

Література:

1. Маслоу А. Мотивация и личность / А. Маслоу. – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.
2. Андрушків Б.М. Основи менеджменту / Б.М. Андрушків, О.Є. Кузьмін. – Львів: Світ, 2015. – 296 с.

ПІДПРИЄМНИЦТВО У ГЛОБАЛЬНОМУ ІНФОРМАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ

*Пушкар Т.А., к.е.н, доцент
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Глобалізація як суспільне явище все більше знаходить свої прояви в сучасних економічних процесах. Становлення глобального світового господарства визначає нову парадигму підприємницької діяльності, змінюючи види і форми сучасного підприємництва. Інформатизація суспільства, зростання значення і, відповідно, вартості інформації як ресурсу, зміщення частини сучасного бізнесу у інформаційний простір багато в чому зумовлюють сучасні форми і види підприємницької діяльності. На думку автора [1] глобалізація та інтелектуалізація виробництва викликана значними темпами і масштабами інновацій. На основі інноваційних процесів розвиваються інформаційні технології, які зв'язують різноякісні технології, послуги, пропозиції в єдине комунікативно-функціональне середовище [1].

Автор [2] визначає чітко визначені тенденції економічної глобалізації. До їх числа автор відносить функціонування глобальних ринків, зміни в структурі транспортних потоків на основі розвитку інформаційних мереж, переведення всіх національних і міжнародних трансакцій, а також різноманітних фінансових, банківських, страхових і торгових операцій у глобальну мережу [2, с. 261].

Автор [3] зазначає, що глобалізація не тільки змінює фундаментальний світовий економічний порядок, але і формує нову глобальну економічну культуру, економічну свідомість нового типу [3, с. 191].

Унікальна роль інформації, яка формує і розвиває єдиний суспільний інформаційний простір, поряд із поглибленням економічної глобалізації, визначає новітні підходи до підприємницької діяльності. Інформаційний простір, перестає бути тільки джерелом інформації. Він стає місцем здійснення підприємницької діяльності, особливістю сучасного етапу розвитку якої є:

1. значний рівень його інформатизації;
2. широке представлення у мережі Інтернет;
3. активне використання інформаційного простору для маркетингових досліджень, рекламних компаній тощо;
4. розширення можливостей ділової комунікації спілкування, підвищення оперативності вирішення питань;

5. створення віртуальних офісів, віртуальних кабінетів;
6. розширення сфери банківських, страхових та інших фінансових послуг.

Інформатизація підприємницької діяльності визначає важливий аспект сучасного підприємництва – зниження трансакційних витрат. Трактують трансакційних витрат як «витрат, пов'язаних з накопиченням та обробкою інформації, проведенням переговорів, прийняттям рішень, контролем і юридичним захистом виконання контрактів в умовах ринках» [4, с. 35] набуває нового значення, оскільки формування глобального інформаційного простору підприємницької діяльності значно скорочує їх і, водночас, підвищує їх значення в досягненні цілей підприємницької діяльності.

Отже, інформація як цінний ресурс сучасного суспільства виступає основою сучасної економічної глобалізації. Унікальний зміст інформації полягає в тому, що при підприємницької діяльності інформація скорочує трансакційні витрати і створює особливий простір її здійснення. Підвищення інформатизації підприємницької діяльності, вихід її у новий простір інформаційних технологій і глобальний інформаційний простір стає основою формування нової парадигми підприємництва в сучасному суспільстві.

Література:

1. Зянько В.В. Глобалізація та інноваційний процес: їх взаємовплив / В. В. Зянько // Економіка України. – № 2. – 2006. – С. 84-89.
2. Клімова Г.П. Основні напрямки здійснення глобалізації в сучасних умовах / Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого. – №4(23). – 2014. – С. 261-263.
3. Сапа Н.В. Глобальна трансформація сучасних економічних процесів: теоретико-методологічні засади / Н.В. Сапа // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2008. – Вип. 32. – С. 191-195.
4. Гришко Н.В. Сучасні концепції управління витратами промислових підприємств / Н.В. Гришко // Культура народів Причорномор'я. – 2007. – № 99. – С. 33-38.

МАЛЕ МІСТО УКРАЇНИ: ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО КРЕАТИВНОГО ДОСВІДУ

*Радіонова Л.О., к.філос.н, доцент,
Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова*

Програма «Креативна Європа» є одним із пріоритетів стратегії соціально-економічного розвитку Європейського Союзу «Європа 2020». За назвою «Креативна Європа» стоїть кількадесятирічний розвиток європейської міської політики під гаслами креативності, креативних індустрій та креативних міст. Україна тільки починає активно адаптувати цю риторіку разом із практикою.