

Список використаних джерел:

1. Діденко М.С. Професійно значимі якості особистості менеджера організацій: теоретичний аспект [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/4454/Didenko.pdf?sequence=1>
2. Кузнецов Е.А. Методологія дослідження професійної системи менеджменту : майстер-клас. Матеріали магістерського семінару. Одеса : Фенікс, 2018. 110 с.
3. Отич О.М. Психолого-педагогічні засади управління: навч.-метод. посіб. К. : НАПН України, ДВНЗ «Ун-т менедж. освіти», 2016. 56 с.

ВНУТРІШНІ КОМУНІКАЦІЇ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ

*Ясногор О.Г.
Полтава, Україна*

Науковий керівник: Жданова-Неділько Олена Григорівна, доктор педагогічних наук, доцент, професор, завідувач кафедри педагогічної майстерності та менеджменту імені І.А. Зязюна Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка

Яка чисельність вашого колективу: 12 осіб чи 1300 працівників? На скільки розгалужений у вашій організації штатний розпис? Чи одразу ви можете визначити, хто з вами спілкується: співробітник, знайомий чи комівояжер? А чи члени вашої команди відчують, що їх потреби та очікування беруться до уваги, вони інформовані, залучені та мотивовані?

І це лише тисячна доля тих питань, на які повинен знати або знайти відповідь сучасний керівник - особистість з компетентностями XXI століття. А це значить, що роботодавець - не лише лідер, але й комунікатор, наставник і слухач. Це повинно спонукати до пошуків потужного інструменту в арсеналі очільника, який служить мостом, що з'єднує його із командою на більш глибокому рівні. Задля покращення внутрішнього клімату у середовищі однодумців для досягнення поставленої мети важливим елементом посилення спроможності організації є ефективна внутрішня комунікація.

Завжди необхідно враховувати, що інноваційний процес охоплює всі стадії – від ідеї до конкретного продукту, технології або послуги, які використовують у господарській практиці; всі етапи життєвого циклу інновації, зокрема її дифузія у нові умови і місця застосування. А інноваційна діяльність – це дії людей, спрямовані на створення чи впровадження інновації на певній стадії інноваційного процесу. Такий процес поділяється на окремі частини і матеріалізується у вигляді функціональних організаційних одиниць, відокремлених у результаті розподілу праці. При цьому елементи інноваційного процесу постійно перебувають у тісному взаємозв'язку, між ними безперервно здійснюється обмін інформацією. І саме правильно налагоджена комунікація може позитивно позначитися на продуктивності роботи працівників та інноваційності компанії. Варто зауважити, що на рівні організацій (фірм, підприємств) інноваційний процес, попри скерованість на створення

нової споживчої вартості, характеризується значно сильнішим прагненням його учасників до комерційного успіху.

На підставі літературного огляду з метою аналізу останніх досліджень і публікацій щодо даної теми, доцільно розглядати комунікацію як інтегруючу складову системи управління персоналом (СУП) сучасної організації, з визначенням ролі та місця комунікацій в системі управління персоналом, її оптимальних засобів, форм та каналів здійснення з ціллю підвищення ефективності використання кадрового потенціалу суб'єкту господарювання. Загалом організаційні комунікації поділяють на внутрішні та зовнішні. Якщо зовнішні зорієнтовані на зв'язки із зовнішніми стейкхолдерами організації, то внутрішні – на формування комунікаційних процесів між внутрішніми цільовими групами (підрозділами, філіями, неформальними організаціями) чи окремими особами. Саме внутрішні комунікації є інтегруючою складовою СУП організації. Внутрішні комунікації у системі управління персоналом у практичному плані це – обмін ідеями, досягнення угод, розпорядницько-підзвітні відносини, обмін інформацією з приводу реалізації цілей і завдань організації, взаємовідносини з персоналом та між членами колективу [1, с. 47]. Процес внутрішніх комунікацій реалізується у формі міжособистісних і організаційних відносин. Міжособистісні комунікації – це зв'язки між окремими особами, які не обмежені статутним регламентом і поширюються за його межі. Організаційні комунікації протікають в рамках завдань та інтересів конкретної організації і підпорядковані його організаційній структурі.

Кожен вид внутрішньої комунікації (висхідної, низхідної, діагональної, горизонтальної, неформальної) здійснюється за різними формами передачі інформації і має свої переваги та недоліки [3, с. 11]. Є необхідність постійного моніторингу та оцінювання стану комунікативного забезпечення СУП з метою своєчасного впровадження інноваційних технологій внутрішніх комунікацій у сферу управління персоналом як засобу підвищення ефективності функціонування організації загалом.

В інноваційному процесі завжди повинна бути врахована Стратегія внутрішньої комунікації як всеосяжний план і структура, розроблена для сприяння ефективній та дієвій комунікації в організації. Основною метою цієї стратегії є створення згуртованої, поінформованої та заангажованої робочої сили, яка, зрештою, сприятиме успіху організації та досягненню її інноваційних цілей.

Той, хто приділяє увагу належній внутрішній комунікації, може позитивно впливати на робочу атмосферу та забезпечувати розуміння єдиної концепції й цінностей організації. Ще одна перевага якісної внутрішньої комунікації – мотивація співробітників. Регулярна підтримка діалогу допомагає знаходити прихований потенціал і, як наслідок, підвищувати ефективність. Також внутрішня комунікація є частиною фірмового стилю структури. Вона розвиває «ми-свідомість», що призводить до посилення організаційної культури, удосконалюючи поведінкові моделі та стандарти.

Ефективна внутрішня комунікація – це про створення сильної команди, яка відповідає цілям інноваційної компанії.

Список використаних джерел:

1. Бурмака Т. М., Великих К. О. Комунікативний менеджмент: конспект лекцій. - Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. - 69 с.
2. Панченко В. А. Комунікаційні процеси в ефективному управлінні персоналом // Наукові праці Кіровоградського НТУ. Економічні науки. 2016. Вип. 30. - С. 147–154.
3. Посібник з планування внутрішньої комунікації URL: https://eu4pfm.com.ua/wp-content/uploads/2021/06/EU4PFM_148x2103mm.pdf.

КУЛЬТУРОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМ ШКІЛЬНОЇ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ - ОДИН ІЗ ВАЖЛИВИХ ЧИННИКІВ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

*Яцина Н.С.
Кременчук, Україна*

Науковий керівник: Печонкіна Лариса Андріївна, вчитель української мови та літератури Спеціалізованої загальноосвітньої школи І-ІІІ ступенів №5 з поглибленим вивченням предметів природничо-математичного циклу ім. Л.І. Бугаєвської Горішньоплавнівської міської ради Кременчуцького району Полтавської області

Сьогодні одним із найбільш значимих завдань нашої держави є патріотичне виховання молоді, створення умов для підвищення її громадянської відповідальності. Ефективними формами розвитку суспільних ініціатив і громадянськості, зміцнення особистості людини в українському суспільстві є волонтерство й реалізація волонтерських проєктів.

Волонтерство сьогодні – це інститут розвитку суспільної й громадянської активності населення, технологія підвищення соціальної відповідальності громадян, розвитку особистості, метод надання адресної допомоги різним соціальним групам. Наразі розвиток волонтерства серед молоді набуває системного характеру, і пов'язано це з її бажанням брати посильну участь у волонтерських заходах, зокрема активно допомагати ЗСУ.

Зміцнення культури волонтерства як природної частини життя українців вимагає створення умов, за яких реалізація внутрішньої потреби людини – брати участь у соціальній активності можлива в будь-якому віці, професії або місці проживання. Особливо важливо формувати таку культуру з дитинства, із перших років дорослішання. Отже, наявність у школі волонтерства та різних заходів підтримки активності дітей у цьому напрямку є важливим завданням сфери сучасної освіти.

Для закладів загальної середньої освіти впровадження волонтерських практик дає нові формати реалізації учнівської ініціативи, відкриває можливості використання підтримки загальнолюдських цінностей у виховній роботі, можливості використання синергетичного ефекту від активності учнів. Разом все це допомагає «зробити щеплення від байдужості» молоді, створювати атмосферу довіри в суспільстві, вирішувати соціальні проблеми більш ефективно, формуючи культуру соціальної активності особистості ще з юності.

Для з'ясування стану організації волонтерської діяльності СЗОШ І-ІІІ