на особах комунікаційних каналів: топ-менеджерах, лінійних менеджерах і співробітниках спеціалізованих підрозділів, що виконують свою роботу відповідно до СВК в організації [2].

СВК кожної організації, незалежно від роду її діяльності, відповідає таким принципам, як: відкритість; простота і зрозумілість; регулярність; достатність; комплексність; достовірність; своєчасність.

Комунікації повинні бути зрозумілими, чіткими, надавати необхідну інформацію, що стосується професійної діяльності. Вони зобов'язані формувати атмосферу довіри, удосконалювати соціально-психологічний клімат в колективі.

Виділимо основні критерії оцінки ефективності системи внутрішніх комунікацій: кількість комунікаційних каналів; якість виконання робіт, які вимагають одночасної замученості різних підрозділів; кількість проміжних ланок при передачі інформації; своєчасність розповсюдження інформації; наявність балансу між вертикальними і горизонтальними комунікаціями всередині компанії, між документованими і

формальними засобами; стан соціально-психологічного клімату в колективі; кількість неформальних комунікацій.

Керівники кожного рівня сьогодні знають, що, зберігаючи внутрішню аудиторію повністю інформованою, вони швидше досягнуть успіху. Ефективні внутрішні комунікації є важливою частиною збереження талантів в компанії. Співробітники, які працюють у атмосфері, де вони отримують регулярні повідомлення від керівництва, відчувають себе частиною організації, яка піклується про них і про те, що вони думають і відчувають. Відсутність внутрішніх зв'язків може бути згубним фактором для організації, як великої, так і малої.

Найчастіше внутрішні комунікації потрібні організації, коли відбуваються певні заходи: інновації і радикальні зміни; зміни організаційної і корпоративної культури; ріст бізнесу прискореними темпами; застій, проблеми з ринком і плинність кадрів; незатребуваність компанії на регіональному та міжнародному ринках; злиття і поглинання.

Сьогодні все частіше керівники, як правило великих компаній, вдаються до послуг фахівців в області аудиту внутрішніх комунікацій організацій. Аудит комунікацій передбачає:

- Аудит внутрішніх комунікацій: аналіз корпоративної інформації; реконструкція і діагностика внутрішніх комунікацій; експертні оцінки внутрішніх комунікаційних процесів; оцінка ступеня задоволеності працівників існуючою системою комунікаційної взаємодії.

- Аудит зовнішніх комунікацій: аналіз сприйняття зі сторони споживачів/клієнтів; аналіз експертної думки зі сторони професійного недійного агентства; оцінка зовнішніх комунікаційних зусиль зі сторони.

Аудит внутрішніх комунікацій дозволяє опрацювати такі показники, як: глибинні опитування керівників вищого і середнього рівня; опитування та анкетування співробітників, що фокусують бесіди в групах; аналіз внутрішніх інформаційних повідомлень; спостереження за стилем поведінки персоналу на офіційних і неофіційних заходах.

Ефективність комунікаційного аудиту і ставлення до нього персоналу всіх категорій багато в чому залежить від того, які дії зроблять менеджери за його підсумками, а також від ступеня прозорості і доступності результатів. Добре, якщо результати розмістять у вигляді звіту аудиторів на внутрішньому порталі або у внутрішньокорпоративній папці, де будь-який фахівець, який має доступ до даної папки, міг би ознайомитися з результатами.

Своєчасне отримання необхідної і надійної інформації, доступ до нормативної бази, присутність відпрацьованих каналів обміну відомостями - все це потрібно для успішної роботи співробітників. Оптимізація і "прозорість" бізнес-процесів, створення внутрішньокорпоративних стандартів, регламентів, формалізація зв'язків, виявлення "точок збою" - підстав стримування трансферу або спотворення інформації, надання інформаційної захищеності сприяють налагодженню комунікацій.

Висновки. За підсумками проведеного дослідження, можна зробити висновок, що розвитку комунікацій всередині компаній останнім часом все більше приділяється уваги. Грамотно вибудована взаємодія між співробітниками і обмін інформацією можуть привести організацію до високих результатів роботи, а значить і успіху компанії на ринку. Оскільки в організації чітко налагоджені канали зв'язку і визначені зони відповідальності кожного, хто володіє певною інформацією. Дане питання потребує подальшого вивчення з метою деталізації процесу побудови організаційних комунікацій.

1. Болдырева Н. В. Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса. *Вестник Евразийской науки*. 2018. №1. URL: <https://esj.today/PDF/53ECVN118.pdf> (дата звернення 30.10.2019).
2. Королько В.Г. Основи публік релейшинз. М.: Реал-Бук; К.: Ваклер, 2000. 526 с.
3. Осовська Г. В., Осовський О. А. Ефективність маркетингових комунікацій в системі управління діяльністю підприємства. *Агросвіт*. 2012. № 22. URL: http://www.agrosvit.info/pdf/22_2012/5.pdf (дата звернення: 25.10.2019).

References

1. Boldyreva, N. V. "The role and importance of internal communications in modern business." *Bulletin of the Eurasian Science*, no. 1, 2018, esj.today/PDF/53ECVN118.pdf. Accessed 30 Oct. 2019.
2. Korolko, V.G. *Fundamentals of public relations*, Real Buk, Wakler, 2000.
3. Osovskaya, G.V., and O. A. Osovskiy. "Efficiency of marketing communications in the management system of the business." *Agrosvit*, no. 22, 2012, www.agrosvit.info/pdf/22_2012/5.pdf. Accessed 25 Oct. 2019.

УДК 347.73

doi: 10.15330/apred.2.15.46-52

Галушчак І.Є.

РОЗРАХУНКИ З ОПЛАТИ ПРАЦІ З ОРГАНАМИ СОЦІАЛЬНОГО СТРАХУВАННЯ У ЗВІТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

ДВНЗ "Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника",
Міністерство освіти і науки України,
кафедра обліку і аудиту,
вул. Шевченка, 54, м. Івано-Франківськ,
76000, Україна,
тел.: 0342596003,
e-mail: iryna.galushchak@gmail.com

Анотація. Метою даної статті є розглянути загальні правила та тенденції правового регулювання здійснення розрахунків з оплати праці з органами соціального страхування у звітності підприємства; особливості відображення розрахунків за виплатами працівникам у звітності підприємства; окреслити основні напрямки вдосконалення здійснення розрахунків з оплати праці з органами соціального страхування.

У статті розглянуто особливості здійснення розрахунків з оплати праці з органами соціального страхування у звітності підприємства. Зазначено проблеми, які виникають при веденні обліку праці, нарахуванні та виплати заробітної плати. Окреслено основні напрямки вдосконалення при здійсненні розрахунків з оплати праці з органами соціального страхування. Наведено відображення розрахунків за виплатами працівникам у звітності підприємства. Здійснено відображення у фінансовій звітності стану розрахунків по операціях з оплати праці. Дані про розрахунки за виплатами працівникам відображаються у фінансовій, статистичній, податковій та спеціальній звітності. Досліджено законодавчо-нормативне регулювання обліку та аналізу оплати праці і розрахунків з органами соціального страхування. Основним документом, який визначає економічні та організаційні засади оплати праці працівників, які перебувають у трудових відносинах, на підставі трудового договору з підприємствами, установами, організаціями всіх форм власності та господарювання, а також з окремими громадянами та сфери державного і договірної регулювання оплати праці є Закон України "Про оплату праці". Він спрямований на забезпечення відтворювальної та стимулюючої функцій заробітної плати. Визначено, що основними формами оплати праці є відрядна та погодинна, а системи соціального страхування поділяються на добровільне та обов'язкове соціальне страхування.