

Проведення економічного аналізу вважається основним інструментом, за допомогою якого можна провести оцінку внутрішніх та зовнішніх показників, з'ясувати чи має перспективи розвитку підприємство, а потім за результатами дослідження прийняти обґрунтовані рішення [1]. Тому необхідно обґрунтувати таку систему показників оцінки фінансового стану, які б враховували не тільки фактичний стан досліджуваного підприємства, а й здатність цього підприємства до відродження, у деяких авторів ця категорія має назву – самостійної спроможності.

Такими показниками можуть бути 2–3 комплексні показники, які будуть враховувати можливість змін у фінансовому стані підприємств з досягнення оптимальних значень, основних характеристик фінансового стану.

З іншого боку, завдання зводяться до визначення економічного потенціалу підприємств (наявних резервів) та можливості його реалізації.

Фінансовий стан виступає важливою складовою економічної діяльності підприємства у зовнішньому середовищі. Він в свою чергу визначає конкурентоспроможність підприємства, проводить оцінку його потенціалу у діловій співпраці та свідчить про економічні інтереси підприємства та його партнерів.

Фінансовий стан об'єкта на сучасному етапі розвитку економічних відносин виступає найважливішою характеристикою надійності, стійкості та ділової активності підприємства. Саме за умови стабільності можливо проводити активну інвестиційну та інноваційну діяльність, випуск конкурентоспроможної продукції.

Таким чином, пошук відповідних методів об'єктивної оцінки фінансового стану на основі комплексних показників є запорукою виходу з кризи для кожного суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел:

1. Аналіз фінансового стану підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://knowledge.allbest.ru/economy/3c0a65635b2bd78b4c43b88421206d27_0.html
2. Теоретичні основи фінансового стану підприємства в умовах фінансової кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу <https://studfiles.net/preview/5009534/>

Димарчук О. С., к. е. н. Гвініашвілі Т. З.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

МОТИВАЦІЯ І УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ПЕРІОД КРИЗИ

У періоди економічних криз підприємства ризикують не тільки фінансовими ресурсами, але і втратою кваліфікованого персоналу, без наявності якого утримання конкурентних позицій на ринку і виходу з кризи є неможливим. Проблема мотивації ефективних кадрів стає необхідністю в антикризовому

управлінні компанією. На практиці більшість керівників українських організацій роблять акцент на підтримці і розвитку виробництва, сфери маркетингу, недостатньо приділяючи увагу мотиваційному аспекту в управлінні людським капіталом, аргументуючи це нестачею матеріальних засобів [1, с. 66]. Криза персоналу підприємства – ситуація, в якій відсутні економічні та особисті вигоди задоволення, викликані внутрішніми і зовнішніми причинами, які призвели фірму до банкрутства. Розглянемо причини кризового стану підприємства, а також причини кризи персоналу. Причини кризи підприємства підрозділяються на зовнішні і внутрішні. Зовнішні причини – причини, на які можна впливати обмежено або взагалі неможливо вплинути: інфляція, політична ситуація в країні. Внутрішні причини викликані недоліком матеріального фінансування, нераціональним управлінням або невідповідністю менеджерів до управління в умовах кризи.

Причини кризи персоналу різноманітні і можуть створювати процеси ланцюгової реакції, які погіршують становище працівників компанії. Виділяють наступні основні причини кризи персоналу:

- зіткнення старих і нових цінностей;
- руйнування встановленої і відсутність нової культури управління;
- недостатній соціальний захист співробітників та зменшення кількості кваліфікованих працівників;
- усунення співробітників від управління фірмою;
- відсутність дієвої системи мотивації праці;
- недолік знань в області психології у керівного складу фірми;
- відсутність у керівників здатності прогнозувати важке економічне становище компанії і вміння ефективно з ним справлятися [2, с. 190].

Найпоширенішою формою мотивації персоналу є матеріальна винагорода. Вона дає зрозуміти працівникові, що він цінний підприємству, підвищує його самооцінку і вказує на його соціальний статус. Під час кризи внутрішня мотивація співробітників вичерпується. Вони уникають невдач, бояться звільнення, скорочення, а також зменшення доходу. Тому матеріальне стимулювання будується за такими принципами [3, с. 139]:

1. Перехід від оплати праці до сплати результату, так як залежність змінної частини зарплати від результату спонукає співробітника покращувати кількісні і якісні показники роботи і більш ефективно вирішувати різні проблеми і завдання, що виникають.

2. Ознайомлення співробітників з системою формування їх доходів і параметри отримання додаткових бонусів, винагороди.

3. Регулярний моніторинг досягнень співробітників і «публічні» звіти про їх успіхи.

4. Ефективна система мотивації не може бути заснована виключно на матеріальному стимулюванні.

Нематеріальними стимулами можуть бути:

- демонстрація керівниками впевненості в стабільності компанії в період кризи (всілякі збори, максимальна увага проблемі, вислуховування ідей і пропозицій);

- скорочення соціальної дистанції з колективом, відкрита розмова з персоналом, довіра, заклик до згуртування;

- наявність харизматичного лідера на чолі всієї команди керівників компанії;

- не зайвим буде нагадувати «героїчне минуле» компанії, якщо компанія не так молода.

У період кризи так само можна навчати співробітників, оскільки відсутність можливостей підвищення компетентності працівників в компанії загрожує зниженням ефективності виробництва, але проблема фінансових витрат на навчання звужує вибір форми навчання. Якраз для такого випадку існують малобюджетні види отримання нових знань:

- наставництво (наприклад, приставити до новачка «ветерана» даної професії);

- майстер-класи досвідчених співробітників компанії;

- внутрішні стажування для нових співробітників;

- внутрішні семінари по новим публікаціям.

Таким чином, якщо філософія управління компанією не буде гармонійною, то це призведе до розвитку конфліктів між адміністрацією та працівниками, між постачальниками і споживачами, до зниження іміджу фірми, а потім і до кризової ситуації, дисбалансу в діяльності всіх систем підприємства, провалу і подальшого руйнування. А для того, щоб створити сприятливу атмосферу всередині компанії, керівництво повинно піклуватися про своїх співробітників і включати мотивацію персоналу в систему управління підприємством. Матеріальна мотивація додасть співробітникам фінансової впевненості в умовах кризи, а нематеріальна згуртує колектив і підвищить лояльність працівників до фірми.

Список використаних джерел:

1. Білецька Г. С. Підходи до формування системи мотивації персоналу підприємств як одна з передумов підвищення їх конкурентоспроможності / Г. С. Білецька // Міжнародний науковий журнал «Науковий огляд». – 2014. – Т. 6, № 5. – С. 64–69.
2. Дуда С. Т. Мотивація та результативність праці персоналу підприємства: їх сутність та взаємозв'язок / С. Т. Дуда, Х. Р. Кіцак // Науковий вісник НЛТУ України: Збірник науково-технічних праць. – 2010. – Вип. 20.14 – С. 188–193.
3. Колот А. М. Мотивація персоналу : підруч. / А. М. Колот – К. : КНЕУ, 2002. – 337 с.