

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/doklad/119032>

**Тип работы:** Доклад

**Предмет:** Этика

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА КРИЗИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ 5

2. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ФИНАНСОВО – КРИЗИСНОМ ПРЕДПРИЯТИИ 10

3. СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА. ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА 20  
ЗАКЛЮЧЕНИЕ 28

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 29

ВВЕДЕНИЕ

Весь мир в очередной раз ощутил на себе воздействие финансово – экономического кризиса, который затронул сферы деятельности большого числа людей, и для большинства предприятий отыскивание самых эффективных путей выхода из сформировавшейся ситуации снова стал актуальным вопросом. Суждений по поводу развития кризиса, в нынешний момент много: одни полагают, что кризис уже исчерпал себя, другие думают, что самое худшее еще впереди.

Связывает всех аналитиков нетвердость в собственных прогнозах, как положительных, так и отрицательных.

Что касается предприятий, одни обращаются за рекомендацией к теории антикризисного управления, чтобы спрогнозировать ситуацию и предупредить у себя развитие кризиса, другие полагаются на чутье в борьбе за выживание, третьи вообще не разумеют, что случилось, и предпринимают безвыходные старания сделать, хоть что-нибудь.

Однако всех связывает неосведомленность.

Кризис не лишь образует проблемы, но и раскрывает перед каждой компанией новые возможности: выстроить более действенную систему управления персоналом, подобрать более эффективный персонал, избавиться от излишка сотрудников на непродуктивных назначениях, оптимизировать расходы на персонал.

1. ПОНЯТИЕ И ХАРАКТЕРИСТИКА КРИЗИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Фирма лишь в том случае имеет успех, если она находится в состоянии последовательного и неуклонного развития.

Управлять нужно и процессами функционирования, и процессами развития.

Есть множество практических примеров, когда фирма сравнительно хорошо функционирует, но не развивается.

Между данными двумя процессами и тенденциями появляется противоречие, которое обостряется и зарождает кризис, служащий благоприятной почвой для развития разного рода конфликтов.

В развитии любой организации существует вероятность наступления кризиса, которая определяется не лишь ошибками в стратегии управления, недостаточным вниманием к вопросам развития или поражения в конкурентной борьбе, но и объективными факторами, которые связаны с колебаниями рыночной конъюнктуры, потребностями в периодической модернизации технологии, трансформациями организации производства, заменой персонала или внешними экономическими и политическими условиями.

В большинстве случаев кризис в развитии фирмы ликвидировать невозможно.

Он приходит как объективное явление, которое отражает циклический характер развития организации. [3, с. 180]

Однако остроту кризиса можно понизить, если учесть его особенность, своевременно определить и увидеть

его наступление.

В данном отношении каждое управление должно быть антикризисным, т.е. выстроенным на учете возможности и опасности кризиса.

## 2. ДЕЛОВОЕ ОБЩЕНИЕ В УПРАВЛЕНИИ ПЕРСОНАЛОМ НА ФИНАНСОВО – КРИЗИСНОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Деловое общение является процессом взаимосвязи и взаимодействия, в котором совершается обмен деятельностью, информацией и опытом.

В деловом общении нужно учитывать особенности личности, нрава, возраста, настроения собеседника, однако интересы дела являются более значимыми, чем вероятные личностные разногласия.

Специфика делового общения определена тем, что данное общение появляется на основании и относительно predetermined вида деятельности, который связан с производством продукта или делового эффекта. При этом стороны делового общения выступают в формальных (официальных) статусах, определенных необходимыми нормами и стандартами (в том числе и этическими) поведения людей.

Как и любой вид общения, деловое общение обладает историческим характером, оно обнаруживается на различных уровнях общественной системы и в разных формах.

Его отличительной чертой является отсутствие значения, данный вид общения не является самоцелью, а служит средством для достижения иных целей. В деловом общении предмет общения – это дело.

Особенности делового общения содержатся в том, что:

1. Партнер в деловом общении все время выступает как особа, которая является значимой для субъекта;
2. Общающихся людей отличает отличное взаимопонимание в процессе обсуждения проблем;
3. Основной задачей делового общения является плодотворное сотрудничество. [17, с. 53]

Основная часть делового общения – это служебное общение, определяющее взаимодействие людей в фирмах, организациях и на предприятиях в рабочее время.

Более того, понятие «деловое общение» овладевает взаимодействием людей также и во время вне работы – на деловых приемах, семинарах, выставках и т. п.

Целью делового общения является создание связей, с помощью которых сотрудники будут взаимодействовать между собой внутри организации, а также оно устремлено на деятельность вне организации. Деятельность может быть коммерческого, производственного, психологического характера и т. д.

Деловое общение содержит в себе прием, реорганизацию и передачу самой важной информации, восприятие ее всеми сторонами.

Особенностью делового общения является особая важность партнера для всех сторон, которые участвуют в процессе коммуникации. Здесь это особа, деловой субъект. Главное – это взаимопонимание людей, ведь оно обеспечивает наилучший результат взаимодействия, что и предопределяет результативность сотрудничества.

Еще в начале XX века, отлично разумея смысл общения для деловой деятельности, Дж. Рокфеллер, подмечал, «умение общаться с людьми – такой же приобретаемый за деньги товар, как сахар или кофе. И я готов оплачивать данное умение выше, чем какой-либо иной товар в мире!».

Можно сделать вывод, что деловое общение является собой один из самых важных вопросов в деятельности каждого руководителя. [4, с. 219]

Управленческая деятельность сосредоточена на стабилизации, совершенствовании отношений, на развитии и расширении коллективных форм организации и стимулировании труда. В управлении обязаны целесообразно соединиться индивидуальные, коллективные, социальные и другие интересы.

Одним из важных условий выполнения профессиональных обязанностей руководителя есть благожелательное, непредвзятое и справедливое отношение к собственным взглядам, профессиональному взгляду своих коллег и подневольных, своим симпатиям и служебным ожиданиям.

Управленческое деловое общение является общением руководителя со своими подчиненными в ходе их профессиональной деятельности, определенное нуждой своевременного и качественного исполнения задач, которые стоят перед ними.

Руководитель вступает в деловое общение с подчиненными для того, чтобы:

1. Дать рекомендацию, совет, указание, распоряжение;
2. Получить обратную (контрольную) информацию от подчиненных о

выполнении задания;

3. Оценить выполненную работу. [28, с. 214]

Стадии коммуникации руководителя с подчиненными являют собой три главные функции делового общения: выдачу распорядительной информации, получение обратной информации и выдачу оценочной информации.

Целью делового общения являются согласованные взаимоотношения с подчиненными.

Функциональные задачи руководителей в процессе делового общения с подчиненными можно выразить таким образом:

1. Дать подчиненным возможность ощутить их важность;
2. Лучше понять и познать своих подчиненных;
3. Стараться воздействовать на позицию подчиненных;
4. Поддерживать и увеличивать в глазах подчиненных свой авторитет. [12, с. 187]

Управленческое общение считается результативным лишь тогда когда, оно обеспечивает достижение целей управленческой деятельности с помощью оперативной передачи нужной информации, минимального психологического влияния, взаимопонимания между субъектами управления и их наилучшего взаимодействия. И роль и смысл делового общения в управленческой деятельности трудно переоценить. Сфера деловой коммуникации является поистине многогранной, ведь предполагает вероятность взаимодействия на уровне коммуникации между разнообразными областями и сферами производства. Руководитель значительную часть времени тратит на коммуникацию и общение с партнерами, коллегами, потому, от качества делового общения зависят взаимопонимание, слаженность действий и отчетливость приоритетов у людей, которые заняты общим делом.

В нынешнее время, в условиях кризиса и санкций, постоянного повышения конкурентной борьбы, перед каждой организацией, особенно актуально стоят задачи увеличения результативности своей деятельности. Управление персоналом на финансово – кризисном предприятии является не лишь формальной организацией работы с персоналом (планирование, отбор, подбор, расстановку и т. п.).

### 3. СОЗДАНИЕ СИСТЕМЫ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА. ФОРМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА

Мотивация персонала – один из способов увеличения продуктивности труда. Мотивация труда персонала является ключевым направлением кадровой политики любого предприятия. Мотивация персонала включает в себя совокупность стимулов, определяющие поведение конкретного сотрудника компании.

Таким образом, мотивация персонала является неким набором действий со стороны руководства предприятия, которые направлены на улучшение трудоспособности сотрудников компании, а также способы привлечения квалифицированных специалистов и их удержания.

Цель проведения мероприятий по мотивации персонала. Мотивацию проводят для того, чтобы связать интересы предприятия и работников. То есть компании необходима качественно исполненная работа, а персоналу нужна достойная заработная плата. Но это не единая цель, которую преследует стимулирование сотрудников.

Мотивируя сотрудников, руководители стремятся:

1. Удержать неизменный штат;
2. Минимизировать число увольняющихся (устранить «текучку кадров»);
3. Обозначить цели и ориентировать персонал на достижение результатов в установленные сроки;
4. Обнаружить и заслуженно вознаградить лучших сотрудников;
5. Заинтересовать и привлечь ценные кадры;
6. Осуществлять контроль над выплатами заработной платы. [27, с. 85]

Базовые принципы системы мотивации персонала. Общая система мотивации персонала строится на таких базовых принципах:

1. Доступность.

Данный принцип помогает избирать прозрачные, ясные каждому работнику способы мотивации и стимулирования. Разнообразные подходы к мотивации обязаны быть обоснованными, учитывая стаж, должность, объем работы и другие аспекты.

2. Постепенность.

### ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях становления рыночной экономики особое значение приобретают вопросы практического

использования современных форм управления персоналом, которые позволяют увеличить социально – экономическую эффективность любого производства.

Как было сказано, для организаций в кризисных условиях все большее значение обретает более совершенное использование человеческих ресурсов организации. Это связано с теми проблемами, с которыми встречаются руководители большинства организаций.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Антикризисное управление. Учебник./ Под ред. Короткова. – Э.М./М., – 2001. – 450 с.
2. Аширов Д. А. Трудовая мотивация: учеб. пособие. – М.: ТК Велби. – 2012. – 448 с.
3. Балдин, К.В. Антикризисное управление: макро – и микроуровень: Учебное пособие / К.В. Балдин. – М.: Дашков и К, 2013. – 268 с.
4. Беляев, А.А. Антикризисное управление.: Учебник для студентов вузов / А.А. Беляев, Э.М. Коротков. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – 319 с.
5. Виханский О. С., Наумов, А. И. Менеджмент: учебник 3-е изд. – М.: Гардарики, 2011. – 528 с.
6. Блинов, А.О. Антикризисное управление. Теория и практика: Учебное пособие для студентов вузов / В.Я. Захаров, А.О. Блинов, Д.В. Хавин; Под ред. В.Я. Захарова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – 319 с.
7. Васюкова В. А. Стратегическое управление персоналом в условиях кризиса. Учеб. пособие. – М.: НГТИ, 2018. – 345 с.
8. Веснин, В. Р. Менеджмент: учебник / В. Р. Веснин. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2012. – 273 с.
9. Герчикова И.Н. Менеджмент. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1997. – 501 с.
10. Ермаков В.В. Менеджмент организации в условиях кризиса. – М., 2000. – 278 с.
11. Жарковская Е. П. Антикризисное управление / Е. П. Жарковская – М:Омега – Л, 2007. – 356 с.
12. Захаров В. Я. Антикризисное управление. Теория и практика / В. Я. Захаров . – М:ЮНИТИ – ДАНА, 2006. – 287 с.
13. Згонник, Л.В. Антикризисное управление: Учебник / Л.В. Згонник. – М.: Дашков и К, 2013. – 208 с.
14. Зуб, А.Т. Антикризисное управление организацией: Учебное пособие / А.Т. Зуб, Е.М. Панина. – М.: ИД ФОРУМ, НИЦ ИНФРА – М, 2013. – 256 с.
15. Меткин В.М. Особенности управления кризисными ситуациями. – СПб., 2004. – 317 с.
16. Мохначев С.А. О роли управления непрерывным образованием персонала в повышении конкурентоспособности российских предприятий//Новые тенденции в политической жизни и экономическая безопасность: Материалы научно – практ. конф..М.: Изд – во РУДН,1998. – С.87 – 89.
17. Мохначев С.А. О роли управления системой непрерывного образования персонала в создании конкурентных преимуществ // Управление в России: стратегия, модель, технологии. Сб. тез. 3 – ей ежегодной конф. по управлению. – Пб: ИКФ «Альт», 1997.– С.53 – 55.
18. Орехов В. И. Антикризисное управление / В. И. Орехов В. И. – М:ИНФРА – М, 2006. – 544 с.
19. Румянцева З.П. и др. Менеджмент организации. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 432 с.
20. Самоукина Н. Антикризисное управление компанией. Как не повторить прежних ошибок и исправить свои. – СПб., 2003. – 245 с.
21. Скибицкий Э.А. Основы делового общения Учеб. пособие. – Новосибирск.: НГАСУ, 2008. – 388 с.
22. Старобинский Э.Е. Как управлять персоналом. – М.: ЗАО «Бизнес – школа «Интел-Синтез», 1999. – 384 с.
23. Управление персоналом организации/Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА – М, 1999. – 296 с.
24. Управление персоналом организации/Под ред. А.Я. Кибанова. – М.: ИНФРА – М, 1998. – 512 с.
25. Управление персоналом/Под ред. А.Я Кибанова и Л.В. Ивановской. – М.: ПРИОР, 1999. – 352 с.
26. Федорова Е.И., Федоров А.В. Принципы антикризисного управления персоналом предприятия. / Е.И. Федорова, А.В.Федоров. – Вкн.: Научные записки МЭБИК, выпуск VI. Курск: изд.МЭБИК, 2006. – С.125 – 134
27. Шепеленко Г.И. Антикризисное управление производством и персоналом. – М., 2002. – 215 с.
28. Юн Г.Б. Антикризисное управление предприятием: теоретические и практические аспекты. – М., 2002. – 314 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://stuservis.ru/doklad/119032>