

Список використаних джерел:

1. Георгіаді Н.Г., Вільгуцька Р.Б. Організаційна структура управління як складова системи менеджменту підприємства. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2012. №748. С. 33-40.
2. Дорошенко М.П., Вороніна В.Л. Організаційна структура управління: сутність та класифікація. Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління. 2019. Т. 30(69), №5(1). С. 52-56.
3. Жлуктенко А.Р., Савчук О.А., Лободзинська Т.П. Дослідження методів прийняття управлінських рішень та ризиків, що їх супроводжують. Науковий погляд: економіка та управління. 2021. №6. С. 37-40.
4. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління. Фінанси України. 2000. №6. 24-32 с.
5. Основи адміністративного менеджменту: навч. посіб. / Новіков Б.В., Сініок Г.Ф., Круш П.В. К. «Центр навчальної літератури», 2004. 560 с.
6. Управління фінансовими ризиками : опорний конспект лекцій / Р.В. Пікус, Н.В. Приказюк; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка, Екон. ф-т. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2010. 227 с.
7. Шацька З.Я., Некрасова А.І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності підприємств готельної сфери / Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні детермінанти розвитку бізнес-процесів в Україні». 24 травня 2017 р. Київ, КНУТД. 2017. С.233-236.

УДК 631.11: 332.1

*Загоровський Д.О.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня
(Науковий керівник: д.е.н., професор Зайченко В.В.)
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

КОМУНІКАЦІЙНИЙ ПРОЦЕС ЯК ФАКТОР МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ

Управління персоналом здавна визнається ключовим аспектом успішного функціонування будь-якої компанії. Недостатня мотивація призводить до роботи «абияк», що несприятливо впливає на продуктивність і фінальні результати. Важливим елементом мотивації є розуміння основних мотиваторів персоналу. Відсутність мотивації може призвести до недостатньої віддачі праці, що, у свою чергу, стане тормозом для подальшого розвитку компанії. Бізнес, в якому кадри не знаходять підтримки та стимулу, приречений на застою та буксування. Отже, в умовах сучасного бізнесу, врахування і потужне впровадження стратегій мотивації персоналу є важливим завданням для забезпечення стабільності і успіху підприємства.

Мотивація персоналу, що працює на підприємстві – це найважливіший спосіб підвищити загальну продуктивність праці, вона є головним напрямом кадрової політики всіх успішних організацій. Не секрет, що співробітники бажають отримувати більше, витрачаючи менше зусиль. При грамотно вибудованій системі мотивації навіть найзапекліший ледар здатний видавати добрі показники [4].

Ініціативи, спрямовані на підвищення продуктивності праці за рахунок підвищення мотивації співробітників можуть не увінчатися успіхом, якщо існує слабкий зв'язок між ефективністю роботи та зусиллями співробітника. Нижче викладено 5 основних факторів, що мотивують співробітників на їх роботі:

1. Гарна заробітна плата;
2. Повна вдячність за виконану роботу;
3. Безпека роботи;
4. Просування по службі та зростання в організації;
5. Цікава робота [1].

Дані фактори показують, що лідерство відіграє важливу роль у мотивації працівників. Керівник повинен знати, як розпізнати успіх та як хвалити тих, хто заслуговує на похвалу. Достойних співробітників можна ефективно хвалити та визнавати за допомогою нагород та бонусів. Звичайно, це також має супроводжуватися невеликими винагородами, щоб співробітники відчували, що їх зусилля окупаються [1].

Ефективний комунікаційний процес виступає ключовим фактором мотивації персоналу. Забезпечення відкритого обміну інформацією, чітке висловлення цілей та зрозумілість комунікації стимулюють співробітників до більшого залучення, підвищення задоволеності працею та досягнення спільних цілей.

Дослідження показують, що ефективна комунікація життєво важлива для забезпечення того, щоб підприємство могло досягти успіху в всіх сферах бізнесу, а не лише у фінансових аспектах. Аналогічним чином, індивідуальний успіх - це досягнення цілей чи потреб людини. У сфері зайнятості людина досягає успіху, коли отримує від бізнесу те, що йому потрібно, що, у свою чергу, мотивує його приносити користь бізнесу. Для того, щоб людина досягла успіху в організації, вона має бути мотивована [2].

Вивчення ієрархії потреб Маслоу показує, що спілкування є внутрішнім мотиватором, оскільки воно відповідає самоактуалізації та приналежності. Це означає, що ефективна комунікація є життєво важливим мотиватором в організації, оскільки самореалізація та приналежність є основними елементами ієрархії потреб Маслоу. Дослідження показують, що організації, що здатні ефективно спілкуватися, виграють від зниження плинності кадрів на 20% та у 5 разів більша залученість у роботу свідчить про те, що у міру того, як комунікація між керівництвом та співробітниками стає більш ефективною, мотивація співробітників також зростає [3].

Чим краща комунікація менеджерів, тим більше співробітники задоволені всіма аспектами свого трудового життя. Низький рівень комунікації у системі мотивації призводить до меншого розвитку цілей, залишаючи співробітників невпевненими та менш мотивованими. Комунікація як мотиватор має бути реалізована всіма компаніями, тому що співробітники цінують спілкування та розглядають його як засіб бути важливими або як сигнал про свою приналежність до компанії. Співробітники вважають, що спілкування, особливо внутрішнє, є для них важливе питання, тому що це допомагає їм досягти почуття приналежності, або не залишитися осторонь. Це означає, що коли менеджери постійно спілкуються зі співробітниками, вони відчують, що вони не

ізолювані і робоче середовище, в якому вони працюють, є сприятливим. Співробітники відчують, що вони не самотні і що люди в організації готові допомогти, якщо це потрібно. Можна зробити висновок, що робоча ситуація з поганою комунікацією може послабити робочий дух співробітників, оскільки це змусить їх почуватися ізолюваними чи чужими культурі компанії. Ця проблематика поширена серед працівників на сучасних підприємствах.

Вважаємо, що ефективний комунікаційний процес, спрямований на підвищення мотивації персоналу, має базуватися на кількох ключових принципах та стратегіях:

1. Відкритість та прозорість: потрібно забезпечити доступ до інформації про цілі, стратегії та рішення компанії; розкривати результати досягнень та провалів, надаючи прозорість у внутрішній роботі;

2. Взаємодія та співпраця: потрібно стимулювати відкрите обговорення та обмін ідеями; залучати працівників до процесів прийняття рішень, демонструючи їхню важливість;

3. Визнання та похвала: публічно визнавати досягнення та зусилля працівників; залучення керівництва до висловлення вдячності та похвали за хорошу роботу;

4. Контекстуалізація: забезпечення розуміння важливості роботи кожного працівника для загальної стратегії компанії; роз'яснення того, як внесок кожного працівника впливає на успіх організації;

5. Індивідуальний підхід: потрібно розуміти потреби та мотивації кожного працівника і взаємодіяти з ними індивідуально; враховувати різноманіття особистих стилів сприйняття і комунікації;

6. Посильний зворотній зв'язок: забезпечення механізмів для відгуку від працівників, дозволяючи їм висловлювати свої думки та ідеї; враховувати зворотній зв'язок при прийнятті рішень та розвитку стратегій;

7. Розвиток комунікаційних навичок: надавати можливості для розвитку комунікаційних навичок серед працівників; організація тренінгів та семінарів з комунікації.

Забезпечуючи такий підхід, комунікаційний процес стає не лише ефективним каналом інформації, але й мотиваційним фактором, що сприяє підвищенню зацікавленості працівників та їхньої залученості до спільних цілей.

Отже, у сучасному бізнесі комунікаційний процес виявляється не лише ефективним інструментом взаємодії між структурними частинами підприємства, але й суттєвим фактором мотивації персоналу. Взаєморозуміння між керівництвом та співробітниками вирішується не лише в словах, але й у належній якості та спрямованості комунікацій. Якщо співробітники відчують, що їхні думки та ідеї враховуються, а їхні досягнення визнаються, це створює позитивне середовище та підвищує мотивацію до досягнення вищих результатів. Керівництво, яке здатне відкрито та ефективно спілкуватися з персоналом, будує довіру та взаєморозуміння. Це в свою чергу активізує інтерес працівників до своєї роботи, збільшує відчуття важливості свого внеску в успіх команди. Комунікаційний процес також слугує інструментом для передачі цілей та стратегій компанії, що дозволяє персоналу краще розуміти свою роль у великому плані. Якщо співробітники відчують зв'язок своєї роботи з загальною метою

підприємства, це може служити потужним мотиваційним чинником. Отже, ефективний комунікаційний процес виявляється не лише мостом для взаємодії, але й ключовим стимулом для підвищення мотивації персоналу та досягнення спільних цілей персоналу, керівництва і підприємства.

Список використаних джерел:

1. Германюк Н.В. Особистість та авторитет керівника як важливий чинник ефективності управлінської діяльності. Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики. 2017. № 5. С. 61-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efmapnp_2017_5_7 (Дата звернення: 02.10.2023).
2. Орел В.М., Краля В.Г. Роль комунікацій в управлінні підприємством. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2016. Вип. 174. С. 60-66.
3. Різун В.В. Теорія масової комунікації. URL: <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=1> (Дата звернення: 02.11.2023).
4. Чірікова Н.М. Мотиваційні теорії персоналу і управління мотивацією праці. Молодий вчений. 2015. № 11. С. 109-113.

УДК 33 6.22 :004

*Капуста В.В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня;
Назарова Г.Б., к.е.н., доцент
Центральноукраїнський національний технічний університет
м. Кропивницький*

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ОПЕРАЦІЙ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Оподаткування операцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності є надзвичайно важливим у контексті міжнародного бізнесу та глобальних економічних відносин. У сучасному взаємопов'язаному світі бізнес часто бере участь у транскордонних операціях, таких як імпорт, експорт та іноземні інвестиції. Розуміння податкових наслідків цієї діяльності є важливим для компаній, щоб орієнтуватися в юридичних та фінансових складнощах [1]. Уряди використовують податкову політику для регулювання та заохочення міжнародної торгівлі та інвестицій. У різних країнах діють різні податкові системи, угоди та пільги, спрямовані на залучення іноземного бізнесу або захист вітчизняної промисловості. Багато країн укладають двосторонні податкові угоди, щоб уникнути подвійного оподаткування одного й того ж доходу. Розуміння цих угод є життєво важливим для компаній та приватних осіб, які здійснюють міжнародну діяльність, щоб не платити податки на один і той самий дохід як у своїй країні, так і в приймаючій. Таким чином, оподаткування зовнішньоекономічної діяльності є актуальним у різних аспектах, впливаючи на бізнес, уряди та світову економіку в цілому. Інформованість про міжнародне податкове законодавство та планування стратегій відповідно до нього має