

праці і соціального партнерства. Саме тому використання новітніх підходів до мотивації трудової діяльності сприятиме розвитку творчого потенціалу працівників та демократизації управління, а також задоволенню потреб вищого рівня — в належності та причетності, визнанні та самовираженні, самоствердженні та самодосконаленні.

Література

1. *Абрамов В. М., Данюк В. М., Колот А. М.* Мотивація і стимулювання праці в умовах переходу до ринку. — О.: ОКФА, 1995. — 96с.
2. *Гунченко М. В.* Основні принципи побудови та функціональний розподіл моделі мотивації праці // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. — 2003. — № 4. — С. 71—75.
3. Економічний енциклопедичний словник: У 2 т. Т. 1 / За ред. С. В. Мочерного. — Львів: Світ, 2005. — 616 с.
4. *Куликов Г. Т.* Некоторые аспекты совершенствования мотивации труда на предприятиях промышленности // Социально-экономические аспекты промышленной политики. Управление человеческими ресурсами: государство, регион, предприятие: Сб. науч. тр.: В 3 т. — Донецк: Ин-т економіки пром-сти НАН України, 2006. — Т. 3. — С. 53 — 60.
5. Мотивація праці в ринковій економіці: проблеми теорії і практики: Монографія / Богиня Д. П., Долгова Л. І., Куліков Г. Т. та ін. — К.: Ін-т економіки НАН України, 1997. — С. 138 — 158, 165 — 167.

Стаття надійшла до редакції 12.06.2008.

УДК 330.16

А. В. Кудінова,

канд. екон. наук., асистент кафедри політичної економії факультетів управління та маркетингу, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ІЄРАРХІЧНА СИСТЕМА ФАКТОРІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ПОВЕДІНКИ

Стаття присвячена теоретичному узагальненню умов та чинників, які детермінують економічну поведінку суб'єктів підприємницької діяльності та обумовлюють її національну специфіку.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: підприємництво, фактори підприємницької поведінки, бізнес-середовище.

В сучасних умовах процес формування цивілізованого вітчизняного підприємця стає об'єктивною необхідністю, оскільки є передумовою динамічної трансформації підприємств у конкурентноспроможні суб'єкти ринку. Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про те, що в роботах Т. Александрової, З. Варналія, В. Верховіна, В. Мокряка, О. Пасхавера та ін., увага приділена переважно соціально-економічним умовам функціонування українського підприємця, проте комплексний аналіз ієрархічної системи чинників підприємницької поведінки залишається поза науковим інтересом.

Головною метою статті є аналіз факторів, що визначають, по-перше, поведінку бізнесмена, як індивіда; по-друге, поведінку підприємства на ринку; по-третє, «колективну» поведінку підприємців, як представників певного соціального прошарку; по-четверте, національну бізнес-поведінку.

Підприємницька поведінка, як сукупність дій та вчинків суб'єктів господарювання, спрямованих на досягнення ними ефективних результатів у бізнесі, здійснюється у певному середовищі, яке формує відповідний стиль поведінки ділової людини.

Бізнес-середовище виступає одночасно умовою і об'єктом економічної діяльності: пристосовуючись і змінюючись під впливом середовища діяльність, у свою чергу, здійснює зворотній вплив на нього, нерідко корегуючи та змінюючи саме середовище як у цілому, так і його окремих елементів. Середовище, як своєрідна аура, котра супроводжує і опосередковує підприємницьку діяльність, включає різноманітну сукупність чинників та факторів політичного, соціального, економічного, інституційного, культурного характеру, які формують мотиваційні цілі та установки професійної поведінки підприємців на всіх рівнях його контактів з партнерами, державою, трудовим колективом тощо.

Підприємець знаходиться в епіцентрі дії найрізноманітніших факторів: від історичних до особистісних (рис. 1). Графічне зображення чинників підприємницької поведінки у вигляді рекурсії обумовлено специфікою впливу факторів різних рівнів один на одного та на поведінку суб'єктів підприємницької діяльності в цілому.

Підприємницька поведінка — це ядро, на яке нашаровуються чинники від індивідуальних, пов'язаних безпосередньо з підприємцем, до історичних, соціокультурних, природно-демографічних, які об'єктивно дані й не залежать від волі підприємця. Кожен рівень впливає на найближчий до нього і таким чином опосередковано впливає і на всі інші; тому для якісного та обґрунто-

ваного аналізу особливостей та чинників поведінки суб'єктів підприємництва необхідно дослідити складові кожного з чотирьох рівнів.



Рис. 1. Рекурсивна модель чинників підприємницької поведінки

Перший рівень — це фактори, які формують економічну поведінку бізнесмена, як окремого індивіда і включає, по-перше, рівень професійної компетентності підприємця, оскільки нерідко банкрутства трапляються по причині загальної некомпетентності підприємців (нечітка підприємницька ідея, слабе володіння навичками її реалізації, незнання основ підприємницької діяльності); управлінської некомпетентності підприємців (незнання основ менеджменту, неготовність виконувати функції керівника); дисбалансу компетентності підприємців (висока обізнаність у деяких моментах бізнесу при недоліку знань, наприклад у фінансовому менеджменті).

По-друге, індивідуальну обумовленість. Вже доведений факт, що несвідоме грає якщо не провідну, то одну з ключових ролей у регуляції поведінки будь-якого індивіда. За даними американських дослідників, у 50—72 % випадків у засновників компаній хоч

би один з батьків мав вільну професію. Тобто при вихованні майбутніх підприємців такі батьки заклали в своїх дітях установки або готовність здійснювати вчинки, характерні для підприємницької поведінки. Міра свободи вибору, яку дозволяють собі успішні підприємці, нашоєхує на думку про те, що даний тип людей володіє набагато меншим числом фруструючих установок, чим інші. До того ж загальна культура підприємництва складається з низки обов'язкових компонент, які формуються з дитинства: наявність позитивних прикладів успішності самостійного бізнесу; можливість розвивати підприємницькі задатки при сприятливому відношенні до цього суспільства в період формування особи; сімейні контакти і особисті знайомства з бізнесменами, внаслідок цього обізнаність і легкий доступ до ринку; можливість отримати формальні і неформальні знання і досвід незалежного менеджменту; традиції пошани до прав власності.

Різні наукові концепції по-різному розставляють пріоритети, аналізуючи особисті якості індивіда, сприятливі для підприємницької діяльності. Ж. Б. Сэй у «Трактаті політичної економії» назвав постійність, знання людей, талант управління, ризикованість обов'язковими властивостями підприємця. Й. Шумпетер зробив спробу схематично намалювати портрет підприємця. Які основні риси він визначив у цьому портреті? По-перше, інтелект, обмежений і вибірковий, спрямований тільки на глибоке вивчення необхідних підприємцеві об'єктів. По-друге, інтуїція, яка компенсує брак інформації. По-третє, воля, необхідна для подолання інерції мислення (звичка людей економити розумову енергію). По-четверте, підприємець керується в своїх діях переважно позаекономічними переконаннями. Його мотиви — потреба в завоюванні економічної свободи, радість творчості, задоволення від роботи [7].

Сучасні вчені прагнуть «намалювати» узагальненій портрет підприємця, який включав би в себе не тільки універсальні психологічні характеристики: (інтелектуальні, комунікативні, вольові якості), а й деякі ділові якості, які впливають на результати бізнесу в цілому або на його окремі складові (табл. 1).

Проте є якості, які відзначають всі дослідники, є основоположними для підприємця. Це впевненість у своїх діях і рішучість довести правоту, ризикуючи власним капіталом; добре тренувана інтуїція; розвинена уява, яка дає можливість підприємцеві винаходити нові комбінації, а також знижує суб'єктивний ступінь ризику і невизначеності, який живе в його свідомості і впливає на його дії. І обов'язково це сміливий новатор, який руйнує стабільні структури минулого.

Таблиця 1

ОСОБИСТІСНИЙ ПРОФІЛЬ ПІДПРИЄМЦЯ [4, с. 313]

Якості	Прояви якостей
Пошук можливостей та ініціативність	а) бачить і використовує нові або незвичні ділові можливості; б) діє до того, як його змусять вчиняти обставини
Завзятість і наполегливість	а) готовий до неодноразових перешкод, щоб подолати перешкоду; б) змінює стратегії, щоб досягнути мети
Готовність до ризику	а) віддає перевагу ситуаціям «виклику» або помірного ризику; б) віддає перевагу діям, щоб зменшити ризик або контролювати результат
Орієнтація на ефективність	а) знаходить шляхи робити речі краще, дешевше, швидше; б) прагне досягти досконалості, поліпшувати стандарти ефективності
Залучення до робочих дій, контактів	а) бере на себе відповідальність та готовий на особисті жертви заради виконання роботи; б) береться за справу разом з працівниками або самотужки
Цілеспрямованість	а) чітко висловлює цілі, має довгострокове бачення; б) постійно ставить і корегує короткотермінові завдання
Прагнення бути інформованим	а) особисто збирає інформацію про клієнтів, постачальників, конкурентів б) використовує особисті і ділові контакти для своєї інформованості
Систематичне планування і спостереження	а) планує, розділяючи основні завдання на підзавдання; б) розробляє або використовує процедури спостереження за виконанням робіт
Здатність переконувати і встановлювати зв'язки	а) використовує обережні стратегії для впливу і переконання людей; б) використовує ділові й особисті контакти як засіб досягнення цілей
Незалежність і самовпевненість	а) прагне до незалежності від правил і контролю інших людей; б) покладається лише на себе у ситуації протистояння відсутності успіху; в) вірить у свою здатність виконувати складні завдання

Другий рівень представленої рекурсивної моделі — це чинники, які визначають поведінку окремо взятого підприємства. Їх складно проаналізувати з позиції лише однієї концепції. Неокласична традиційна модель фірми у загальному вигляді порівнює «результати» різних ринкових структур, чи досліджує умови, близькі до моделі досконалої конкуренції, тому поза межами неокласиків залишається пояснення причин самого існування фірми, її організаційна структура, закономірності розвитку.

Трансакційний підхід (Р. Коуз) [3] розглядає фірму як систему формальних і неформальних контрактів між різними її учасниками, при якій вибір між адміністративними і ринковими відносинами з контрагентом, здійснюється економічним суб'єктом виходячи з того, який варіант мінімізує його трансакційні витрати (на пошук інформації, ведення переговорів, захист прав власника, ризик невиконання контракту тощо).

Менеджеристський напрямок (У. Баумоль, Р. Мерріс, О. Уільямсон) [2, 5] оперує вже не «ціллю фірми», а «ціллю управляючих акціонерних компаній», що володіють достатньою інформацією для того, щоб оптимально реалізовувати свої цілі, але їх об'єктивне положення найманців формує специфічний набір переваг, які спонукають відхилитися від стратегії максимізації прибутку, а відносна незалежність від власника дозволяє їм слідувати цим перевагам на практиці.

Поведінковий підхід принципово відрізняється від попередніх за рахунок перегляду самої моделі людини, відмови від передумов максимізаційної раціональності (Г. Саймон, Р. Сайерт, Дж. Марч). Фірма — коаліція індивідів, які мають різні переваги, й, відповідно, різні цілі, які не можна звести до широкого консенсусу.

На наш погляд, узагальнений аналіз чинників, що детермінують поведінку окремого підприємства повинен включати два блоки: перший блок — це ціль підприємництва, яка визначає випуск продукції і її ціну (обсяг виробництва; рівень запасів готової продукції; запланований рівень продажів; бажана доля ринку; прибуток); тип власності; напрямок діяльності; форму організації бізнесу; стан ринкового середовища. Другий блок, який у повній мірі відображає сучасний характер підприємницької поведінки: диверсифікованість підприємницьких знань, доступність інформації щодо міжнародного досвіду, опанування новітніми технологіями, мобільність як поведінкових установок власне підприємця, так і всієї бізнес-діяльності.

Третій рівень чинників, які обумовлюють поведінку всього підприємницького класу є найбільш дослідженим у вітчизняній

науці і включає правові, політичні, інфраструктурні, інноваційно-технологічні та економічні показники, як не можуть бути постійними, вони мінливі, іноді ці параметри змінюються повільно, іноді різко і без попереджень. Американські дослідники М. Хаммер і Дж. Чампі в книзі «Реінжиніринг корпорації» [6] відзначають, що до 1975 р. стабільність зовнішнього середовища, в якому рідко відбувалися дійсно глобальні зміни, детермінувала поведінку підприємців таким чином, щоб максимально використати всі сприятливі можливості того часу, а саме: тривалі цикли життя товарів; більше часу для розробки нових продуктів (технологій, послуг); збільшення розмірів компаній з пірамідною структурою — формування в складі компаній власних експертних підрозділів; великі складські приміщення для сировини і продукції; масове виробництво. Приблизно з кінця 70-х — початку 80-х рр. стрімкий науково-технічний прогрес перетворив спокійне зовнішнє середовище на турбулентне з його нестабільністю та непередбачуваністю, і тепер ефективна поведінка підприємця характеризується здатністю до підвищеної адаптації та виживання в нових суспільно-економічних умовах, які постійно змінюючись, впливають на функціонування підприємця та вимагають від нього відповідного реагування.

Наступний рівень чинників підприємницької поведінки охоплює об'єктивно дані базові умови функціонування підприємницьких структур як результат національного розвитку та включає природно-демографічні, історичні та соціокультурні показники.

Природно-демографічне середовище підприємництва (ступінь наявності, розвинутості та доступності використання сировини й паливно-енергетичних ресурсів; екологічні норми та рівень їх дотримання; структура, чисельність, щільність та відтворення населення, його зайнятість та рівень освіти, етнічна однорідність) визначає галузеву спеціалізацію й розміщення підприємств, рівень витрат та можливості використання робочої сили. Особливість природно-демографічного фактора полягає, по-перше, у його позаісторичному характері (тобто вплив здійснюється незалежно від історичного та економічного розвитку країни), а по-друге, хоча цей фактор не завжди робить визначальний вплив, для деяких видів діяльності він може значно впливати на умови та ефективність функціонування (тому в добувних галузях підприємство розташовується поблизу місця покладів корисних копалин, а туристичні та оздоровчі підприємства скупчуються в найкращих кліматичних зонах й живописній місцевості). Проте у більшості випадків, наявність сприйнятливих природних чинників — це

лише передумови, які підприємництво країни може використати за умови відповідного розміщення інвестицій. До того ж, достатньо високий розвиток протягом ХХ — на початку ХХІ ст. світового ринку сировинних ресурсів та новітніх технологій зменшує дію природного середовища на підприємництво. Це надає можливості використовувати тільки ті природні ресурси країни, споживання яких є економічно доцільним.

Що стосується демографічних чинників, то вони повинні обов'язково враховуватися в діяльності підприємства. Адже збільшити підприємницький капітал можна тільки в межах, які йому створює приріст споживацького попиту населення — як за загальним обсягом, так і за його структурою. Інакше кажучи, якщо підприємство прагне збагачуватися за рахунок зниження заробітної плати чи надмірного підвищення цін (або водночас обома способами), то цим воно створює собі обмеження для такого збагачення.

Історичні фактори підприємницької поведінки, на наш погляд, необхідно виокремити від інших, тому що, підприємництву притаманна логіка саморозвитку з дуже сильною залежністю від попереднього шляху (тобто історії), тому необхідно розглядати її вплив на становлення, поширення та характер моделі підприємницької поведінки в сучасних умовах. Світова історія розвитку підприємництва налічує декілька глобальних цілей і завдань, які періодично, поетапно змінювалися після свого здійснення, відповідно змінювався і характер підприємницької поведінки з врахуванням історичного розвитку окремо взятої країни. Тобто кожний історичний етап обумовлює пріоритетну складову моделі підприємницької поведінки: на першому етапі розвитку підприємницької діяльності в якості пріоритетної умови виступала націленість на виробництво і пошук нових технологічних можливостей для досягнення бажаного результату; на другому (поч. ХХ ст.) більш використовувалися нетрадиційні рішення з врахуванням новітніх досягнень у науково-технічній та економічній сферах; далі (поч. 30-х рр.) набувала популярності ідея врахування специфіки потреб споживачів, а також більш диференційованого підходу до людського фактора; поступово (з сер. 50-х рр. ХХ ст.) акценти зміщувались на вдосконалення системи управління. Сучасний етап розвитку підприємництва передбачає врахування дедалі зростаючого числа факторів, що мають як безпосередній, так і опосередкований вплив на поведінку підприємця. Проте для кожної країни характерні свої особливості історичного розвитку, які формують специфіку господарських взаємовідносин, стимули і мотивацію підприємницького сектору.

Соціокультурні характеристики охоплюють етичні та моральні норми суспільства, релігійні переконання, тобто те, що впливає на формування потреб та особливостей попиту, специфіку організації виробництва, на відношення до підприємництва. Підприємство як практично будь-який тип поведінки, детермінований культурою і не зводиться до простої послідовності дій, над ними обов'язково є духовна «надбудова». Не можна однозначно відповісти на питання, про те, що первинно: наявність культури підприємництва (як норм суспільства, що заохочують новаторство) чи само підприємство, «ніхто не вважає, що культура обумовлює економіку чи, навпаки, економічні фактори завжди визначають культуру. Конкретні причинні зв'язки є предметом емпіричного аналізу у кожному окремому випадку» [1].

Таким чином, цілісне уявлення про характер підприємницької поведінки у розвиненій ринковій системі дає комплексний аналіз чинників внутрішнього та зовнішнього середовищ ведення бізнес-діяльності, які відповідно до ступеню впливу можна ранжувати за наступними чотирма рівнями: чинники, які визначають індивідуальну поведінку підприємця; чинники, які формують поведінку окремої фірми на ринку; чинники, які обумовлюють загальні стандарти «колективної» поведінки підприємців, як групи суб'єктів економічної діяльності, що реалізує специфічну функцію; чинники, які детермінують поведінку підприємця, як і будь-якого іншого гравця на ринковому полі.

Література

- 1 Бергер П. Капиталистическая революция. — М.: Издательская группа «Прогресс»—«Универс», 1994. — 404 с.
- 2 Вехи экономической мысли / Сост. В. М. Гальперин. — СПб.: Эконом. школа, Гос. ун-т экон. и фин., Высшая шк. экономики. — Т. 2: Теория фирмы. — 2000. — 534 с.
- 3 Коуз Р. Фирма, рынок и право: Пер.с англ. — М.: Десо, 1993. — 192с.; Панорама экономической мысли конца XX столетия: В 2-х т.: Пер. с англ. — СПб.: Экон. школа. — 2002. — 668 с.
- 4 Технології роботи організаційних психологів: Навч. посіб. для студентів вищ. навч. закл. та слухачів ін-тів після диплом. освіти/ За наук. ред. Л.М. Карамушкин. — К.: Фірма «ІНКОС», 2005. — 366 с.
- 5 Уильямсон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки и отношенческая контракция. — СПб.: Лениздат, 1996. — 476 с.

6 *Хаммер М., Чампи Дж.* Реинжиниринг корпорации: Пер. с англ. — Спб.: СПбГУ, 2002. — 332 с.

7 *Шумпетер Й.* Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): Пер. с нем. — М.: Прогресс, 1982. — 348 с.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2008.

УДК: 334.7

С. О. Савицька, аспірантка
кафедри політичної економії
обліково-економічного факультету,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ТНК ЯК ФАКТОР ДИНАМІЗАЦІЇ СТРУКТУРНИХ ЗРУШЕНЬ

Стаття присвячена змінам у структурі світового господарства та їх причинам. Розглянуто особливий вплив ТНК на зростання світового виробництва та здійснення структурних зрушень.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: структурні зрушення, ТНК, поглинальна можливість, прямі іноземні інвестиції.

На сучасному етапі розвитку світового господарства спостерігаються глибокі зрушення у структурі економіки країн і регіонів. Якщо раніше ці зміни стосувалися окремих секторів господарства, вимальовуючи нові пропорції між крупними секторами економіки, то сьогодні структурні зрушення більш відчутні на міжгалузевому рівні. На сучасному етапі світовому господарству характерні такі зміни у структурі, як зменшення частки сільськогосподарства, видобувної та обробної промисловості, та в той же час підвищення частки сфери послуг.

Причину таких змін потрібно розглядати, перш за все, з точки зору того, що сьогодні світ опинився на порозі нового переділу, але не військово-політичного, а економічного, де головними гравцями будуть вже не держави і навіть не блоки країн, а провідні транснаціональні корпорації найбільших промислово розвинених держав. Глобальні тенденції інтернаціоналізації виробництва, приватизації, лібералізації зовнішньої торгівлі поставили ТНК у центр світового економічного розвитку. Змінюється структура суспільних вимог, відбуваються зміни в техніці і технологіях, розподілі праці та її подальшій спеціалізації, змінюються відно-