

Список використаних джерел

1. Етапи стратегічного планування: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2398440/page:31/> .
3. ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://stud.com.ua/62395/menedzhment/informatsiy_niy_menedzhment
4. Стадії управлінського циклу: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/5149505/page:9/>
5. Мушеник І.М. Закордонний досвід формування регіональних інноваційних систем (на прикладі Австрії)(Foreign experience of regional innovation systems development (an Austrian example)/ І.М.Мушеник // Наукові записки Національного університету «Острозька академія», серія «Економіка», 2017. – Випуск 5. – С 72-77.
6. Пилипчик А.Ю. Система освіти України як об'єкт інформатизації: види діяльності в системі освіти – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>.

Семак Людмила

Здобувач вищої освіти 1 курсу ОС Магістр спеціальності «Менеджмент»

Науковий керівник: **Лаврук О.С.,**

к.е.н., доцент кафедри менеджменту,

публічного управління та адміністрування

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

УПРАВЛІННЯ КОНФЛІКТАМИ В СИСТЕМІ МЕНЕДЖМЕНТУ

ПЕРСОНАЛУ

За сучасних умов, які характерні глобальною економічною кризою та політичними трансформаціями, зростає кількість конфліктів у господарській діяльності, а це змушує керівників підприємств шукати нові методи

управління їх діяльністю для забезпечення стабільного безконфліктного розвитку аграрного сектору. Тому стратегічним пріоритетом діяльності керівників має бути застосування чітко визначених програм попередження та мінімізації негативних наслідків конфліктів.

Зазвичай конфлікт у соціально-економічній сфері сприймається як негативне явище: збій у роботі, перешкода для реалізації стратегічних цілей. Таке сприйняття цілком обґрунтоване, тому що будь-який конфлікт несе в собі заряд руйнівної сили: порушується нормальний процес функціонування підприємства, руйнуються стосунки між людьми, нерідко завдання розв'язання конфлікту супроводжується звільненням працівників [2, с. 3].

Для керівника в його управлінській діяльності важливим є вміння спрогнозувати можливе виникнення й розвиток конфлікту. Це необхідно, тому що на підприємстві поряд із деструктивними конфліктами, що створюють перешкоди діяльності, можливі і конструктивні конфлікти, своєчасне розв'язання яких збільшує ефективність і злагодженість роботи, допомагає успішно досягти поставлених цілей [2, с. 157].

Вважаємо, що подолати конфлікти на підприємстві можна двома методами: інституціалізованим (позитивним) та неінституціалізованим (силовим). До першого методу відносять залучення посередників (Національної служби посередництва і примирення, територіальної інспекції праці, соціальне партнерство), до другого – страйки, суд тощо.

За ринкової економіки суб'єктам підприємницької діяльності необхідно змінювати умови і методи функціонування підприємств. Досвід зарубіжних країн свідчить про необхідність фінансового планування в організаціях, оскільки ефективність економічної діяльності залежить, насамперед, від стратегії управління. А вдало розроблена стратегія дає змогу знизити рівень конфліктності на підприємстві та зменшує негативні наслідки від конфліктів. Реалізація такої стратегії ґрунтована на здійсненні різноманітних організаційних заходів, спрямованих на поліпшення умов праці, створення раціональної інформаційної системи і структури управління організації [1, с.

53].

Обов'язковою умовою і водночас складною проблемою українських підприємств є готовність до внутрішніх змін, які дозволяють гнучкіше та оперативніше реагувати на непередбачувані процеси глобального зовнішнього середовища. Сучасний стан діяльності підприємств свідчить про те, що він, крім загальноприйнятих методів управління, потребує розроблення принципово нових підходів, методів та принципів аналізу результатів їх діяльності з метою узагальнення інформації про напрями стратегічного розвитку[3].

Досліджено, що основними економічними негативними наслідками є спад виробництва, зниження прибутковості, дефіцит ресурсів, затримка заробітної плати, безробіття, зростання числа вивільнених працівників. А основними організаційними наслідками конфліктів є низький рівень організації відпочинку, недосконала система виплати зарплати, низька матеріальна допомога. До поширених акцій протесту відносять: акції соціального протесту, мітинги, заяви, скарги, стайки. В таких конфліктних ситуаціях пропонуємо проводити діагностування, прогнозування, попередження конфліктів, роз'яснювальні роботи, консультації з питань виникнення конфліктів, їх профілактику.

Вважаємо, що серед керівних впливів на конфлікт центральне місце займає його розв'язання. Далеко не всім конфліктам можна запобігти. Тому важливо вміти конструктивно виходити з конфлікту. Серед умов конструктивного розв'язання конфлікту необхідно враховувати: припинення конфліктної взаємодії, пошук спільних інтересів та цілей, зниження негативних емоцій, об'єктивне обговорення проблеми, вибір оптимальної стратегії розв'язання конфлікту.

Список використаних джерел:

1. Гірник А. М. Основи конфліктології. Вид.дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 222 с.
2. Конфліктологія [Л. М. Ємельяненко, В. М. Петюх, Л. В. Торгова, А.

М. Гриненко]; під ред. професорів Л. М. Герасіної, М. І. Панової. К.: КНЕУ, 2003. 315 с.

3. Лаврук О.С. Формування системи інформаційного забезпечення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. Актуальні проблеми аграрної економіки: теорія, практика, стратегія: збірник тез міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої 45-річчю економічного факультету Подільського державного аграрно-технічного університету. Кам'янець-Подільський : Аксіома, 2017. С. 186-189.

4. Лаврук О.С., Лаврук В.В. Управління організаційно-інформаційним забезпеченням розвитку кадрового потенціалу аграрних підприємств. Збірник наукових праць ПДАТУ. Вип. 17. 2009. С. 158-164.

Семчишин Діана

Студентка 1-СТН курсу

спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Науковий керівник: **Чорнобай Л.М.,**

к.е.н., доцент кафедри економіки,

підприємництва, торгівлі

та біржової діяльності

Подільський державний аграрно-технічний університет,

м. Кам'янець-Подільський

РЕКЛАМА НА МІСЦІ ПРОДАЖУ: СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ

Раніше рекламні матеріали не вважалися невід'ємною частиною маркетингової стратегії, однак ставлення до них швидко міняється. Зростаюча поінформованість покупців при виборі необхідних товарів залежить не тільки від якісних параметрів товарів, але і від ефективності їх рекламного подання. Саме магазин, тобто місце продажу, стимулює прийняття споживачем того або іншого рішення. Якщо рекламні матеріали, які він бачить, відповідають його вимогам і побажанням, то, виходячи з них, він робить покупку.

Рекламні звернення в торгівлі (особливо роздрібній) є кінцевим продуктом цілої низки досліджень, стратегічних планів, і конкретних дій, які