

7. Коць О.О. Використання методу аналізу ієрархій системного аналізу при плануванні науково-технічної підготовки машинобудівного виробництва в умовах невизначеності / О.О. Коць, П.Г. Ільчук // Вісник Університету банківської справи Національного банку України. – 2010. – № 2(8). – С. 53-57.

Коць О.О., Бондаренко Л.П. Факторы неопределенности на этапе научно-технической подготовки машиностроительного производства и показатели их оценки

Исследованы факторы неопределенности, которые влияют на деятельность машиностроительных предприятий на этапе научно-технической подготовки производства, осуществлена их классификация. Определены показатели, с помощью которых возможно оценить влияние факторов неопределенности и определить адаптированность предприятия к их влиянию. Предложен метод оценки адаптированности машиностроительного предприятия к условиям неопределенности на этапе научно-технической подготовки производства.

Ключевые слова: научно-техническая подготовка производства, неопределенность, факторы неопределенности, оценка адаптированности, предприятия, машиностроение.

Kots O.O., Bondarenko L.P. Factors of vagueness on the stage of scientific and technical preparation of machine-building production and indexes of their evaluation

In the article investigational factors of vagueness, which influence on activity of machine-building enterprises on the stage of scientific and technical preproduction, their classification is carried out. Certainly indexes with which it is possible to estimate influence of factors of vagueness and to define adapted of enterprise to their influence. The method of evaluation of adapted of machine-building enterprise is offered to the terms of vagueness on the stage of scientific and technical preproduction.

Keywords: scientific and technical preproduction, vagueness, factors of vagueness, evaluation of adapted of enterprise, machine-building.

УДК 316.[343.654+62]+334.722

Доц. Ю.В. Максимець, канд. екон. наук –
Львівський НУ ім. Івана Франка

ТИПИ ПІДПРИЄМЦІВ У ВИМІРІ ПОВЕДІНКОВОЇ АКТИВНОСТІ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Подано результати дослідження суті підприємця. Розглянуто прояв поведінки підприємця у конкретній ситуації. Наведено портрет сучасного підприємця та розкрито його сутність.

Ключові слова: підприємець, типи підприємців, типи поведінки підприємців, портрет підприємця.

Постановка проблеми. У сучасних умовах неусталеної господарської системи підприємець виконує особливу роль, забезпечує всебічну інтенсифікацію виробництва, надає економічній системі динамізму, гнучкості та ефективності. Економістів, соціологів, психологів і філософів завжди цікавили феномен підприємництва, особа підприємця та його поведінка. Постає потреба визначення місця і ролі підприємця в соціальній структурі, вивчення його психологічних та соціонічних характеристик. Особливої актуальності сьогодні набувають пошуки єдиної типології бізнес-прошарку. Дослідження з виділення того чи іншого типу підприємця, зазвичай, ґрунтується на його особис-

тисних рисах, мотивах діяльності і поведінки, орієнтаціях стосовно ринкового середовища.

Ми провели дослідження, спрямоване на те, щоб вивести типову характеристику підприємців, вивчити і дослідити характерні ознаки підприємців сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Важливою складовою підприємництва є рівень поведінкової активності. За цим критерієм ми виділили такі три поведінкові типи:

- ініціативні, спрямовані на зміни і перетворення – 49,00 %. (I тип позначений як ініціативний підприємець (ІП));
- адаптивні, ті що пристосовуються до обставин і ситуацій – 47,00 %. (II тип – адаптивний підприємець (АП));
- пасивні, нерушливі, спрямовані на очікування впевненості та стабільності в майбутньому – 4,00 % (III тип – ПП).

Суть підприємницької діяльності значна більшість представників кожного із типів розглядають як можливість отримання заробітку. Неабиякого значення має й така якість, як самовираження. Проте представники такого типу як пасивний (III тип) не надають жодної уваги самовираженню. Характерним для I і II типів, окрім заробітку, є самовираження, а для III – впровадження ідей і взаємодія з людьми, що становить 20,00 % за кожної альтернативи.

З метою з'ясування характерної поведінки для кожного із виділених типів розглянемо конкретні виробничі ситуації: прийняття рішення, виникнення конфліктної ситуації, можливість невдачі та чимало інших ситуацій. Основна увага у діяльності підприємців спрямована на вирішення проблем (52,00 % опитаних); на всебічну реалізацію своїх знань і вмінь – 30,43 %; 17,39 % – на побудову хороших взаємин із колегами.

У підприємстві значну роль відіграє процес прийняття рішення суб'єктом підприємницької діяльності. Більшість із підприємців орієнтовані під час його прийняття на себе, що становить 72,00 % від усіх опитаних, а ті, що спираються на пораду колег і дії інших підприємців в аналогічній ситуації, становили відповідно по 14,00 % від числа опитаних.

Аналізуючи кожен із типів у змодельованій ситуації, 80,36 % підприємців I типу під час прийняття рішення орієнтуються на себе. Можна стверджувати, що такий високий показник характерний саме для I типу підприємців, тому що їм притаманні такі якості, як ініціативність, спрямованість на зміни і перетворення. Для двох інших типів цей показник є дещо нижчим, але все ж таки він посідає перше місце серед інших альтернатив. Це 64,81 % для I типу і 60,0 % для III типу підприємців.

Під час визначення того, як сприймають керівники своїх підлеглих, було виявлено, що здебільшого керівники сприймають підлеглих як хороших виконавців (53,00 %). Значний відсоток (41,00 %) керівників сприймають своїх підлеглих як ініціативних, творчих особистостей, а лише 6,00 % вбачають у своїх підлеглих безініціативних і консервативних виконавців.

Підприємці I і II типу сприймають підлеглих як виконавців, що становить 48,21 % і 61,11 % відповідно, а III тип керівників-підприємців в більшості (60,00 %) сприймають підлеглих як творчих особистостей. Кожен із

підприємців у разі виникнення конфліктної ситуації поводитися відповідно. В більшості з випадків вони намагаються шляхом переговорів і співробітництва прийняти конструктивне рішення. Їх частка становить 76,26 %. Для кожного типу можна зауважити певну розбіжність.

Так, позиція представників I і II типів майже не відрізняється від загальних результатів. Їх частка становить 80,36 % і 79,36 % відповідно. На відміну від них III тип підприємців більше орієнтований на будь-які дії, щоб пригасити конфліктну ситуацію. Вони становлять 62,00 % від загальної кількості представників III типу.

У процесі господарської діяльності можна опинитись у скрутній ситуації, зазнати певної невдачі. За таких обставин одні підприємці звинувачують себе, інші – збіг обставин, а ще інші шукають помилки у діях підлеглих. Але значною мірою більшість підприємців нарікатимуть на себе – 73,00 %. Частка тих, хто невдачу пов'язує із збігом обставин, становить 19,00 %, а найнижчим є показник 8,00 %, що характеризує тих, хто шукає помилки у діях підлеглих. Серед підприємців I і II типів показники збігаються, а от у підприємців III типу частка тих, хто звинувачує збіг обставин і підлеглих, однакова і становить, відповідно, по 20,0 %.

Ведення бізнесу передбачає, що підприємець-керівник ставить перед собою певні цілі, хоче досягти певних результатів і досягти успіху. Але кожен із них має свій шлях до успіху. Одні ставлять перед собою далекосяжні цілі, інші зайняті вирішенням поточних проблем, а ще інші у своїй діяльності орієнтуються на досягнення, які вже були здобуті. Тобто, підприємці схильні у практиці застосовувати такий стиль поведінки, який показав свою економічну ефективність. Підприємці розподілились так.

Частка тих, хто у своїй діяльності ставить перед собою досягнення далекосяжних цілей і не боїться інновацій у своїх діях становить близько 40,00 %. Близьким до цього показника є ті, хто орієнтований на здобуті досягнення, на поведінку, що є апробованими на практиці. А частка тих, хто скеровує свою увагу на розв'язок поточних проблем, становить 20,00 %.

Якщо розглядати розподіл показників поведінки для кожного із трьох типів підприємців, то, як і передбачалось, I типу, як інноваційному, більшою мірою притаманна орієнтація на досягнення далекосяжних цілей і запровадження нововведень: їх частка становить 44,64 %; 35,71 % I типу у своїй роботі орієнтовані на здобуті досягнення, перевірені методи роботи.

Найменший показник за цим типом 19,64 %, це ті, які займаються практичним вирішенням проблеми. Тобто можна стверджувати, що I тип підприємців-керівників – це генератори ідей, нововведень. II тип підприємців розподілився майже рівномірно. Ті, що орієнтовані на апробовану поведінку, яка показала свою економічну ефективність (37,04 %); і ті, що орієнтовані на розв'язок поточних проблем – 35,19 % та 27,78 % – це ті, що ставлять перед собою далекосяжні цілі. Кагорта підприємців III типу рівномірно орієнтовані на здобуті досягнення і на далекосяжні цілі, їх частка становить по 40,0 %, а от підприємці, що належать до III групи за показником вирішення поточних проблем, становить 20,0 %.

За умови конкурентних відносин у бізнесі здебільшого підприємці прагнуть бути у всьому першими і конкурентноспроможними. Їх частка становить 44,35 % від усієї сукупності опитаних, а ті, що намагаються уникати конкуренції, займають вичікувальну позицію, становлять 28,70 % від усіх опитаних. На тимчасові угоди йдуть 26,96 % підприємців. Частка підприємців I типу здебільшого (55,36 %) прагнуть бути першими і є конкурентноспроможними, а ті, що займають вичікувальну позицію і ті, що йдуть на тимчасові угоди, становлять 23,21 % і 21,43 % відповідно. Представники II типу підприємців розподілились рівномірно по кожному варіанту поведінки за умови конкурентної ситуації. Їх частка становить по 33,33 %. Представники III типу за позицією конкурентноспроможності і вичікування розмістились рівномірно по 40,00 %, а 20,00 % III типу схильні до компромісів і тимчасових угод.

У час скрути або можливого банкрутства 71,30 % із усіх опитаних будуть шукати нові ідеї та ресурси для покращення становища; 23,48 % звернуться за допомогою до друзів і колег по бізнесу; 5,22 % залишать усе безмін. Отже, як бачимо, відповідно до суті поняття "підприємець" він і є таким, що прагне за будь-яких умов залишатись на плаву. Показник активності, пошук нових ідей є найвищим (82,14 %) для підприємців першого типу. Вони, як ініціативні, не зупиняються, шукають нові можливості, щоб покращити становище. Менша їх частка – 12,50 % і 5,36 %, відповідно, звернуться за допомогою до колег і залишать усе без змін.

Поведінка підприємців II типу у цій ситуації характерна як і для I типу, а частка тих, що звернуться за допомогою до колег (33,33 %), збільшиться за рахунок зменшення кількості підприємців, що будуть шукати нові ідеї (62,96 %). Підприємці III типу розділилися рівномірно в прояві такої поведінки, як пошук ідей і звернення до колег, і це становить 40,00 % для кожної поведінки відповідно, а частка тих, хто залишить усе без змін, становить 20,00 %.

Щодо творчої і поведінкової активності, серед опитаних більша частина (46,09 %) оцінили себе активними і творчими. Це характеризує суть поняття "підприємець". Ця властивість виступає рушієм соціально-економічних відносин. Також значну частину (31,30 %) становлять підприємці, які є творчими, але на цей момент не є активними. Це зумовлено такими факторами, як відсутність фінансів, ресурсів, щоб можна було активно втілювати свої задуми у життя. Меншу кількість (14,78 %) становлять підприємці, які оцінюють свою діяльність як активну, проте мало проявляють творчу активність. Серед всієї кагорти підприємців також є такі, котрі оцінили себе пасивними в прояві творчої і поведінкової активності. Це зумовлено тим, що досягнувши певного росту у бізнесі, зупиняються на досягнутому. Їх задовольняє здобуте становище. Вони не проявляють себе як активні і творчі підприємці. Їхня частка становить 7,83 %. Інновації, новизна їх до певної міри дезорганізує.

Серед представників I типу значна частка – це активні і творчі люди – 66,07 %. Дещо менша – це творчі, але неактивні (21,43 %). Найменший відсоток (12,50 %) припадає на активних, але не творчих. Серед цього типу таких, що зупинились на досягнутому, немає. Серед представників II типу на пер-

шому місці – творчі, але неактивні підприємці. Їх частка становить 42,59 %. Далі розташовуються ті, які є і творчими, і активними (27,78 %). Деяко меншою є частка активних, але нетворчих, і тих, які мінімально проявляють свою активність і творчість. Вони становлять, відповідно, 16,67 % і 12,96 %.

Серед підприємців III типу переважно є ті, котрі досягнули успіху і надалі не проявляють ні творчості, ні активності. Їх частка становить 40,0 %. Решта представників цього III типу за цією характеристикою розмістились рівномірно. Їх частки становлять по 20,0 % відповідно.

Висновки. Бізнес-прошарок – це активні та творчі люди, значною мірою ініціативні, спрямовані на зміни і перетворення, основна діяльність яких спрямована на отримання прибутку. У своїй діяльності активність спрямовують на вирішення проблем. Під час прийняття рішень орієнтуються лише на себе, власний досвід. Своїх підлеглих розглядають як хороших виконавців. У конфліктних ситуаціях намагаються шляхом переговорів та співробітництва прийняти конструктивне рішення. Опинившись у скрутній ситуації, нарікають лише на себе. Це люди, які ставлять перед собою завдання досягти далекосяжних цілей і не бояться інновацій. Бізнес-прошарок – категорія людей, котрі постійно в пошуках нових ідей та ресурсів розвитку.

Максимець Ю.В. Типы предпринимателей в измерении поведенческой активности в современных условиях экономического развития

Представлены результаты исследования сущности предпринимателя. Рассмотрено проявление поведения предпринимателя в конкретной ситуации. Приведен портрет современного предпринимателя и раскрыта его сущность.

Ключевые слова: предприниматель, типы предпринимателей, типы поведения предпринимателей, портрет предпринимателя.

Maksymets Yu. V. Types of businessmen in measurement of behavioural activity in modern conditions of economic development

Presented results of research of essence of the businessman. Display of behavior of the businessman in a concrete situation is considered. It is presented a portrait of the modern businessman and it is opened its essence.

Keywords: the businessman, types of businessmen, types of behaviour of businessmen, a portrait of the businessman.

УДК 333.433:339.33

Викл. О.В. Копитко –

Львівський технікум залізничного транспорту

ІНФРАСТРУКТУРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОПТОВИХ РИНКІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Розглянуто необхідність формування дієвої інфраструктури оптових ринків сільськогосподарської продукції як основи, на якій будується рух товарів, головною з яких є оптова торгівля, а інструментом управління товарними потоками – логістика. Створення ефективної інфраструктури забезпечить виробникам достатній рівень рентабельності, змогу отримання необхідної інформації про ринкову кон'юнктуру, дасть змогу їм безпосередньо брати участь у вдосконаленні структури господарювання. Доведено, що ефективність функціонування аграрної економіки безпосередньо залежить від інфраструктури оптових ринків, що повинно забезпечити оптимальне поєднання інтересів продавців і покупців, оскільки сама оптова торгівля є

тією ланкою, що забезпечує самим обміном інтереси виробництва і споживання і робить можливим виробникам вигідно продати вироблену продукцію.

Ключові слова: інфраструктура оптових ринків, сільськогосподарська продукція, аграрні ринки, оптова торгівля, логістичні ланцюги.

Постановка проблеми. Значна роль в інфраструктурі ринку належить організаціям та підприємствам торгівлі, тобто безпосередньої купівлі – продажу товарів. Торгівля займає проміжне місце між виробництвом і споживанням, вона зв'язує суб'єкти господарювання в єдину систему відтворення. Сама система торгівлі поділяється на оптову і роздрібну. Оптова торгівля – це торгівля, що здійснюється великими партіями. Вона обслуговує, насамперед, обіг між організаціями споживачів, як засобів виробництва між підприємцями, що виробляють і споживають їх, а також обіг товарів для подальшого перепродажу роздрібними підприємцями – для продажу кінцевим споживачам. Проте в Україні ще немає чіткого розмежування, оскільки на оптових ринках агропромислової продукції можна купувати товари і в роздріб, що створює несприятливі умови для роздрібних посередників. Тому враховуючи сучасний стан розвитку оптових ринків сільгосппродукції, їх інфраструктурне забезпечення має надзвичайно важливе значення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку інфраструктури ринків досліджували вітчизняні вчені Башнянин Г.І., С.В. Мочерний, Є.Й. Майовець, С.М. Панчишин. Особливості формування інфраструктури аграрних ринків досліджували С.В. Васильчак, Р.Я. Корінець, М.В. Присяжнюк, М.В. Зубець, П.Т. Саблук, А.М. Стельмащук, В.І. Топіха, Ю.А. Цимбалюк, В.В. Юрчишин та ін. Проте досліджень саме розвитку інфраструктури оптових ринків сільгосппродукції є недостатньо.

Постановка завдання. Оптові ринки створюють для реалізації права дрібних товаровиробників на рівних умовах торгівлі агропродовольчими товарами на організованому ринку. Продавцями на ринках виступають члени селянських господарств, орендарі, члени особистих підсобних господарств, кооперативів, громадяни, які здійснюють продаж сільськогосподарської продукції і не мають стаціонарних пунктів торгівлі на ринках. Створення ефективно інфраструктури забезпечить виробникам достатній рівень рентабельності, можливість отримання необхідної інформації про ринкову кон'юнктуру, дасть змогу їм безпосередньо брати участь у вдосконаленні структури господарювання. Тому дослідження даного питання є надзвичайно актуальним.

Виклад основного матеріалу. Діяльність оптових ринків сільськогосподарської продукції на цей час свідчить, що його інфраструктура перебуває на початковій стадії свого розвитку, адже система руху товарів від виробника до споживача є здебільшого нерегульованою, а в [1, с. 244] наведено визначення, що інфраструктура це структурні елементи економіки, які полегшують рух товарних потоків від продавця до покупця. Термін інфраструктура (від лат. *Infra* – під, структура) означає діяльність галузей, підприємств та організацій, що входять у ці галузі, які повинні забезпечувати, створювати умови для нормального функціонування виробництва та обігу товарів, а також життєдіяльності людей. Використовуючи матеріали з вікіпедії **інфраструктура** (англ. *Infrastructure*), (рос. инфраструктура, англ. *infrastructure*,