

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білявська Ю., Микитенко Н., Шестак Я. Кібербезпека та захист інформації під час пандемії COVID19. *Міжнародний науково-практичний журнал «Товари і ринки»*, 2021. № 1. С. 34–46.

2. Офіційний сайт ТОВ «КПМГ-Україна». URL: <https://home.kpmg/ua/uk/home/about/overview.html>

КОУЧИНГ ЯК СУЧАСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ В УМОВАХ  
ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

Білявський В.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємств

Лисенко М.С., студент бакалаврату

Національний авіаційний університет

У пошуках ідеальної формули успіху спеціалістами у сфері менеджменту випробовувалися різні методи оцінювання ефективності управління, одним з найбільш дієвих виявився коучинг. Будучи інструментом для саморозвитку та досягнення особистих цілей, цей підхід також почав використовуватися на підприємствах. Наразі, коучинг все більше набирає популярності і керівники провідних компаній світу вже давно використовують його, як інструмент для підвищення ефективності роботи персоналу.

Одним з найбільш відомих дослідників та практиків коучингу є Дж. Вітмор – бізнес-тренер, засновник моделі *GROW*, автор багатьох наукових публікацій про лідерство та управління. З вітчизняних практиків слід виділити Білявська Ю.В., Козик М.В., Маховка В.М., Миколайчук І.П., Нежинська О.О., Тищенко В.М., Черненко О.В. тощо.

Існує безліч видів менеджменту, однак найбільш затребуваний серед них це саме менеджмент персоналу. Декілька десятиліть тому людина найбільше прагнула задоволення своїх базових потреб (піраміда Маслоу), однак наразі коли

комфорт цивілізованого світу став чимось повсякденним і звичним, людина прагне задоволення вищих потреб, таких як: визнання, повага з боку інших, самоповага, самореалізація тощо. Саме на вивченні цих інструментів зосереджує свою увагу коучинг, оскільки він побудований на принципах психології та допомагає управлінському персоналу отримувати бажаний результат і при цьому задовольняти потреби підлеглих [1].

Коучинг, як один із елементів управління персоналом підприємства, допомагає людині розвиватися, більш детально пізнавати себе та свої можливості, розкриваючи свій внутрішній потенціал. Для цього менеджменту підприємства слід досить близько комунікувати із своїми підлеглими, радитися з ними під час прийняття важливих управлінських рішень, з часом підвищувати складність виконуваних завдань і розширювати спектр відповідальності кожного працівника, а також створювати так звану культуру довіри та підтримки всередині колективу підприємства. Тобто, створити таке середовище для роботи, де кожна особистість будуть поважати та вважати професіоналом своєї справи, а також де підлеглі можуть звернутися за допомогою й порадою до свого безпосереднього керівника без остраху бути розкритикованим, приниженим чи навіть звільненим. Саме таким чином можна сформулювати головний принцип коучингового підходу щодо управління персоналом [2].

Зазвичай для інтеграції такого методу управління менеджменту підприємства варто проходити відповідні курси або ж наймати коуча-спеціаліста з зовні, який буде радником керівника і зможе професійно ввести елементи інноваційних технологій в управлінні.

Коучинг має ряд недоліків та переваг щодо імплементації їх діяльність будь якого суб'єкта господарювання [3]. До переваг його слід віднести:

- мотивацію, яка підштовхує персонал підприємства краще виконувати свої завдання на більш професійному рівні;
- формування згуртованого колективу на підприємстві;
- тайм-менеджмент, а саме вміння персоналу ефективно розпоряджатися

своїм часом;

- зростання рівня довіри між менеджментом та іншим персоналом підприємства.

До недоліків його можна віднести:

- кожна людина є особистістю, відповідно коучу не так легко знайти до нього підхід та розпочати сесію (до відвертої людини коуч знайде підхід одразу, а до замкнутої особистості, неговіркої потрібно на це значно більше часу);
- в Україні коучинг не так широко поширений, як закордонній практиці.

Підприємства не часто використовують цей інструмент оптимізації, бо керівникам страшно звертатися до чогось нового й невідомого, тому і управління на багатьох вітчизняних підприємствах є не досить ефективним [4]. Також, слід відмітити, що є певне небажання звертатися до професійного коуча з причини відсутності довіри до нього, що у свою чергу затримує імплементацію цього напрямку у систему управління підприємства. Однак, якщо є проблеми у роботі підприємства і співробітники не можуть самостійно їх вирішити то покращення результатів можливе лише після професійної роботи коуча.

Для ефективного використання коучингу на підприємствах в умовах євроінтеграційних процесів, як певну альтернативу, можна запропонувати звернення до коуча дистанційно (коли можна приховати своє зображення), що часто практикується у ЄС, бо такий спосіб більше викликає довіри.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Нежинська О.О., Тищенко В.М. Основи коучингу : навчальний посібник. Київ; Харків : ТОВ «ДІСА ПЛЮС», 2017. 220 с.
2. Маховка В.М., Козик М.В. Проблематика впровадження коучингу в систему управління персоналом організації. *Інфраструктура ринку*, 2018. Вип. 21. С. 131–136.
3. Черненко О.В. Застосування коучинг-методу в системі управління

персоналом торгової організації для підвищення продуктивності праці. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 2019. № 2 (54). С.159–168. DOI: 10.31732/2663-2209-2019-53-159-168.

4. Білявська Ю., Варава В. Фахівець епохи інновацій: сценарії розвитку ринку праці. *Науковий фаховий журнал «Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право»*. К. : ДТЕУ, 2022. № 3. С. 35–50. DOI: 10.31617/zt.knute.2022(122)03.

### СУТНІСТЬ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

Варава В.С., здобувач освітнього ступеня бакалавр

Науковий керівник: Білявська Ю.В., к.е.н., доцент,

доцент кафедри менеджменту

Державний торговельно-економічний університет

Цифрова трансформація бізнесу передбачає перебудову системи менеджменту бізнес-організації і низку управлінських рішень, зокрема, розроблення цифрової стратегії фірми та повну зміну чинної бізнес-моделі.

Цифрова стратегія – це стратегія конверсії організації на цифрову, в якій у зв'язку зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищі організації співдія бізнес-організації та її аудиторії, персональні пропозиції продуктів та послуг, прийняття рішень на основі даних забезпечується саме шляхом цифрових зв'язків.

Притримуючись цифрової стратегії, організації необхідна перш за все цифрової трансформації її бізнес-моделі, тобто способу створення цінності для споживача та отримання прибутку [2, с 51].

Свого часу Д. Шальмо та К. Уільмс – німецькі економісти, сформували певний порядок розташування етапів цифрової трансформації бізнес-моделі, представлений на рис. 1. При цьому перед менеджерами цифрових бізнес-організацій постають такі базові, але необхідні завдання:

– реорганізація субординаційної структури;