

– можливість зниження ціни реалізації продукції, що дозволить підвищити її конкурентоспроможність і збільшити обсяг продажів та ін.

Можна зробити висновки, що шляхи зниження витрат розробляються і приймаються окремо для кожного підприємства його керівництвом враховуючи вид і результати діяльності, тому необхідно постійно здійснювати пошук шляхів зниження собівартості продукції підприємства, передусім за рахунок збільшення продуктивності і ефективності виробництва. Але потрібно чітко уявляти за рахунок чого проводиться це зниження, так як зниження собівартості, що призводить до погіршення якості продукції, не є економічно виправданим. Таким чином, заходи щодо зниження собівартості продукції що пропонуються на підприємстві повинні мати розрахунок їх ефективності та чітке економічне обґрунтування.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства: підручник / під заг. ред. д.е.н., проф. Ковальської Л.Л. та проф. Кривов'язюка І.В. Київ: Видавничий дім «Кондор», 2020. 700 с.; 2. Соціальна, поведінкова, адаптивна економіка: теорія та практика: монографія кол. авт. О.І. Павлов, Т.А. Кулаковська, В.А. Самофатова [та ін.]; за ред. О.І. Павлова. – Одеса: Астропринт, 2016. 172 с.

**Сербін В.В., здобувач вищої освіти ступеня доктора філософії\***  
**Державний біотехнологічний університет, Україна**

### **Комунікації в управлінні персоналом підприємства**

Застосування інформації, та формування комунікацій, через використання сучасних способів забезпечення їх ефективного використання (каналів), складають інфраструктуру нинішнього типу управління підприємствами. Комунікації у менеджменті більшість науковців відносять до специфічних процесів управління, так як вони зв'язують всі керівні функції сучасної, починаючи з організації, планування, мотивації й контролю підприємницької діяльності. За формальною ознакою комунікаційний процес частіше всього визначається як процес постійного обміну інформацією між всіма співробітниками підприємства, а також тими суб'єктами зовнішнього середовища, котрі взаємодіють з підприємством, з ціллю забезпечення розв'язання проблем його діяльності [1, 2].

Розглядаючи проблематику комунікаційного обміну інформацією в сучасному підприємстві, в першу чергу, визначають склад трудового колективу, тих людей, котрі беруть безпосередньо участь в виробничому спілкуванні, як індивідуально, так і в групі, через прямі бесіди, телефонні розмови, ділове листування та формування документальних звітів. Саме на ці комунікативні зв'язки припадає основна частина комунікацій, але комунікативний процес має досить складну структуру, котра враховує, той фактор, що комунікації в своєму

---

\* Науковий керівник - Пасемко Г.П., доктор наук з державного управління, професор

складі передбачають не лише обмін інформацією, а й формують різні типи специфічних зв'язків між працівниками трудового колективу. Ефективність застосування комунікацій в системі управління сучасним підприємством виступає визначальним фактором в формуванні високого рівня якості управлінських рішень. Різними формами комунікацій (спілкуванням) пронизана по горизонталі та вертикалі вся діюча система управління будь-якою організацією. Головною метою комунікації виступає забезпечення розуміння, осмислення та розшифровка переданої інформації, та виконання відповідних дій на її основі [3].

Рівень організації та показники ефективності комунікаційного процесу для підприємств в значному ступені залежить від ступеню освіченості та досвіду керівника, а також теоретичних знань і здібностей спеціалістів фірми, котрі можуть сприяти знайти більш ефективні методи здійснення комунікації, набути навиків раціональної організації процесів передавання, засвоєння та використання виробничої інформації. За умови відсутності ефективних комунікацій підприємство втрачає можливості з організації та управління втрачаються, виробничі процеси перестають бути керованими, діяльність набуває хаотичного, проблемного та нескоординованого характеру.

Процес управління сучасними інноваційними комунікаціями вимагає від підприємства розуміння інформаційних потреб виробництва та оцінки можливостей співробітників щодо роботи з комунікаціями. Сучасне виробництво вимагає від своїх робітників високого рівня володіння основними технологіями комунікацій в реалізації управління бізнесом [4]. Діджитальні економічні умови формують нові підходи не тільки в реалізації управління через інноваційні комунікації, а й формування нових підходів до розвитку мережі комунікаційного забезпечення всіх аспектів інноваційної діяльності підприємств. Головними результатами формування ефективною системи управління інноваційними комунікаціями підприємства стають підвищення продуктивності праці та досягнення задоволеності працівників підприємства при реалізації групової взаємодії. Процес конструювання ефективною моделі комунікацій в управлінні здійснюється з урахуванням особливостей конкретного підприємства, основних його векторів комунікаційних потоків.

Забезпечення ефективних комунікацій, як в самій організації, так і за її межами, досягається саме через добре організований комунікаційний процес, котрий є багаторівневим та включає в себе значну кількість інформаційних потоків. Комунікації можуть бути внутрішні, зовнішні та змішаного типу. Отже, формування сучасних комунікацій на будь-якому рівні - це складний процес, котрий спирається на застосування багаторівневих принципів передачі, обробки та реалізації завдань з використанням інформаційних масивів. Головним завданням комунікацій будь-якого рівня залишається їх здійснення, таким чином, щоб всі сторони зрозуміли, опрацювали та виконали вихідну ідею та відповідно зреагували на неї в контексті виконуваних функцій.

Залежно від ключового параметру, за котрим розглядаються комунікації, розрізняють різні підходи в класифікації комунікацій. Відомий у галузі

дослідження проблематики комунікацій український вчений О. Почепцов розглядає наступні наукові підходи в розкритті характеристик комунікацій:

1. Традиційний підхід трактує комунікацію у межах застосування здатності до риторики, розвитку мистецтва правильного мовлення, а також науки про вплив на людей через мовлення; в межах філософії та логіки, як особливих суспільних наук, котрі дають змогу формувати ефективні моделі спілкування між людьми; в межах теорії аргументації, як специфічної науки, котра являє собою відгалуженням логіки та навчає способам переконання людей, пошуку незаперечної аргументації з забезпечення доказів при відстоюванні власної думки чи спростуванні думки співрозмовника.

2. Загальнотеоретичний підхід, котрий спирається на розвиток теорії комунікації, як науки про людське спілкування; а також в її рамках формування підходів в теорії масової комунікації, як специфічної управлінської науки щодо особливостей спілкування з масовою аудиторією; наукових положень семіотики як специфічної теорії про знаковий аспект комунікації, котрий сприяє розумінню знаків комунікації та їх формування в інформаційні масиви; теорії міжнародних комунікацій, як специфічної науки щодо різновидів суспільної діяльності, таких як державне управління, міжурядові переговори, якісний переклад, як форма міжнародного спілкування, а також комунікації в розвитку міжнародного менеджменту конфліктних ситуацій.

3. Прикладний підхід, що котрий спирається на застосування: психоаналізу, як особливої науки, котра трактує комунікативні процеси як форму прояву свідомих та підсвідомих процесів і реакцій людини, ту частину людської психіки, котру зазвичай особистість закриває для інших індивідуальною цензурою; науку про ефективні ділові комунікації, котра вивчає найбільш раціональніші способи використання комунікацій при розв'язування ділових проблем; методології застосування інформації, як прикладної логічної та математичної науки; методології комунікативних обмінів, як інструментарію реалізації управлінської стратегії та тактики людської поведінки в процесі здійснення обміну інформацією.

4. Фізіологічний підхід, котрий сформувався та розвивається на застосуванні наступних наукових позицій: лінгвістики, як специфічної науки про мову, котра розкриває специфіку мовних форм, через які саме й відбувається процес комунікації; семантики, особливої науки з вивчення значення окремих мовних одиниць, адже формалізація семантики забезпечує інформаційне моделювання людського мислення, створення моделей спілкування, в тому числі через штучний інтелект, на чому й базується комп'ютерна лінгвістика; соціолінгвістики, як суспільної науки, котра вивчає зв'язки соціальних та різних мовних структур; науки психолінгвістики – науки про еквіваленти нових процесів у психіці; паралінгвістики, котра досліджує процеси, що супроводжують дії мовної комунікації, або, іншим чином, невербальні комунікації.

5. Психологічний та соціологічний наукові підходи, котрі спираються на результати досліджень процесів комунікації у наступних наукових аспектах: у психології, як теорії про поведінку окремої особистості, групи людей або цілого

народу в відповідності до згідно їх менталітету; у соціології, к теорії вивчення специфіки відносини а різних соціальних структурах [5].

Список використаних джерел:

1. Бебик В. М. Інформаційно-комунікаційний менеджмент у глобальному суспільстві: психологія, технології, техніка паблік рилейшнз : монографія / В. М. Бебик. – К. : МАУП, 2005– 440 с.; 2. Мазур В.С. Нові підходи і форми менеджменту, як особливого типу управління / В. С. Мазур // Пріоритети економічного розвитку України: історія та сьогодення. – Вінниця, 2016. – С. 178-183.; 3. Гурієвська О. Феномен групового мислення в інформаційній взаємодії / Гурієвська Валентина // Дні інформаційного суспільства-2013 : матеріали щорічної наук.-практ. конф. за міжнар. участю (м. Київ, 20 – 21 трав.2013 р.). – К : КоФа, 2013. – с. 187 – 189; 4. Прус Л. Р. Комунікаційний менеджмент / Л. Р. Прус // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2009. – № 1. – С. 38-41; 5. Почепцов О.О. Теорія комунікацій / О.О. Почепцов. – К. : Київський університет, 2019. – 238 с.

**Снігова О.Ю., д-р екон. наук, с.н.с.**

**ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», Україна**

### **Щодо інвестиційних передумов справедливої трансформації територіальних громад Львівсько-Волинського вугільного басейну**

Структурна трансформація вугільних громад у європейському економічному просторі здійснюється на засадах реалізації принципів справедливої трансформації. Це вимагає комплексного розв'язання проблемних питань в економічній, соціальній, культурній, житлово-комунальній та екологічній сферах громади, які виникають внаслідок закриття містоутворюючих вугледобувних та суміжних підприємств.

Перш за все, реалізація структурної трансформації економіки вугільних громад передбачає диверсифікацію місцевої економіки та потребує здійснення інвестицій у сфери, непов'язані з вуглевидобутком. Саме тому реалізація ідей та принципів справедливої трансформації вимагає оцінки інвестиційних передумов, що склалися в громаді, які визначаються сукупністю об'єктивних факторів, зумовлених її природними, соціально-економічними, інфраструктурними, іншими особливостями.

В рамках проекту «Нова енергетика – сприяння діалогу для сталого розвитку українського вугілля регіони», який реалізується партнерськими організаціями за підтримки Федерального міністерства економіки та захисту клімату Німеччини у співпраці з Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH фахівцями ДУ «Інститут економіки та прогнозування економіки України» було проведено опитування стейкхолдерів процесу справедливої трансформації пілотних вугільних громад Львівсько-Волинського вугільного басейну. Оцінка інвестиційних передумов справедливої