

## Література

1. Атмас П. Й. Управлінський облік: Навч. посібник. — Дніпропетровськ, 2006. — 440 с.
2. Друри К. Управленческий производственный учет: вводный курс. 5-е изд., перераб. и доп. — М., 2005. — 735 с.
3. Голов С. Ф. Управлінський облік: Підручник. — К., 2003. — 704 с.
4. Апчерн А. Управленческий учет: принципы и практика / Перевод с англ. — М., 2002. — 952 с.
5. Нападowska Л. В. Управлінський облік: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. — К.: Книга, 2004. — 544 с.
6. Чумаченко М. Г. Методы учета и калькулирования себестоимости промышленной продукции. — М., 1965. — 123 с.
7. Білоусова І. А. Методи обліку виробничих витрат і калькулювання собівартості продукції // Бухгалтерський облік і аудит. — 2006. — № 9. — С. 3—5.
8. Цветкова Н. Сучасна організація обліку та складання звітності для прийняття управлінських рішень // Бухгалтерський облік і аудит. — 2008. — № 3. — С. 14—21.
9. Дерій В. Проблеми обліку витрат і доходів підприємства та перспективи їх вирішення в Україні // Бухгалтерський облік і аудит. — 2008. — № 4. — С. 7—11.

Стаття надійшла до редакції 28.11.2008

УДК 658.8:339.1307

**А. В. Федорченко**, канд. екон. наук, доцент  
кафедри маркетингу,  
ДВНЗ «Київський національний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СКЛАДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

У статті досліджено теоретичні аспекти дослідження складних економічних систем відкритого типу. Визначено структуру цілей економічних систем на різних рівнях ієрархії, визначено роль їх системи маркетингових досліджень.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** теорія систем, системний підхід, організація, управління, теорія маркетингу, система маркетингових досліджень.

Стохастичність функціонування ринкового механізму об'єктивно спричиняє постійне ускладнення як відповідних процесів, так і окремих економічних систем, що у його межах працюють. Усе це, у свою чергу, призводить до необхідності за-

стосування системного підходу щодо аналізу систем управління ними, чільне місце серед яких сьогодні посідають маркетингові складові. Як наслідок, науковці і практики галузі маркетингу на сьогодні стикаються із необхідністю постійного адаптування систем управління організаціями до швидкозмінних умов ринкового середовища. Таким чином, ми ставимо перед собою за мету дослідити у даній роботі теоретичні аспекти застосування системного підходу у процесах аналізу складних сучасних економічних систем.

Згідно загальної теорії управління будь-яке підприємство сьогодні слід розглядати в якості організаційної системи відкритого типу, адже вона вільно обмінюється із оточуючим середовищем, у якому вона функціонує, матеріальними та нематеріальними активами, енергією, інформацією, вона є невід'ємною складовою товарних, матеріальних, інформаційних, грошових та інших потоків, що постійно циркулюють у межах ринкової економіки. У свою чергу, організацію у спеціальній літературі найчастіше визначають як соціально-економічну систему, здатну самостійно обирати способи певних дій у різних ситуаціях відповідно до її загальних цілей. При цьому окремі складові елементи організації також можуть здійснювати свій власний вибір, узгоджуючи його із вибором інших структурних елементів системи. В основу цих процесів покладено, як правило, або розподіл, або розподіл відповідальності на тлі необхідності перерозподілу з боку вищого керівництва необхідних для цього ресурсів.

При цьому цілком очевидно, що особливу роль у подібних бізнес-процесах відіграє загальна система управління підприємством, у межах якої приймаються рішення про перерозподіл наявних ресурсів на користь тих чи тих її структурних елементів по мірі надавання певним функціям чи рішенням у межах окремих підсистем різного ступеню важливості або нагальності у конкретних умовах, що склалися на даний момент. Тому, саме поняття організації пов'язане із тим, що «... це цілеспрямована система, яка включає в себе принаймні два цілеспрямовані елементи, що мають спільну мету стосовно яких система здійснює функціональний розподіл праці і (або) розподіл відповідальності. Організація завжди формується навколо загальних цілей, без яких різні її елементи не змогли б працювати разом без примусу» [1, с. 76]. Таким чином, ми можемо говорити про те, що організація являє собою певним чином впорядковану множину елементів, зорієнтованих на досягнення як власних, так і спільних цілей на основі взаємозв'язків її складових із системою як із цілісністю. Внаслідок

док цього саме поняття організації слід вважати характеристикою будь-якої системи.

У свою чергу і загальна ціль організації розподіляється на велику кількість підцілей стосовно окремих її структурних елементів різних рівнів ієрархії. При цьому кожна з таких підцілей важлива з позицій перспектив досягнення загальної мети організації у певний визначений проміжок часу. Як наслідок, структурні підрозділи підприємства (підсистеми) також мають свій власний набір цілей, що є проявом або певною конкретизацією цілей вищого рівня ієрархії. У кінцевому випадку і окремі складові елементи організації, які розглядаються на найнижчому рівні аналізу як неподільні, також мають свої цілі. Таким чином набір цілей підприємства можливо уявити у вигляді ієрархічної структури. При цьому важливо пам'ятати, що повноцінне функціонування кожної підсистеми організації з погляду своєї підцілі автоматично не гарантує найкращого функціонування усієї системи загалом з погляду необхідності досягнення її загальної мети. Саме тому в більшості випадків подібні цілі та підцілі мають чітко виражену прив'язку до часу їх досягнення, необхідних для цього ресурсів чи інших суттєвих на певний момент часу параметрів. Тому загальні цілі організації потрібно розцінювати у якості певних рівнодіючих цілей її складових і зовнішніх цілей, які виникають у результаті змін у зовнішньому середовищі (рис. 1):

- зовнішні цілі: формуються на рівні макросередовища і можуть розглядатися як цілі входу до системи, задля досягнення яких постає завдання адаптації системи управління підприємством;

- цілі діяльності (цілі виходу): характеризуються сферою взаємодії підприємства із зовнішнім середовищем і описуються переліком задач, які підприємство здатне вирішити із прийнятим результатом;

- цілі розвитку: стосуються питань формування та зміни потенціалу підприємства, а тому відносяться до сфери стратегічних;

- цілі задоволення потреб суб'єктів: відображають цілі співробітників підприємства з урахуванням необхідності їх узгодження із цілями інших суб'єктів чи системи в цілому (особливо яскраво виявляються у контексті розгляду концепції внутрішнього маркетингу — *авт.*);

- цілі існування: виявляють намагання підприємства вижити у мінливих умовах зовнішнього середовища, збереження цілісності та самоідентичності.

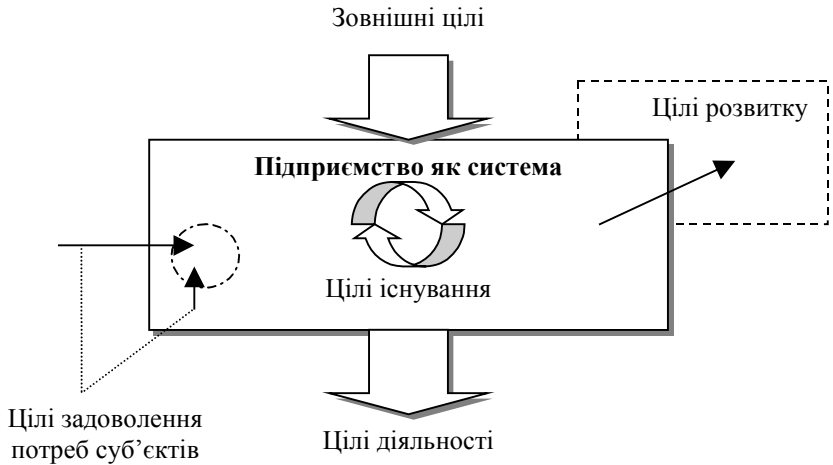


Рис. 1. Цілі підприємства як системи [1, с. 78]

Важливо зауважити, що таке складне переплетіння цілей організації на вході, виході та у конкретних умовах зовнішнього середовища потребують комплексного їх дослідження на рівні окремого економічного суб'єкта, що дещо виходить поза межі тематики нашого дослідження. Тому ми лише зауважимо, що окремий економічний суб'єкт формує власні цілі не лише виходячи із очікуваних власних вигод, але й з урахуванням взаємозв'язків з цілями інших економічних суб'єктів (наприклад, конкурентами, постачальниками, посередниками) та власних структурних підрозділів (підсистем та окремих співробітників). У цьому виявляється вплив цілого на окремих економічних суб'єктів та індивідів. Адже з позицій системного підходу та теорії маркетингу діяльність економічних суб'єктів не може вважатися ізольованою від процесів, що протікають у макро- та мікросередовищі.

У даному контексті важливо пригадати думку визнаних у свій час американських вчених Д. Кліланда та В. Кінга, які досліджували сутність процесу управління економічними суб'єктами як складними системами: «Управління — це процес, спрямований на досягнення певних цілей» [2, с. 25]. Тому управління — це процес, що характерний для групової діяльності, а тому він завжди має у якості своєї основи прийняття відповідних управлінських рішень щодо узгодження цілей як окремих складових елементів системи з позицій використання матеріальних, трудових та

інших ресурсів, так і досягнення сталого розвитку організації у мінливих умовах зовнішнього середовища. Звідси, по суті, беруть свій початок і традиційні управлінські функції планування, організації, мотивації, контролю. Таким чином фактичні повноваження менеджера визначаються тими коаліціями, що створюються у сфері його діяльності та тими конфліктами, що йому потенційно доводиться вирішувати на перетині інтересів таких коаліцій [2, с. 28]. У пізніших публікаціях ми знаходимо розширене розуміння категорії управління:

- це процес формування цілеспрямованої поведінки системи шляхом інформаційних впливів, що розробляються людиною (групою людей) або технічним пристроєм [3, с. 9];

- це процес цілеспрямованого впливу на систему, що забезпечує підвищення її організованості, досягнення того чи іншого корисного ефекту [4, с. 37];

- це функція системи, що зорієнтована або на збереження основної її якості, тобто сукупності властивостей, втрата яких призведе до руйнування системи в умовах зміни середовища, або на виконання певної програми, що забезпечує стійкість її функціонування, гомеостаз, досягнення певної мети [5, с. 742];

- це об'єктивний процес упорядкування системи, забезпечення її цілісності, підтримання заданого режиму діяльності і досягнення мети шляхом обміну інформацією між керівною та керованою підсистемами каналами прямого і зворотного зв'язку [6, с. 110].

До наведених нами визначень категорії управління Р. А. Фатхутдінов уводить категорію управлінського процесу, у якому більше уваги зосереджено на функціональному аспекті процесів управління: «Управлінський процес — це сукупність операцій та процедур впливу керуючої підсистеми на керовану, що здійснюються у межах організаційної структури організації... У якості предмета труда при цьому виступає управлінське рішення, інформація, нормативно-технічний чи управлінський документ» [7, с. 631]. При цьому об'єктом управління вважають організацію, задачами якої є виконання планів і реалізація тієї діяльності, для якої створювалася конкретна система управління [8, с. 10]. Суб'єкт управління — це управлінський персонал, що задіяний у виконанні управлінських функцій через налагодження системи зворотного зв'язку.

Як бачимо, сучасні автори більшою мірою зорієнтовані на урахування суттєвих ознак та характеристик системи як складного утворення (цілеспрямованість, самозбереження, наявність під-

систем, інформаційний вплив тощо). Як наслідок, системи, в яких протікають процеси управління, називають системами управління [4, с. 37]. Тому наведені визначення дають підстави вважати системний підхід головним методологічним базисом дослідження складних економічних систем. При цьому визнається, що будь-яка організація являє собою систему, наділену складовими елементами та ієрархією відповідних цілей. Адже системний аналіз історично виступав головним науковим методом, спрямованим на вирішення складних управлінських проблем, завдяки їх розгляду та наступному зведенню до більш простих напрямків застосування відповідних дій і процесів.

Як наслідок, задача системи управління організації полягає в узгодженні між собою цілей цих різних рівнів ієрархії на основі глибокого розуміння характеру взаємодії структурних елементів організації як системи з метою досягнення її загальної цілі, збереження її цілісності та забезпечення сталого розвитку. При цьому людина виступає центральною фігурою усіх економічних процесів та рушійною силою економічних систем через механізми економічних інтересів та мотивації. Тому саме вона є творцем економічних систем.

Із усього сказаного ми можемо зробити висновок стосовно того, що будь-яка економічна організація як система від часу свого виникнення постійно намагається зберегти власну цілісність, трансформуючи свої окремі функції, а згодом і структуру, до вимог зовнішнього середовища. Тому досягнути такої цілісності можливо лише за умови реалізації відповідних управлінських функцій в умовах динамічного, а не статичного середовища та основних характеристик досліджуваного об'єкта. Цей підхід, зокрема, знаходиться у прямій протилежності до механістичного підходу, згідно з яким системи досліджуються у статичі шляхом наступного встановлення причинно-наслідкових зв'язків між їх складовими елементами і який, зокрема, покладений в основу традиційної парадигми економічної науки.

Зауважимо також, що зазначена нами цілісність економічних систем може досягатися лише за умови налагодження оптимальних зв'язків (горизонтальних і вертикальних, прямих та зворотних) між їх структурними складовими на основі побудови відповідних інформаційних потоків. В основу такої взаємодії покладено активність та цілеспрямованість у функціонуванні складових елементів системи, а також зазначений нами взаємний обмін інформацією, матеріальними та нематеріальними ресурсами. Причому інтенсивність проходження таких процесів залежить від інтенсивності внут-

рішних змін системи на основі прийняття відповідних управлінських рішень, а не від абсолютного розуміння часу як астрономічної величини. Саме тому неможливо не погодитися з думкою вітчизняного вченого-економіста С. В. Степаненка, який цілком слушно обстоює думку про те, що в умовах застосування подібного підходу і сама категорія часу також змінює своє внутрішнє наповнення та зміст: економічний час різний для кожної економічної системи і залежить від інтенсивності змін її параметрів, а тому не тотожний астрономічному [10].

Як наслідок, сучасні економічні системи слід розглядати як такі, що мають у своїй структурі нелінійний характер зв'язку між їх складовими елементами, наділені динамічним характером розвитку основних їх параметрів у просторі та часі на основі поєднання складної структури вертикальних та горизонтальних зв'язків між її окремими рівнями та процесів взаємодії окремих складових елементів через систему прямих та зворотних зв'язків. Саме це пояснює динамічний стан економічної системи держави у цілому, що складається із великої кількості таких економічних суб'єктів, і, як наслідок, виступає сутнісною основою менеджменту як сучасної теорії і практики.

Таким чином з позицій системного підходу економічні організації слід розглядати у єдності їх структурних та функціональних характеристик. При цьому структурна будова системи також включає зв'язки між рівнями економічної системи, тобто характеризує її статичні характеристики. Натомість процеси взаємодії її структурних елементів у горизонтальному та вертикальному розрізі (або внутрішні та зовнішні зв'язки) характеризують динамічні характеристики системи. Єдність цих характеристик економічних систем дає можливість застосування організаційного підходу до їх аналізу [10].

З цього приводу неможливо оминати увагою надзвичайно важливе питання впливу цілого на структурні частини економічної системи. Причому дане питання з точки зору системного підходу можливо досліджувати як на макрорівні (система «державна — галузь — підприємство»), так і на мікрорівні нашого аналізу («система менеджменту підприємства — окремі структурні підрозділи»). Тому у загальному вигляді ми можемо його дослідити з урахуванням ієрархічності структури цілей економічної системи, головною з яких вважається забезпечення суспільства необхідними матеріальними цінностями задля задоволення постійно зростаючих потреб людей в умовах постійних ресурсних обмежень (рис. 2).

Так, у контексті ієрархічної структури цілей суб'єктів економічної системи ми можемо говорити про те, що будь-який економічний суб'єкт складається із певної кількості економічних індивідів, які об'єднують власні ресурси (підприємницькі, інтелектуальні та ін.) з метою досягнення кращого задоволення власних потреб через механізми узгодження власних цілей із особистісними цілями інших економічних індивідів, що утворюють даний економічний суб'єкт. З цією метою економічні індивіди свідомо відмовляються від частини власних свобод, делегуючи їх до системи управління економічного суб'єкта.

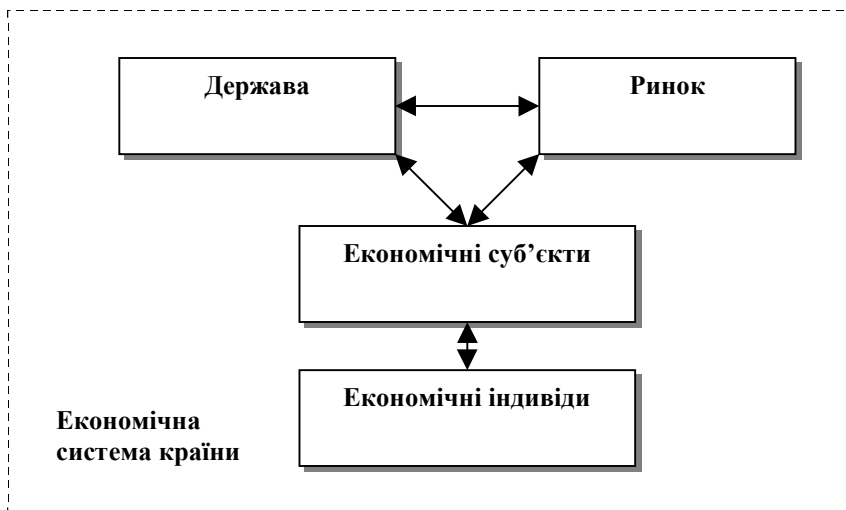


Рис. 2. Загальна схема впливу цілого на структурні частини у межах економічної системи країни

Водночас, економічні суб'єкти складають у своїй сукупності певні галузі, які вже на вищому рівні аналізу потребують упорядкування власного функціонування з позицій необхідності забезпечення завдань розширеного суспільного відтворення у межах економічної системи країни. З цього приводу важливо зауважити, що подібне упорядкування знаходиться у площині впливу або держави, або відповідних ринкових механізмів чи процесів. Тому другий із зазначених процесів характеризує стихійний спосіб ієрархічної організації окремих елементів економічної системи та, відповідно, впорядкування її функціонування через «невидиму руку ринку».

Натомість намагання зменшити стихійність протікання таких процесів втілюються у їх державному регулюванні, що свідчить про свідому організацію елементів економічної системи країни через систему відповідних державних інститутів та створенні середовища, відомого у маркетинговій науці як політико-правове. Причому ступінь взаємопроникнення даних способів регулювання структури економічної системи свідчить про силу її державного регулювання або, навпаки, про мінімізацію державного регулювання економіки.

Водночас, економічні суб'єкти як структурні елементи економічної системи країни активно взаємодіють між собою (наприклад, через механізми конкуренції), постійно змінюються під впливом чинників як ринкового середовища, так і сили державного регулювання їх діяльності. Це дає можливість говорити про те, що саме економічні суб'єкти через свої динамічні характеристики забезпечують динамізм розвитку економічної системи країни в цілому. Таким чином у самому понятті організації закладено сутність динамізму взаємного розвитку як окремого економічного суб'єкта, так і економічної системи держави в цілому на основі їх взаємозв'язку та взаємодії. Таким чином, окрема організація може одночасно вважатися як колективним економічним суб'єктом, так і елементом економічної системи країни.

У даному контексті С. В. Степаненко також наголошує на необхідності урахування взаємообумовленості властивостей окремих складових економічної системи та на відмові від пошуку первинних серед них. Саме це виводить нас на можливість запобігання розриву між пізнавальною та предметно-перетворювальною діяльністю, теорією і практикою дослідження економічних систем на основі нової парадигми розвитку сучасної економічної науки.

Таким чином, в основу організації економічної системи покладено свідому діяльність людей як центральних фігур і головної рушійної сили усіх без винятку економічних процесів на основі створення суспільних умов для ефективної взаємодії між ними. Реалізуючи функцію цілого вони активно діють, набувають досвіду та нових рис, освоюють виконання нових функцій та виконання більш складних завдань, активно взаємодіють між собою, змінюючи окремих економічних суб'єктів, а через них — економічну систему в цілому. Саме це є причиною неповторності будь-якого економічного суб'єкта, економічної системи та основою поступальних змін у них. Саме тому це не просто середньостатистичні учасники економічних процесів, роль яких часто ні-

вельюється в економічній науці, а представники різних рівнів ієрархії економічної системи країни, що відміні між собою [10]. Саме тому й управлінську діяльність слід розуміти через призму «управління соціальними колективами людей, які повинні розглядатися у якості соціально керованих систем... Кожна з таких систем являє собою самостійний об'єкт дослідження і має свої особливості» [9, с. 7].

Водночас основу подібної взаємодії між економічними суб'єктами у межах створюваних таким чином економічних систем складає постійний рух інформації між різними рівнями ієрархії таких систем на основі прямих та зворотних зв'язків між ними. Власне тому усі елементи економічної системи мають інформаційну природу та постійно обмінюються матеріальними та нематеріальними об'єктами у процесі такої взаємодії.

У якості висновку зауважимо, що це становить перспективний напрямок розвитку маркетингової науки, у межах застосування якого чільне місце посідатиме інституціональна складова. Ця теза має особливе значення з позицій набуття більшого академічного статусу такими науками як менеджмент та маркетинг у системі економічних наук на основі поєднання ними методів наукового пізнання із практикою протікання тих чи інших бізнес-процесів на різних рівнях ієрархії економічних систем. Адже, як бачимо, саме їм належить одна з вирішальних ролей у процесах управління економічними системами різних рівнів ієрархії у межах економічної системи держави. Причому ключовим складовим елементом та сутнісною основою для подібних думок виступає інформація як продукт системи маркетингових досліджень. Як наслідок, варто також зауважити, що традиційна економічна теорія у процесах дослідження економічних систем не враховує особливості функціонування та впливу реального ринкового середовища (а не його абстрактних показників та характеристик) на їх структурні елементи.

## ***Література***

1. *Шкардун В. Д.* Маркетинговые основы стратегического планирования: Теория, методология, практика: 2-е изд. / В.Д. Шкардун. — М.: Дело, 2007. — 376 с.
2. *Клиланд Д.* Системный анализ и целевое управление / Д. Клиланд, В. Кинг; Пер с англ. М. М. Горяинова, А. В. Горбунова; Под ред. И. М. Верещагина. — М.: Советское радио, 1974. — 280 с.

3. *Анфилов В. С.* Системный анализ в управлении: Учеб. пособие / В. С. Анфилов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин; Под ред. А.А. Емельянова. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 368 с.

4. *Мухин В. И.* Исследование систем управления: Учебник / В. И. Мухин. — М.: Экзамен, 2002. — 384 с.

5. Теория систем и системный анализ в управлении организациями: Справочник: Учеб. пособие / Под ред. В. Н. Волковой и А. А. Емельянова. — М.: Финансы и статистика, 2006. — 848 с.

6. *Скибинський С. В.* Маркетинг: Підручник — Ч. 1 / С. В. Скибинський. — К.: КНЕУ, 2005. — 568 с.

7. *Фатхутдинов Р. А.* Стратегический маркетинг: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. — М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. — 640 с.

8. *Вартанян В. М.* Інформатизація економіки та управління: комп'ютерні інформаційні системи: навч. посібник / В. М. Вартанян, Л. О. Філіпковська. — Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2008. — 184 с.

9. *Игнатъева А. В.* Исследование систем управления: Учеб. пособие для вузов / А. В. Игнатъева, М. М. Максимцов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. — 157 с.

10. *Степаненко С. В.* Інституціональний аналіз економічних систем (проблеми методології): Монографія / С. В. Степаненко. — К.: КНЕУ, 2008. — 312 с.

Стаття надійшла до редакції 16.10.2008

УДК 658.893

**О. К. Шафалюк**, канд. екон. наук, доц.,  
ДВНЗ «Київський національний університет  
імені Вадима Гетьмана»

### **ПРОБЛЕМИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТА СУТНІСНОГО ОПРАЦЮВАННЯ ПОНЯТЬ СФЕРИ СПОЖИВАННЯ У МАРКЕТИНГУ**

В рамках предметного поля маркетингу опрацьовано перспективні підходи щодо систематизації понятійного контексту споживання, його суб'єктивної складової на індивідуальному та більш масовому рівнях, зі збереженням цілісності явищ та процесів.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** цілісність, система, споживач, маркетинг.

**Вступ.** У глобальному світі першочергового розв'язання вимагають фундаментальні проблеми, що закладають універсальний для різних наукових сфер базис систематизації результатів: