

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний авіаційний університет

**ПРОБЛЕМИ
СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ
В ЕКОНОМІЦІ**

ЗБІРНИК НАУКОВИХ ПРАЦЬ

Випуск 54

Київ 2016

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 656.7

ПРОБЛЕМИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В ЕКОНОМІЦІ:

Збірник наукових праць: Випуск 54.- К.: НАУ, 2016. – 136 с.

Збірник присвячено актуальним проблемам використання системного підходу при дослідженні соціальних та технічних систем.

Розрахований на наукових працівників та фахівців, які займаються питаннями створення, дослідження та використання організаційних, організаційно-технічних та економічних систем.

Головний редактор - Загорулько В.М., д.е.н., проф.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ.

Тематична спрямованість з економічних наук:

Жаворонкова Г.В., д.е.н., проф., Коба В.Г., д.е.н., Ложачевська О.М., д.е.н., проф., Кулаєв Ю.Ф. д.е.н., проф., Матвеев В.В., к.е.н., доц., Петровська С.В., к.е.н., доц., Рибалкін В.О., д.е.н., проф., Яценко Л.А., д.е.н., проф., Thomas Tasker, Ph.D. in Economics, prof. (USA).

Тематична спрямованість з технічних наук:

Азарсков В.М., д.т.н., проф., Дем'янчук В.С., д.т.н., проф., Олешко Т.І., д.т.н., проф., Пономаренко Л.А., д.т.н., проф., Сидоров М.О., д.т.н., проф., Соломенцев О.В., д.т.н., проф., Юн Г.М., д.т.н., проф., Парамонов А.Б., д.т.н., проф., академік РАН (Росія).

Збірник входить до переліку періодичних наукових фахових видань, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора та кандидата з технічних та економічних наук, затвердженою постановою президії ВАК України від 10.02.2010 р. №1-05/1 // Бюлетень ВАК України. – 2010. – №3.

Друкується за постановою вченої ради НАУ.

Свідчення про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації серія КВ № 8776 від 24.05.2004 року.

УДК 339.138:658(045)

Петровська С.В., Криворучко О.В.

ІНСТРУМЕНТИ І МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розкрито сутність, порядок проведення та аналіз застосування різних форм кількісної або якісної імітації явищ і процесів, за допомогою яких можна дати опис стану, розвитку і взаємозв'язку ринкових процесів. Розглянуто необхідність застосування моделей маркетингу, які відображують найбільш суттєві прояви закономірностей явищ або процесів, що відбуваються на ринку.

Ключові слова: маркетинг, модель, процес, система, управління, послуга, споживач, комплекс маркетингових елементів, конкуренція.

В статті раскрыта сущность, порядок проведения и анализ применения разных форм количественной или качественной имитации явлений и процессов, с помощью которых можно дать описание состояния, развития и взаимосвязи рыночных процессов. Рассмотрена необходимость применения моделей маркетинга, которые отображают наиболее существенные проявления закономерностей явления или процессов, что происходит на рынке.

Ключевые слова: маркетинг, модель, процесс, система, управление, услуга, потребитель, комплекс маркетинговых элементов, конкуренция.

Постановка проблеми. В умовах стабілізації і подальшого підйому економіки функція маркетингу стає основою діяльності підприємства. За допомогою маркетингу встановлюється і підтримується комунікація із зовнішнім оточенням, виявляється вплив на нього.

При цьому треба знати, як визначити ринок і розбити його на сегменти, як оцінити потреби і запити, переваги споживачів у рамках цільового ринку, як згрупувати і випробувати товар з потрібними для ринку споживчими властивостями, як за допомогою ціни донести до споживачів ідею цінності товару.

Для того, щоб швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, що впливає на підприємство, необхідно проводити постійний моніторинг ринкової ситуації по певних найбільш значущих параметрах (попит, пропозиція, ціни, товари - конкуренти, альтернативні технології та ін.). Збір і оперативне використання такої інформації є вирішальним чинником успіху в маркетингу при ухваленні рішень.

Найбільш доступними є методи моделювання маркетингової діяльності, які дозволяють швидко обробляти і використовувати оперативну інформацію на практиці.

Мержвинська А.М.

ДОСЛІДЖЕННЯ СУТІ КРЕАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ ТА ТЕНДЕНЦІЙ І ПРОБЛЕМ ЇЇ РОЗВИТКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Проведений аналіз і виявлені особливості формування креативної економіки в умовах науково-технічного прогресу і постіндустріального суспільства: визначені основні напрямки й тенденції її розвитку - прогресу й регресу; обґрунтовані напрямки формування адекватному особливостям креативної економіки системи менеджменту.

Ключові слова: креативна економіка, нестандартні управлінські зв'язки; інноваційна діяльність; креативний менеджмент.

Проведенний аналіз і виявлені особливості формування креативної економіки в умовах науково-технічного прогресу і постіндустріального суспільства: визначені основні напрямки й тенденції її розвитку - прогресу й регресу; обґрунтовані напрямки формування адекватній особливостям креативної економіки системи менеджменту.

Ключевые слова: креативная экономика, нестандартные управленческие решения; инновационная деятельность; креативный менеджмент.

Постановка проблеми. В останні роки в результаті структурних перетворень в економіці сфера послуг перетворилася в домінуючий компонент ВВП розвинених країн.

Постійний пошук нових шляхів здобування прибутку призвів до того, що успіх економіки в цілому став багато в чому залежати від креативності бізнесу, а також його здатності підбудуватися під швидко мінливу господарське середовище.

Креативна економіка стала одним з найважливіших напрямків інноваційного розвитку. Термін «креативність» може бути пояснений як творчий підхід до чого-небудь із залученням нових, раніше не використаних ідей.

Таким чином, можна відзначити безперерний зв'язок інновацій і креативних індустрій. Тому виникає необхідність у дослідженні проблем та тенденцій розвитку креативної економіки в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На думку багатьох відомих вчених (Джона Хокінса, Річарда Флоріда і Чарльза Лендрі), креативна економіка стає й буде надалі однією з основних форм соціально-економічного розвитку. На думку Джона Хокінса, особливість креативної економіки проявляється в системі специфічних соціально-економічних відносин між власне економікою й творчим підходом до її розвитку й удосконалення. В остаточному підсумку, це приводить до становлення й

розвитку нового креативного сектору постіндустріальної економіки, в основі якого лежить інтенсивне використання творчих і інтелектуальних ресурсів.

Інше тлумачення в термін «креативна економіка» привносить Річард Флоріда. В основу виявлення специфіки креативної економіки їм була покладена ознака професій, роду занять працівників у креативній індустрії.

Поняття «креативна економіка» нерідко ототожнюється з поняттям «економіка знань». При цьому мова йде про особливий сектор економіки, заснований, насамперед, на різних видах інтелектуальної праці. Подібне тлумачення є слушним лише певною мірою. Разом з тим, обмежувати креативну економіку тільки даною ознакою недостатньо.

До інших ознак креативної економіки низка авторів справедливо відносять, так зване, креативне мислення, креативне проектування, що мають практичну спрямованість.

Метою статті є виявлення суті креативної економіки, проблем та тенденцій її розвитку в сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу. У сучасному світі креативна економіка проявляється в різноманітних напрямках соціально-економічного розвитку. Вона є мотиватором, що забезпечує привабливість інвестиційного клімату, модернізацію сфер освіти й науки, розвиток специфічних напрямків соціальної сфери й т.п.

Разом з тим, слід зазначити, що креативна економіка, заснована на інтелектуальній праці, творчому креативному підході, має місце не тільки в соціально орієнтованих й соціально значимих сферах діяльності. Явний її прояв (як генерування й реалізація нестандартних ідей) спостерігається все більшою мірою в розширенні масштабів тінювих, корупційних, кримінальних соціально-економічних процесів.

Найбільше яскраво ці процеси проявляються останнім часом у науково-освітній, інноваційній діяльності, в охороні здоров'я, будівництві, житлово-комунальному господарстві, міграційних, екологічних і інших напрямках соціально-економічного розвитку.

У такий спосіб очевидно, що в парадигмі креативної економіки сьогодні розвиваються діаметрально протилежні тенденції прогресу й регресу в соціально-економічному розвитку, формуються принципово нові соціально-економічні й культурні моделі, нові типи креативних соціально-економічних відносин.

Усе це дозволяє з певним ступенем умовності об'єднати різні напрямки креативної економічної діяльності в окремих, самостійний «креативний» сектор економіки.

Механізмом функціонування креативної економіки, так само як і економіки в цілому, є система відповідних соціально-економічних відносин.

Формування нових, більш високих потреб обумовлює пошук досконаліших механізмів їх задоволення. Задоволення цих потреб може

здійснюватися різноманітними способами. Це можуть бути, як традиційні й загальновідомі способи, так і принципово нові, нестандартні, креативні технології.

Термін «креативність» у широкому значенні означає творчість. До останнього часу й у вітчизняній, і в закордонній науковій літературі ці два терміни розглядалися як взаємозамінні. Разом з тим, останнім часом ряд авторів схильний розділяти ці два поняття.

У цей час поняття креативності все більшою мірою стало асоціюватися із здатністю особистості в процесі вирішення проблем, що виникають, знаходити нові, нестандартні, оригінальні підходи, засновані на принципово нових знаннях, уміннях, навичках. З'явилось поняття «креативна особистість».

Креативна особистість – це специфічна особистість, що володіє здатністю самовдтворювати принципово нові знання, уміння, навички й компетенції. Креативна особистість має здатності нестандартно мислити, генерувати нові ідеї й рішення.

Креативність (творчі здібності, творча активність, творчий підхід) – це здатність породжувати незвичайні ідеї, відхилитися від традиційних схем мислення, швидко й ефективно здійснювати інтелектуальний прорив у вирішенні проблемних ситуацій.

До найбільш відомих форм прояву креативності відносяться: інновації – висування принципово нових ідей, нововведення; винаходи – створення чого-небудь нового, невідомого раніше; відкриття – щось вперше встановлене, знайдене.

Основними факторами, що визначають креативність, є, з одного боку, такі особисті якості як швидкість, чіткість, гнучкість мислення, чутливість до проблем, оригінальність, винахідливість, конструктивність і ін., з іншого боку, життєвий досвід і індивідуальні знання особистості в певній сфері. Останнє здатне одночасно, як приносити користь, так і служити обмежуючим фактором.

Креативність проявляється в активізації творчого потенціалу людини. Його здатності творчо підходити до генерування ідей і рішення проблемних ситуацій. Креативність також проявляється здатністю індивідуума правильно й вчасно реагувати на різні нововведення й новації.

У цьому зв'язку поняття «креативна економіка» асоціюється, по-перше, з оригінальною специфічною формою економічного мислення, що відрізняється від загальноприйнятих логічних типових схем і здатністю знаходити й реалізувати нові соціально-економічні зв'язки й моделі між явищами й процесами; по-друге, із здатностями привносити щось нове, оригінальне в різні сфери практичної діяльності; по-третє, постійною готовністю до вирішення нестандартних проблем і ситуацій.

Виходячи з вищевикладених тлумачень, під креативною економікою можливо розуміти сукупність специфічних соціально-економічних відносин, що виникають із приводу виробництва, розподілу, обміну й споживання, заснованих на нестандартних, нетрадиційних ідеях, концепціях, стратегіях, заходах, що забезпечують ефективне вирішення соціально-економічних проблем на основі нових знань, принципово якісно нових рішень.

Креативні рішення в економіці – це результат творчих нестандартних підходів у прийнятті управлінських рішень. Креативні рішення в економіці проявляються, насамперед, у найвищій результативності вирішення соціально-економічних проблем і високої ефективності соціально-економічної діяльності.

Креативна економіка ґрунтується на методології прийняття нестандартних, оригінальних і нетрадиційних управлінських рішень, як з метою стратегічного розвитку, так і подолання постійно виникаючих надзвичайних і кризових ситуацій, коли потрібно здійснити пошук і реалізацію принципово нових шляхів виживання, просування вперед, досягнення конкурентоспроможності організації на ринку й, в остаточному підсумку, забезпечення успіху в конкурентній боротьбі.

У цей час багато підприємств, організації, установ, компаній приділяють усе більшу увагу підготовці й підвищення кваліфікації креативно-інтелектуальних працівників з питань управління людськими ресурсами, здатних ефективно вирішувати проблеми кадрового менеджменту в умовах креативної економіки. Такі кадри керівників, як правило, мають вміння проявляти гнучкість, креативність, толерантність, знаходити нестандартні управлінські рішення в сфері кадрового менеджменту й управління персоналом.

У результаті змін у вимогах до сучасних кадрів менеджменту в умовах креативної економіки значно повинна змінитися структура матеріальних і нематеріальних активів компанії, що успішно діють та займають провідні позиції на вітчизняному й закордонних ринках.

У перспективі в умовах креативної економіки значно зростає частка креативно-інтелектуальних витрат. За даними експертів організації «Міжнародне аналітичне бюро», професійний портрет менеджера в умовах креативної економіки повинен характеризуватися наступними параметрами:

- високий рівень креативно-інтелектуальної підготовки;
- володіння аналітичним і прогностичним нестандартним мисленням;
- уміння виявляти суть проблем, що не лежать на поверхні й адекватно оцінювати можливості їх вирішення;
- мати високий рівень професійної підготовки й гідну вищу освіту;
- володіти сучасними інструментами й методами (включаючи інформаційно-комунікаційні);
- мати високий рівень комунікабельності;

- успішно володіти інструментарієм соціально-психологічного управління людьми в умовах креативної економіки і т.д.

Висновки.

На етапі становлення інноваційної економіки все більшою мірою виникає потреба в розробці нових теоретичних, методологічних, методичних і практичних методів і підходів активізації, раціонального й ефективного використання креативно-інтелектуального людського потенціалу як головного джерела, стратегічного інструмента ефективного використання як головної продуктивної сили людини в постіндустріальному суспільстві.

Усе це, безумовно, вимагає суттєвої трансформації всієї системи підготовки, професійної перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів, адекватних особливостям креативної економіки. Такі кадри в першу чергу повинні мати здатність швидко переключатися з однієї проблеми на іншу, швидко знаходити ефективні, нестандартні управлінські рішення, що забезпечують можливість принципового підвищення ефективності соціально-економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Хокінс Джон. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги. – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. – 256 с.
2. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее – Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. – 355 с.
3. Степанов А.А., Савина М.В. и др. Человеческие ресурсы в креативной экономике (международная коллективная монография). – М.: 11 формат 2014.- 239 с.
4. НЛП: Управление креативностью/ Р.Дилтс- СПб.: Питер, 2003.- С. 51-54. Самородова Д. Креативность: мифы и реальность //Смена. Январь, 2008.- С. 44-51

A.M. Merzhvynska

RESEARCH MERITS CREATIVE ECONOMY AND ITS PROBLEMS AND TRENDS OF DEVELOPMENT IN MODERN CONDITIONS

The analysis also identified features of formation of the creative economy in terms of scientific and technological progress and postindustrial society; the basic directions and tendencies of its development - progress and regress; grounded directions of forming adequate features creative industry management system.

Creative economy based on intellectual work, creative creative approach, there is not only socially oriented and socially important areas. The apparent expression of her (as the generation and implementation of innovative ideas) there is more to expand the scale of shadow, corrupt, criminal, social and economic processes.

Formation of new, higher requirements makes the search for improved mechanisms to meet them. Meeting these needs can be done in many ways. It can be as traditional and well-known methods, and fundamentally new, innovative, creative technology.

The term "creativity" in a broad sense, means the work. Until recently in the domestic and foreign scientific literature these two terms are viewed as interchangeable. However, recently a number of authors tend to separate these two concepts.

Most of these processes clearly manifested recently in research and education, innovation in health care, construction, housing, migration, environmental and other areas of socio-economic development.

The creative economy is based on methodology adoption unusual, original and innovative management solutions, both to strategic development and overcoming recurring emergencies and crisis situations when you need to search for and implementation of innovative ways of survival, progress, achievement of competitiveness of the market and ultimately, the success in the competition.

Keywords: creative economy, innovative management solutions; innovation; creative management.