

ском измерении: очерки-размышления. М., 1988. 384 с.

5. Дэниелс Д.Д., Радеба Ли Х. Международный бизнес: внешняя среда и деловые операции: Пер. с англ. 6-е изд. – М., 1994. 746 с.

6. Евенко Л. В центре книги – индивидуальный менеджер, его деятельность, его личность, его судьба // Вудкок М., Френсис Д. Раскрепощенный менеджер: Для руководителя-практика: Пер. с англ. – М., 1991. с. 5-13.

7. Иноземцев В.Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы. – М., 2000. 304 с.

8. Ишханов А.В. Сущность и многообразие форм межстрановых конкурентных отношений // Финансы и кредит. – 2004. – № 2. – с. 48-54.

9. Катькало В.С. Исследование российского менеджмента: приоритеты и перспективы // Российский менеджмент: теория, практика, образование: Ежегодник / Под ред. А.А. Демина, В.С. Катькало. – СПб., 2001. с. 9–17.

10. Конституция Российской Федерации. – М., 1993. 63 с.

11. Менеджмент. / Под ред. В.В. Томилова. – М., 2003. 591 с.

12. Мишин Ю.А., Долгов В.П., Долгов А.П. Учет и анализ: проблемы качественной обработки учетной информации. – Краснодар,

1995. – 194 с.

13. Молочников Н.Р., Симонян Г.А. Российский бизнес: теневые аспекты планирования // Успехи современного естествознания. – 2003. – № 12. – с. 123-129.

14. Народное хозяйство СССР за 70 лет: Юбилейный стат. ежегодник. – М., 1987. 766 с.

15. Организационный механизм управления эффективностью производства: Сб. науч. тр. – Краснодар, 1990. 116 с.

16. Перестройка управления экономикой предприятия./ Г.Р. Латфуллин, А.Г. Поршнев, А.Д. Шеремет и др.: Рук. авт. коллектива А.Г. Поршнев. – М., 1989. 244 с.

17. Политическая экономия. / В.А. Медведев, Л.И. Абалкин, О.И. Ожерельев и др. – М., 1988. 735 с.

18. Рофе А.И. Организация и нормирование труда. – М., 2001. 368 с.

19. Смирницкий Е.К. Экономические показатели бизнеса. – М., 2002. 512 с.

20. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров. 2-е изд. М., 1983. 1600 с.

21. Теория управления. / Под ред. Ю.В. Васильева, В.Н. Парахиной, Л.И. Ушвицкого. 2-е изд., доп. – М., 2005. 608 с.

Статья поступила в редакцию 10.06.2009

УДК 330.332:316.394

О.М. ЯСТРЕМСЬКА, д.е.н., професор,

Харківський національний економічний університет

МОДЕЛІ ПОВЕДІНКИ ПАРТНЕРІВ У ПРОЦЕСІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНСТИТУТУ ІНВЕСТУВАННЯ

В сучасних умовах господарювання в Україні склався і успішно функціонує інститут інвестування, який відповідає всім ознакам інститутів як певних утворень, а саме: має розвинену законодавчу базу, що утворює усталені правила поведінки суб'єктів в процесі інвестиційної діяльності, достатню кількість зацікавлених осіб у її здійсненні, систему санкцій та заохочувань для її успішного перебігу. Згідно з своєю соціально-економічною природою, інститут інвестування здійснює як економічний, так і соціальний вплив на взаємовідносини з іншими інститутами, на поведінку суб'єктів інвестиційної діяльності в процесі її реалізації, яку доцільно формалізувати за допомогою системи моделей, що описують найбільш типові взаємозв'язки між реальними і потенційними

партнерами.

Дослідженню проблем функціонування соціально-економічного інституту інвестування присвятили свої публікації такі вчені як І.О. Бланк [1, 2], Беренс В., Хавранек П.М. [3], Гриньова В.М. [4], Майорова Т.В. [5], А.А. Пересада [6], Хобта В.М. [7] та інші. В своїх роботах вони глибоко дослідили особливості функціонування інституту інвестування, його сучасні прояви, комунікаційні характеристики. Проте недостатньо глибоко розкриті види моделей взаємодії суб'єктів господарювання в контексті функціонування інституту інвестування, що вимагає продовження досліджень з цієї проблеми.

© О.М. Ястремська, 2009

З огляду на існуючі науково-практичні здобутки досліджень щодо функціонування інституту інвестування метою статті є визначення вичерпного переліку моделей поведінки партнерів у процесі функціонування інституту інвестування в сучасних умовах розбудови економічних відносин в Україні.

Проведені теоретико-практичні дослідження в означеному контексті дозволяють типізувати відповідні інституціональні моделі взаємовідносин інституту інвестування в межах інституціональної матриці соціальних інститутів у широкому розумінні на зовнішні, а в межах самого інституту інвестування з позицій суб'єктів інвестиційної діяльності на внутрішні. Прийняття й поведінкове дотримання цих моделей доцільно розглядати як конформізм, а відхилення від них – як девіацію [8, с.46 - 47]. Основним чинником девіації є аномія, тобто відсутність регуляції, що дозволяє говорити про дезорганізованість суспільства, нестійкість й суперечливість суспільних зв'язків [8, 9]. Необхідно погодитися з Е. Дюркгеймом, який вважав, що девіація є природною і сприяє змінам, трансформації, розкриває альтернативи існуючій реальності, веде до удосконалення як соціальних, так і економічних норм [8]. Тобто з одного боку девіантна поведінка породжує хаос, а з другого – закладає в хаосі новий порядок. Головною причиною девіації за Р.Мертонном є невідповідність між цілями й засобами їх досягнення [10]. Щодо інвестування, досягнення його головної мети – прибутку (в очікуваному обсязі), не завжди може бути набуто легітимними засобами. Тому негативними проявами девіації у контексті інституціоналізації є тінізація, криміналізація, корумпованість економіки, а позитивними – виникнення нових організаційних форм, що сприятимуть інвестуванню, таких, наприклад, як інвестиційні маркетингові центри, інвестиційні відділи підприємств, та використання нетрадиційних у даному економічному середовищі методів інвестування (франчайзинг, венчурне капіталовкладення). Економічними чинниками девіантної поведінки суб'єктів інвестиційної діяльності є податкова, кредитно-грошова, промислова, регіональна, валютна, комерційна політика, соціальними – інституціональні форми соціальних інститутів, стан та характеристики суспільних відносин, ціннісна орієнтація особистостей, їх установки, стереотипи поведінки, традиції. Конформна або девіантна поведінка може проявитися як в середині інституту інвестування, так і в процесі його спів-

праці з іншими соціальними або соціально-економічними інститутами.

У тому випадку, коли теорія соціальної аномії застосовується до аналізу функціонування інституту інвестиційної діяльності, варто враховувати конструктивні тенденції створення соціального порядку, що виростають з хаотичних тенденцій в процесі його взаємодії з іншими соціальними інститутами, виражені у виді загальних моделей взаємодії соціальних інститутів, тобто зовнішніх моделей взаємодії інституту інвестування в межах інституціональної матриці. Такими зовнішніми інституціональними моделями є моделі дисонансу, ритуалізму, конформізму та інновацій [11].

У моделі "дисонансу" взаємин варто полагатися на раціоналізм і професіоналізм, оскільки вони дозволять згладити протиріччя, що виникають у партнерів; у моделі "ритуалізму" буде корисно скористатися послугами третіх осіб: референтів і експертів, що є традиційним прийомом взаємодії на інвестиційному ринку; у моделі "конформізму" певну раціональність в поведінку партнерів внесуть обгрунтовані обіцянки отримати високі доходи; моделі "інновацій" відповідають види поведінки щодо впровадження нових бізнес-ідей, вигідність інвестування в які зможуть оцінити компетентні експерти та професіонали інвестиційного ринку [10, 11].

Внутрішні моделі поведінки партнерів, тобто суб'єктів інвестиційної діяльності, в межах інституту інвестування є наступними.

1. Звертання до раціоналізму з метою досягнення компромісу (раціонального компромісу).

2. Використання посередників-експертів як гарантів пошуку шляхів досягнення цілей інвестування і отримання професіональних знань (посередницького професіоналізму).

3. Рекомендації референтних груп з числа колишніх партнерів (партнерства).

4. Використання результатів чужого досвіду з метою запобігання конфліктів або помилок в процесі взаємодії (досвіду).

5. Обіцянка отримання переваг у короткостроковій перспективі на фоні загального дефіциту ресурсів (довіри).

6. Перспектива швидкого успіху в короткостроковому періоді взаємодії (впевненості).

Представлені внутрішні моделі поведінки детально розглянуті в роботі [20] і поставлені у відповідність зовнішнім моделям взаємодії соціальних інститутів у інституціональній матриці. Так, у моделі "дисонансу" взаємин

варто скористатися моделями поведінки 1, 4, оскільки раціоналізм і професіоналізм дозволять невілювати протиріччя, що виникають у партнерів; в моделі "ригуалізму" – буде корисною поведінка у відповідності з 2 і 3 моделями, оскільки використання знань третіх осіб: референтів і експертів є традиційним прийомом взаємодії на інвестиційному ринку; у моделі "конформізму" – певну раціональність в поведінку партнерів внесуть види поведінки – 1, 5, оскільки вони дають можливість сконцентрувати значні обсяги інвестиційних ресурсів за рахунок обіцянки отримати високі доходи; "інноваціям" – відповідають види моделей поведінки 2 і 6, оскільки нові бізнес-ідеї з точки зору вигідності зможуть оцінити тільки компетентні експерти, крім того, подібні ідеї з'являються раптово і пов'язані з високим ризиком, мінливістю ринкової кон'юнктури та значною прибутковістю.

Згідно з новою інституціональною економічною теорією, наведені моделі взаємодії не є і не повинні бути оптимальними, бо поведінка економічних агентів є обмежено раціональною завдяки дії наступних факторів:

існування певної асиметричності інформації, що може бути пояснене наявністю підприємницької таємниці (не зважаючи на прагнення до інформаційної відкритості або інвестиційної прозорості);

значної вартості оперативного отримання стратегічно важливої інформації;

наявності різного рівня забезпеченості матеріальними благами;

існування різних активних потреб і відповідних стереотипів поведінки щодо їх задоволення.

Запропонована сукупність загальних моделей є складовою методології представлення інвестування як соціально-економічного інституту, оскільки види розроблених моделей стереотипів поведінки не тільки відповідають моделям взаємодії соціальних інститутів, а й охоплюють як коротко- так і довгостроковий період, різний рівень стереотипізації поведінки партнерів в процесі інвестування, якими можуть бути як окремі особи, так і групи осіб, що представляють різні групові інтереси.

Таким чином, партнера, економічного агента (у даному контексті – суб'єкта інвестиційної діяльності) варто розглядати не як чорну скриню, згідно з класичною економічною теорією, а як систему, що має внутрішню структуру інтересів, яка базується на потребах, що відповідає парадигмі нової інституціональної

економічної теорії, поведінковій економіці. Розподіляючи потреби згідно з теорією мотивації на первинні і вторинні, тобто економічно й соціально спрямовані, раціональні й емоціональні, можливо стверджувати, що економічним агентам притаманна раціональна й ірраціональна поведінка, яка також є запорукою обмеженої раціональності. Але обмежену раціональність неможливо ототожнювати з обмеженою корисністю, яку економічні агенти прагнуть максимізувати, незважаючи на існування обмежень щодо раціональності своєї поведінки. Соціально-економічний інститут інвестування є інструментом раціоналізації їх інтересів.

Згідно з теорією поведінкової економіки [15 – 18, 22], важливою умовою успішності функціонування соціальних інститутів взагалі й соціально-економічного інституту інвестування зокрема є дослідження не тільки параметрів (результатів) їх роботи, а головне – чинників і умов, за яких вони можуть бути досягнуті і покращені. Однією з пріоритетних умов є формування усталеної довіри до надійності взаємовідносин між суб'єктами інвестування.

Як з позицій класичної економічної теорії [29], так і інституціоналізму [20], високий рівень довіри дозволяє економічним агентам зменшити загрозу опортунізму, в певній мірі вирішити проблеми невизначеності й ризику, зменшити витрати на контроль і моніторинг бізнес-процесів. Зменшення трансакційних витрат в процесі капіталовкладень є наслідком не формування довіри як такої, а функціонування інституту інвестування, оскільки:

економічні агенти інвестують кошти у підтримку механізмів, що сприяють формуванню довіри;

довіра не є статичним поняттям і формується в процесі контрактної взаємодії сторін, яка супроводжується трансакційними витратами;

довіра не сприяє зменшенню трансакційних витрат, які породжуються відмінностями у ключових компетенціях;

надлишок довіри може приводити до збільшення трансакційних витрат щодо захисту прав власності;

зменшення трансакційних витрат у певній мірі обумовлюється дією інституціональних механізмів, що підтримують і гарантують взаємну довіру [21].

Довіра не виникає миттєво, тому для її формування підприємства повинні виробити загальні норми поведінки, культуру, когнітивні

обмеження, адаптуватися щодо компетенцій інших, підтримувати баланс інтересів і можливостей. До тих пір, поки суб'єкти господарювання не досягнуть певного критичного рівня взаємної довіри, вони інвестуватимуть ресурси у створення контрактних обмежень, що перешкоджатимуть опортунізму і зменшуватимуть ризик порушення договірних умов. Ці дії обмежують ефективно вкладання ресурсів у інвестиційні проекти, згідно з положенням економічної теорії про рідкість економічних ресурсів. За думкою А. Ляско [21, с.46], горизонтальна довіра між економічними агентами одного кластера значно менша, ніж вертикальна, що пояснюється дією конкурентних ринкових сил. У трансформаційному, швидкозмінному середовищі, що стало на постіндустріальний шлях розвитку, ймовірність зменшення трансакційних витрат на основі підвищення рівня довіри не є значною, оскільки між партнерами існують відмінності у рівнях компетенції, тобто явних і неявних знаннях. Тому в цих умовах у зв'язку з діалектичною природою довіри імідж і репутація економічних агентів стають їх додатковим інвестиційним ресурсом і цінним активом, підтримуючим і виправдовуючим дії економічних агентів. У зв'язку з цим, інститути, що підтримують довіру, є відповідальними за зменшення трансакційних витрат бізнес-процесів взагалі й інвестування зокрема.

Інституціоналізація взаємовідносин в процесі капіталовкладень сприяє формуванню довіри, що ґрунтується на очікуванні надійності, яка проявляється в різних формах, втілюється в репутації і базується на інвестиційно привабливому іміджі суб'єкта господарювання, а також проявляється на різних рівнях: макро-, мезо- і мікро. Існує думка, що для економічної взаємодії довіра не є обов'язковим компонентом, її замінюють договори, контракти як результат певного рівня узгодженості на короткостроковий період, що дозволяє учасникам, партнерам діяти спільно, цілеспрямовано і взаємоузгоджено. Але в цьому разі збільшуються трансакційні витрати на укладання таких договорів. В разі ж існування достатнього рівня довіри, взаємодія між партнерами відбувається з меншими трансакційними витратами, в коротший термін, отже більш ефективно. Тому подальший розвиток відносин суб'єктів в процесі інвестування багато в чому залежить від наявності або відсутності довіри один до одного. Якщо відносини між потенційними партнерами знаходяться на початковій стадії свого розвитку, в процесі інвестування можливо вико-

ристовувати цілком конкретні прийоми формування довіри, що запропоновані Дж. Коулменом:

звернення до більшості як доказ правоти з наміром формування довіри. У відношенні до інвестиційної діяльності даний прийом передбачає заключення контрактів і пошук партнерів на ярмарках, аукціонах, торгах, біржах, що дозволяє в умовах росту конкуренції знижувати ціни на продукцію й послуги, утримуючи інвестиційні проекти в рамках кошторису витрат;

"завищення ставок", тобто прагнення продемонструвати як унікальність бізнеспропозиції, що міститься в інвестиційному проекті, так і наслідків його реалізації. Цей прийом доцільно використовувати в інвестиційній діяльності на монопольних ринках інвестиційних ресурсів і ідей, коли ознака високої ціни відповідає високій якості предмету контракту, що також відповідає дії ефекту Веблена;

"спалювання мостів" – коли економічні агенти ризикують в процесі прийняття рішення, що відповідає інноваційній моделі поведінки. В інвестуванні даний прийом можуть використовувати венчурні фірми, фінансуючи інноваційні проекти, що характеризуються невідомістю результату [14].

Наведений перелік прийомів формування довіри не є вичерпним, оскільки вони припускають чітке дотримання умов контракту. Однак у трансформаційному середовищі складно окреслити всі можливі зміни факторів зовнішнього середовища, тому партнери в процесі інвестування змушені шукати й застосовувати нові прийоми формування довіри. Оскільки для цього необхідно мати достатньо часу, в швидко мінливих трансформаційних умовах потенційним партнерам доцільно більше уваги приділяти формуванню й забезпеченню інвестиційно привабливого іміджу у короткостроковому періоді, як запоруки довіри і, відповідно, репутації надійного бізнес-партнера в процесі капіталовкладень у довгостроковому. Тобто довірчі відносини в інвестиційній діяльності повинні ґрунтуватися на розумінні, визнанні професіоналізму в комерційному, фінансовому, управлінському аспектах, який поступово забезпечить привабливий імідж і позитивну репутацію надійного і потенційно прибуткового партнера.

Варто визнати, що саме довіра є однією з основних складових одержання максимально можливого прибутку учасників інвестування. Для того, щоб підвищити її рівень, варто нада-

вати додаткову інформацію про передбачуваний рівень ризику, можливі соціально-екологічні наслідки процесу інвестування, будуючи інформаційну взаємодію суб'єкта господарювання із зовнішнім середовищем на двосторонній симетричній інформаційній моделі засобами PR-політики, реклами й індивідуальної роботи з пріоритетними потенційними інвесторами або органами влади й управління з метою формування й підтримки інвестиційно привабливого іміджу та просування певних інвестиційних проектів, які вимагають залучення зовнішніх інвестиційних ресурсів, або підтримки з боку органів управління і місцевого самоврядування. Важливо відмітити, що асиметрична інформація є передумовою опортуністичної поведінки суб'єктів зовнішнього середовища до підприємства або іншого суб'єкту, що створюватиме додаткові труднощі в процесі капіталовкладень. Довіра зменшує опортунізм і, в свою чергу, повинна будуватися на іміджі, який є головною умовою її формування. Але згідно з діалектичною природою, довіра має і негативні наслідки, що в процесі інвестування можуть полягати у відмові від вигідних, але нетрадиційних, ризикованих контрактів або проектів. Це зменшує варіабельність, мінливість поведінки економічних агентів і виступає консервативним фактором розвитку як окремого суб'єкту, так і інституту інвестування взагалі.

Механізми формування довіри повинні базуватися на потребі вступати в процес взаємодії з метою отримання вигоди, тобто максимізації загальної корисності партнерів, що служить стартовою умовою соціально-економічної взаємодії. Таким чином, проблеми вибору об'єктів інвестиційної діяльності можливо вирішити на основі теорії корисності. На інституціональному макро- та мезоекономічному рівнях корисність варто розуміти як загальнодержавну та регіонально-галузеву вигоду в довгостроковому періоді, тобто з урахуванням економічних, соціальних, екологічних результатів капіталовкладень. На мікроекономічному рівні інституціоналізації, тобто з позицій підприємства, корисність полягає в основному в безпосередньо економічних (опосередковано у фінансових, техніко-технологічних, організаційних, соціальних і екологічних через економічні вигоди для підприємства) і соціальних результатах. Останні втілюються у сформованому інвестиційно привабливому іміджі підприємства, який більше проявляється через емоціональне сприйняття його здобутків парт-

нерами, бізнес-колом та спільнотою. В таких умовах саме органи влади й управління повинні зіграти провідну роль у визначенні пріоритетів інвестування, діючи на основі принципів комплексної зацікавленості, взаємного інтересу, перспективності, обмеженого раціоналізму, справедливого розподілу, усталеного розвитку. В залежності від соціально-економічної ситуації один або кілька з перелічених принципів можуть стати домінуючими, але це домінування завжди носитиме тимчасовий характер.

Інвестиційна активність характеризує зрілість соціально-економічних змін і формується під впливом певних зовнішніх і внутрішніх чинників. До зовнішніх чинників відносяться наслідки дії інших соціальних (у широкому розумінні) інститутів, до внутрішніх чинників – такі гетерогенні складові, як гнучкість організаційних структур, їх відповідність обраному стратегічному набору альтернатив розвитку, сприйнятливості до інноваційної діяльності, інвестиційна привабливість, що залежить від наявного ресурсного потенціалу суб'єкту господарювання. Щодо підприємства, його інвестиційна активність підвищується при сприятливому соціально-економічному кліматі, дієвій організації іміджевої політики, орієнтованої на формування або збереження його репутації, що позитивно вплине на професійну активність як працівників самого об'єкту господарювання, так і бізнес-оточення.

Вплив на інвестиційну активність підприємства з боку інших економічних агентів, якими можуть бути органи управління або суб'єкти господарювання, може бути менш або більш інтенсивним. У цьому випадку є обґрунтованим введення терміна семантична активність, що припускає наявність домовленості на підставі умов, які влаштовують партнерів. У тому випадку, коли семантична й інвестиційна активність збігаються, настає підйом останньої, що породжує стійкість зв'язків інвестиційної взаємодії.

Слід зазначити, що на передінвестиційній фазі інвестування особливого значення набуває семантична активність, що дозволяє партнерам дійти взаємної домовленості, уточнити свої очікування й інтереси. Отже, в цьому разі семантична активність превалюватиме. На інвестиційній фазі, коли ідеї щодо капіталовкладень реалізуються, між семантичною й інвестиційною активністю повинний наступити паритет, на фазі експлуатації домінує, як правило, інвестиційна активність, реалізація якої забезпечить досягнення передбачуваних резуль-

татів прибутковості інвестиційного проекту. Однак, необхідно підкреслити, що семантична активність забезпечує реалізацію інвестиційної і є її необхідною умовою. Крім того, паритети семантики й інвестування можуть змінюватися не тільки відповідно до фаз життєвого циклу об'єкту інвестування (проекту), але й згідно з його видами, тобто цільовою спрямованістю та набутих іміджем чи репутацією. Моделі їх взаємозалежності інвестиційної й семантичної активності розглянути автором у роботі [13]. Варто підкреслити, що семантична активність повинна проявлятися у стратегії інформаційної взаємодії економічного агента (підприємства) із зовнішнім середовищем через заходи PR-акцій, рекламної та індивідуальної роботи з потенційними інвесторами на основі обґрунтованих стратегій брендів (підприємств, продукції, інвестиційних проектів).

Таким чином, проведені дослідження дозволяють зробити висновок про те, що в сучасних умовах інвестиційна діяльність є соціально-економічним інститутом, що обумовлюється об'єктивною сутністю інвестування як економічного процесу і суб'єктивним впливом учасників на його перебіг за допомогою системи їхніх поглядів, переконань, уявлень, очікувань, стереотипів мислення, тобто моделей взаємодії. Згідно з теорією соціальної аномії, враховуючи конструктивні тенденції створення соціального порядку, що виростають з хаотичних тенденцій в процесі функціонування інституту інвестування в межах інституціональної матриці, основні моделі його функціонування доцільно представити як систему зовнішніх (з іншими соціальними інститутами): дисонансу, ритуалізму, конформізму та інновацій; і внутрішніх (між суб'єктами підприємництва в межах інституту інвестування): раціонального компромісу, посередницького професіоналізму, партнерства, досвіду, довіри, впевненості. Внутрішні і зовнішні моделі є взаємозалежними і взаємовідповідними. Інституціоналізація взаємовідносин в процесі капіталовкладень сприяє формуванню довіри, що ґрунтується на очікуванні надійності, яка проявляється в різних формах, втілюється в репутації і базується на інвестиційно привабливому іміджі суб'єкта господарювання, а також проявляється на різних таксономічних рівнях: макро-, мезо- і мікро. Довіра обумовлюється потребою економічних агентів вступати в процес взаємодії з метою отримання вигоди, тобто максимізації своєї загальної корисності і ґрунтується на їх семантичній та інвестиційній акти-

вності. Викладені пропозиції є підґрунтям для формування детальних процедур взаємодії партнерів в процесі функціонування інституту інвестування у відповідності з виділеними моделями взаємодії.

Література

1. Бланк И. А. Управление использованием капитала. – К.: Ника-центр, Эльга, 2000. – 652 с.
2. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент: – К.: Ника-центр, Эльга, 2001. – 448 с.
3. Беренс В., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций / Пер. с англ., перераб. и дополн. изд. – М.: АОЗТ "Интерэксперт", "ИНФРА-М", 1995. – 528 с.
4. Гриньова В. М., Коюда В. О., Лепейко Т. І., Коюда О. П. Проблеми розвитку інвестиційної діяльності. Монографія / За заг. ред. Гриньової В. М. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2002. – 464 с.
5. Майорова Т. В. Інвестиційна діяльність. – К.: ЦУЛ, 2003. – 376 с.
6. Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. – К.: "ТОВ Лібра", 2002. – 320 с.
7. Хобта В.М. Управління інвестиціями. – Донецьк: ДонНТУ, 2005. – 394 с.
8. Дюркгейм Е. О разделении общественно-го труда. Метод социологии. – М.: Наука, 1999. – 246 с.
9. Смелзер Н. Девиация и социальный контроль // Социологические исследования. – 1992. – № 1
10. Р. Мертон. Социальная структура и аномия // Социальные исследования. – 1992. – №3,4
11. Лисица Н.М., Ястремская Е.Н. Основы построения социального института инвестиционной деятельности // Социальная экономика. – 2002. – №3 – 4. – С. 22-26.
12. Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России. – М.: ТЕИС, 2000. – 214с.
13. Економічні та соціальні аспекти управління інвестиційною діяльністю. / Пономаренко В.С., Гриньова В.М., Лисица Н.М., Ястремська О.М. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2003. – 180с.
14. Coleman James. The consequences of individual choice // Wallace A. Ruth, Wolf Alison. Contemporary Sociological Theory. – New Jersey: Prentice Hall, 1996. – p. 305-323.
15. Rabin M. Psychology and Economics // Journal of Economic Literature, 1998, vol.35, p.11 – 46
16. Алле М. Поведение рационального человека в условиях риска: критика постулатов и

аксиом американской школы – THESIS, 1994, т.5, с.217 – 241

17. Tversky A. Kahneman D. Advances in Prospect Theory: Cumulative Representation of Uncertainty. – Journal of Risk and Uncertainty, 1992, vol.5, № 4, p.297 – 323

18. Laibson D., Zeckhauser R. Amos Tversky and the Ascent of Behavior Economics // Journal of Risk and Uncertainty, 1998, vol. 16, № 1, p.7 – 47

19. Nooteboom B., Berger H., Noorderhaven N. Effect of Trust and Governance on Relation Risk/ – Academy of Management Journal, 1997, vol. 40, № 2, April, p.308-338

20. Милгром П. Робертс Дж. Экономика, организация и менеджмент. В 2-х т. – СПб.: Экономическая школа, 1999

21. Ляско А. Доверие и транзакционные издержки // Вопросы экономики. – 2003. – №1. – С.42-58.

22. Peter J. Paul, Olson Jerry C. Consumer Behavior and marketing strategy. – 4-ed. – Boston: etc. Frwin Mc. Graw Hill, 1996. – 738p.

Статья поступила в редакцию 15.06.2009

УДК 658.114.5

А.А. ПИЛИПЕНКО, д.е.н., доцент,

Харківський національний економічний університет

МЕТОДОЛОГІЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОГО РЕГЛАМЕНТУВАННЯ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ІНТЕГРОВАНІХ СТРУКТУР БІЗНЕСУ

Наявність негативних наслідків світової фінансово-економічної кризи актуалізує потребу поглиблення досліджень у сфері забезпечення розвитку підприємств, одним з напрямків й джерел якого може постати поширення інтеграційних процесів. Певним ускладненням при цьому є брак теоретичних досліджень взаємообумовленого впливу категорій розвитку та інтеграції. Більш того, потрібна відмова від обмеженого розгляду лише технологічних аспектів взаємодії суб'єктів господарювання в рамках внутрішнього середовища інтегрованої структури бізнесу (ІСБ) на користь визначення особливостей встановлення інституціональних угод. Дійсно, технологічна спрямованість притаманна значному колу дослідників, що розглядають як особливості інтеграційного процесу [2, 14], так і різні аспекти управління утвореною ІСБ [8, 16]. Досить часто навіть вироблення стратегічної поведінки ІСБ [4] чи розробка маркетингових програм [8] та заходів з підвищення конкурентоспроможності інтегрованого утворення [16] проводяться без урахування особливостей норм соціальної взаємодії акторів. Підґрунтям же для створення теорії інтеграційного розвитку повинно стати подане у [9, с. 18] положення, згідно з яким "сукупність інститутів й інституціональних структур у їхньому взаємозв'язку й взаємодії являє собою інституціональну систему, а спрямована зміна інститутів й інституціональних структур – інституціональний розвиток".

Метою статті є обґрунтування теорети-

ко-методологічного забезпечення організації управління розвитком потенціалу інтегрованих товаровиробників, що відбувається через інституціоналізацію взаємодії раніш відокремлених суб'єктів господарювання. Умовою реалізації даної мети є можливість представлення будь-якого інтегрованого утворення через сукупність упорядкованих множин, які відбивають перелік суб'єктів господарювання (акторів), що входять до складу ІСБ $\{A\}$, та виконуваних ними функцій $\{ФН\}$. Інтеграційний розвиток (ІР) при цьому зводиться до цілеспрямованої трансформації у часі архітекtonіки $\{ІСБ\}$ інтегрованого утворення.

Проведений автором у [10] аналіз технологічної, ситуаційної та маркетингової парадигм інтеграції визначив їх переважну орієнтованість на неокласичний підхід максимізації корисності й обумовила доречність компліментарного розгляду з набутками інституціональної теорії. Це дозволило як врахувати при визначенні причин ІР наявність транзакційних витрат, владних відносин, специфічності активів та опортунізму, так і формалізувати правила поведінки учасників інтеграційних процесів у вигляді концепції контролю $\{КК\}$, що у [13, с. 8] визначаються як "сукупність значень і смислів, певного світогляду, що дозволяє агентам тлумачити наявні процеси та інтерпретувати дії інших". Інституціональний підхід дозволяє врахувати й локальну організованість бі-

© А.А. Пилипенко, 2009