

труднощами.

Основними негативними чинниками, які стоять на заваді розвитку і становлення малого підприємництва в Україні, є: недосконалість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому; значні адміністративні бар'єри (реєстрація, ліцензування, сертифікація, системи контролю і дозвільної практики, регулювання орендних відносин тощо); брак реальних та дієвих механізмів фінансово-кредитної підтримки (тобто, недостатність у підприємців коштів для розвитку власної справи та високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами); надмірний податковий тиск і обтяжлива система звітності; впевненість підприємців у стабільності умов ведення бізнесу; надмірне втручання органів державної влади в діяльність суб'єктів господарювання; недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності; відсутність стимулів для інвестицій [1].

Вирішити окреслені проблеми можна за допомогою: формування належної законодавчої бази, сприятливої для розвитку малого бізнесу; вдосконалення фінансово-кредитної підтримки; забезпечення матеріально-технічних та інноваційних умов розвитку малих підприємств; інформаційне та кадрове забезпечення бізнесу; стимулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів малого та середнього підприємництва; створення нових бізнес-центрів та кредитних ліній; забезпечення виконання заходів щодо створення єдиної автоматизованої системи державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності; здійснення заходів щодо поетапного створення при центрах зайнятості мережі навчальних центрів з підготовки підприємців з-поміж безробітних; посилення відповідальності органів виконавчої влади, державних службовців за виконання відповідних законів щодо розвитку підприємницької діяльності, зокрема малого бізнесу [3].

Формування відповідної законодавчої бази розвитку малого підприємництва передбачає, насамперед, встановлення правових гарантій для забезпечення свободи і захисту приватної власності; розробку дійових законодавчо-нормативних актів, спрямованих на стимулювання малого бізнесу; усунення правових суперечностей і скасування положень, що гальмують розвиток приватної ініціативи [2].

Отже, в сучасній ринковій економіці України мале підприємство

вимушене долати ряд макроекономічних перешкод, основною причиною яких є неефективна фінансова підтримка, надмірний податковий тиск та інші обмеження, встановлені на законодавчому рівні. Саме тому перспективним шляхом подолання цих бар'єрів має стати досягнення консенсусу в тому, що інтереси підприємництва мають захищати самі підприємці. Роль держави ж має полягати лише в покращенні необхідної інфраструктури та створенні ефективної правової бази, що б створила простір для розвитку громадських організацій та інших асоціацій, націлених на вирішення проблем розвитку малого бізнесу в Україні.

Література

1. Биковець В. *Перешкоди на шляху розвитку малого підприємництва в Україні [Електронний ресурс].* — Режим доступу: <http://soskin.info/print/ea/old/2002/6/20020683.html>

2. Горынский М. *Малый бизнес в Украине — тревожные перспективы [Електронний ресурс].* — Режим доступу: <http://intercredit.com.ua/39/article6299>

3. Єпіфанова І.М. *Основні аспекти розвитку малого бізнесу в Україні //Труди Одеського політехнічного університету.-2009.-№1(31).- С. 211-215*

Хрустальова Юлія

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри управління персоналом і регіональної економіки Дяків О.П.)

КОМАНДНИЙ КОУЧИНГ

У сучасному ринковому середовищі організації можуть досягти успіху тільки в тому випадку, якщо зуміють удосконалити методи своєї роботи і досягнути високого її рівня. Організації змушені працювати ефективно, створюючи нові системи відносин зі своїми співробітниками. У зв'язку з цим зростають вимоги до персоналу: підвищення компетентності, вдосконалення професійних навичок тощо. Всі ці питання розглядає коучинг. Коучинг – це система принципів та прийомів, які сприяють розвитку потенціалу особистості та групи людей, а також забезпечують максимальне розкриття й ефективну реалізацію цього потенціалу. Тому дослідження даної теми є актуальним.

Дослідженням коучингу як командного виду діяльності займаються такі вчені як, Дж. Уйтмор, Н. Томашек, М. Дауни, Б. Трейсі. Заслугує уваги діяльність М. Нагари, О. Кузьміна, В. Брича, В. Г. Полонського, А. Н. Фомічова, Г. В. Щокіна.

Однак наявність дискусійних питань у розкритті даної проблеми потребує подальших досліджень. Основним завданням є дослідження коучингу як командного виду діяльності.

Командний коучинг – це захопливий і дуже творчий спосіб допомогти групі людей, об'єднаних тільки місцем роботи, сформуванню високоефективної команди, члени якої мають спільну систему цінностей і бачення перспектив, а також таку систему відносин, яка дає змогу кожному співробітнику найкращим чином здійснювати те, до чого він має талант. Тоді кожен робить те, що у нього виходить справді добре, і що він, головне, любить робити. Адже, люди, як правило, люблять займатися тим, що виходить, тим, до чого у них є талант. Це створює обстановку творчості, доброзичливості, тож співробітники із задоволенням ідуть на роботу, цінують її і намагаються зробити максимум для процвітання своєї організації [2].

Командний коучинг – груповий формат роботи, який сприяє активізуванню потенціалу кожного працівника і команди в цілому задля досягнення спільних цілей. У процесі сесій командного коучингу команда професіоналів (співробітників одного відділу, керівників, менеджерів проектів та ін.) за допомогою коуча ревізує стан речей за параметрами ефективності, помічає необхідні зміни і ретельно планує всі необхідні дії заради досягнення колективного результату.

Командний коучинг здійснюють, як правило, кількома сесіями по чотири години. Такий формат дає змогу за один раз обговорити необхідний обсяг завдань і прийти до необхідного рішення одного блоку питань, надаючи працівникам і керівникам можливість не випадати з робочого процесу на увесь день. У середньому компанії воліють проводити сесії командного коучингу 5 – 8 разів за один раз через два тижні.

Важливо звернути увагу на те, що між сесіями учасники команди займаються реалізацією цілей, які вони собі намітили, і на кожній сесії відбувається звірка того, як команди досягли намічених цілей. Таким чином, формат налаштований на те, щоб команда поступово ставала

самоврядним високоефективним механізмом, об'єднаним спільним баченням, цінностями та цілями.

Командний коучинг починається з ознайомлювальної коуч-сесії. Коуч пояснює логіку своїх дій у процесі коуч-сесії. Учасники коучингу зможуть зрозуміти, що таке коучинговий процес, і налаштуватися на нього.

Кожна наступна коуч-сесія починається з прояснення запиту, пов'язаного з метою команди. Далі коуч підтримує команду у просуванні до мети та отриманні нового цінного досвіду, при цьому використовують різні коучингові інструменти й техніки. Сесія завершується планом дій, який команда з підтримкою коуча створює. Під час сесії коуч професійно створює комфортну позитивну і продуктивну атмосферу спілкування.

Можна виділити наступні види командного коучингу:

1. Стратегічний коучинг.

Формування загального образу «компанії мрії», розроблення місії організації, визначення командних цінностей і стратегії розвитку, визначення практичних кроків, формування плану з реалізації намічених домовленостей.

2. Коучинг командоутворення.

Визначення ключових цілей команди і виявлення індивідуальної мотивації учасників, вирішення актуальних питань команди (визначення загальних принципів роботи, формування профілю компетенцій, формування основи для системи управління персоналом або системи мотивації персоналу, рішення вузьких завдань).

3. Коучинг організаційних змін.

Стратегічне бачення впливу змін на організацію, формування цілей і фокуса змін, плану реалізації, визначення команди ініціаторів змін, робота з лідерами змін.

Коучинг допомагає поступово розв'язувати більш глибокі проблеми, підтримує інтерес членів команди один до одного, до зовнішнього середовища, до досягнення результатів, знаходячи все нові ресурси для самореалізації.

У результаті командного коучингу співробітники, навчаються бути ефективними, незалежно від рівня складності завдань. Коучинг сприяє залученості, а залучений у загальну справу співробітник працює в середньому на 26% ефективніше. Знаючи, у чому їх сильні та слабкі

сторони, співробітники розподілять ролі та відповідальність у команді й знайдуть внутрішні ресурси, необхідні для результативної взаємодії і досягнення загальної мети.

Отже, командний коучинг допоможе не просто більше про можливості дізнатися одне одного, а й навчитися ефективно управляти процесами, що сприяють досягненню спільної мети. Командний коучинг допоможе усвідомити сильні й слабкі сторони, гармонійно розподілити ролі та відповідальність, знайти найефективніший механізм взаємодії та реалізації внутрішніх ресурсів кожного члена команди.

Література

1. Уитмор Дж. *Coachingновий стиль менеджмента и управления персоналом: практ.пособие/Дж. Уитмор.* – М.: Финансы и статистика, 2005. – 168 с.

2. Хамаганова С. *Коучингкак стиль управления [Електронний ресурс]* – Режим доступу: http://www.npl-coach.com.ua/view_statya.php?id=11/.

3. *Командний коучинг [Електронний ресурс]* – Режим доступу: <http://ingrp.ru/service/kouching/komandnyj-kouching/>.

Гусак Зоряна

(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри економіки підприємств і корпорацій Крисоватий І. А.)

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО НА НЕЇ ВПЛИВАЮТЬ

Основною характеристикою підприємства, з точки зору, конкурентної боротьби є його конкурентоспроможність. Вона визначає життєздатність підприємства, результати його виробничо-збутової діяльності в умовах ринкової конкуренції.

Конкуренція примушує підприємства всіх форм власності постійно відслідковувати зміни попиту та пропозиції, вартості матеріальних ресурсів, зменшувати витрати на виробництво, покращувати якість своєї продукції та послуг, що реалізуються на ринку, підвищувати свою конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність підприємства повинна забезпечуватися такими показниками, як висока виробнича ефективність, яка реалізується завдяки сучасному обладнанню, технологіям, кваліфікованими працівниками та здатністю завоювати й тривалий час утримувати стійні позиції на ринку, що забезпечується завдяки ефективному використанню принципів маркетингового управління.

Основними умовами забезпечення конкурентоспроможності є:

- застосування наукових підходів до стратегічного менеджменту;
- забезпечення єдності розвитку техніки, технології, економіки, управління;
- застосування сучасних методів дослідження й розробок (програмно-цільове планування, теорія прийняття рішень і т.д.);
- формування системи заходів із забезпечення конкурентоспроможності різних об'єктів.

Аналіз конкурентоспроможності підприємства на ринку допускає вивчення факторів, що впливають на відношення покупців до підприємства та її продукції і як результат — зміна частки продукції підприємства на ринку. Усі фактори конкурентоспроможності можна умовно розділити на зовнішні й внутрішні

Під зовнішніми факторами розуміють сукупність суб'єктів господарювання, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституціональних структур та інших зовнішніх умов і чинників, що діють у глобальному оточенні та здійснюють вплив або можуть вплинути на функціонування підприємства [1].

Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства проводиться у загальноновизнаному порядку.

Аналіз факторів впливу зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємства дає час для прогнозування можливостей, розробки плану дій на випадок непередбачених обставин, розробки заходів, які дозволять перетворити загрози на будь-які вигідні можливості. Для аналізу факторів макросередовища частіше використовують PEST-аналіз (політичні, економічні, соціальні, технологічні фактори), SWOT-аналіз, який допомагає визначити погрози й можливості з якими зіштовхується підприємство, і встановити