

## **ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ**

О.Б. ЖИХОР, д.е.н., проф.

*Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова*

*olenazet@mail.ru*

С.С. СЛАВА, к.е.н., професор, Я.І. АЛМАШІЙ, к.е.н., доц.

*Ужгородський національний університет*

*svitlanasl@gmail.com*

*yaninaalmashiy@mail.ru*

Л.І. КОГУТ, ст. викладач

*Мукачівський державний університет*

*lblyashko@mail.ru*

Актуальність досліджень, присвячених значенню бізнес-адміністрування підприємств все більше зростає в сучасних умовах господарювання, коли потрібні нові підходи до вирішення соціально-економічних проблем в умовах світової фінансової кризи. Динамічний розвиток економічних процесів вимагає від управлінців оперативного реагування на їх розгортання, а також постійне застосовування нових важелів підвищення ефективності діяльності підприємства. Бізнес-адміністрування – термін, який використовується для означення «колективної сили» підприємства, основним завданням якої є встановлення цілей і завдань для підприємства. Цією «колективною силою» може бути рада директорів, генеральний директор і менеджери на різних рівнях управління, які виконують різні обов'язки відповідно до їх рангу, але підпорядковуються єдиній меті бізнесу. Основними завданнями, які виконуються адміністраторами є: планування поточної діяльності і планів на майбутнє; виявлення фінансових, матеріальних, людських ресурсів; створення бюджету; визначення пріоритетних напрямків планування персоналу; управління персоналом для досягнення максимального результату діяльності; управління бізнесом загалом.

Перші спеціалісти, з бізнес-адміністрування з'явилися у США в кінці XIX ст., коли фірмам необхідні були управлінці, які б володіли би не лише теоретичними навичками, але й науковою базою, що стала би підґрунтям до інноваційних впроваджень в управлінні підприємством. В середині XX ст. у Європі появилися перші програми, що були націлені на навчання спеціалістів у галузі ділового адміністрування чи бізнес-адміністрування. Окрім здобуття

професійних навичок в управлінні бізнесом в умовах нестабільного конкурентного середовища, спеціаліст у галузі бізнес-адміністрування передбачає особистий інтелектуальний розвиток і вдосконалення навичок в управлінні людськими ресурсами.

Ступінь магістра бізнес-адміністрування вперше стала присуджуватися в США. Навесні 1902 р. сім студентів Дартмутського коледжу (Dartmouth College) отримали перші дипломи про прослуханий повний курс у рамках програми M.C.S. (Master of Commercial Science). Після феноменального успіху програми MBA в Америці, передовий досвід підхопив університет Лондона, який створив London Business School, а трохи пізніше власні програми MBA відкрилися в більшості провідних університетів Великобританії і Європи. Сьогодні бізнес-школи США, Європи та Азії щорічно випускають понад 100 000 магістрів бізнес-адміністрування.

У практиці бізнес-адміністрування, особливо у нестабільних та невизначених умовах, грає вагому роль і система управління ризиками діяльності підприємств. Розробки і дослідження з питань управління ризиками, що заслуговують уваги, викладені в роботах Вітлінського В.В., Глуценко В.В., Вільямса К.Е., Лігоненко Л.О, Хохлова Н.В., Хеда Дж.Л., Чернової Г.В. і ін. Управління ризиком – це дія з визначення рівня невизначеності та по мінімізації негативного впливу ризику на діяльність підприємства. Співзвучним даному трактуванню є бачення ризик-менеджменту як діяльності з оцінки впливу несприятливих факторів на прогнозовані результати виробничо-господарської діяльності.

«Хто пробує проникнути глибше від поверхні, – відзначає Й. Уайльд, – той іде на ризик». У старому енциклопедичному словнику Брокхауза (Санкт-Петербург, 1885) дається таке пояснення ризикованих операцій у бізнесі: «Це договори, виконання яких контрагентами ставиться в залежність від події, про яку зовсім нічого не відомо, відбудеться вона чи не відбудеться, або ж від події неминучої, але момент настання якої не може бути точно визначений».

У бізнесі дуже багато подій, настання чи ненастання яких може призвести до втрат великих фінансових коштів. Можна знайти гроші, чітко їх рахувати і витратити, а потім втратити, якщо менеджер не передбачить вірогідності тих чи інших подій. Досвід ринкових країн свідчить, що коли правильно будувати бізнес і враховувати якнайбільше найнесприятливіших

подій, то можна дійсно управляти ризиком, хоч і не з 100-відсотковою гарантією.

Наукові уявлення щодо ризику склалися поетапно. Це явище почали вивчати статистики, економісти, юристи, математики. Потім сформувались наукові теорії: ігор, ймовірностей, дослідження операцій, катастроф, соціальної психології ризику. Поняття ризику з'явилося у військових, економічних, демографічних, медичних, біологічних, правових та інших дисциплінах. Приблизно з 60-х років ХХ ст. ризик став предметом міждисциплінарних досліджень. У країнах з розвинутою ринковою економікою існує багато довідників та солідних досліджень стосовно ризику в бізнесі. У США, наприклад, в усіх спеціалізованих часописах типу «Фортуна» чи «Бізнес уїк» є спеціальні рубрики, присвячені проблемам ризику в інвестиціях, кредитуванні тощо. Практично всі великі фінансові фірми безкоштовно випускають методичні поради з різних питань комерційного та інших видів ризику.

З розвитком світової економіки бізнес-адміністрування отримало велике значення на всіх стадіях розвитку бізнесу, від започаткування до розвитку і зростання. Ефективна система бізнес-адміністрування несе у собі потенціал збереження і ефективного використання фінансових, матеріальних ресурсів підприємств, своєчасного виявлення та нейтралізації реальних та потенційних загроз, а також формування умов реалізації підприємствами своїх стратегічних інтересів.

## **КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ: ОСНОВНІ ФОРМИ, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВПРОВАДЖЕННЯ**

О.І. ПОНУРОВСЬКИЙ, аспірант кафедри  
*Харківський національний університет міського господарства  
імені О. М. Бекетова  
ponurovskii@mail.ua*

На сьогоднішній день корпоративна соціальна відповідальність є перспективним напрямком у розвитку соціально-економічних відносин між споживачами та виробниками товарів та послуг, така взаємодія виражається через формування на підприємстві політики соціальної відповідальності, що визначає відношення підприємства або компанії до загальноприйнятих