

АГРЕСИВНІСТЬ ЯК УПРАВЛІНСЬКА ПРОБЛЕМА У СТРАТЕГІОЛОГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА

*Карпінський Б.А., к.е.н., професор
Львівський національний університет ім. Івана Франка*

Комплексний масштаб розвитку підприємництва, а з цим і активізація процесів державотворення та міжнародної діяльності, є наслідком потреб та відповідно спрямованості управлінських рішень до глобалізації у планетарному вимірі, який одночасно має відчутний вплив як на інвестиційне зростання кожної з держав світової спільноти, так і на їхню фінансово-економічну безпеку. Так, поєднання підприємництва з проявами національних зрушень, розпадом потужних імперій, прагненням націй до незалежності і власного державотворення, в системі глобалізаційних економічних та фінансових процесів займають домінуюче місце в активізації світових трансформацій з другої половини ХХ століття [1-3].

На даний час підприємництво стає активною силою трансформаційних зрушень у світових економічних системах. Зокрема, під тиском глобалізаційного підприємництва додаткового навантаження зазнають так звані «перехідні» національні суспільства, до яких належать постсоціалістичні (за соціально-економічною системою) держави. Виходячи з цього, актуальним питанням стає оцінювання впливу підприємництва на проявність особливостей національної і економічної безпеки даних держав у глобалізаційному світі. Означене потребує не лише простого корегування традиційної соціально-економічної системи, яка впливає на економічний розвиток через підприємництво, а й визначення перспективної траєкторії підвищення рівня безпеки з урахуванням власних особливостей та пріоритетів (зокрема, у торговельних відносинах), з метою використання фінансових процесів для посилення як основ підприємництва, а з цим фінансової могутності держави, так і ідентичності окремої нації.

Водночас, автор вважає, принциповою суперечністю (управлінською проблемою) глобалізаційних процесів у стратегіології розвитку підприємництва, на яку практично не звертають увагу, стає вихід на перші позиції у ньому ідеології агресивності та її загрозлива концентрація під впливом ринкових трансформацій. Практично на стан формування сучасного підприємництва, а з ним і державотворення, значною мірою накладається така риса як агресивність. Коли виникає критична маса агресивно настроєних, до того ж активних, проходить насильницьке підкорення одних іншими. Агресивність, яка переходить у ранг державної політики, може нівелювати і подавлювати державотворчий патріотизм більш мирно налаштованих націй та створювати для них різноманітні проблемні ситуації, загрожуючи чи провокуючи навіть втрату їхньої незалежності, нівелюючи проявність національного підприємництва. Окрім того, агресія людини в ставленні до навколишнього світу (природи) призводить до корінних наслідкових змін,

включаючи вичерпання природно-сировинних ресурсів, зміну клімату, демографічні потрясіння. Агресивність заганяє людство до небезпечної межі загрози власного існування, а накладання на це підходів агресивного маркетингу та формування концепції безмежного споживача проблему лише посилюють. Державотворчий патріотизм нації у цьому контексті вигідно вирізняється, оскільки його стратегічна мета – творення держави на ґрунті підвищення благополуччя і довголіття населення збігається з концепційними положеннями сталого розвитку [2-3].

Коли раніше агресивність загалом та в системі підприємництва відчутно стримувалась відстанями та часовими просторами то нині, за рахунок стрімкого прискорення темпів науково-технічного прогресу та комунікаційних зв'язків, вона стає все більш активною і руйнівною силою, підкріплюючись й військовим забарвленням та насильством. До її нарощування додається й товарно-збутовий агресивний світовий маркетинг, а з ним нав'язування (навіть з застосуванням військової сили) власних цінностей і переконань вже в планетарних рамках. За умови, що така агресивність стає визначальною політикою наддержавних підприємницьких утворень та транснаціональних компаній, тоді втрачається перспектива економічного та інвестиційного зростання для менш розвинених держав.

З позиції стратегіології розвитку підприємництва, загострення агресивності у цьому контексті з накладанням на нього ідеології державотворення, національних поглядів і конфліктів може бути ще більш руйнівним та проявитись значно раніше за загрозу світову динаміку вичерпання природно-сировинних ресурсів, зміну клімату (ймовірний потоп).

Виходячи з означеного, доцільно було б науковим колам спільно із державними інституціями, зокрема, на рівні Організації Об'єднаних Націй, комплексно звернутись до глобальної теми підвищення рівня агресивності та наслідків від цього і виробити стратегічні підходи до її оцінювання, стримування та обмеження. Ця проблема в стратегіології розвитку підприємництва заслуговує належної уваги, щоб не допустити ситуації, коли стратегічні питання сталого розвитку не перетворились на менш вартісні, порівняно з агресивністю, а з нею невмінням (диктатом і насильством) дослухатись до інтересів і думок інших. Сучасна агресивна державна політика дозволяє захоплювати інтереси інших, і то не лише ринки збуту, а й території, уподобання, душі, формуючи модель агресивного суспільства з його деформованим моральництвом у пріоритетності насильства. Окрім того, вона є наступальною та створює комунікаційний виклик у системі розвитку підприємництва та державотворчого патріотизму нації.

Література:

1. Карпинский Б.А. Стратегиология развития экономической системы государства: основы, финансовые вызовы, диспропорции // Финансовое управление развитием экономических систем: монография / О.О. Ардасова, Д.А. Демин, Б.А. Карпинский и др.; под общ. ред. С. С. Чернова. –

Новосибирск: СИБПРИНТ, 2012. – С. 269-289.

2. Карпінський Б.А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта: монографія / Б.А. Карпінський. – Львів: Колір ПРО, 2016. – 534 с.

3. Карпінський Б.А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання: монографія / Б.А. Карпінський. – Львів: Колір ПРО, 2018. – 480 с.

ОЦІНЮВАННЯ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО ОТОЧЕННЯ

*Касатанова І.А., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Теоретичні основи і методи оцінювання ступеня ризику розглянуті у наукових працях багатьох авторів. У загальному плані існуючі методи оцінки ризику можна поділити на статистичні методи оцінки, методи експертних оцінок, використання аналогів і комбіновані методи. Особливий інтерес становить кількісна оцінка ризику за допомогою методів математичної статистики. Головним інструментом даного методу оцінювання є дисперсія, стандартні відхилення, коефіцієнт варіації.

Але у бізнесі не завжди можна розрахувати ризик за допомогою розглянутих вище методів. У зв'язку з цим особливого значення набуває оцінювання ризику на підставі аналізу фінансового стану підприємства. Це метод відносної оцінки ризику, який може використовуватися власником фірми, його акціонерами та партнерами.

В умовах ринкової економіки інформація про фінансовий стан підприємства є необхідною для різних категорій користувачів, найбільш важливими з яких є менеджери підприємницьких фірм, кредитори, потенційні інвестори, акціонери, постачальники.

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке характеризується системою абсолютних і відносних показників, які відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів підприємства. Аналіз даних показників наводить оцінку фінансовій стійкості підприємницької фірми, яка, у свою чергу, є критерієм оцінювання ризику. Необхідно підкреслити, що залежність між фінансовою стійкістю підприємства і ризиком прямо пропорційна: як тільки підприємство стає фінансово хитким, виникає ризик банкрутства [1, с. 248].

Критерії розрізняються залежно від регіональних, галузевих особливостей підприємств та інших факторів. Розрізняють якісні, кількісні та комбіновані критерії [2, с. 62].

Привабливість бізнесу можливо віднести до комбінованого критерію, бо зокрема його кількісного вираження можливо також встановити його якісні характеристики, які виявляються за допомогою факторів зовнішнього оточення.

Привабливість бізнесу – показник, який характеризує ступінь, можливість отримати задовільний ефект від інвестування в бізнес [3, с. 31].