

Література

1. Щодо тенденцій розвитку економіки України у 2014—2015 рр. Аналітична записка — Національний інститут стратегічних досліджень. — Режим доступу <http://www.niss.gov.ua/articles/1635>.
2. Шовкун І. Асоціація з ЄС диктує необхідність відродити промисловість / І. Шовкун // Дзеркало тижня. — 2015. — № 38. — Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/promyshliennost/asociaciya-z-yes-diktuye-neobhidnist-vidroditi-promislovist-.html>.
3. Горбулін В. «Гібридна війна» як ключовий інструмент російської геостратегії реваншу / В. Горбулін // Дзеркало тижня. — 2015. — № 2 (198). — Режим доступу: <http://gazeta.dt.ua/internal/gibridna-viyna-yak-klyuchoviy-instrument-rosiyskoyi-geostrategiyi-revanshu-.html>.
4. Міщенко Д.А. Аналіз заходів щодо підвищення ефективності функціонування аграрного сектору економіки України / Д. А. Міщенко // Науковий вісник Академії муніципального управління. Серія : Управління. — 2011. — Вип. 4. — С. 133-139. — Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nvamu_upravl_2011_4_19.pdf.
5. Купчак В. Р. Державна політика розвитку економіки регіону в системі проектного управління інвестиціями / В. Р. Купчак // Ефективна економіка. — 2013. — № 3. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4219>.

УДК 338.1+008.2

Наталія ЮДИНА *

УПРАВЛІННЯ МАЙБУТНІМ НА ЗАСАДАХ КОНЦЕПЦІЇ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

УПРАВЛЕНИЕ БУДУЩИМ НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ

THE MANAGEMENT OF THE FUTURE BASED ON THE INNOVATION DEVELOPMENT CONCEPT

Анотація. Запропоновано запровадження на підприємствах концепції інноваційного розвитку на нелокальних засадах. Нелокальність передбачає «чотирьохвимірне мислення» і залучення власних ресурсів підприємства з метою створення високотехнологічної продукції.

Аннотация. Предложено внедрение на предприятиях концепции инновационного развития на нелокальных принципах. Нелокальность предполагает «четырёхмерное мышления» и привлечения собственных ресурсов предприятия с целью создания высокотехнологичной продукции.

Abstract. It was proposed the concept of innovative development of the enterprises on the non-local principles. The non-local principles involve «four-dimensional thinking», the use of own resources of the enterprise in order to create high-tech products.

Сьогодні багато наук переживають революційні перетворення, що характеризують настання нової епохи великих наукових відкриттів і має відобразитися на економічних реаліях. Руйнація фундаментальних принципів і уявлень, на яких ґрунтувалися попередні знання, примушують побачити нові знання, напрями нових досліджень чи пояснити те, що не вкладалося у межі традиційних підходів. Наприклад, явище заплутаності у квантовій механіці, яка проявляється у взаємному впливі одна на одну двох заплутаних часточок через величезну відстань, довго залишалася не поясненою з традиційних позицій фундаментальних положень [1]. Зокрема, таке явище не узгоджувалося з фундаментальним принципом локальності, який полягав у тому, що взаємний вплив можуть створювати лише ті часточки, які знаходяться поруч у просторі. Однак сучасне пояснення явища заплутаності взагалі руйнує фундаментальні поняття «простір» і «час» і пропонує вченим проводити наукові дослідження не з позиції локальності, а з позицій всесвітнього космосу. Наприклад, згідно однієї з сучасних гіпотез квантової фізики, окремі взаємопов'язані явища слід розглядати у якості відображення проекції одного й того ж самого явища, як у калейдоскопі кілька разів відображується шматочок кольорового скла. Такий підхід потребуватиме суттєвого розширення свідомості вченого та вихід за межі традиційних положень.

Подібні перетворення за аналогією мають торкнутися і непорушності фундаментальних принципів локальності в маркетингу, а саме: планування і прогнозування результатів маркетингової ді-

* ЮДИНА Наталія Володимирівна / Наталья ЮДИНА / Nataliya YUDINA — лауреат Премії Президента України для молодих вчених, к.е.н., ст. викл. кафедри промислового маркетингу, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут», портал дистанційних курсів з маркетинг-футурології «Футуролог» (<http://futurollog.com.ua>), ORCID: 0000-0002-1730-9341, Nataly.Yudina@meta.ua

яльності на строки, які за тривалістю не перевищують 1—3 роки; аналізу лише тих факторів маркетингового середовища, що знаходяться у безпосередній близькості до певного суб'єкта ринка. Наприклад, підприємства, що працюють в Україні, звикли до аналізу виключно внутрішньодержавних політико-правових, економічних та інших факторів. Крім того і сам ринок має інструменти внутрішнього замикання своїх суб'єктів у середині себе: коли підприємство працює довго на певному ринку, він аналізує виключно тільки своїх прямих конкурентів, відвідує тільки строго обмежений ринком перелік конференцій, виставок, тематичних сайтів тощо. Слід висунути гіпотезу, що принцип нелокальності факторів маркетингового середовища українських підприємств має набагато ширший радіус дистанційного впливу, ніж традиційно його прийнято окреслювали.

Таким чином, і явище кризи національної економіки України стає зрозумілішим, якщо вийти за локальні межі України та дослідити внутрішні економічні процеси з позиції глобальної економіки світу. Як можна побачити з аналізу динаміки ВВП різних країн світової економіки, сьогодні спостерігається тенденція коливання темпів приросту цього показника для більшості країн біля нульової відмітки. Це свідчить про кризу глобальної економіки в цілому, а тому інструменти подолання української кризи підприємствам слід шукати на глобальному рівні.

Пропонований підхід суттєво ускладнює процес прийняття управлінських рішень на рівні окремих підприємств, оскільки потребує від них принципово іншого способу мислення, який знаходиться у «чотирьохвимірному просторі» і має виключати локальність:

- у просторі часу, що передбачає вільне володіння як історичними особливостями формування певного ринку в умовах історичного розвитку певної країни і світу у цілому, так і можливості довгострокового передбачення можливих сценаріїв реалізації пропонованих управлінських рішень у майбутньому;

- у площині широких міждисциплінарних зв'язків;

- за вертикаллю традиційних фундаментальних знань і інновацій.

Таким чином, для проведення необхідних маркетингових досліджень підприємства потребуватимуть глибоких знань минулого і оброблення величезного обсягу розширеної міждисциплінарної та міжринкової маркетингової інформації сьогодення для синтезу адекватного управлінського рішення. Однак такий спосіб мислення провокуватиме серед підприємств масових розробок інноваційних рішень, що повинні переважають економіку України.

За часи кількох потужних хвиль економічної кризи, що тривають в Україні з 2008 р., застосування слова «інновації» у інформаційному полі як учених, так і пересічних українців значно зросло. Це можна пояснити тим, що концепція інноваційного розвитку розглядається як достатньо ефективний інструмент подолання кризи, однією з причин настання якої стає перегрів економіки через перебільшення на ринку кількості пропозицій товарів і послуг підприємств на тлі і так уже перенасиченого попиту. Коли потреби споживачів повністю задоволені, необхідно знаходити чи навіть створювати для споживачів потреби у чомусь новому, що стало б спроможним переважити економіку держави.

Хоча концепція інноваційного розвитку на нелокальних засадах — це не єдиний можливий шлях до переважання економіки, ця концепція має стати невід'ємною складовою більшості своїх альтернатив. Так, серед альтернативних способів економічного переважання вченими передбачений широкий спектр можливих сценаріїв, що коливається від повної руйнації національної економіки через колапс до технічної імовірності встановлення планового управління на рівні глобальної економіки.

Наприклад, у першому крайньому випадку вірогідність колапсу, що може призвести до повної руйнації національної економіки, оцінюється у 10 % [2]. При цьому слід розуміти, що руйнація, незважаючи на всі її негативні наслідки для країни, може створити згодом потужний незадоволений попит всередині. Однак задоволення такого новоствореного попиту при одночасній відсутності внутрішніх фінансових ресурсів стане можливим лише завдяки налагодженню ефективних зовнішніх економічних стосунків. Наприклад, «сировина економіка» України, при якій експорт високотехнологічної продукції в Україні останнім часом коливався на рівні біля лише 5 % від ВВП [2], в умовах зруйнованої економіки стане явно недостатнім. Тому зруйнована національна економіка вкрай потребуватиме відновлення завдяки переходу до концепції інноваційного розвитку. Однак важливою специфічною особливістю такого розвитку має стати, по-перше, цільова орієнтація створюваних інновацій виключно на закордонну аудиторію споживачів, а по-друге, інновації повинні бути високотехнологічними і затребуваними закордоном. Це дозволить українським підприємствам почати отримувати ззовні значно більші прибутки (порівняно з прибутками від експорту лише сировини), що забезпечить зростання рівня купівельної спроможності всередині країни і, як наслідок, зростання економіки держави у цілому. Концепція інноваційного розвитку передбачає активне застосування інструментів маркетингу у напрямку дослідження потреб споживачів із одночасним скороченням неефективних витрат, реінжинірингу та вдосконалення виробництва [3]. Такий шлях потребуватиме від України тісного поєднання власних інтелектуальних ресурсів із іс-

нуючою базою сировини, що передбачає необхідність переорієнтації з експорту сировини на експорт власноруч перетворених ресурсів у високотехнологічну продукцію.

Другий крайній сценарій перезавантаження економіки пов'язаний із вірогідністю залучення через загострення проблем Big Data до управління глобальною економікою технологій Штучного Інтелекту [4], що взагалі може унеможливити явище ринкової конкуренції, перевівши глобальну економіку з ринкової у планову. Однак і такий сценарій перезавантаження потребуватиме від підприємств наявності затребуваної на глобальному рівні унікальної інноваційної пропозиції.

Отже, незалежно від сценарію, яким розвиватиметься економіка України надалі, навіть крайні випадки потребуватимуть запровадження на рівні окремого підприємства концепції інноваційного розвитку на нелокальних засадах, що вимагатиме від нього запровадження «чотирьохвимірного способу мислення» і повної «мобілізації» власних ресурсів. Інтелектуальні ресурси слід поєднувати з існуючою сировинною базою в бік створення високотехнологічної продукції, на яку існуватиме у майбутньому попит за кордоном.

Література

1. Хель И. Из чего могло бы состоять пространство-время? / Илья Хель // Новости высоких технологий, Hi-News.ru. - 15 Ноября 2015. — Режим доступа : <http://hi-news.ru/research-development/iz-chego-moglo-by-sostoyat-prostranstvo-vremya.html>.
2. Форсайт економіки України: середньостроковий (2015—2020 роки) і довгостроковий (2020—2030 роки) часові горизонти / наук. керівник проекту акад. НАН України М. З. Згуровський // Міжнародна рада з науки (ICSU); Комітет із системного аналізу при Президії НАН України; Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут»; Інститут прикладного системного аналізу НАН України і МОН України; Світовий центр даних з геоінформатики та сталого розвитку. — К. : НТУУ «КПІ», 2015. — 136 с.
3. Юдина Н. В. Антикризисные маркетинговые инструменты инновационного развития предприятий // Маркетинг и финансы. — 2014. — Т. 1. — С. 60—72.
4. Юдина Н. В. Футурология интернет-пространства // Маркетинг услуг. — 2014. — Т. 4. — С. 264—277.

УДК 303.101

Галина ЮРЧИК*

ТІНІЗАЦІЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ «ПАРАДЕРЖАВИ»

ТЕНИЗАЦИЯ ЭКОНОМИКИ УКРАИНЫ КАК ОСНОВА ФОРМИРОВАНИЯ «ПАРАГОСУДАРСТВА»

SHADOW ECONOMY IN UKRAINE AS BASIS OF FORMING PSEUDO-STATE

Анотація. Досліджено сутність та основні чинники тінізації економіки в Україні. Проаналізовано масштаби та тенденції тінізації національної економіки. Узагальнено соціально-економічні наслідки тінізації економіки для різних суб'єктів господарської та трудової діяльності. Обґрунтовано основні передумови та напрями детінізації економіки України.

Аннотация. Исследована сущность и основные факторы тенизации экономики в Украине. Проанализированы масштабы и тенденции тенизации национальной экономики. Обобщено социально-экономические последствия тенизации экономики для различных субъектов хозяйственной и трудовой деятельности. Обоснованы основные предпосылки и направления детенизации экономики Украины.

Abstract. The essence and main factors of shadow economy in Ukraine. Analyzed the scale and trends of shadowing the national economy. Overview socio—economic effects of the shadow economy for a variety of economic and employment. Grounded main conditions and areas of shadow economy of Ukraine.

Тіньова економіка та зайнятість притаманна усім країнам не залежно від моделі та рівня їх соціально-економічного розвитку. Практика свідчить, що допоки держава в той чи той правовий спосіб впливатиме на економічний розвиток шляхом реалізації бюджетної, фіскальної, грошово-кредитної, валютної політики, доти існуватиме тіньова економічна діяльність (змінюються лише її

* ЮРЧИК Галина Миколаївна / Галина ЮРЧИК / Galina URCHIK — к.е.н., доцент кафедри трудових ресурсів і підприємництва Національного університету водного господарства та природокористування, e—mail: urchikgalua@ukr.net