

- кризу можна передбачити, очікувати та визвати;
 - кризу певною мірою можна пришвидшувати, випереджати, відсувати;
 - до криз можна і необхідно готуватися;
 - кризу можна пом'якшувати;
 - управління в умовах кризи потребує певних знань, навиків та досвіду;
 - кризовий стан може бути до певного періоду керованим;
 - управління процесами виходу з кризового стану здатне прискорювати ці процеси та мінімізувати кількість втрат.[2]
- Отже, в основі антикризового управління лежить процес постійних і послідовних інновацій у всіх ланках і областях діяльності підприємства. Орієнтовано на те, щоб навіть у складній ситуації, в якій опинилося підприємство, можна було ввести в дію такі управлінські і фінансові механізми, які дозволяли б вибратися з труднощів з найменшими для підприємства втратами. Політика антикризового управління повинна являти собою частину загальної стратегії підприємства, що полягає в розробці системи методів оцінки і планування діяльності, виходячи із зовнішньої і внутрішньої обстановки, попередньої діагностики загрози розвитку кризової ситуації і застосування методів оздоровлення підприємства, що забезпечують його вихід із кризового стану.

Список використаних джерел

1. Антикризовий менеджмент: [навч. посібник] / Л. І. Скібіцька, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. - К. : ЦУЛ, 2014. - 584 с.
- Данілов О.Д., Паєнтко Т.В. Фінанси підприємств у запитаннях і відповідях: [навч. посіб.] – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 256 с.

СИСТЕМА ГРЕЙДУВАННЯ - УПРАВЛІНСЬКИЙ МЕХАНІЗМ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІ

Якубова К.Р., Кладченко Я.В.

Науковий керівник – Прасол В.М., доцент

Оплата праці як економічна категорія відіграє важливу роль в житті суспільства. У зв'язку з тим, що заробітна плата є основним джерелом доходу працівників, її величина демонструє рівень добробуту всіх членів суспільства. З іншого боку, раціональні управлінські рішення зацікавлюють працівників підвищувати ефективність виробництва, а відтак безпосередньо впливають на темпи й масштаби соціально-економічного розвитку країни.

У зарубіжній та вітчизняній практиці існує значна кількість різних форм та систем оплати праці. Однак задовольнити потреби кожного працівника досить складно. Система оплати праці, яка використовується нині на більшос-

ті вітчизняних підприємств морально застаріла, оскільки вона не враховує ні специфіки роботи підприємства, ні різної відповідальності та результатів працівників, що займають ідентичні посади. Саме тому для вирішення цієї проблеми потрібно застосовувати альтернативу посадовим окладам — систему грейдів [1].

За слабких матеріальних стимулів і хороші умови діяльності не здатні створити сильної трудової мотивації. Керівники підприємства потребують введення грейдової системи оплати праці, адже це дозволить їм оцінити працівників не тільки за досвідченість, а за їхній внесок в компанію загалом. Навик такої оцінки надзвичайно покращить фінансові показники та полегшить управлінську складову підприємства. Завжди існує необхідність удосконалення системи оплати праці, оскільки рівень оплати трудової діяльності персоналу є актуальним питанням в суспільстві, адже все більше з'являється установ та професій (посад), які неможливо оцінити за допомогою звичних систем. Саме в цьому і з'являється необхідність застосування нових систем. Тому в світовій практиці все частіше застосовується грейдингова система оплати праці.

Система грейдів — це управлінський механізм, що допомагає не тільки оцінити роботу працівника, а й побудувати корпоративну культуру.

Працівник прагне підвищити свій грейд і для цього йому потрібно працювати краще. Грейдингова система оплати праці ґрунтується на тому, що роботодавець оплачує результат роботи співробітника. Однак, враховуються не тільки результати праці, а також береться до уваги і кваліфікація робітника, досвід, трудова дисципліна, а іноді навіть поведінка людини та її зовнішній вигляд.

Система не є принципово новою для українських підприємств та установ. Схожі в деяких моментах на грейди тарифні сітки радянських часів, які досі існують в Україні. Однак, якщо раніше категорія тарифного розряду використовувалася тільки для оплати, то грейд можна використовувати для оцінки ефективності роботи персоналу, для надання пільг та привілеїв, які надаються тим робітникам, чії посади відносяться до певного грейду. Дану систему краще застосовувати у великих компаніях, холдингах, в компаніях, які займаються як виробництвом, так і інтелектуальною діяльністю, на фірмах, в яких співробітники виконують схожу, але різну за значенням роботу.

Все це дає можливість компанії підвищити свою конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках за рахунок залучення до співпраці фахівців високого рівня, топ-менеджерів, підвищення керованості персоналу і "прозорості" організації для інвесторів, що збільшує її капіталізацію.

Перевагами методу грейдової оцінки персоналу є:

- управління фондом оплати праці і полегшення системи нарахування заробітної плати;
 - ефективним інструментом для визначення розміру базового окладу новій посаді;
 - дає можливість проводити аналіз структури посадових окладів, постійної частини заробітної плати, а також відстежувати їх динаміку;
 - усуває дисбаланс заробітної плати, так при "прозорості" нарахування заробітної плати відпадають ледачі і неефективні працівники, які звикли "вибивати" надбавки і доплати, і в той же час підвищується заробітна плата тих співробітників, які відіграють ключову роль;
 - дає можливість співвідносити середню заробітну плату на будь-якій посаді в компанії зі середньо ринковими і проводити їх корекцію [2].
- Але головним при грейдовій системі є мотиваційний елемент. Адже в ньому чітко і лаконічно вказані всі умови переведення працівника на вищий грейд. Тому процес підвищення в посаді для працівників стає легшим, кожен володіє необхідною інформацією та знає, що йому необхідно зробити для цього.

Список використаних джерел

1. Романова А. Н. Грейдирование как инструмент стимулирования труда персонала [Текст] / А. Н. Романова // Актуальные вопросы экономических наук. – 2016. – No 54. – С. 91-96.
2. Шалевская Е.Ю. Внедрение системы грейдирования на предприятии / Е.Ю. Шалевская // Экономинфо, 2016. – №26. – С.47-52.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Коваленко О.О.

Науковий керівник – Кондратенко Н.О., д-р екон. наук, професор

У ході постійного розвитку зовнішнього середовища змінюються ринки збуту і товарний асортимент, технологія і способи виробництва, масштаби діяльності і вимоги до персоналу підприємства, що викликає необхідність постійного удосконалювання організаційно-економічного механізму керування підприємством, більш повного використання внутрішніх резервів підвищення ефективності господарювання. У процесі маркетингової діяльності здійснюється вибір найбільш придатного ринку і споживача та способу управління ними.

В ринкових умовах маркетинг є однією з основних функцій управління підприємством і дає можливість мінімізувати ризики та досягти значних результатів фінансово-економічної діяльності. Запорукою цього є якісна послідовна аналітична робота, ефективна комунікаційна