

мережі Інтернет мають в основі ті самі закони менеджменту і маркетингу, які використовували в 80-90 р.р. ХХ століття.

Це не означає, що ці знання не потребують адаптації під особливості кожної з компаній. Важливим елементом менеджменту, котрим нехтують управляючі підприємці (через брак часу) – це перетворення набутого досвіду в інформацію і, через систематизацію, в індивідуальні знання фірми.

Отже, розуміючи, що підприємництво є фундаментом ринкової економіки варто більше уваги приділяти навчанню підприємців і ознайомленню їх із здобутками науки «менеджмент».

Добош Світлана
ст. гр. ММБзм-21,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник: к.е.н., доцент кафедри міжнародного
бізнесу і туризму Гугул О.Я.)

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

На сучасному етапі ринкового трансформування економіки України одним із головних чинників стабільності досягнутих позитивних соціально-економічних тенденцій у державі є забезпечення сталого економічного зростання та розвитку соціальної сфери в регіонах на основі мобілізації й ефективного використання всього комплексу ресурсів та умов. Серед шляхів зміцнення національної економіки слід визнати розвиток малого підприємництва. Ринкові трансформаційні процеси економіки України, правове визначення приватної власності об'єктивно викликали до життя та відродили в Україні активну підприємницьку діяльність. За цих умов провідною формою господарювання стає малий бізнес як особливий вид господарської діяльності та один із важелів формування і функціонування національної економіки з ринковим механізмом господарювання, що відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку держави.

Всебічне проникнення малого підприємництва до соціально-економічної

системи країни є необхідною передумовою переходу національної економіки на ринкові рейки, ефективної реструктуризації виробництва та підприємств, розвитку інноваційної діяльності, розв'язання проблем зайнятості, підвищення рівня життя населення як в кожному окремому регіоні зокрема, так і у державі в цілому. Постійний розвиток конкурентного середовища, невід'ємною складовою якого є мале підприємництво, став запорукою економічного зростання держави, раціонального й ефективного використання її ресурсів.

По перше мале підприємство - це не просто невелике за чисельністю і обсягу продукції виробництво, а зовсім нова структура, що набуває розвитку в підприємствах непрофільних виробництв виключених з технологічних процесів та переданих невеликим субпідрядним фірмам. Так, у США та Західній Європі ступінь залежності виробництва великого підприємства від невеликих партнерів-субпідрядників складає 50-60%, а в Японії - 70-80% [2, с. 11].

По-друге, у вирішенні економічних проблем країни сектор малого підприємництва є універсальним утилізатором, що спроможний вирішити проблему найбільш повного та ефективного використання обмежених матеріальних, капітальних, фінансових, кадрових ресурсів, додатково втягуючи в обіг вузько локальні розрізнені ресурси, використання яких у масштабах великих структур ускладнене або неможливе,

Таким чином, пріоритетами діяльності малих підприємств має бути вдосконалення механізмів стимулювання розвитку бізнесу, створення умов для підвищення конкурентоспроможності, а державні органи влади повинні вдосконалити нормативно-правові передумови щодо податкової реформи з метою зміцнення фінансово-економічної основи малих підприємств. Фінансове забезпечення реалізації стратегічних пріоритетів має здійснюватися за рахунок власних коштів малих підприємств та залучених коштів інвесторів.

Література:

1. Закон України Про державну підтримку малого підприємництва: Закон від 19 жовтня 2000 року №2062-III // Урядовий кур'єр. -2013. -22 листопада.

2. Баб'як М. М. *Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні // Актуальні проблеми економіки. - 2014. - № 12. - С. 77 – 83*

3. Волик В. *Становлення малого та середнього бізнесу в Україні і його наслідки // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 8. - С. 22-25*

Довган Світлана,
Трембальчук Ірина
ст. гр. ДІД-31,
Тернопільський національний економічний університет
(науковий керівник:
к.е.н., доцент кафедри менеджменту
та публічного управління Овсянюк-Бердадіна О. Ф.

ОСНОВНІ БАР'ЄРИ КОМУНІКАЦІЙ У ВНУТРІОРГАНІЗАЦІЙНОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Деформація інформаційно-комунікативного процесу, зумовлюється різними причинами, які можуть носити психологічний, особистісний, організаційний характер. Навіть, якщо одержувач отримує повідомлення і намагається його зрозуміти, цей процес може бути обмежено низкою перешкод та бар'єрів, що зазвичай виникають у фізичному оточенні або в сфері емоцій людини.

Найчастіше виникають проблеми при спілкуванні між представниками різних мов і культур. За таких умов обидві сторони не тільки повинні знати буквальні значення слів, але й інтерпретувати їх у відповідному контексті. Найвагомими є такі основні типи бар'єрів - особистісні, фізичні та семантичні.

Особистісні бар'єри - це перешкоди, які виникають під час спілкування, породжувані людськими емоціями, системами цінностей і невмінням слухати співрозмовника. Нерідко вони виникають у зв'язку з різницею в расі, статі, культурному та соціально-економічному статусі учасників комунікацій, які хибно розуміють не традиційні для себе комунікативні сигнали (невідомі слова, рухи, жести, інтонації голосу). Ми усі на власному досвіді знаємо, що наші почуття та відношення обмежують можливості спілкування з іншими людьми

як на роботі так і в особистому житті. Отже, ефективність комунікацій підвищується, якщо почуття відправника та одержувача досить близькі по відношенню до тієї інформації, яку обговорюють.

Фізичними бар'єрами є перешкоди, що виникають у матеріальному середовищі через несподіваний відволікаючий шум, що тимчасово заглушає голос: відстані між людьми; стіни або інші статичні перешкоди, що виникають під час прийому інформації.

Семантичний бар'єр виникає через відсутність збігу в системах значень партнерів з комунікації через вкладання різного змісту, використання жаргонів і слешів. Щоб подолати семантичний бар'єр, необхідно збагнути особливості іншої людини й використовувати в розмові з нею зрозумілу для неї лексику.

Бар'єри комунікації у спілкуванні можна долати шляхом спеціальних прийомів: засвоєння необхідних знань і навичок мовного і немовного характеру, формування комплексних мовленнєвих здібностей з використанням різного типу вправ, застосування стандартизованих текстових шаблонів мовленнєвої поведінки.

Загалом спілкування, а тим більше ділове спілкування - це складний багатоплановий процес розвитку контактів між людьми в службовій сфері. Його учасники виступають в офіційних статусах і орієнтовані на досягнення конкретних цілей, тому дуже важливо, щоб в процесі комунікації комунікатор і реципієнт адекватно сприймали один одного, а для цього необхідно докласти немало зусиль. Обидві сторони повинні розуміти цінність річних засобів комунікації. Наприклад, коли менеджер готується звільнити підлеглого, про це потрібно повідомити його персонально. Особистий контакт дасть змогу менеджеру й пояснити ситуацію і відповісти на запитання. Коли метою повідомлення є підвищення платні, то адекватними можуть бути письмові комунікації, а згодом менеджер може доповнити письмове повідомлення особистим привітанням.

Отже, керування комунікативним процесом передбачає виявлення бар'єрів ефектніших комунікацій і розуміння того, як їх треба долати. Бар'єри