

конкурентів, це означає, що вони можуть фінансувати більше досліджень та розробок для вдосконалення своїх продуктів або послуг; вони можуть витратити більше на рекламу та акції для залучення клієнтів; вони можуть пожертвувати на благодійні організації для покращення відносин з громадою; і забезпечити більший прибуток своїм власникам.

Конкурентна перевага є засобом досягнення організаційних цілей. Оскільки стратегія – це план досягнення довгострокових цілей, можемо визначити стратегію як план створення стійких конкурентних переваг.

Конкурентна перевага відрізняє компанію від конкурентів. Це сприяє підвищенню цін, збільшенню кількості споживачів та лояльності до бренду. Встановлення такої переваги це одна з найважливіших цілей будь-якої компанії [4].

Перелік використаних джерел:

1. Business Competitiveness: How to make the company more competitive? URL: <https://www.gb-advisors.com/business-competitiveness/>
2. Gluck F. W., Kaufman S.P. Strategic Management for Competitive Advantage. URL: <https://hbr.org/1980/07/strategic-management-for-competitive-advantage>
3. The Role of Strategy in Management. URL: <https://courses.lumenlearning.com/suny-principlesmanagement/chapter/the-role-of-strategy-in-management/>
4. What is a Competitive Advantage? URL: <https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/strategy/competitive-advantage>.

Чубей Тетяна, Войтенко Олексій

Західноукраїнський Національний Університет
м. Тернопіль

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізація світової економіки, яка розгортається за рахунок збільшення чисельності людства, динамічного розвитку науково-технічного прогресу, зміни характеру міграції трудових ресурсів, капіталу й інформації, призводить до структурних та організаційних змін в усіх сферах бізнесу. Ускладнення ринкового середовища, скорочення життєвого циклу суб'єктів господарювання, виникнення нових видів економічної діяльності, постійні зміни умов ведення бізнесу і виникнення кризових явищ потребують створення механізмів, які б підвищили ефективність бізнесу, зробили його більш зрозумілим та сприяли демократизації суспільства [1, с. 78].

Підприємництво стало особливим видом бізнесу, який здійснюється з метою отримання надприбутку внаслідок самостійної інноваційної діяльності, що ґрунтується на персоналізованому гнучкому управлінні й організації процесу відтворення та створення нових благ для суспільства [2, с. 17].

Сучасні тенденції у процесах управління бізнесом відображають підвищення значення зовнішнього середовища, яке є визначальним порівняно з

внутрішнім середовищем бізнесу. Тому для формування ефективної системи управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації необхідно виконувати такі умови. По-перше, це забезпечення адекватності й пропорційності формування та розвитку ресурсів суб'єкта господарювання. По-друге, це обов'язковість здійснення науково-технічних, інноваційних, інвестиційних, маркетингових процесів. По-третє, це орієнтація бізнесу на міжнародне співробітництво у вигляді застосування сучасних форм міжнародного бізнесу: імпорт, експорт, проекти «під ключ», ліцензування, франчайзинг, контракти на управління та іноземні інвестиції (прямі іноземні інвестиції, портфельні іноземні інвестиції, створення транснаціональних корпорацій, спільне підприємництво у вигляді спільних підприємств, багатонаціональних або мультинаціональних компаній).

Під впливом процесу глобалізації з'являється новий тип корпоративної організації – глобальна компанія, що використовує переваги діяльності в глобальному масштабі. Можна виділити два методи, за допомогою яких глобальні компанії домагаються конкурентної переваги і забезпечують свою довгострокову конкурентоспроможність. Перший – розміщення різних видів діяльності в різних країнах, що дозволяє найкращим чином обслуговувати світовий ринок, який для глобальних фірм стає єдиним цілим. Другий – здатність фірми координувати діяльність своїх філій, розкиданих по всьому світу.

Сьогоднішня економічна криза, пов'язана із спалахом коронавірусу COVID-19, стала рушійною силою щодо зміни соціально-економічних тенденцій та політичних векторів багатьох країн сучасного світу.

Криза COVID-19, з яким сьогодні зіткнувся бізнес, безпрецедентна – раптова і нещадна, яка в один момент паралізувала компанії по всьому світу. Світ глобалізований і розділений одночасно, діджиталізований, і при цьому в найбільш економічно активних країнах знаходиться в стані примусового обмеження попиту і пропозиції на товари та послуги. Ламається весь звичний економічний уклад, який вже не може бути відновлений в колишньому вигляді, а зміниться поки ще до кінця не відомим нам чином [3].

Слід зазначити, що незважаючи на наведені тенденції, бізнесу важко впоратись з наслідками обмежень під час пандемії, про що свідчать ряд опитувань. Європейська Бізнес Асоціація в експрес-опитуванні демонструє наступні показники: майже половина компаній (48%) вже в березні 2020 року зафіксувала від 20% до 50% втрат від доходів, 16% прийняли рішення про зміну заробітної плати персоналу, а 14% – про скорочення штату [4].

Найбільш популярними механізмами підтримки бізнесу на час карантину є: відстрочка податкових платежів, податкові канікули, компенсація витрат на заробітну плату, забезпечення пільгового кредитування, надання грантів та іншої безповоротної допомоги. Більшість інструментів підтримки бізнесу зосереджено на наданні фінансової підтримки бізнесу у вигляді компенсацій витрат за кредити, грантів, або у вигляді компенсації витрат на заробітну плату. Такі механізми є найбільш оперативними та відповідно, ефективними у антикризових заходах підтримки малого та середнього бізнесу, щоб запобігти чисельному банкрутству та спаду економіки в цілому.

Перелік використаних джерел

1. Біломістний О.М. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні на сучасному етапі розвитку економіки / О.М. Біломістний, М.О. Савельєва. Економічний простір. – 2008. – № 15. – с. 78–84.
2. Колот В.М., О.В. Щербина. Підприємництво: навч-метод. посіб. для самост. вивч.дисц. К: КНЕУ, 2004. – 160 с.
3. Деревянко О. М. Управління репутацією компанії в умовах пандемії / Олена Михайлівна Деревянко. Interfax-Україна. – 2020.
4. Експрес-опитування бізнесу. Офіційний сайт Європейської Бізнес Асоціації. URL: <https://eba.com.ua/> (дата звернення: 21.03.2021)

Фтьомов Ярослав, Паньків Юрій

Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

ЛІДЕРСТВО І МЕНЕДЖМЕНТ

Проблема лідерства – одна з найважливіших проблем сучасного бізнесу. В усіх дослідженнях, що стосуються організаційних змін, виокремлюють три складові (аспекти) – люди, вплив і цілі. Це зумовлено тим, що керівник так чи інакше завжди працює з людьми всередині компанії, членами інших організацій, чинить на них вплив для досягнення певної цілі.

Лідерство (керівництво) можна визначити як здатність індивіда впливати на інших людей для досягнення організаційних цілей. Керівництво є динамічним процесом і включає використання влади.

На основі існуючих досліджень можна зробити такі висновки:

- менеджмент (управління) і лідерство (керівництво) є однаково важливими для діяльності організації;
- ефективний менеджер зобов'язаний бути лідером (володіти певними лідерськими здібностями);
- менеджмент і лідерство доповнюють один одного різними якостями, які забезпечують різні переваги для організації.

Однак зазначений поділ цих характеристик є відносним і досить умовним, оскільки насправді необхідні для керівництва й управління якості та навички можуть поєднуватися в одній людині з переважанням якихось певних особливостей. Тому, прагнучи вдосконалюватися, менеджер повинен намагатися формувати крізь призму своєї особистості баланс якостей лідера й управлінця. Одна з головних відмінностей між керівником і менеджером стосується джерел влади, а також залежного від них рівня підпорядкування співробітників.

Отже, лідер повинен не тільки саморозвиватися та прагнути до постійного удосконалення, а й мати найкращі риси, серед яких особливо важливими є щедрість та доброта.