

тів залежить від конкретної ситуації, специфіки сторін конфлікту та інших факторів. Проте найдієвішим способом вирішення конфліктної ситуації є її попередження та вирішення проблем до їх переростання у конфлікт.

Список використаних джерел

1. Боковець В. В., Соколовська В. В. Управління конфліктними ситуаціями в роботі з персоналом. *Ефективна економіка*. 2020. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8244> (дата звернення: 12.04.2023).
2. Сергієнко Т. І. Конфлікти в колективі і роль керівника у їх вирішенні. *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2012. № 48. С. 236–242.
3. Петрінко В. С. Конфліктологія: курс лекцій, енцикл., прогр., табл.: навч. посіб. Ужгород: УжНУ «Говерла», 2020. 360 с.
4. Миронова О. М., Мазоренко О. В. Конфліктологія. Харків: ХНЕУ, 2011. 168 с.
5. Котлова Л. О. Психологія конфлікту: курс лекцій: навч. посіб. Житомир: ЖДУ, 2013. 112 с.



Мисака Аліса В'ячеславівна

(наук. керівник – д-р іст. наук, професор Ковальська Л. А.)

Донецький національний університет імені Василя Стуса, м. Вінниця

СИСТЕМА ДОКУМЕНТООБІГУ У ЛОГІСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Важливим складником у налагодженні роботи та організації бізнес-процесів є створення системи документообігу в межах підприємства. Завдяки налагодженій системі будь-який документ можна швидко створювати, опрацьовувати, поширювати та обмінюватися без перешкод. Саме документообіг допоможе підприємству правильно вести діловодство та покращити якість управління.

Варто зауважити, що система документообігу реалізується не лише для управлінської діяльності (зокрема організаційно-розпорядча документація), а й у безпосередній виробничій структурі, як-от логістична діяльність (зокрема товарно-транспортна документація).

Напрямок логістичної діяльності на підприємстві є важким та важливим процесом структурування й управління великим підприємством. Серед важливих елементів логістичних процесів можна назвати прокладання маршрутів поставок, прорахувати їх вартість, контролювати процес приймання товару та взаємодіяти із вітчизняними і з міжнародними організаціями. Усі дані про постачальника, товар та отримувача фіксуються в окремих видах документів.

Процес документообігу у логістиці добре презентовано на прикладі підприємства ТОВ «Грін Кул», який виготовляє холодильні шафи та холодильні вітрини. Спершу розглянемо схему створення документів (постачання по Україні) у службі логістики (рис. 1).



Рисунок 1 – Схема документообігу постачання товару по Україні ТОВ «Грін Кул»

До ТОВ «Грін Кул» звертається клієнт (ТОВ, ФОП) для замовлення холодильного обладнання, комерсант оформлює договір поставки та специфікацію (додаток до договору, в якому зазначається найменування товару, кількість та вартість). Далі договір та специфікація надсилається юридичному та фінансовому відділу для перевірки через електронну пошту фірми. Також ці документи надсилаються планово-диспетчерському відділу, де фахівець формує заказ на резерв в програмі 1С Підприємство та вносить дані про умови та строки поставки, найменування, кількість і ціна товару. Після перевірки договір та специфікація погоджуються та підписується з покупцем.

Коли клієнт оплачує послугу постачання, заявку на резерв передають на виробництво для виготовлення продукції. Далі транспортний відділ на основі заявки на резерв створює заявку на відвантаження в програмі 1С Підприємство. Окремо зазначається організація, вантажодержувач, контрактоотримувач, місце вивантаження, умови поставки, найменування товару, кількість, ціна та номер замовлення покупця. До заявки на відвантаження комірник створює пакувальний лист, у якому зазначається найменування товару, маса, кількість, габарити, найменування відправника та одержувача.

Наступним етапом є створення перепустки для водія на територію заводу ТОВ «Грін Кул», який оформлює комірник. У перепустці зазначається номер авто та ПІБ водія, яке пересилається електронною поштою у відділ відвантажень.

На основі заявки на відвантаження фахівець планово-диспетчерського відділу створює видаткову накладну у програмі 1С Підприємство, у якій зазначені найменування постачальника та покупця, номер договору, адреса доставки, характеристика замовлення (товар, кількість, ціна).

Заключним етапом є створення товарно-транспортної накладної, яку створює фахівець транспортного відділу у програмі 1С Підприємство. У товарно-транспортній накладній зазначається найменування покупця, марка авто, ПІБ водія, габарити автомобіля, габарити вантажу, відомості про товар і місце навантаження та розвантаження.

Водій, отримуючи вантаж, отримує також заявку на відвантаження, видаткову накладну та товарно-транспортну накладну у двох екземплярах зі зворотною адресою для повернення одного екземпляра із підписом та печаткою клієнта через Нову Пошту.

Деякі подібні організації користуються лише електронним документообігом, і ТОВ «Грін Кул» у сервісах «М.Е.Дос» або «Вчасно» підписують документи кваліфікованим електронно-цифровим підписом.

«М.Е.Дос» – українське програмне забезпечення електронного документообігу, у якому можна створювати шаблони документів, обмінюватися між різними контрагентами, зберігати, архівувати та створювати резервне копіювання різних видів документів. Сервіс є платним для підприємств [1].

«Вчасно» – це сервіс миттєвого обміну електронними документами, що дає змогу підписувати, надсилати, отримувати та зберігати документи онлайн; це український сервіс електронного документообігу. У цьому сервісі документи зберігаються у хмарному сховищі Amazon S3. Також є можливість створення чату зі співробітниками так та контрагентами. Передбачена перевірка документів на віруси та створення маршруту документа [2].

Як висновок можна зазначити, що система документообігу у логістичній діяльності підприємства є важливим, відповідальним та складним процесом. Логістична діяльність підприємства – це частина управління ланцюгом поставок, яка планує, впроваджує та контролює ефективний прямий та зворотний потік зберігання товарів, послуг та пов'язаної з ними інформації між точкою походження та точкою споживання з метою задоволення потреб клієнтів. На прикладі підприємства ТОВ «Грін Кул» продемонстровано, що створення та обмін документами відбувається декількома відділами у програмному забезпеченні 1С Підприємство. Варто зауважити, що створення документів відбувається ієрархічно, у кожен відділ має тісний взаємозв'язок із іншими відділами служби логістики. ТОВ «Грін Кул» використовує не лише традиційний документообіг, а й електронний через сервіси «М.Е.Дос» та «Вчасно», де можна створювати, обмінюватися та зберігати документи в онлайн-форматі.

Список використаних джерел

1. М.Е.Дос.Бізнес. *М.Е.Дос.* 2023. URL: https://medoc.ua/elektronniy_dokumentoobig (дата звернення 12.04.2023).
2. «Вчасно». *Evo.companiy.* 2023. URL: <https://vchasno.ua/> (дата звернення 12.04.2023).



Свиденюк Ілля Володимирович
(*наук. керівник – канд. іст. наук, доцент Охрімко Г. В.*)
Національний університет «Острозька академія», м. Острозь

КОМУНІКАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ У ДІЯЛЬНОСТІ HR-МЕНЕДЖЕРА: СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ

Анотація. У сучасному світі, де швидкість технологічного прогресу стрімко зростає, людський капітал є одним з найважливіших ресурсів для будь-якої компанії. Комунікаційна стратегія HR-менеджера є важливим фактором у його діяльності та має значний вплив на ефективність роботи організації загалом.

Ключові слова: комунікаційна стратегія, HR-менеджер, зовнішня комунікація, внутрішня комунікація.

HR-менеджер – це людина, яка відповідає за управління людськими ресурсами в компанії. Щоб успішно виконувати свої обов’язки, HR-менеджер повинен мати чітку комунікаційну стратегію, яка охоплює всі структурні одиниці компанії.

HR-менеджер має важливу роль у побудові комунікаційної стратегії компанії. Основні обов’язки HR-менеджера у цьому процесі можуть включати: аналіз потреб співробітників та створення стратегії комунікації, яка буде найбільш ефективною для різних груп співробітників; розроблення та впровадження комунікаційних політик та процедур, які допоможуть забезпечити ефективну комунікацію між співробітниками та керівництвом; планування та керування комунікаційними заходами, як-от збори з персоналом, тренінги та інші події, які допоможуть зміцнити комунікацію між співробітниками та з керівництвом; розроблення та запровадження системи збору й аналізу відгуків від співробітників та створення плану зі вдосконалення комунікаційних процесів відповідно до цих відгуків; керування внутрішніми комунікаціями та координацію дій різних відділів і команд для забезпечення єдиної та чіткої комунікації в компанії; забезпечення дотримання стандартів корпоративної комунікації та сприяння підвищенню ефективності комунікації між різними департаментами й командами; розробку та впровадження програми для створення позитивної іміджевої репутації компанії серед працівників та зовнішніх зацікавлених сторін, брати участь у вирішенні конфліктних ситуацій та сприяти побудові позитивної корпоративної культури, що базується на взаємоповазі та відкритій комунікації.

Комунікаційна стратегія – багатокомплексна взаємодія організації з внутрішнім і зовнішнім середовищем із метою створення сприятливих умов для стабільної прибуткової діяльності на ринку, головним завданням якої є інформаційне забезпечення підтримки стратегії розвитку бренду, бізнесу, ОТГ компанії, пошук позиціонування підприємства, котре згодом потрібно донести до цільової аудиторії усіма можливими способами та засобами, каналами та інструментами.

Сьогодні у науковому світі розрізняють два види комунікаційних стратегій: маркетингові та медійні. Маркетингові КС класифікують за такими принципами: залежно від наявності унікальних властивостей продукції, залежно від використання раціональних та емоційних мотивів, за функціональним принципом, залежно від прийняття рішення про по купку товару та співробітництва з певними організаціями в термінах високої / низької значущості та обдуму-