

У цілому Програмою розвитку транскордонного співробітництва та створення євро регіону "Донбас" передбачається:

спільне інвестування проектів і програм транскордонного співробітництва;

створення регіональної транскордонної комерційної транспортної мережі (консигнаційні зони);

створення спільних фінансово-промислових груп;

розбудова сучасної прикордонної інфраструктури;

удосконалення транспортної інфраструктури та створення транзитних коридорів на території Луганської області;

будівництво двох логістичних центрів з метою впровадження сучасних технологій торгівлі та вантажоперевезень;

упровадження інформаційної мережі, банку даних для пошуку ділових партнерів;

організація співробітництва у сфері регулювання трудової міграції та ринків праці прикордонних районів;

розбудова виробничої та соціальної інфраструктури прикордонних регіонів, спрямованої на стимулювання їх економічного розвитку і поліпшення якості життя та добробуту громадян;

спрямування діяльності місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування на активізацію транскордонного співробітництва;

поглиблення співробітництва та ефективної взаємодії між територіальними громадами прикордонних регіонів.

Таким чином, для забезпечення ефективного розвитку транскордонного співробітництва та поширення обсягів і напрямів зовнішньоекономічної діяльності підприємств регіону необхідно визначити та запровадити найбільш корисний практичний досвід створення і функціонування євро регіонів у Європі та Україні. Важливим також є визначення стратегічних пріоритетів розвитку транскордонного співробітництва регіону, його напрямів та ступінь інтегрованості у загальну стратегію розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств регіону.

Література: 1. Мікула Н. Євро регіони: досвід та перспективи / Н. Мікула. – Львів : ІРД НАН України, 2003. – 222 с. 2. Долішній М. І. Регіональна політика на рубежі ХХ – ХХІ століть: нові пріоритети / М. І. Долішній. – К. : Наукова думка, 2006. – 317 с. 3. Макогон Ю. В. Форми і напрямлення трансграничного економічного співробітництва : монографія / Ю. В. Макогон, В. І. Ляшенко. – Изд. 2-е, исп. и допол. – Донецьк : ООО "Юго-Восток, Лтд", 2003. – 512 с. 4. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004 – 2015 рр.) "Шляхом європейської інтеграції" / [А. С. Гальчинський, В. М. Гець, С. Г. Бабенко та ін.] / Національний ін-т стратегічних досліджень; Ін-т економічного прогнозування НАН України. – К., 2004. – 416 с. 5. Бельський П. Ю. Методологічні аспекти міжрегіонального та транскордонного співробітництва / П. Ю. Бельський, Н. А. Мікула // Зовнішньоекономічний кур'єр. – № 1–2'01. – Львів, ТІП. – С. 9–13. 6. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво : монографія / Н. Мікула. – Львів : ІРДНАН України, 2004. – 395 с. 7. Транскордонне співробітництво та розвиток транскордонних кластерів / під ред. В. С. Куйбіди. – К. : Крамар, 2009. – 242 с.

Стаття надійшла до редакції
09.02.2010 р.

УДК 330.342.23

Яровикова Т. И.

МОТИВАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Аннотация. Рассмотрено рыночную экономику как одну из разновидностей индустриальной экономической системы, описано становление и развитие ее важнейших институциональных черт, определены основные мотивационные институты (мотиваторы) рыночной экономики и главные мотивы, присущие субъектам хозяйствования, функционирующим в этой среде.

Анотация. Розглянуто ринкову економіку як один із різновидів індустріальної економічної системи, описано становлення і розвиток її найважливіших інституційних рис, визначені основні мотиваційні інститути (мотиватори) ринкової економіки і головні мотиви, властиві суб'єктам господарювання, що функціонують у цьому середовищі.

Annotation. A market economy is examined as one of the variant of an industrial economic system; becoming and development of its major institutional lines is described; the basic motivational institutes (motivatory) of market economy and main reasons of management subject that are functioning in this environment, are certified.

Ключевые слова: индустриальная экономическая система, мотиваторы, мотивы, рыночная экономика, субъект хозяйствования.

Рыночная экономическая система, как известно, является одной из возможных разновидностей индустриальной экономики – той ступени всемирной истории, где именно за фирмой (предприятием) закрепляется роль главного субъекта экономической системы. Поэтому мотивация деятельности предприятий здесь является прямой функцией от присущих системе элементов макрохозяйственного механизма.

Вопросы, связанные с изучением методологических и практических аспектов особенностей деятельности предприятий в разных типах экономических систем, нашли отражение в работах многих зарубежных (например, Т. Веблен, Ф. Лист, К. Менгер, К. Маркс, Ф. Хаек) и отечественных (например, А. Гриценко, Я. Кузьминов, Р. Нуреев, А. Олейник, А. Ткач, А. Шаститко, О. Яременко) ученых и практиков. Однако проблемам мотивации деятельности предприятий уделено крайне мало внимания. Между тем, для экономической теории, науки, призванной выявлять специфику и детерминанты поведения хозяйственных субъектов, выявление системы мотиваций их деятельности является одной из первостепенных задач. Сама категория "мотивация" исследовалась в работах экономистов различных школ и направлений. Впервые вопросы мотивации исследовали А. Смит, Ф. Тейлор, А. Файоль, Е. Мейо, В. Оучи. Среди украинских ученых следует особенно выделить работы О. Бугуцкого, С. Галузы, М. Семикиной, А. Чухно. Отметим, что все эти исследования касались преимущественно мотивации трудовой

деятельности, а мотивации самих предприятий остались практически неизученными.

Целью исследования является выявление мотивов взаимодействия субъектов хозяйствования в рыночной экономической среде, а также определение важности изучения мотивационных категорий для создания общей теоретической базы по вопросам функционирования предприятий в рыночной среде.

Объектом исследования выступают важнейшие макрохозяйственные черты индустриальной экономики, а его предметом – мотивационная деятельность предприятий в рыночной экономической системе.

Главными задачами настоящего исследования являются: изучение институциональных черт рыночной экономики, а также выявление основных мотивационных институтов (мотиваторов), формирующих внутренние мотивы субъектов хозяйствования.

Рыночная экономика является одной из разновидностей индустриальной системы, в которой наиболее последовательно и полно реализуются все ее институциональные черты. В ходе рассмотрения процесса формирования и развития индустриальной экономической системы автором были выявлены следующие основные черты ее хозяйственного механизма.

Первой важной чертой следует считать появление стимулов к экономии труда. Она сформировалась как следствие вступления производительных сил в машинную стадию развития.

Второй чертой становится появление личной свободы производителей и свободы принятия решений субъектами экономики. Наличие такой свободы ставит хозяйственных субъектов в равное положение по отношению к процессу накопления, вынуждает их действовать при одинаковых для всех "правилах игры", и сводится к свободе соревнования, конкуренции за это накопление. Так рассматривал "рыночную свободу" и Т. Веблен, отмечавший, что именно мотив "свободного соревнования" лежит в основе "тяги к практически неограниченному росту" частной конкуренции, и потому – в основе эффективности и постоянной ориентации на прогресс в индустриальном обществе [1, с. 217; 219].

Становление таким образом понимаемой свободы привело к возникновению целого ряда особых черт хозяйственного механизма индустриальной системы. Прежде всего, это механизм самоорганизации общества, который состоит в объективности, "автоматизме" согласования интересов и действий всех субъектов экономики ("невидимая рука" А. Смита). То есть, чем более институционализована общественная система, тем более свободными и одновременно более ответственными являются ее участники. Ф. Хайек так описал эту "неподдающуюся непосредственному восприятию структуру": "Все это становится возможным благодаря тому, что, подчиняясь определенным правилам поведения, мы вписываемся в гигантскую систему институтов и традиций: экономических, правовых, нравственных" [2, с. 29].

Третьей важнейшей чертой индустриального хозяйственного механизма считаем "открытость" экономических процессов внутри системы (т. е. резкий рост взаимосвязи между отдельными предприятиями). Она сформировалась как результат общественной мобильности в самых разных ее проявлениях – начиная от свободного перетока товаров, капиталов и рабочей силы через отраслевые и территориальные границы и заканчивая личной социальной мобильностью (см., например, [3]).

Поскольку рыночная экономика является наиболее последовательной разновидностью индустриальной системы, все описанные черты индустриального хозяйст-

венного механизма можно отнести к основным макроэкономическим детерминантам мотивационной деятельности предприятий, функционирующих в рыночной среде. Исследование автора показало, что общий хозяйственный механизм индустриальной экономики формирует следующие мотивационные институты рыночной экономики, которые выступают внешними факторами (мотиваторами), формирующими внутренние мотивы поведения предприятий:

факторы экономического окружения (инфляция, безработица, доступность кредита, усилия выхода на новые рынки);

факторы демографического и культурного окружения (демографические тенденции, нормы поведения, включая: обычаи и культурную среду населения, уровень образования населения);

научно-технологические детерминанты (изменения в материально-технической базе предприятий: инновации в технике, технологиях и организации производства и сбыта);

политические мотиваторы (отношение государства к бизнесу и отдельным отраслям, включая: политический курс государства, появление новых правовых норм, изменения в государственных органах контроля);

влияние рынка рабочей силы (требования к работодателям, трудовое законодательство, наличие квалифицированных работников, развитие инфраструктуры маркетинга);

мотиваторы со стороны отрасли и конкурентов (движущие силы развития отрасли, уровень конкуренции в отрасли, параметры и поведение);

факторы потребителей (изменения в поведении, вследствие сдвигов: в доходах и занятости, ценностях, уровне информированности, требованиях);

поставщиков (обеспечение ресурсами, стоимость закупочных материалов);

контактных аудиторий (финансовые круги, гражданские группы) [4 –6].

Систематизация позиций целого ряда исследователей рыночной экономики (см., например, [5; 7]) позволила выявить достаточно полный перечень основных мотивов деятельности предприятий и предпринимателей, независимо от их организационно-правовой формы:

- максимизации прибыли и рентабельности;
- удовлетворения потребностей покупателей;
- развития производства;
- максимизации объемов реализации;
- социальной ответственности;
- экономии затрат;
- победы в конкуренции;
- лидерства, господства на рынке;
- минимизации рисков производства;
- расширения на новые рынки;
- наличия стратегии;
- адаптации к мировому рынку.

Представленные мотивы различаются по степени влияния на поведение предприятий: наиболее значимыми оказались те из них, которые "санкционированы" общей институциональной средой рыночной экономики, формирующей совокупность внешних мотиваторов – факторов, изменение которых "включает" или "выключает" те или иные внутренние мотивы. Такие изменения могут происходить только в рамках развития общих черт макрохозяйственного механизма рыночной системы.

Также автор выяснил, что отобранные выше мотивы предприятий "включаются" следующими мотиваторами общей институциональной рыночной среды:

1. Мотив максимизации валового дохода, прибыли и увеличения рентабельности предприятий обусловлен влиянием мотивационных факторов и общего (экономического, научно-технологического и политического), и ближайшего (характеристики отрасли и конкурентов) окружения.

2. Следующий мотив (необходимости удовлетворять потребности целевых покупателей) также "включается" целым рядом факторов институциональной среды функционирования предприятий – как их косвенных мотиваторов (факторы демографического, социокультурного окружения и состояние рынка рабочей силы), так и прямых (изменения в поведении потребителей).

3. Стремление предприятий к развитию производства обусловлено влиянием косвенных мотиваторов общего экономического, политического и научно-технологического окружения.

4. Мотив наращивания объемов реализации путем расширения каналов сбыта связан, прежде всего с мотивационными факторами ближайшего (характеристики отрасли, конкурентов, потребителей, контактных аудиторий) и в меньшей мере общего (экономического, политического) окружения.

5. Интерес предприятий к экономии затрат поддерживается факторами общего (экономического, научно-технологического, политического) и оперативного (отрасль, поведение конкурентов и поставщиков) окружения.

6. Мотив победы в конкуренции связан с изменениями, происходящими в научно-технологических и отраслевых параметрах, т. е. мотивируется и косвенно, и прямо.

7. Следующий мотив предприятий – достижения лидерства и господства на рынках – также коррелирует с мотивационными факторами прежде всего прямого (параметры отрасли, конкурентов и контактных аудиторий) и в меньшей степени косвенного (демографические и социокультурные) влияния.

8. Стремление предприятий обеспечивать свою экономическую безопасность путем минимизации риска производства и захвата новых рынков в равной мере обусловлено мотиваторами из общего (экономического, научно-технологического, политического) и ближайшего (характеристики отрасли, рынка рабочей силы, поведение конкурентов и поставщиков) окружения.

9. Необходимость выработки стратегических программ развития относится к наименее институционализированным мотивам рыночных предприятий, поскольку она обусловлена лишь двумя мотиваторами – изменениями в экономическом окружении и поведении потребителей.

10. То же самое относится к социальной ответственности бизнеса – этот мотив включается лишь параметрами рынка рабочей силы и взаимодействием с контактными аудиториями.

11. В отличие от этого, желание быть готовыми к работе на мировом рынке достаточно глубоко институционализировано в деятельности рыночных предприятий – оно взаимосвязано как с косвенными мотивационными факторами общего (экономического, демографического, социокультурного, политического), так и прямыми ближайшего (контактные аудитории) окружения.

Таким образом, выполненное исследование позволило автору доказать, что мотивационная деятельность субъектов хозяйствования в рыночной экономике формируется на основе важнейших макрохозяйственных черт индустриальной экономики. Этими чертами обусловлено существование целого ряда мотивационных институтов (внешних мотиваторов) рыночной среды. Мотиваторы, в свою очередь, выступают детерминантами внутренних

мотивов функционирования и взаимодействия субъектов хозяйствования – предприятий с другими участниками рынка.

Литература: 1. Веблен Т. Теория праздного класса. Институциональная экономика / Т. Веблен ; пер. с англ. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с. 2. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность: ошибки социализма / Ф. А. Хайек. – М. : Изд-во "Новости", 1992. – 304 с. 3. Кузьминов Я. И. О вульгарных тенденциях в политической экономии / Я. И. Кузьминов // Истоки: Вопросы истории народного хозяйства и экономической мысли. – М. : Мысль, 1990. – С. 7–26. 4. Семикина М. В. Соціально-економічна мотивація праці: методологія оцінки ефективності та принципи регулювання / М. В. Семикіна ; відп. ред. В. В. Онікієнко. – Кіровоград : ППВЦ "Мавік", 2004. – 124 с. 5. Ткач А. А. Інституційні основи ринкової інфраструктури : монографія / А. А. Ткач. – К. : НАН України ; Об'єднаний інститут економіки. 2005. – 295 с. 6. Яременко О. Л. Переходные процессы в экономике Украины: институциональный аспект / О. Л. Яременко. – Харьков : Основа, 1997. – 182 с. 7. Нуреев Р. М. Основы экономических теорий: Микроэкономика : учебник для вузов / Р. М. Нуреев. – М. : Высшая школа, 1996. – 447 с. 8. Lowe A. On Economic Knowledge. Toward a Science of Political Economics / A. Lowe. – N.Y., 1965. – 260 p.

Стаття надійшла до редакції
02.03.2010 р.

УДК 338.48-61

Зима О. Г.

КАРНАВАЛ ЯК СКЛАДОВА ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ

Анотація. Визначено зростаючу роль карнавалів як складової в'їзного туризму у відновленні економік країн-організаторів та залученні нових робочих місць для проведення й обслуговування заходів.

Анотация. Определено возрастающую роль карнавалов как составляющей въездного туризма в восстановлении экономик стран-организаторов и привлечении новых рабочих мест для проведения и обслуживания мероприятий.

Annotation. A great role of carnivals as a part of incoming tourism in renovation the economics of the countries-organisers and attraction of new vocations for organization and serving of events is suggested.

Ключові слова: карнавал, подія, карнавальний тур, карнавали світу.

Одним із засобів спілкування, який дозволяє, з одного боку, враховувати соціальні та культурні особливості країни-організатора туристичного бізнесу, а з іншого – формувати лояльність споживачів, є карнавали. Карнавали є різновидом подієвого туризму, який приносить прибутку, що і зумовлює актуальність проблеми, висвітленої в даній статті. У статті 6 Закону України "Про туризм" [1] держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для