

6. Кулик Ю. Аналіз управлінського досвіду професійного розвитку менеджерів у міжнародних компаніях // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2008. – №7,8(86,87). – с. 146 – 149.

7. Кулик Ю. Система принципів управління професійним розвитком менеджерів у міжнародних компаніях // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2008. – №9(88). – с. 27 – 31.

Каріна ГАРАЧ

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Мазур В. С.

Тернопільський національний

економічний університет

ГОЛОВНИЙ ВИКОНАВЧИЙ ДИРЕКТОР ЯК ЛІДЕР МИРНОГО/ВОЄННОГО ЧАСУ

У чому полягає секрет успішності виконавчого директора? Жодних секретів, на нашу думку, немає, але є одна здібність, яка відрізняє дівчинку від дорослої жінки. Це здібність зосереджуватись і приймати найкраще рішення там, де хороших рішень взагалі бути не може. Саме в таких ситуаціях, коли вам хочеться захватитися або померти, ви можете проявити себе як хороший керівник.

СЕО (англ. Chief Executive Officer – головний виконавчий директор) – найвища виконавча посада у компанії або організації. У великих корпораціях СЕО також виконує функцію голови ради директорів [1, с. 29].

Загалом, неможливо стати СЕО, не володіючи чітким розумінням мети і не дбаючи про результативність. Окрім того, СЕО має бути досить досвідченим і розумним, щоб інші люди хотіли працювати на нього. Ніхто не прагне стати поганим СЕО або керувати неефективною організацією. Однак жоден СЕО ніколи не йшов до створення чудової компанії прямою стежкою.

Ідеальний СЕО повинен бути наполегливим, однак не божевільним. Він мусить приймати рішення швидко і рішуче, не почуваючи за собою емоційної провини. Відокремивши емоційну складову від усвідомлення складності проблеми, він не уникне звинувачень у всіх гріхах на адресу співробітників чи на свою власну.

Можливо, найважливіша риса, притаманна успішним СЕО, – це лідерство. Критерієм лідерства є кількість, якість і розмаїття людей, які хочуть прямувати за певною особою. Що змушує людей прямувати за лідером? На нашу думку, існує три основні риси:

– здатність сформулювати своє бачення майбутнього (Стів Джобс зумів надихнути працівників Apple своїм баченням майбутнього тоді, коли до банкрутства компанії залишалися лічені дні) [3, с. 174];

– правильні амбіції (люди, які працювали в одній із численних компаній під керівництвом Білла Кемпбелла – наставника Стіва Джобса – розповідаючи про свою роботу, постійно вживали словосполучення «моя організація», «моя компанія». Значною мірою ця лідерська риса Білла впливає з його абсолютної щирості: він з радістю пожертвує своїм добробутом, славою,

перемогою і визнанням заради співробітників, а при розмові можна відчутти, що він щиро дбає про працівників і уважно слухає, що і проявляється в його вчинках) [2, с. 16];

– здатність реалізувати своє бачення майбутнього (Енді Ґроув здійснив перехід Intel від виробництва блоків пам'яті до виробництва мікропроцесорів. Він був змушений на деякий час повністю відмовитися від продажу прибуткового продукту і скромно приписав іншим працівникам компанії знахідку стратегічного рішення ще до того, як воно спало йому на думку. Йому довірилися і довіру було виправдано) [5, с. 407].

Мирний час у справах означає, що компанія має значні конкурентні переваги на профільному ринку, і її ринкові позиції зміцнюються. У мирний час компанія може зосередитися на розширенні збуту і нарощуванні потужності.

У воєнний час компанія протистоїть неминучій загрозі своєму існуванню. Ця загроза походить із різних джерел, включно з конкурентами, різкими змінами макроекономічного клімату, ринковими трансформаціями, перебудовою ланцюга поставок тощо.

Класична місія мирного часу – прагнення Google зробити Інтернет швидшим. Позиція компанії на ринку пошукових систем є такою міцною, що Google переконана: будь-які спроби збільшити швидкість передачі даних підуть їм на користь, позаяк це спонукає користувачів робити більше пошукових запитів. Будучи безсумнівним лідером на ринку, компанія переважно зосереджується на розширенні ринку, аніж на протистоянні конкурентам.

Натомість класична місія воєнного часу – це рішення Енді Ґроува припинити виробництво блоків пам'яті у середині 1980-х під тиском японських електротехнічних компаній. Під час виконання цієї місії конкурентна загроза, яка могла призвести навіть до банкрутства компанії, була настільки великою, що Intel мусила згорнути свій основний бізнес, в якому було задіяно 80% працівників.

У мирний час лідери повинні розширювати наявні можливості і максимізувати їх. Унаслідок цього лідери мирного часу використовують техніки заохочення всіх аспектів творчості і досягнення широкого спектру цілей.

У воєнний час все навпаки: у компанії залишається лише одна куля і потрібно за будь-яку ціну поцілити в мішень. Вживання компанії у воєнний час залежить від суворого дотримання місії і цілковитого підпорядкування їй [4, с. 213].

Чи може СЕО володіти обома наборами рис – для мирного часу і для воєнного? Ми переконані, що поєднувати обидва стилі можна, але це непросто. Напрацювання навичок, необхідних і в мирний, і у воєнний час, означає розуміння багатьох правил менеджменту і знання, коли їх варто дотримуватися, а коли слід ігнорувати. До того ж, більшість книжок із менеджменту написані теоретиками, які досліджували успішні компанії у мирний період. Як наслідок, ці книги описують методи управління компанією у мирний час.

Список використаних джерел

1. *Fried J., Hansson H. D. Rework / Jason Fried, David Heinemeier Hansson. – USA: Crown Business, 2010. – 288 p.*
2. *Бок Ласло Робота рулить! Уроки Google: правила гри у команді мрії / Пер. з англ. Анастасія Дудченко. – Київ: Наш Формат, 2017. – 424 с.*
3. *Волтер Айзексон Стів Джобс / Пер. з англійської Н. Гербіш, О. Кравчук, Л. Крупницький, О. Третьяченко-Реннер. – К : Брайт Стар Паблішинг, 2012. – 624 с.*
4. *Горовіц Бен Безжальна правда про нещадний бізнес / Пер. з англійської Олени Замойської. – К. : Наш Формат, 2016. – 256 с.*
5. *Гроув Э. Выживают только параноики: Как использовать кризисные периоды, с которыми сталкивается любая компания / Эндрю Гроув; Пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблшер, 2011. – 200 с.*

Антон ГНІЗДОВ

Науковий керівник

канд. екон. наук, доцент Гугул О. Я.

Тернопільський національний
економічний університет

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Вивчення специфіки міжнародного бізнесу доцільно розпочати відповіді на запитання: «Що змушує бізнес виходити за межі власної країни?» Однією з головних цілей міжнародного бізнесу, як і окремих підприємств, є отримання прибутку. Проте міжнародний бізнес базується на можливості здобуття прибутку саме з переваг міжкрайових економічних операцій, тобто з того факту, що продаж якогось товару в іншій країні або налагодження підприємством однієї країни виробництва товарів в іншій забезпечує залученим у бізнес сторонам значно більші переваги ніж вони б мали при здійсненні бізнесу тільки у своїх країнах. Цей висновок є ключовим моментом не тільки в розумінні власне міжнародного бізнесу, але й пояснює виникнення і розвиток міжнародного менеджменту як такого.

Таким чином, міжнародний бізнес - це економічна взаємодія підприємств (організацій) або їхніх підрозділів, що знаходяться в різних країнах. Взагалі, міжнародний бізнес, будучи потужним інструментом економічної інтеграції, а відтак і глобалізації, визначається такими характеристиками, як: доступність і загальність, ієрархічність розвитку, технологічна глобалізація, фінансіаризація, взаємодія національного й інтернаціонального менталітету, знання і компетентність [2].

Серед змін, що характеризують сучасний світовий бізнес, найістотнішою є створення транснаціональних корпорацій (ТНК), які вважаються головною структурною характеристикою світової економіки. У середньому на 60 тис. ТНК та їх 500 тис. філій припадає близько 1/3 усіх виробничих фондів приватного сектору і близько 40% загального обсягу промислового виробництва, біля 50% операцій світового зовнішньоторговельного обороту і майже 60% операцій в експорті капіталу розвинутих країн [3].