

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/](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

несприятливі фактори, які можуть знизити рівень ефективності потенціалу підприємства [2].

Внутрішні фактори – це контрольовані чинники діяльності підприємства. До них відносяться:

1. Діяльність керівництва та апарату управління підприємства (організаційна та виробнича структури управління, професійний та кваліфікований рівень управлінського персоналу і т. д.).

2. Система технологічного оснащення. Оновлення обладнання та технологій, тобто заміна їх на більш прогресивні, забезпечує підвищення конкурентоспроможності підприємства, підсилює внутрішню гнучкість виробництва.

3. Сировина, матеріали і напівфабрикати. Якість сировини, комплектність її перероблення та величина відходів суттєво впливають на конкурентоспроможність підприємства.

4. Збут продукції, його об'єм та витрати на реалізацію. Вплив цього фактора є суттєвим на підвищення конкурентоспроможності підприємства. Підприємство намагається здійснити ефективний збут за рахунок реалізації продукції, що користується попитом на ринку, стимулювання збільшення об'ємів продаж, розширення ринків збуту.

Можна стверджувати, що під час оцінювання, прогнозування та управління конкурентоспроможністю підприємства необхідно враховувати усю сукупність внутрішніх та зовнішніх чинників, що вплинули чи потенційно можуть вплинути на її формування.

#### *Література*

1. Драган О.І. *Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти. Монографія.* – К.: ДАКККІМ, 2006. – 160 с.

2. Чумак Л.Ф. *Фактори впливу а формування конкурентоспроможного потенціалу підприємств / Л.Ф. Чумак // Экономика и управление. - № 1. – 2013. – С. 62-69.*

### **КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА РИНКУ ПРАЦІ РЕГІОНУ**

В сучасних умовах потреба у висококваліфікованих працівниках дедалі більше зростає, зокрема у тих, які мають високий загальноосвітній рівень, широко профільну професійну підготовку, спроможність швидко та ефективно оволодіти новими технологіями, мати загальне уявлення про виробництво, що динамічно змінюється, готових до постійного самовдосконалення та саморозвитку, тобто конкурентоспроможних на ринку праці.

Рівень конкурентоспроможності трудового потенціалу визначається як можливість працівника витримати конкуренцію з боку реальних або потенційних претендентів на його робоче місце або претендувати самому на інше, престижніше місце праці.

Конкурентоспроможність робочої сили, виходячи зі специфіки товару «робоча сила», виявляється у двох напрямках. По-перше, робоча сила характеризується на ринку праці своїми споживчими та вартісними характеристиками. Рівень конкурентоспроможності працівників на ринку праці визначається чинниками, що характеризують: якісні ознаки робочої сили (професійно-кваліфікаційні характеристики, загальноосвітній рівень, особистісні характеристики (вік, стать, тип характеру і темпераменту, вміння працювати в колективі та інші); відповідність якісних характеристик робочої сили потребам ринку праці, ціну робочої сили, попит на неї.

У Законі України «Про захист економічної конкуренції» під поняттям «конкурентоспроможність» розуміють «...змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

По-друге, показником конкурентоспроможності є результативність праці на конкретному робочому місці. Від рівня конкурентоспроможності