

УДК 316.454.3:33

Садеков А. А., Заїка Ю. А.

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто фактори впливу на економічну поведінку підприємства, визначено умови формування економічної поведінки підприємств. Удосконалено схему процесу формування економічної поведінки підприємств.

Ключові слова: економічна поведінка підприємства, інституціональні умови, функціональні умови, процес формування економічної поведінки підприємства.

Sadyekov A., Zaika Y.

PROCESS OF ECONOMIC BEHAVIOR OF ENTERPRISES

The factors of influence on the economic conduct of enterprise are considered in the article, certainly terms of forming of economic conduct of enterprises. The chart of process of forming of economic conduct of enterprises is improved

Keywords: economic behavior of enterprises, institutional conditions, functional terms, the formation of economic behavior of enterprises.

Вступ. Сучасні економічні системи характеризуються різноманітністю форм власності. Це різноманіття обумовлено різними об'єктивними причинами, які роблять значення категорії «економічна поведінка підприємства» досить актуальним, а також воно сприяє створенню благ і послуг з найменшими витратами. Проте само по собі таке різно-

маніття ще не може гарантувати безумовний господарський успіх. Сучасна економічна наука вважає, що всі економічні суб'єкти прагнуть до раціональної комбінації виробничих чинників і узгодженості дій а також економічних інтересів учасників. Вважається, що основні мотиви діяльності всіх господарюючих суб'єктів - прагнення до максимізації

прибутку. Максимізація ж прибутку може бути досягнута тільки при вдалій економічній поведінці підприємства і високопрофесійному управлінні всіма його ресурсами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розв'язання проблеми визначення факторів впливу на економічну поведінку підприємств приділялась увага багатьма вченими, а саме: Н. В. Шибасвою, Н. П. Карачиною, Т. В. Кондратьєвою, Г. В. Капленко, О. М. Малиш.

Саме економічна поведінка являється провідним поняттям для пояснення функціонування підприємства у сучасних нестабільних умовах. Переважно, економічна поведінка підприємства проявляється в ефективному управлінні керівництва, а також у вдалій адаптації і вірному виборі дій у середовищі що оточує його. Саме тому в даній статті ми вважаємо за необхідне проаналізувати фактори впливу на економічну поведінку підприємства.

Постановка завдання. Метою статті є визначення факторів впливу на економічну поведінку підприємства; визначення умов формування економічної поведінки підприємств, удосконалення схеми процесу формування економічної поведінки підприємств.

Виклад основного матеріалу. На нашу думку, економічна поведінка підприємства - це стратегічно визначений напрям взаємопов'язаних, цілеспрямованих дій, методів і способів для реалізації пріоритетних цілей підприємства в умовах адаптації до змін, що пов'язані з вибором раціональних економічних альтернатив, в якому мінімізуються витрати і максимізується чистий дохід.

Економічна поведінка залежить від умов господарювання, притаманних певній економічній системі. Вирішальною умовою, що визначала економічну поведінку в первісному суспільстві були природні фактори, через це, метою діяльності було виробництво засобів існування. В індустріальній економічній системі всі економічні відносини виступають як обумовлені суспільством, а не природою. Метою діяльності через це стає в черговий раз максимізація прибутку.

На думку науковців, які займаються вивченням економічної поведінки підприємств у ринковому середовищі, запевняють, що умови, які на неї впливають, можна поділити на підгрупи [5]:

1. Функціональні умови (мікроекономічні та макроекономічні). До макроекономічних умов відносяться:

- об'єм попиту;
- рівень процентних ставок;
- рівень інфляції;
- зайнятість;
- рівень оподаткування.

А мікроекономічні умови в свою чергу поділяються на внутрішні і зовнішні. До зовнішніх умов відноситься стан ринкового середовища. До внутрішніх умов: тип власності; форма організації бізнесу; способи організації праці; форми матеріального стимулювання робітників; способи організації та управління виробничим процесом, залежно від особливостей СПД.

2. Інституціональні умови.

Розширюючи даний перелік науковець Н. П. Карачина [2] відносить до внутрішніх мікроекономічних умов:

- виробничо - технологічні (рівень забезпеченості обладнанням і його стан, а також рівень виробництва нової продукції);
- господарські (крім типу власності, способів організації праці та форм матеріального стимулювання і організаційно-правової форми господарювання, ще й галузеву приналежність підприємства);
- фінансові (рівень ліквідності, ділової активності, фінансової стійкості, рентабельності, обсяг капіталу);
- управлінські (цілі і інтереси власника, кваліфікація і досвід директора підприємства, стереотипи поведінки і мотиви);
- корпоративні (ступінь узгодженості інтересів учасників підприємства);
- інвестиційні (обсяг інвестиційних ресурсів).

До зовнішніх мікроекономічних умов науковець відносить:

- платоспроможність споживачів (рівень еластичності попиту над доходами населення);
- ринковий фактор (положення підприємства на ринку, обсяг попиту і пропозиції, рівень конкуренції);
- потенціал постачальників (наявність і ефективність постачальників);
- інформаційний фактор (рівень доступності і надійності інформації).

До макроекономічних умов, в свою чергу, автор включає:

- податковий фактор (рівень державних податків і зборів);
- нормативно - законодавчий фактор (рівень стабільності та дієвості чинного законодавства);
- фінансово - макроекономічний (рівень стабільності фінансово-економічного розвитку держави, рівень цін і процентних ставок).

Слід зазначити, що простеживши за запропонованою науковцями класифікацією, можна зрозуміти що ними майже не пояснюють необхідність в край важливих для сучасного підприємництва інституціональних умов серед умов, які впливають на економічну поведінку підприємств в ринковій економіці. Вчені наполягають, що до інституціональних умов належать формальні і неформальні норми поведінки. А також фактор взаємного очікування.

До інституціональних умов, на нашу думку, так само ще необхідно віднести:

- неповноту й асиметричність інформації;
- обмежену раціональність економічних агентів;
- невизначеність середовища;
- неповний захист прав власності.

Отже, основним внеском інституціонального напрямку в розвитку підприємства може являтися:

- використання в економічній поведінці підприємства трансакційних витрат, що обумовлюють розмір самого підприємства;

- прийняття змінно - лімітованої раціональності економічного середовища навколо підприємства;
- аналіз поведінки підприємства залежно від структури власності і його управлінської структури;
- зазначення залежності економічної поведінки підприємства від інституціонального середовища й лінії його попереднього розвитку[3].

Для формування адекватних підприємницьких реакцій управлінські служби підприємства мають постійно проводити моніторинг тенденцій зовнішнього середовища, а також змін основних показників діяльності самого підприємства [4].

Вивчення стану ринкового середовища та специфіки його реакцій містить дослідження:

- попиту, факторів впливу на попит та реакцій попиту на зміни факторів стану середовища, (індивідуальні і групові показники еластичності попиту за ціною, доходом тощо);
- конкуренції на ринках та діяльності конкуруючих фірм;
- загальної кон'юнктури галузі, в якій діють підприємства (перспективи розвитку, набір конкурентних переваг, фактори успіху збуту);
- загальних умов збуту в регіоні, країні, на ринках ближнього і далекого зарубіжжя.

Отже, економічну поведінку підприємства треба розглядати як сукупність інституціональних і функціональних умов.

Згідно з думкою Г. В. Капленко, підприємство, як економічний суб'єкт - це система скоординованої поведінки, тому процес формування економічної поведінки підприємства описувати потрібно в цілому. Саме тому поведінка базується на моделі зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства і пов'язана з розрахунком і ситуацією вибору [1].

Формування економічної поведінки розпочинається із визначення основних напрямів діяльності підприємства і відповідного його призначення.

Процес формування економічної поведінки підприємства має циклічний характер.

На I етапі - формується вхідна інформація, яка складається із сукупності інформації як із внутрішніх, так і із зовнішніх джерел.

На II етапі - вхідна інформація проходить стадії аналізу і оцінки, враховуючи інформацію минулих періодів, це сприяє переходу до аналізу галузі, в якій функціонує підприємство.

На III етапі - проводиться аналіз ринку, на якому функціонує підприємство, а також рівень технологій, якість продуктів, наявність ресурсів, рівень інновацій.

На IV етап - формування стратегії підприємства. Даний етап поділяється на декілька суттєвих позицій: формування стратегічної мети; узгодження цілей стратегій з реальним потенціалом підприємства; визначення альтернативних варіантів (обмежене зростання, розширення, скорочення, шляхом ліквідації, скорочення і переорієнтації); вибір стратегії поведінки, яка б забезпечила виконання поставлених цілей.

V тап - формування стратегії поведінки, для підвищення ймовірності реалізації стратегії підприємства.

VI етап - створення комплексу дій для реалізації стратегії підприємства, враховуючи короткострокові цілі підприємства.

На VII етапі здійснюється реалізація стратегії поведінки підприємства.

На VIII етапі відбувається оцінка результатів, тобто здійснюється стратегічний контроль, контролінг, моніторинг.

На заключному IX етапі відбувається корегування економічної поведінки підприємства. З цього приводу, науковець Н.П. Карачина радить при урахуванні змін, які можуть непередбачено виникнути в процесі реалізації стратегії поведінки підприємства, якщо зміни достатньо суттєві, підприємство досліджує їх і оцінює реальні можливості та вносить корективи у саму стратегію підприємства, якщо ж зміни неістотні, то в економічній поведінці підприємства необхідно продовжувати реалізувати обрану стратегію за рахунок відповідного корегування.

Удосконалений процес формування економічної поведінки підприємства схематично зображено на рис. 1.

Процес формування стратегії економічної поведінки підприємства характеризується сукупністю таких ознак:

- рівень розроблення, регулярність, невизначеність, кількість можливих альтернативних рішень, яку слід брати до уваги при формуванні економічної поведінки;
- інформація, яка використовується при формуванні економічної поведінки;
- часові горизонти;
- взаємо підпорядкованість;
- детальність;
- точність оцінки;
- ступінь ризику

До даного переліку, на наш погляд, необхідно додати ознаку реактивності, оскільки поведінка підприємства може виступати відповіддю на дії інших. Така поведінка в свою чергу так само може носити як цілеспрямований, так і спонтанний характер.

Висновки. Таким чином, процес формування економічної поведінки підприємства є складним і потребує постійного корегування, аналізу, контролю за його реалізацією.

Процес формування економічної поведінки може бути типовим для різних підприємств, але треба враховувати специфіку галузі, в якій функціонує підприємство, розміри підприємства, регіон розташування, внутрішні і зовнішні умови для діяльності, конкурентні сили. За допомогою основних перелічених факторів, підприємство повинно розробити вдалу стратегію своєї поведінки, яка стала б максимально ефективною.

Перспективами подальших досліджень у даному напрямі є визначення концепції управління економічною поведінкою торговельних підприємств.



Рис. 1. Удосконалена схема процесу формування економічної поведінки підприємства

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Капленко Г. В. Формування економічної поведінки підприємства [Текст] : автореф. дис. канд. економ. наук: 08.06.01 / Г.В. Капленко: НАН України; Інститут регіональних досліджень. – Л., 2005. – 20 с.
2. Карачина Н. П. Економічна поведінка машинобудівних підприємств: теорія, методологія, практика управління: моногр. / Н. П. Карачина. – Вінниця : Книга-Вега, 2010. – 416 с.
3. Кондратьєва Т. В. Адаптивність економічної поведінки фірми: інституційний підхід : автореф. дис. к.е.н.: 08.00.01 / Т. В. Кондратьєва: До-

нецький національний технічний університет. – Д., 2010. – 15 с.

4. Малиш О. М. Економічне управління ринковою поведінкою підприємства (на прикладі підприємств вовняної промисловості України) : дис. канд. економ. наук: 08.06.01 / О. М. Малиш: Київський національний університет імені В. Гетьмана. – К., 2006. – 134 с.

5. Шibaєва Н. В. Особливості економічної поведінки суб'єктів господарювання в умовах ринкової трансформації економіки: дис. канд. економ. наук: 08.01.01 / Н. В. Шibaєва: Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна-Х., 2002. – 157 с.