

Мельничук В.Е.,

аспірант,

Рощина Н.В.,

канд. екон. наук, доцент,

кафедра теоретичної та прикладної економіки,

КПІ ім. Ігоря Сікорського

СУЧАСНІ ОРІЄНТИРИ УПРОВАДЖЕННЯ ПРОАКТИВНОЇ ПОВЕДІНКИ

Під впливом становлення інформаційної парадигми особливої актуальності набувають підходи та концепції які ураховують сучасні виклики новітніх перетворень на всіх рівнях життя людини та їх вплив на загальний розвиток соціально-економічних відносин. Одним з найважливіших аспектів сучасного суспільства є трансформація трудових процесів. Робота стає з кожним роком більш динамічною та децентралізованою, проактивна поведінка та ініціатива стають ще більш потрібними детермінантами організаційного успіху організації. Наприклад, коли запроваджуються нові форми управління, які мінімізують функцію нагляду, вони все більше покладаються на особисту ініціативу персоналу щодо виявлення та вирішення проблем [2]. Проактивна поведінка може бути концепцією впливу, а не просто однією з проблем управління, що може призвести до підвищення ефективності організації [1]. Компанії повинні зосереджуватися на визначенні та виправленні політики та систем, які мінімізують та пом'якшують індивідуальну ініціативу [3].

Проактивна поведінка на роботі отримала значну наукову увагу дослідників протягом останніх років. Проте вона не виникла як інтегрований потік досліджень в літературі з організаційної поведінки. Термін «проактивний» було вперше введено австрійським психологом Віктором Франклом у його книзі «Людина в пошуках сенсу» для позначення особи, яка бере відповідальність за себе й своє життя, а не шукає причин для подій, що відбуваються з нею, в довколишніх людях та обставинах. Цей термін у розумінні Франкла близький до поняття інтернальності. У цьому трактуванні поняття проактивності широко використовується у популярній літературі з менеджменту. Не існує єдиного визначення, теорії чи міри, що керує цим поняттям, а навпаки, дослідники адаптували ряд різних підходів до виявлення попередніх та наслідків проактивності, і розглянули їх у контексті досліджень за різноманітними тематиками, такими як потенційна та фактична робота, керівництво, підприємництво, соціалізація та ін. Все це було розглянуто крізь призму проактивності та ініціативи. Проте поки що в Україні не достатньо опублікованих статей на дану тематику.

Оскільки проактивна поведінка була концептуалізована та оцінювалася різноманітними шляхами, то термін, що фіксує сутність різних підходів, має

бути конструктивним. Формулюючи власне визначення поняття, можна сказати, що проактивність – це трансформація поведінки індивідуума з метою суб'єктивної оптимізації умов за для досягнення відповідних цілей. Працівники можуть займатися проактивною діяльністю, в якій вони виконують всі основні вимоги до роботи. Наприклад, агенти з продажу можуть активно шукати відгуки щодо своїх методів для закриття продажу з кінцевою метою підвищення продуктивності роботи. Додаткові прояви у поведінці працівників можуть також бути проактивними, такі як зусилля, спрямовані на відновлення ролі організації. Отже, працівники можуть брати участь в управлінні кар'єрою шляхом визначення та реалізації можливостей змінити обсяг своїх робочих місць або перейти до більш бажаних підрозділів бізнесу.

Спільною ланкою, яка зв'язує різні підходи до вивчення проактивності та ініціативності, є орієнтування дій на організаційні форми поведінки. З цієї точки зору, проактивні працівники беруть активнішу участь у формуванні різних підходів до роботи. Вони ініціюють ситуації та створюють сприятливі умови, на відміну від більш пасивної, реактивної моделі поведінки. Наприклад, Фрезе та ін. описав концепцію особистої ініціативи як залучення проактивного та самостійного підходу до роботи [2]. Бейтман і Крент стверджували, що проактивні особи змінюють навколишнє середовище, тоді як менш активні люди приймають більш реактивний підхід до своєї роботи, пристосовуються до умов у організації [1]. Аналогічно було сформовано концепцію продажу випусків, що описує середніх менеджерів, які активно формують процес стратегічного планування, звертаючи увагу на конкретні сфери інтересів [3].

Незважаючи на те, що загальний акцент робиться на активній, а не на пасивній поведінці на роботі, не існує спільної думки про те, як краще сформулювати та вимірювати проактивність. Деякі дослідники підкреслювали важливу роль проактивності та динамізму у роботі [1;3], в той час як інші вважали, що проактивна поведінка є більшою мірою функцією ситуаційних ознак [4].

Різні теоретичні підходи та області змісту, в яких вивчалась проактивна поведінка, свідчать про те, що проактивність є складним явищем з численними причинами та наслідками. Дослідження проактивної поведінки в організаціях з'явилися у багатьох різних дослідницьких потоках, з перехрещенням між різними науками ще 20 років тому, але в Україні, на жаль, цей напрям дослідження ще досі не є актуальним.

Підсумовуючи, можна сказати про те, що проактивність є складним явищем, яке має важливі особистісні та організаційні наслідки, тобто для отримання оптимального результату, необхідно детально визначити за яких умов працівники вирішують задіяти власну проактивність, а їх керівники знайти способи ефективнішого реагування на проактивну поведінку людей та проаналізувати зв'язок між проактивністю та результатами, що отримує організація. Майбутня теоретична та емпірична робота повинна додатково

визначити її попередні та послідовні кроки, а також розкрити граничні умови процесу проактивної поведінки у колективі. Проактивна поведінка є важливішою ніж будь-коли внаслідок зміни парадигми розвитку соціально-економічних відносин.

Література

1. Bateman, T. S., & Crant, J. M. 1993. The proactive component of organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 14: 103-118.
2. Frese, M., Fay, D., Hilburger, T., Leng, K., & Tag, A. 1997. The concept of personal initiative: Operationalization, reliability and validity in two German samples. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 70: 139-161
3. Frohman, A. L. 1997. Igniting organizational change from below: The power of personal initiative. *Organizational Dynamics*, 25(3): 39-53.
4. Morrison, E. W., & Phelps, C. C. 1999. Taking charge at work: Extra-role efforts to initiate workplace change. *Academy of Management Journal*, 42: 403-419.

УДК 658.8: 339.138

Данніков О.В.,

канд. екон. наук, доц.,

Івасько І.М.,

кафедра маркетингу,

ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ЛІДЕРСТВО АБО ТРАДИЦІЙНЕ КЕРІВНИЦТВО В УПРАВЛІННІ ТОРГОВИМ ПЕРСОНАЛОМ

Основною проблемою в процесі планування торговельно-посередницьким підприємством діяльності з управління продажами є відсутність розробленої теоретичної основи, яка повинна слугувати методологічним базисом узгодження цільових показників до відповідності за певними критеріями. Що не дозволяє оптимізувати вибір маркетингових інструментів для вирішення аналогічних управлінських ситуацій, з урахуванням специфіки українського товарного ринку.

У практиці ведення господарської діяльності на території України цей процес обумовлений необхідністю підвищити безпеку свого бізнесу власниками через запровадження єдиних «правил гри», тому актуальними стають питання формалізації бізнес-процесів, певних регламентів і процедур, порядок розробки рішень.

Дуже важливо визнати той факт, що ефективність діяльності торговельно-посередницького підприємства на ринку безпосередньо пов'язана з найбільш важливими бізнес-процесами з точки зору реалізації стратегії розвитку – управління продажами, які необхідно здійснювати в контексті загального стратегічного маркетингового плану. Тільки в цьому