

Мазур О.Є.

к.е.н., доцент,

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

УПРАВЛІННЯ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНИМ РОЗВИТКОМ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В КОНТЕКСТІ СИСТЕМНОЇ ПАРАДИГМИ

Узагальнення досвіду теоретико-прикладної побудови управлінських моделей розвитку роздрібної торгівлі (наприклад, [2, 3, 6]) дає змогу констатувати, що різні варіанти, які трактують формування, діяльність і трансформацію торговельного сектору, описують лише окремі інституціональні аспекти його функціонування, їм притаманна фрагментарність і статична обмеженість, яка відбивається і на концепціях регулювання торгівлі. Об'єктом дослідження при цьому виступає здебільшого внутрішня торгівля загалом, при цьому лише як економічна сфера обігу і галузь народного господарства. За такого кута зору залишається поза увагою факт належності торгівлі до категорії інституціональних структур.

На наш погляд, при виборі моделі управління інституціональним розвитком торговельного підприємництва потрібно виходити з сутнісно-змістовного тлумачення цього об'єкту як соціального інституту. Підприємництво в роздрібній торгівлі є складним, багаторівневим соціально-економічним інститутом, а також мультискладовою відкритою системою, що здійснює обмін матеріально-інформаційними потоками з іншими суспільними системами. Торговля міцно сполучена, «зчеплена» з іншими інституціональними системами і структурами, а також оснащена комплексом супутніх та допоміжних інститутів. Це – автономний інститут лише у відносному, суб'єктивному трактуванні, адже він одночасно функціонує в соціальній, технологічній, адміністративній, культурній та ін. сферах. Низька «транспортабельність» цієї надскладної структури надзвичайно звужує застосування стратегій трансплантації чи культивування, які, на наш погляд, можуть бути корисними лише при управлінні певними локальними, більш автономними підсистемами в складі інституту торгівлі або при розв'язанні тимчасових проблем. Для управління довгостроковим розвитком потрібна інша – фундаментальна – інституціональна стратегія, котра враховує особливості протікання інституціональних змін. Потрібно виходити з тези, що цілісний складний інститут виникає і повноцінно розвивається тоді, якщо його ключовий процес протікає в середовищі допоміжних норм і правил, а також підживлюється іншими, створеними раніше інституціональними конструктами. Це означає, що дослідження і розвиток торговельного підприємництва належить до категорії суспільних проблем, які вирішуються лише на системному рівні.

Згідно з традиційним уявленням про систему, розвиток якого започаткований в роботах Л. фон Берталанфі [1] та продовжено послідовниками (огляд міститься у [8]), система сприймається як комплекс чи сукупність взаємопов'язаних елементів, тобто досліджується ендогенно, через внутрішню структуру. В останні десятиріччя розвивається підхід Я. Корнаї [5], дуальний по відношенню до згаданого: в ньому система ідентифікується екзогенно – через її зовнішню стійкість і цілісність, як певний фрагмент реальності, що виділяється у просторі і часі. Поєднання цих підходів дає змогу отримати синтезовану теорію – системну парадигму, згідно з якою соціально-економічний простір розглядається як єдина система, що містить у собі безліч відносно самостійних підсистем, склад і структура яких визначається відповідно до позиції спостерігача. В рамках системної парадигми вдається розширити потенціал дослідження і розвитку економічних систем різного рівня

складності, зокрема по-новому висвітлити питання внутрішньої організації систем, а також їхньої взаємодії з іншими системами. Ми будемо виходити з синтезованого означення Г. Клейнера: система – це порівняно відособлена і відносно стійка в просторі і в часі частина навколишнього світу (розглянутого як системосозмістовий простір), яка характеризується зовнішньою цілісністю і внутрішнім різноманіттям [4]. В даному контексті до систем належать процеси, плани, проекти, ринки, підприємства, країни, інститути, середовища і т.п.

Згідно з положеннями системної парадигми, торгівельне підприємство доцільно розглядати, з одного боку, в зовнішньо-просторовому контексті, – як систему, що взаємодіє з іншими складними системами, а з іншого боку – як арену, на якій протікає спонтанний, децентралізований, масовий процес селекції економічними акторами різноманітних форм обмінних та інших інститутів, вироблення алгоритмів, котрі якісно змінюють внутрішню структуру інституту. Торгівельне підприємство під вказаним кутом виглядає як системно-інтеграційне утворення, в рамках якого відбувається системне поєднання ресурсів та намірів ендогенних та екзогенних акторів, що діють в умовах ментальних, організаційних, культурних, когнітивних, технологічних та ін. обмежень. Таким чином, характер функціонування цього складного інституту детермінується особливостями його внутрішньої природи і специфікою «прикордонних» конфігурацій з зовнішнім середовищем. Комплементарність, субституційність, ієрархічність та інші форми взаємозв'язків між інститутами мають визначальний вплив не лише на процес інститутогенезу, а й на обрання адекватної форми його регулювання. Для вироблення релевантного регулювання інститутогенезу повинні бути досліджені усі типи внутрішніх і зовнішніх інституціональних зв'язків, що забезпечують функціонування і розвиток інституту підприємства в роздрібній торгівлі, і лише на цій основі сформовані методологічні засади політики управління інституціональним розвитком.

Управління системою як спрямований вплив на систему задля забезпечення її функціонування теж тісно пов'язане з системністю. Системність управління проявляється в чотирьох аспектах, які, хоча й перетинаються, але мають і відносно самостійні сфери прояву:

1) системне уявлення об'єкта управління (об'єкт являє собою систему, найчастіше складну, тобто представлену через склад, структуру та функції);

2) системне уявлення суб'єкта управління (суб'єкт управління – теж система, побудована за принципом ієрархічної організації, яка здійснює управлінський цикл);

3) системне уявлення управління (управління – специфічній різновид системи, яка об'єднує в собі об'єкт (керовану підсистему) і суб'єкт управління (керуючу підсистему), пов'язані між собою різноманітними зв'язками. Управління як система являє собою різновид інформаційної системи, бо в ній реалізуються процеси отримання, обробки та передавання інформації);

4) використання системного методу управління (метод управління – це системна робота з об'єктом управління) [7, с. 227-228].

З огляду на вищезазначене, системність управління інститутогенезом підприємства в торгівлі повинна охоплювати:

1) аналіз системної структури інституту торгівельного підприємства (виявлення економічних підсистем, їхніх елементів, суб'єктів (акторів), «атомарних» інституціональних взаємодій акторів);

2) моніторинг і діагностику характеру інституціональних взаємодій між економічними підсистемами та між акторами;

3) планування заходів регулювального впливу на інституціональні взаємодії і контроль зворотних процесів.

Список використаних джерел:

1. Бергаланфи Л. фон. История и статус общей теории систем // Системные исследования. Методологические проблемы. Ежегодник / Л. фон Бергаланфи. – М.: «Наука», 1973. – С. 20-37.
2. Возіянова Н.Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі / Н.Ю. Возіянова // Вісник ДонНУЕТ: серія Економічні науки. № 3 (47), 2010. – С. 219-228.
3. Ільяшенко В.А. Державна підтримка інституціональних перебудов у сфері товарного обігу / В.А. Ільяшенко // Режим доступу: <http://archive.nbuv.gov.ua/e-journals/dutp/2006-1/txts/GALUZEVE/06ivasto.pdf>
4. Клейнер Г. Системная экономика как платформа развития современной экономической теории / Г. Клейнер // Вопросы экономики. – 2013. – № 6.
5. Корнаи Я. Системная парадигма / Я. Корнаи // Вопросы экономики. – 2002. – № 4. – С. 4-22.
6. Покатаева О.В. Государственное регулирование трансформации торгово-экономических отношений: институциональный подход: монография / О.В. Покатаева. – М.: КПУ, 2009.
7. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: Учеб. Пособие / Ю. П. Сурмин // – К.: МАУП, 2003. – 368 с.
8. Теория систем и системный анализ в управлении организациями / Под ред. В.Н. Волковой и А.А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2006.

Михайлюк К.В.

студентка,

Донецький інститут туристичного бізнесу

ЕФЕКТИВНІСТЬ СТРАТЕГІЇ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Динамічність розвитку та глобалізація сучасної світової економіки обумовили необхідність диверсифікації як способу зниження ризиків невизначеності зовнішнього середовища й підвищення конкурентоспроможності туристичних компаній. Диверсифікація діяльності підприємства є найпоширенішим способом розвитку компаній. Все більше українських туристичних підприємств обирають диверсифікацію як основний стратегічний напрямок розвитку. Диверсифікацію діяльності підприємства проводять не лише в умовах глобалізації світової економіки, а й у кризових умовах як один з інструментів антикризової стратегії розвитку.

Питаннями, пов'язаними з диверсифікацією, в своїх працях розглядали багато українських та закордонних авторів, як І. Ансофф, Ф. Котлер, М. Г. Саєнко, В. Ф. Данильчук та інші [1-4].

Стратегія диверсифікації – освоєння виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми області. Або ж стратегія диверсифікації – це система заходів, що використовується для того, щоб підприємство не стало