

Geneva. – 2005. – 468 p. 3. Foreign investment state agency. February 2006. [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.paiz.gov.pl>. 4. Manea J. Industrial restructuring in economies in transition and TNC's investment motivations // Transnational Corporations. – Vol. 13. – No. 2. – P. 20 – 28. 5. Дурка Б. Роль прямих іноземних інвестицій в підвищенні конкурентоспособності польської економіки // Економічний часопис — XXI. – 2003. – №9. – С. 32 – 36. 6. Шлюсарчик Б. Прямі іноземні інвестиції як фактор формування компаративної переваги: питання теорії та практики (на прикладі Польщі) // Академічний огляд. – 2004. – №1. – С. 103 – 109. 7. Report on foreign trade of Poland. Warsaw: Ministry of economic affairs and labour, 2005. – 68 p. 8. Бойко І. Перспективи інноваційного розвитку східно-європейських країн // Економіст. – 2005. – №2. – С. 78 – 83. 9. Antalóczy K. Greenfield investments in Hungary: are they different from privatization FDI? // Transnational Corporations. – Vol. 10. – №. 3. – С. 39 – 55. 10. Hungary – 2004. – Budapest: Hungarian statistical office. 2005. – 76 p.

Стаття надійшла до редакції
4.04.2006 р.

УДК 658.012

Ушкальов В. В.

УПРАВЛІННЯ ЕМОЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

In the article the necessity of management by the emotional flows in the organization with the purpose of increasing its efficiency of the activity is grounded. The notion "emotional flows in the organization" is defined as well as the essence and the approaches to the choice of the methods of management by the emotional flows in organization are formulated.

Функціонування підприємства в сучасних умовах характеризується значною різноманітністю та динамізмом виробничих завдань, частою зміною умов праці, існуванням індивідуальних відмінностей працівників. Використання останніх значною мірою обумовлює успішність та конкурентоспроможність організації внаслідок існування синергетичного ефекту на рівні індивідуальностей, які створюють унікальність та забезпечують лідерство при інших рівних економічних передумовах.

У процесі трудової діяльності людина не залишається незмінною: під впливом зовнішнього середовища, вікових процесів, інформації та інтеракцій всередині організації відбуваються зміни в емоційно-вольовій та ціннісно-мотиваційній сферах працівника. Водночас, від рівня емоційного функціонування працівника залежить не тільки його особиста ефективність і працездатність, а й здатність до ефективного взаємодії, існування якої й обумовлює можливість синергетичного ефекту.

І якщо мотивація людини вже досить давно досліджується й використовується в менеджменті, то емоційна сфера, яка ґрунтовно досліджена психологією, психофізіологією, педагогікою, ергономікою та яка є базисом мотивації й складає енергетичну основу будь-якої діяльності, на сьогодні фахівцями з менеджменту використовується недостатньо.

Актуальність дослідження також обумовлюється тим, що особливості національного менталітету є висока емоційність, яка проявляється переважною роллю емоцій під час прийняття

рішень. З цим явищем тісно пов'язана проблема обрання методів ефективного впливу на людину. Емоції — еволюційно більш ранній механізм регуляції поведінки, ніж розум. Широко розповсюджені методи переконання значно поступаються в ефективності методам непрямого впливу, основою яких є вплив саме на емоційну сферу.

Отже, існує нагальна потреба в управлінні емоціями всередині організації, але відсутній методологічний апарат, який дозволяв би здійснювати такий цілеспрямований вплив. Все це вимагає розробки механізмів управління емоційними потоками в організації, що дало б гучно використовувати індивідуальний емоційний потенціал робітника відповідно до нових потреб організації та виробництва.

Управління емоціями всередині організації дозволяє: підвищити цінність організації для працівників, збільшити енергетичний потенціал колективу, позбутися зайвих особистісних енерговитрат, спрямувати енергію відповідних емоцій на виконання конкретних виробничих завдань, підвищити ефективність комунікацій, збільшити дієвість управлінського впливу, зменшити або подолати опір проходженню управлінської інформації, підвищити креативність, а також сприяє появі нових ключових компетенцій організації.

Динаміка та вплив індивідуальних особливостей на поведінку й ефективність діяльності людини досліджувались багатьма науковцями як в межах менеджменту, так і в суміжних галузях науки, зокрема, в психології, психофізіології, психології праці, ергономіки. В працях І. Павлова, Б. Теплова, В. Мерліна, Є. Ільїна, М. Фоллет, Е. Мейо, К. Левіна, Дж. Келлі, К. Ізарда, Ф. Лютенса, О. Ястремської, О. Головахи, Т. Кабаченко [1 – 7] та інших авторів були окреслені підходи до визначення та оцінки індивідуально-типових особливостей людини, що з певною часткою імовірності дозволяють прогнозувати особливості її поведінки, ефективність її діяльності і створити оптимальні для кожної людини умови, що сприяють такій ефективній діяльності. Втім, більшість дослідників акцентували свою увагу на соціально-психологічних аспектах прояву емоцій як складової взаємовідносин та мікроклімату в колективі, подолання конфліктності [3 – 5], або ж визначали характеристики оптимального функціонального чи ресурсного стану працівника [2; 4]. Отже, залишаються недостатніми методи та ефективність цілеспрямованого впливу на емоційні стани працівників з метою підвищення ефективності діяльності організації.

Мета статті полягає в обґрунтуванні необхідності управління емоційними потоками в організації для підвищення ефективності її діяльності, визначенні поняття "емоційні потоки в організації", а також формулюванні сутності та підходів до визначення методів управління емоційними потоками в організації.

Потреба розумно керувати своїми емоціями виникає в людини не тому, що її не влаштовує сам факт появи емоцій. Нормальній діяльності та спілкуванню рівною мірою перешкоджають і бурхливі некеровані переживання, і байдужність, і відсутність емоційного реагування.

Емоції дезорганізують ту діяльність, у зв'язку з якою вони виникли. Наприклад, страх, що виник з необхідністю перебороти небезпечну ділянку шляху, порушує або навіть паралізує рух до мети, а бурхлива радість із приводу успіху у творчій діяльності знижує творчий потенціал. Втім, порушуючи вихідну форму діяльності, емоції істотно полегшують перехід до нової, що дозволяє без коливань і сумнівів вирішити проблему, що виявилася складною для розуму. Так, страх зупиняє перед метою, яку важко досягнути, але додає сил і енергії для уникнення небезпек, що чекають на шляху до неї; гнів дозволяє подолати перешкоди, що не виходить розумно обійти; радість дає можливість задовольнитися тим, що вже є, стримуючи від нескінченної гонки за всім, чого ще немає.

Емоції — це психічне відображення у формі безпосереднього пристрасного переживання життєвого смислу явищ і ситуацій, зумовленого відношенням їх об'єктивних властивостей до потреб суб'єкта [6]. Емоції становлять засіб, який дозволяє живим істотам визначати біологічну значимість станів організму та зовнішніх впливів. Це особливий клас суб'єктивних психологічних станів. Під час дії емоцій відбуваються зміни в діяльності

багатьох фізіологічних систем організму, тобто, дія емоцій тісно пов'язана з механізмами психофізіологічного регулювання.

Емоція — це переживання, що мотивує, організує та спрямовує сприйняття, мислення та дії людини [5].

Емоції передбачають процес, спрямований на задоволення потреби, мають прогностичний характер. Емоції виражають зміст ситуації для людини з погляду актуальної в даний момент потреби, значення для її задоволення майбутньої дії або діяльності. Емоційні потреби, на відміну від раціональних, спрямовані на досягнення соціальних і екологічних (у більшості суспільно-значимих) цілей і характеризують як ефективні, так і афективні дії, що полягають у досягненні певного суспільного становища [7]. Емоції можуть викликатися як реальними, так і уявленими ситуаціями.

Хоча наявність потреби є обов'язковою умовою виникнення емоції, вона не є єдиною і достатньою. Згідно з інформаційною теорією емоцій П. В. Симонова [6], емоція — це відображення мозком величини потреби й імовірності її задоволення в даний момент. Таким чином, існує залежність інтенсивності емоційної реакції від сили потреби і розмірів дефіциту або приросту прагматичної інформації, необхідної для досягнення мети (задоволення потреби). Отже, інформація є важливим інструментом впливу на характер емоціонального реагування людини та може бути використана в менеджменті для актуалізації певних емоцій, а отже, для впливу на мотиваційну сферу, активність та спрямованість діяльності працівника.

Емоції становлять для людей певну цінність. Люди цінують деякі свої емоції, а деяких хотіли б позбутися. Ї емоції, що мають позитивну цінність, люди прагнуть зберегти. Те, що служить джерелом цінних емоцій, також вважається цінним. Якщо організація є джерелом цінних емоцій, то її цінність для працівника підвищується.

Емоції несуть у собі певну інформацію. Наприклад, тривога і непевність свідчать про недостатність комунікацій, а образ і приниження — про помилки розподіленого лідерства. Взаємна ворожість — ознака неправильної організації взаємодії.

Емоції дають напрямок активності людини, є найважливішими мотивами діяльності або бездіяльності.

Існують класифікації емоцій за різними ознаками. Залежно від тривалості та інтенсивності переживань їх поділяють на власне емоції, почуття та афекти [6]. Забезпечення тривалості необхідної емоції у виробничій діяльності надає можливість збільшити продуктивність праці, а управління інтенсивністю емоцій — дозволяє оптимізувати міжособистісну комунікацію в організації та зменшити рівень плинності кадрів, покращити стан трудової дисципліни, скоротити втрати часу через соціально-трудова конфлікти.

Залежно від виконуваних функцій емоції поділяють на негативні, які повідомляють, що ситуація людину не влаштовує і її варто змінити, та позитивні, які підтверджують правильність обраного напрямку і заохочують досягнення визначених цілей [2, 5, 6]. Отже, використання позитивних емоцій в менеджменті дозволяє стимулювати дії, що є цінними для організації, підвищити рівень мотивації працівників, а негативних — застерегти працівника від небажаних дій.

Залежно від специфіки переживань та експресивних форм вираження розрізняють базові емоції: гнів, радість, смуток, подив, цікавість, відрив, жаж та інші [5; 6]. Своєчасне розпізнавання цих емоційних станів, використання та зміна дозволяють знизити витрати на управління, підвищити рівень якості здійснення функцій управління, підвищити ефективність використання трудових ресурсів.

Емоції також розрізняються за інструментами, що в них містяться. Так, гнів надає здатність нападати не відволікаючись на безпеку, а жаж — здатність рятувати своє життя втечею. Функція подиву — інформувати про те, що отримана інформація не відповідає нашим припущенням. Функція страху — повідомляти нам про те, що нас підстерігає небезпека. Функція жаху — повідомляти нам про те, що небезпека дуже велика, ми її побороти не можемо і тому краще втекти або сховатися. Перелік функцій емоцій можна продовжити. Отже, емоції мають регулюючу цінність та можуть обумовлювати функціональний

стан працівника, з яким безпосередньо пов'язана продуктивність праці.

Запропоноване О. Сидоренко поняття "емоційний менеджмент" передбачає управління емоційними ресурсами в організації з метою підвищення її ефективності. Вона виділяє чотири ресурси емоцій, що можуть бути використані в менеджменті: енергетичний, ціннісний, інформаційний та мотиваційний [8]. Втім, емоції є дуже мінливим явищем, яке слід розглядати в динаміці. Тож підхід може бути корисним у менеджменті за умови визначення параметрів цих ресурсів у динаміці.

Так, для здійснення різних видів ресурсів найбільш оптимальною може виявитися енергія різних емоцій: кропітка монотонна робота вимагає інших емоцій аніж робота, пов'язана зі швидким реагуванням. Мотиваційний ресурс емоцій також повинен регулюватися і використовуватися організацією. Менеджмент може регулювати і використовувати енергію, цінність, інформативність і мотивуючий потенціал емоцій для підвищення ефективності організації і підвищення надійності роботи. Але слід враховувати й постійні зміни в стані перелічених ресурсів, що потребує від менеджера постійного моніторингу емоційних процесів за чітко визначеними параметрами.

Щоб керувати людьми і досягати успіху в бізнесі, важливі не тільки розумові здібності, але й емоційний інтелект, або EQ (термін запропоновано Даніелем Гоулменом у 1995 р.): "Емоційний інтелект — це здатність людини витлумачувати власні емоції й емоції навколишніх для того, щоб використовувати отриману інформацію для реалізації власних цілей" [9]. Від нього залежить, наскільки людина вміє розуміти себе й інших, взаємодіяти з оточенням, приймати рішення. Однак, Д. Гоулмен зосередив свою увагу на розвитку здібностей менеджера інтерпретуючих емоційні прояви оточуючих, залишивши поза увагою пошуки шляхів ефективного впливу на емоційний стан останніх.

У західній культурі існує розповсюджене переконання, що відчуття не можна вільно змінювати і що емоції теж не піддаються зміні. Втім, неможливість довільного ефективного впливу на емоції інших людей заперечується безліччю прикладів здійснення такого впливу в сфері мистецтва та культури та сучасною психологічною наукою. Зважаючи на те, що ігнорувати існування емоцій в житті організації не можливо, а життєдіяльність людини (в тому числі й професійна) містить у собі низку емоційних переживань змінної інтенсивності, що є неперервними та такими, що здатні впливати на результативність діяльності, останні можуть бути представлені як об'єкт управління, а саме, як емоційний потік.

Емоційний потік — це сукупність емоцій працівників, що сприймається як єдине ціле, яка існує як процес на певному інтервалі часу в організації.

Сутність управління емоційними потоками є вплив на емоційні стани працівників з метою їх регулювання в напрямі підвищення ефективності їх діяльності найбільш ефективним способом з точки зору витрат та задоволення їх особистісних емоційних потреб.

Методи аналізу та управління емоціями, що розроблені в психології та психофізіології можуть бути певною мірою пристосовані для вирішення окресленої проблеми (таблиця).

Таблиця

Методи управління емоційними потоками

№ з/п	Напрямок управління емоційними потоками	Методи управління емоційними потоками
1	2	3
	Ініціювання емоційного потоку	Використання об'єктів чи явищ, що можуть викликати необхідну емоційну реакцію; актуалізація цінних для організації емоцій шляхом інформаційного впливу; використання ефекту "емоційного зараження"

Закінчення таблиці

1	2	3
	Зміна інтенсивності емоційного потоку	Зниження інтенсивності: розподіл емоцій шляхом збільшення інформації, необхідної для задоволення потреби; розподіл емоцій шляхом розширення кола спілкування; розподіл емоцій шляхом розширення кола емоційних (таким, що провокують емоційну реакцію) ситуацій. Підвищення інтенсивності: зосередження — концентрація уваги працівника на обмеженому колі процесів, що мають для нього найбільшу цінність; зосередження шляхом обмеження інформації зі звичних джерел
	Зміна напрямку емоційного потоку	Переключення емоційних потоків з емоційних ситуацій на нейтральні; переключення з реальних деструктивних емоцій на ілюзорні або соціально не значущі; переключення конструктивних емоцій з дрібниць, ілюзорних об'єктів на такі, що мають соціальну цінність
	Зміна якісного складу емоційного потоку	Зміна цінності емоційного потоку (включення до емоційного потоку інших емоцій, що мають різну цінність для організації); зміна інформативності емоційного потоку (шляхом інтерпретації емоційних проявів)
	Зміна супутніх параметрів емоційного потоку	Психофізіологічні методи впливу на емоційну сферу: відповідний музичний супровід виробничої діяльності; відповідне художнє оформлення приміщень; відповідне фізичне навантаження; аутотренінг та інші методики керування станом
	Припинення емоційного потоку	Нейтралізація дії деструктивних емоцій емоціями-інгібіторами; зміна середовища спілкування з одночасною зміною виробничих завдань (використання групової динаміки при створенні робочих груп)

Отже, ефективність діяльності в організації може бути підвищена за рахунок застосування в менеджменті системи дій, спрямованих на:

аналіз емоційних потоків з огляду на їх енергетичне значення для організації та використання наявної емоційної енергії працівників;

аналіз того, як організація може підвищити власну цінність завдяки керуванню емоційними потоками;
застосування інформаційних, інтерактивних та психофізіологічних технологій управління емоційними потоками в організації;

визначення інформативності та цінності конкретних емоцій в організації та з'ясування того, як вони можуть використовуватися в управлінні;

визначення інтенсивності та векторів емоційних потоків працівників і організації з метою їх подальшої гармонізації.

Подальші дослідження варто спрямувати на визначення оптимальної системи індикаторів емоційних потоків в організації та розробці ефективного інструментарію з управління ними.

Література: 1. Кабаченко Т. С. Психология в управлении человеческими ресурсами. — СПб.: Питер, 2003. — 400 с. 2. Ильин Е. П. Психофизиология состояний человека. — СПб.: Питер, 2005. — 412 с. 3. Thomas K. W. Toward Multidimensional Values in Tiching. The Example of Conflict Behaviors // Academy of Managment Review, 1977, v. 2, P. 485 — 496. 4. Лютенс Ф. Организационное

поведение. — М.: ИНФРА-М, 1999. — 282 с. 5. Изард К. Э. Психология эмоций. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с. 6. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. — М.: Политиздат, 1985. — 431 с. 7. Ястремська О. М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади: Монографія. — Харьков: ВД "ИНЖЕК", 2004. — С. 68 — 69. 8. Сидоренко О. Тренінги емоціонального менеджмента "http:// www.arsenal-hr.ru" 9. Ильин Е. П. Психология индивидуальных различий. — СПб.: Питер, 2004. — 701 с. 10. Головаха Е. И. Психология человеческого взаимопонимания / Е. И. Головаха, Н. В. Панина // http://www. psyfactor. org/strah2.htm

Стаття надійшла до редакції
16.05.2006 р.

УДК 658.03:336.22

Мерхо Олександр

ПРОЦЕС ПЕРЕКЛАДАННЯ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ЦІНОУТВОРЕННЯ

In the article the regularities of influence of the process of profits taxation of enterprises upon the formation of the product value of the enterprise that executes its activity under conditions of monopolistic competitiveness are considered.

Загально відомо, що сурова дійсність ринкової економіки вимагає від підприємств постійних перемог у конкурентній боротьбі. Але економічна наука ще не має вичерпної відповіді на питання про вплив податків на процес ціноутворення. Між тим саме цінова конкуренція відіграє провідну роль у боротьбі підприємства за доступ до ресурсів та ринків збуту продукції. Нижче розкривається механізм перекидання податку на прибуток та його вплив на процес формування ціни продукції підприємства, діючого в умовах монополістичної конкуренції.

Процес перекидання податків на науковому рівні першим почав досліджувати Д. Локк. Значний вклад у розробку цього питання зробили А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. Ст. Міль, Н. Канар, П. Прудон, Ф. Ласаль, В. Твердохлібов, К. Рау, А. Вагнер, А. Маршалл, Г. Мейер, Панталеоне, Е. Селігман, А. Гарбергер, Х. Сін, а також Р. та П. Масгрейви. Незважаючи на таку пильну увагу до цього питання, К. Макконеллом і С. Брю [1] зауважують, що процес перекидання податку на прибуток залишається досить важливим об'єктом економічних дискусій.

Розуміння принципів перекидання податку на прибуток вимагає передусім розуміння економічної сутності податку. Стосовно податку на прибуток підприємств можна зауважити, що реально його платником виступає не підприємство. Воно (підприємство) лише перераховує належну до сплати суму податку на користь держави, а дійсними носіями податку виступають власники його корпоративних прав [2].

Чинником, який значно впливає на процес перекидання податку, виступають особливості формування оптимальної ціни на продукцію підприємства за умов монополістичної конкуренції. Вихідним припущенням при цьому буде те, що "у довготерміновому плані фірма, що бере участь у монополістичній конкуренції, буде отримувати лише нормальний прибуток" [1, с. 563].

Дослідження слід розпочати з об'єму виробництва підприємством та ціни на продукцію, встановлених при досягненні