

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 13

Матеріали

*Міжнародної науково-практичної конференції
“Управління бізнесом в умовах глобальної нестабільності”
м. Київ, МАУП, 26 березня 2015 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2015

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 2 від 25.02.15)*

Редакційна колегія:

А. М. Подоляка (голова), д-р юрид. наук., проф.;
А. А. Ігнатченко (заступник голови), канд. техн. наук;
О. В. Баєва, д-р біол. наук., проф.;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук., проф.;
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.;
А. С. Лисецький, д-р екон. наук., проф.;
К. В. Муравйов, канд. юрид. наук., доц.;
І. П. Розпутенко, д-р наук держ. упр., проф.;
Л. В. Романова, д-р екон. наук, проф.;
В. Є. Сафонова, д-р екон. наук;
Г. П. Ситник, д-р наук держ. упр., проф.;
Ю. П. Сурмін, д-р соц. наук, проф.;
Н. М. Чернуха, д-р пед. наук., проф.

Матеріали подано в авторській редакції.

Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Становлення і розвиток української державності : [зб. наук. пр.] /
МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 13: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. “Управління бізнесом в умовах глобальної нестабільності”, 26 березня 2015 р. / редкол.: А. М. Подоляка (голова) [та ін.]. — 2015. — 300 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичної конференції, присвяченої проблемам реформування системи управління бізнесом в умовах розгортання кризових ситуацій та глобальної нестабільності.

Для науковців і громадсько-політичних діячів, керівників та власників бізнесу, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави і бізнесу.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

Корецька О. В.	
Оцінка конкурентоспроможності підприємств в умовах нестабільності	64
Берестецька Л. М., Берестецька К. О.	
Використання інформаційних технологій в туристичному бізнесі.....	68
Бурсов Р. В.	
Застосування економічного стимулювання технологічного оновлення промислового підприємства в умовах глобальної нестабільності.....	72
Казак О. О.	
Деякі аспекти дослідження структурної трансформації машинобудівних підприємств	75
Железняк К. Л.	
Оцінка факторів загроз автотранспортного підприємства в умовах кризового стану економіки	78
Левченко Ю. М.	
Основні напрямки удосконалення управління персоналом туристичного підприємства.....	81
Рассадин В. С.	
Управління компанією зі страхування зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання України за умов нестабільності національної економіки	88

СОЦІАЛЬНІ, ГУМАНІТАРНІ ТА ПОЛІТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Ельбрехт О. М.	
Актуальні проблеми глобалізації	92
Головатий Н. Ф.	
Новая парадигма развития образования в современном трансформирующемся мире	95
Сафонова В. Є.	
Управління підприємницькою діяльністю державних вищих навчальних закладів	101
Сурмін Ю. П.	
Теоретико-методологічні аспекти застосування кейс-методу в бізнес-освіті України	109
Лісовський П. М.	
Духовний вимір розвитку бізнесу в умовах глобалізаційних змін	113
Костюк Т. О.	
Перспективи розвитку малого і середнього бізнесу в Україні за умов політичної нестабільності	116
Пугач В. Г.	
До питання про економічну безпеку України: аспект ідеології.....	119
Новальська Н. І.	
Необхідність та специфіка підготовки управлінських кадрів вищої ланки нової генерації — фахівців з бізнес-адміністрування	122

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ЗА УМОВ ПОЛІТИЧНОЇ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

Становлення і розвиток української державності, вип. 13, с. 116–118

За сучасних умов розвитку економіки внаслідок економічної та політичної нестабільності в Україні підприємства малого та середнього бізнесу не здатні адекватно реагувати на зміни зовнішнього і внутрішнього середовищ. Затяжні і безперспективні інфляційні процеси в державі призводять до масової неплатоспроможності малих підприємств і значного згортання малого і середнього бізнесу. Крім того, світова фінансово-економічна криза має негативні наслідки. Виходячи з цього, актуальним питанням є визначення концептуальних засад формування відповідного організаційно-економічного механізму підтримки малого бізнесу.

Роль і значення малого підприємництва в Україні обговорюється на різних рівнях більше 10 років. Малий бізнес привабливий тим, що не потребує великого стартового капіталу для організації власної справи, здатен швидко реагувати на зміну ринкової кон'юнктури. Він мобільний, відкритий для впровадження інвестиційних та інноваційних проектів, створює конкурентне середовище. За рахунок мобільності, гнучкості інноваційного підходу малі підприємства здатні швидко пристосовуватися до змін споживчого попиту, знайти свою ринкову нішу, оперативно здійснити виробництво нової продукції малими партіями. Саме цим визначається істотне значення малого бізнесу у сучасному суспільстві, пояснюється ретельно продумана його державна підтримка на Заході. В Україні малий бізнес розвивається в складних умовах перехідної економіки і стикається з безліччю проблем. Малі підприємства створюються, мають певну підтримку, але конкурентоспроможного підприємницького типу господарювання в малому бізнесі ще не створено. За умов же перехідного періоду, який переживає українське суспільство, ситуація є іншою. Тут, власне, виробнича функція підприємця опосередковується і супроводжується соціальною дією, спрямованою на зміну соціальних і політичних відносин.

Для підприємницької свідомості і поведінки характерне протиріччя між бажанням дистанціюватись від політики і неможливістю уникнути політизації. Ставлення бізнесменів до своєї участі в політичній діяльності зводиться, у принципі, до двох основних позицій. Найбільш поширена позиція

полягає в тому, що відкрита політична діяльність підприємцям протипоказана, адже політика — справа брудна, а в Україні ще й небезпечна. Практика рейдерських захоплень більш-менш успішних підприємств набула особливого поширення за останні 10 років і призвела, з одного боку, до активної тіньовізації доходів, а, з іншого — до намагання забезпечити бізнес-проекти від загарбання шляхом “кришування” з боку правоохоронних органів і бандитських угруповань, що неминуче веде до втрати певної легітимності в діяльності підприємств. Ті ж підприємці, що неспроможні оплачувати такий “захист”, прорахувавши всі обов’язкові і, так би мовити, неминучі витрати, віддають перевагу не робити нічого, ніж працювати без перспективи розвитку бізнесу чи із загрозою втрати все. Крупні бізнесмени часто погоджуються підтримувати певних політиків, знаходячись, образно кажучи, за кулісами. Ця позиція містить у собі низку протиріч. Адже відмова від прямих політичних дій може супроводжуватись участю в закулісній політичній грі. Тим більше, відмова від особистої участі в політичній діяльності призводить до бажання виправдати кулуарний лобізм. Ефективній же лобістській діяльності заважає слабкість і не згуртованість самих бізнесменів. Адже ще не сформовано механізми політичного тиску з боку малого бізнесу, що не в останню чергу пояснюється слабкою залежністю вищих політичних ешелонів від економічних інтересів різних соціальних сил.

Має місце й інша позиція бізнесменів по відношенню до політичної діяльності. Уже сьогодні в суспільстві існує цілий ряд політичних фігур, для яких успішне підприємництво стало стартом до політичної кар’єри. Слід зазначити, що ставлення до політичної активності у бізнесменів не є константою. Воно помітно змінювалось на різних етапах реформування. Наразі розповсюдження в підприємницькому середовищі ідей лібералізму свідчить про те, що почалось формування власне підприємницької свідомості й ідеології. Але поки що підприємці, які висловлюють готовність на практиці реалізувати ліберальну ідею суспільства і бути повноцінними політичними і економічними акторами, складають меншість. Основна маса бізнесменів стурбована долею свого підприємства і готова підтримати ту владу, яка дасть можливість працювати. Але підприємцям легше створити не політичну партію, а консолідуватись на основі спільних інтересів в рамках мети формальної організації. Підприємницький корпус робить спробу проводити політику в інтересах бізнесу також через створювані при державних структурах громадські фонди, що фінансуються приватним капіталом. Приватний капітал прагне впливати на законодавчу діяльність через пропаганду цінностей ринку і виховання населення в дусі ринкової економіки. У цьому зв’язку представники бізнесу висловлюють готовність фінансувати діяльність спеціалізованих шкіл бізнесу, а також навчальних закладів з нетрадиційними програмами, здатних виявити творчі індивідуальності. За даними соціологічного моніторингу Інституту соціології НАН України — 10,1 % опитаних особисто погодились би працювати у приватного підприємця, а зовсім не погодились 21,1 %. Чи хотіли б відкрити свою власну справу, їх становить —

20,6 %, а 27,9 % — не хотіли. Серйозну увагу підприємці приділяють також зв'язкам із засобами масової інформації. Однак при цінах, котрі існують на ефірний час і газетні шпальти, вихід у великий інформаційний простір можливий лише для найбільших комерційних структур.

Підсумовуючи, зазначимо, що нині політичним авангардом підприємництва стають представники великого бізнесу. Вони накопичили солідний капітал, але не готові за умов економічної і політичної нестабільності інвестувати його в політику з тим, щоб створити більш прийнятні суспільно-політичні умови для розвитку бізнесу. Середній і малий бізнес також починають опановувати політичний простір, про що свідчить поява громадсько-політичних організацій, які відстоюють інтереси його представників. Представники малого і середнього бізнесу, як правило, “делегують” свої повноваження з рішення політичних завдань, з пере устрою суспільства великому капіталу, у якого, на їх погляд, більше засобів для впливу на існуючі в суспільстві відносини. Але модель політичної поведінки, що виключає особисту участь в політичній діяльності, не означає повної відмови від участі в політиці. І в цьому сенсі вона не тотожна аполітизму. Що стосується корекції державної політики, з точки зору бізнесменів, вона зводиться до того, що держава хоча б не заважала розвитку підприємництва, а основне завдання людей бізнесу полягає у формуванні незалежного економічного простору. Повноцінними соціальними акторами підприємці зможуть стати лише тоді, коли в державі сформується громадянське суспільство. У такому суспільстві економіка і політика існують як автономні сфери життя і складається механізм, який забезпечує представництво різноманітних соціальних інтересів на політичному рівні.