

точки стрітфуду, такі як «Форнетті», «Наша Ряба», «Чудо Піч», мережі турагентств («ТУІ», «Соната» та ін.), різноманітні види бізнесу у форматі «острівця» або кучочка у торговельному центрі – продаж біжутерії чи інших дрібничок [6].

З метою популяризації франчайзингу в Україні вже за традицією щорічно проводиться Міжнародний форум з франчайзингу ФНІ. Форум створений з метою об'єднання фахівців в сфері франчайзингу, представників малого та середнього бізнесу та регулярних зустрічей для обміну досвідом між однодумцями.

Варто сказати, що в Україні існує стійка тенденція до поширення франчайзингової форми співробітництва, але все ж має місце низка правових, економічних проблем, які перешкоджають стрімкому розвитку франчайзингу в Україні.

1. *Офіційний сайт федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України [електронний ресурс]- Режим доступу: <http://fdf.org.ua>;*
2. Кузьмін О.Є., Сухорська У.Р., Мирончук Т.В. *Франчайзинг у підприємницькій діяльності. Навчальні посібник. – Львів:ВАТ» Видавництво «Вільна Україна», 2007. – 144с.;*
3. *Сайт Асоціації франчайзингу України [електронний ресурс]- Режим доступу: http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie_rynka;*
4. Кузьмін О.Є. *Франчайзинг / О.Є. Кузьмін, Т.В. Мирончук, І.З. Салата, Л.В. Марчук / [електронний ресурс]- Режим доступу – http://pidruchniki.ws/15840720/ekonomika/franchayzing_-_kuzmin_oye;*
5. *Стаття проблеми розвитку франчайзингу в Україні [електронний ресурс]- Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2010_1/Kashuba_110.htm;*
6. Олег Лацук/*Международные франшизы в Украине /Журнал «Власний бізнес» [електронний ресурс]- Режим доступу: <http://vlasbiz.net/content/detail/141>;*
7. *Сайт Головного управління з питань регуляторної політики та підприємництва КМДА [електронний ресурс]- Режим доступу: <https://sites.google.com/site/bizportalkiev>*

Хомич З.С.

студ. групи МЕ-32,

Науковий керівник – к.е.н., доц. В.В. Івасюк

ЛІДЕРСЬКІ ЗДІБНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА УСПІХУ КОМПАНІЇ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Сьогодні, в часи економічної та соціальної нестабільності, особливої актуальності набуває питання наявності лідерських здібностей у менеджерів компаній, які прагнуть виходити на зовнішні ринки. Дійсно, в умовах жорсткої конкуренції та глобалізації для того, щоб успішно виконувати свій професійний обов'язок менеджеру перш за все потрібно бути лідером, вміти згуртувати та повести за собою людей. Про це неодноразово згадано у моделях ведення бізнесу таких авторів, як Дж. Джуран, П. Друкер, Едвардс Демінг, Тіто Конті тощо.

Слово «лідер», згідно із Оксфордським словником англійської мови, виникло в XIII столітті Однак на даний час існує чимало визначень понять

лідерства, а саме: лідерство — це перевага одного або декількох індивідів над іншими членами групи, що проявляється в процесі керівництва ними [1]; лідерство — це концентрація або вираження влади всіх в одній особистості [2]; лідерство — це управління людьми за допомогою сили переконання й спонукання, а не за допомогою прямої або непрямой погрози чи примусу [3] та ін.

Лідерські якості менеджера, як особи, що представляє та захищає інтереси колективу, вимагають від нього вмілого поєднання власних та колективних інтересів. Одночасно він повинен дбати про справедливий розподіл праці між працівниками і не допускати простоїв у роботі. Успішне лідерство залежить від наявності необхідних якостей та рис характеру в керівника. Дослідники діяльності виконавчих директорів у Великобританії визначили такий перелік навичок та досвіду, які впливають на успіх справи, а саме (оцінювання проводиться за 100 бальною шкалою) [4]:

1. Здатність працювати з людьми – 78 балів
2. Наявність відповідальності за виконання важливих завдань – 75 балів
3. Потреба в досягненні результатів – 75 балів
4. Попередній досвід лідерства – 74 балів
5. Великий досвід у різних галузях діяльності – 68 балів
6. Здатність вести справи та переговори – 66 балів
7. Готовність ризикувати – 63 балів
8. Здатність генерувати нові ідеї – 62 балів
9. Обдарованість – 60 балів
10. Здатність змінювати стиль керівництва в потрібній ситуації – 58 балів.

Ральф Стогділ у 1948 р. та Річард Манн у 1959 р. намагалися згрупувати всі виявлені раніше лідерські якості. Р.Стогділ дійшов висновку, що є п'ять характерних рис, якими можна охарактеризувати лідера, а саме: 1) розум та інтелектуальні можливості; 2) впевненість у собі; 3) активність та енергійність; 4) знання справи; 5) вище становище над іншими.

Цікавим є той факт, що сьогодні до цього списку можна додати ще не один десяток якостей, та все ж цей перелік вважається базовим.

Варто також згадати про одвічну суперечку стосовно того, чи можна набути лідерських здібностей з досвідом, чи вони є все таки вродженими рисами характеру. Досліджуючи це питання, професор Гарвардського університету Гуатама Мукунда вивчав історії життя найвідоміших лідерів США та дійшов висновку, що найкращими керівниками організацій є, як правило люди сторонні, які не мають великого досвіду у конкретній сфері діяльності [5].

Аналізуючи інформаційні джерела щодо якостей найбільш успішних топ-менеджерів у світі, нами було виокремлено такі ключові лідерські риси: чудова інтуїція; наполегливість та емоційне лідерство; чітке планування та орієнтація в справі, якою займаєшся; стратегічне мислення та зорієнтованість на успіх; вміння ставити перед собою чітку ціль.

Нажаль сьогодні, досить часто у різних компаніях можна спостерігати ситуацію, коли керівники, переведені на вищий ступінь у кар'єрній ієрархії не володіють достатнім рівнем лідерських здібностей. Саме тому вони не здатні виконувати поставлені перед ними завдання, що зумовлює виникнення низки проблем, які досить важко в подальшому вирішити. У таких випадках топ менеджери цих компаній повинні розглядати та затверджувати питання, щодо перекваліфікації менеджерів чи забезпечити їм можливість пройти певний тренінг щодо набуття нових та підвищення уже наявних якостей лідера.

1. Mumford E. *Origins of Leadership* // *American Journal of Sociology*. 1906–1907. № 12. 2. Lackmar F. *Leadership in Reform* // *American Journal of Sociology*. 1911. № 16. 3. Schenh C. *Leadership* // *Infantry Journal*. 1928. № 33. 4. Скібіцька Л.І. *Лідерство та стиль роботи менеджера: [навчальний посібник]* / Л.І. Скібіцька. – К.: Центр учбової літератури, 2009. –192 с. 5. Mukunda G. *Great Leaders Don't Need Experience* // *Harvard Business Review* — Режим доступу до журн.: <http://hbr.org/2012/10/great-leaders-dont-need-experience/ar/1>

Хомишин А.І.
студ. групи МЗДм – 12
Науковий керівник – д. е. н., зав. О. Г. Мельник

КРОС-КУЛЬТУРНІ ОСОБЛИВОСТІ КОНТРАГЕНТІВ В УМОВАХ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В процесі своєї діяльності підприємство взаємодіє із багатьма зовнішньоекономічними контрагентами: споживачами, постачальниками, партнерами, посередниками, органами влади, ЗМІ тощо, тому виникає потреба у обґрунтованому виборі контрагентів.

Процес пошуку і вибору контрагентів можна розподілити на 3 основних етапи (рис.).

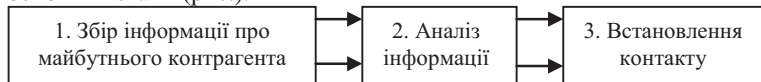


Рис. Процес пошуку і вибору контрагентів

Кожен з вказаних етапів можна охарактеризувати наступним чином:

1. Етап збору інформації. Охоплює пошук даних, конкурентних матеріалів та іншої інформації про потенційних контрагентів, необхідної для подальшого аналізу.

2. Етап аналізу інформації. Передбачає оцінювання та відбір найбільш прийнятних контрагентів шляхом формування попереднього списку потенційних партнерів.

3. Етап встановлення початкового контакту. Зазвичай цей етап не виокремлюють в окрему стадію, тому що найчастіше він здійснюється вже в процесі збору інформації. Його ідентифікувати в окремий пункт має сенс з тієї точки зору, що первинний контакт окрім мети збору інформації перш за все має на меті отримати принципову згоду (відмову)