

Данные об авторах

Данило Светлана Ивановна,

к.э.н., доцент Ужгородского торгово-экономического института Киевского национального торгово-экономического университета

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Гуштан Татьяна Викторовна,

к.э.н., доцент, Ужгородский торгово-экономический институт Киевского национального торгово-экономического университета

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Data about the authors

Svitlana Danylo,

Ph.D., Associate Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute of Kyiv National University of Trade and Economics

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

Tetyana Hushtan,

PhD, Associate Professor of Uzhgorod Trade and Economic Institute of the Kyiv National Trade and Economic University

e-mail: info@utei-knteu.org.ua

ПОПРОЗМАН О. І.

Етапи розробки загальної стратегії розвитку підприємства в умовах трансформації економіки

Предметом дослідження є теоретичні та методологічні основи процесу розробки стратегії розвитку підприємств та концептуальні принципи їх функціонування в умовах трансформації економіки.

Метою дослідження є формування концепції функціонування та розробка стратегії розвитку підприємств в сучасних умовах ринкових трансформацій.

Методи дослідження. У роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження економічних явищ, проведений аналіз стратегії розвитку підприємств.

Результати роботи. У результаті написання статті було встановлено, що однією з ключових складових управління підприємством є стратегія. Вибір стратегії та її реалізація складають основну частину змісту діяльності зі стратегічного управління. В стратегічному управлінні стратегія розглядається як довгостроковий якісно певний напрям розвитку підприємства, що стосується сфери, засобів і форм її діяльності, системи взаємин всередині підприємства, а також позиції підприємства в навколишньому середовищі. Якщо цілі його визначають те, до чого прагне підприємство, що воно прагне одержати в результаті своєї діяльності, то стратегія дає відповідь на питання, яким способом, за допомогою яких дій підприємство зуміє досягти своїх цілей в умовах трансформації економіки, яка змінюється й конкурентного середовища. Таке розуміння стратегії виключає визначеність в поведінці підприємства, оскільки стратегія, допомагаючи просуватися у бік кінцевого стану, залишає свободу вибору в ситуації, яка змінюється.

Галузь застосування результатів. Економіка та управління національним господарством на макроекономічному, регіональному та мікроекономічному рівнях, керівництво підприємствами, менеджмент, стратегічне управління.

Висновки. В результаті дослідження, беручи до уваги всі додаткові чинники та специфіку діяльності підприємств, можна зробити висновок, що стратегічне планування здійснюється в контексті місії організації, і його фундаментальними завданнями є забезпечення взаємозв'язку місії з основними цілями організації в умовах трансформації економіки. Стратегічне планування – це цілі і засоби. У плані цілей воно окреслює загальні контури майбутньої організації; як засіб – показує, як ця мета повинна бути досягнута. Таким чином, стратегічне планування – це прогнозне планування, пов'язане з розробкою і концептуалізацією ідей про те, куди прямує організація. Стратегічне планування має відповідати поточній практиці планування. Необхідно знати, що стратегія є засобом створення доданої вартості.

Ключові слова: підприємство, підприємницька діяльність, стратегія, розвиток, трансформація, стратегічне планування.

Этапы разработки общей стратегии развития предприятия в условиях трансформации экономики

Предметом исследования являются теоретические и методологические основы процесса разработки стратегии развития предприятий и концептуальные принципы их функционирования в условиях трансформации экономики.

Целью исследования является формирование концепции функционирования и разработка стратегии развития предприятий в современных условиях рыночных трансформаций.

Методы исследования. В работе использованы общенаучные и специальные методы исследования экономических явлений, проведен анализ стратегии развития предприятий.

Результаты работы. В ходе написания статьи было установлено, что одной из ключевых составляющих управления предприятием является стратегия. Выбор стратегии и ее реализация составляют основную часть содержания деятельности по стратегическому управлению. В стратегическом управлении стратегия рассматривается как долгосрочное качественно определенное направление развития предприятия, касающееся сферы, средств и форм ее деятельности, системы взаимоотношений внутри предприятия, а также позиции предприятия в окружающей среде. Если цели его определяют то, к чему стремится предприятие, оно стремится получить в результате своей деятельности, то стратегия дает ответ на вопрос, каким образом, с помощью каких действий предприятие сумеет достичь своих целей в условиях трансформации экономики, изменяющейся и конкурентной среды. Такое понимание стратегии исключает определенность в поведении предприятия, так как стратегия, помогая продвигаться в сторону конечного состояния, оставляет свободу выбора в сложившейся ситуации, которая меняется.

Область применения результатов. Экономика и управление национальным хозяйством на макроэкономическом, региональном и микроэкономическом уровнях, руководство предприятиями, менеджмент, стратегическое управление.

Выводы. В результате исследования, учитывая все дополнительные факторы и специфику деятельности предприятий, можно сделать вывод, что стратегическое планирование осуществляется в контексте миссии организации, и его фундаментальными задачами является обеспечение взаимосвязи миссии с основными целями организации в условиях трансформации экономики. Стратегическое планирование – это цели и средства. В плане целей оно определяет общие контуры будущей организации; как средство – показывает, как эта цель должна быть достигнута. Таким образом, стратегическое планирование – это прогнозное планирование, связанное с разработкой и концептуализацией идей о том, куда направляется организация. Стратегическое планирование должно соответствовать текущей практике планирования. Необходимо знать, что стратегия является средством создания добавленной стоимости.

Ключевые слова: предприятие, предпринимательская деятельность, стратегия, развитие, трансформация, стратегическое планирование.

POPROMAN O.I.

Stages of development of the general strategy of development of the enterprise in the conditions of transformation of economy

The subject of research is theoretical and methodological foundations of the process of development of enterprise development strategy and conceptual principles of their functioning in the conditions of economic transformation.

The purpose of the research is to formulate the concept of functioning and develop a strategy of enterprise development in the current conditions of market transformations.

Research methods. The paper uses general scientific and special methods of studying economic

phenomena, analyzes the strategy of enterprise development.

Results of work. *As a result of writing the article, it was found that one of the key components of enterprise management is strategy. The choice of strategy and its implementation are a major part of the content of strategic management activities. In strategic management the strategy is considered as a long-term qualitatively defined direction of development of the enterprise, concerning the sphere, means and forms of its activity, the system of relations within the enterprise, as well as the position of the enterprise in the environment. If its goals determine what the enterprise seeks, what it seeks to gain as a result of its activities, then the strategy answers the question of how the actions of the enterprise will be able to achieve its goals in the conditions of transformation of a changing economy and competitive environment. This understanding of strategy eliminates certainty in the behavior of the enterprise, since the strategy, while helping to move towards the final state, leaves the freedom to choose in a changing situation.*

Area of application of results. *Economics and management of the national economy at macroeconomic, regional and microeconomic levels, enterprise management, management, strategic management.*

Conclusions. *As a result of the study, taking into account all the additional factors and specifics of the activity of enterprises, we can conclude that strategic planning is carried out in the context of the mission of the organization, and its fundamental tasks are to ensure the relationship of the mission with the main goals of the organization in an economic transformation. Strategic planning is goals and means. In terms of goals, it outlines the general outlines of the future organization; as a means – shows how this goal is to be achieved. Thus, strategic planning is predictive planning related to the development and conceptualization of ideas about where the organization is headed. Strategic planning should be consistent with current planning practices. It is important to know that strategy is a means of value creation.*

Keywords: *enterprise, entrepreneurial activity, strategy, development, transformation, strategic planning.*

Постановка проблеми. Діяльність підприємств в сучасних умовах трансформації економіки характеризується не повним використанням чинників управління, які передбачають підвищення його ефективності, вдосконалення структури, впровадження новітніх технологій та сучасних методів управління виробництвом. В таких умовах необхідно знайти нові підходи для забезпечення фінансового оздоровлення і розвитку ділової активності.

Одним з таких підходів зараз вважається стратегічне управління підприємницькою діяльністю. Стратегічне управління базується на довгостроковій стратегії розвитку бізнесу, яка дозволяє вам адаптуватися до реалій ринку і швидше реагувати на зміни як внутрішньої, так і зовнішнього середовища. Саме тому застосування стратегічного управління бізнесом є однією з основних задач і умов забезпечення ефективності діяльності підприємств.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Проблематиці стратегії діяльністю підприємств в умовах трансформації економіки при-

свячені праці таких видатних вчених економістів, науковців, як Ареф'єва О. В., Харчук Т. В., Махма М. Б., Пилипенко О. О., Кондратюк О. І. та інші.

Метою статті є аналіз процесів стратегії розвитку підприємств та методології системних механізмів впливу спрямованих на оптимізацію діяльності підприємств в умовах трансформації економіки.

Виклад основного матеріалу. Теоретичні та прикладні аспекти стратегічного управління бізнесом ще недостатньо вивчені у вітчизняній економічній науці. У зв'язку з цим необхідно розробити теоретичні та практичні рекомендації щодо підвищення ефективності підприємницької діяльності. Дана стаття спрямована на вирішення цієї проблеми.

В ринковій системі господарювання основним показником, як відомо, є прибуток – як основний результат діяльності підприємства. Для його визначення і наступного управління на основі урахування витрат і доходів, проведення безупинного моніторингу, як цього вимагає стратегічне управління, необхідні нові підходи щодо удоско-

налювання самої системи управління на основі підвищення якості контрольно-аналітичної роботи тощо. З цією метою у дослідженні рекомендується використовувати контролінг. Це одна з нових галузей в економічній теорії [1, 7].

Крім того для додання цілеспрямованості проведених на різних рівнях управління заходів щодо подальшого розвитку виробництва і підвищення його ефективності, їх обґрунтування і наступного прийняття рішень необхідно використовувати і заходи стратегічного планування, тим більше, що будь яка підприємницька діяльність повинна мати в своїй основі спеціально розроблений стратегічний план.

Стратегічне планування сьогодні стає більш актуальним для підприємницької діяльності в зв'язку з тим, що необхідно витримати жорстку конкуренцію як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Це одна з основних функцій управління, яка полягає в процесі вибору мети організації та шля-

хів її реалізації. Він забезпечує основу для всіх управлінських рішень, визначає функції організації, мотивації і контролю, орієнтуючись на розробку стратегічних планів, їх оцінку і напрямки подальшої корпоратизації підприємницької діяльності. Основні етапи формального стратегічного планування можуть бути представлені у вигляді діаграми (малюнок 1).

Діаграма показує, що основним планувальним рішенням є вибір цілей для підприємства – місії та конкретних цілей, які забезпечують їхню реалізацію. Місія підприємства – це його основне загальне призначення, суть існування підприємства. Цінність місії полягає в тому, що вона служить основою для керівництва, орієнтиром для всіх наступних рішень.

Оскільки будь-яке підприємство є відкритою системою і існує, оскільки воно задовольняє потреби своїх споживачів, клієнтів, його місію слід шукати в середовищі, а не всередині підприєм-

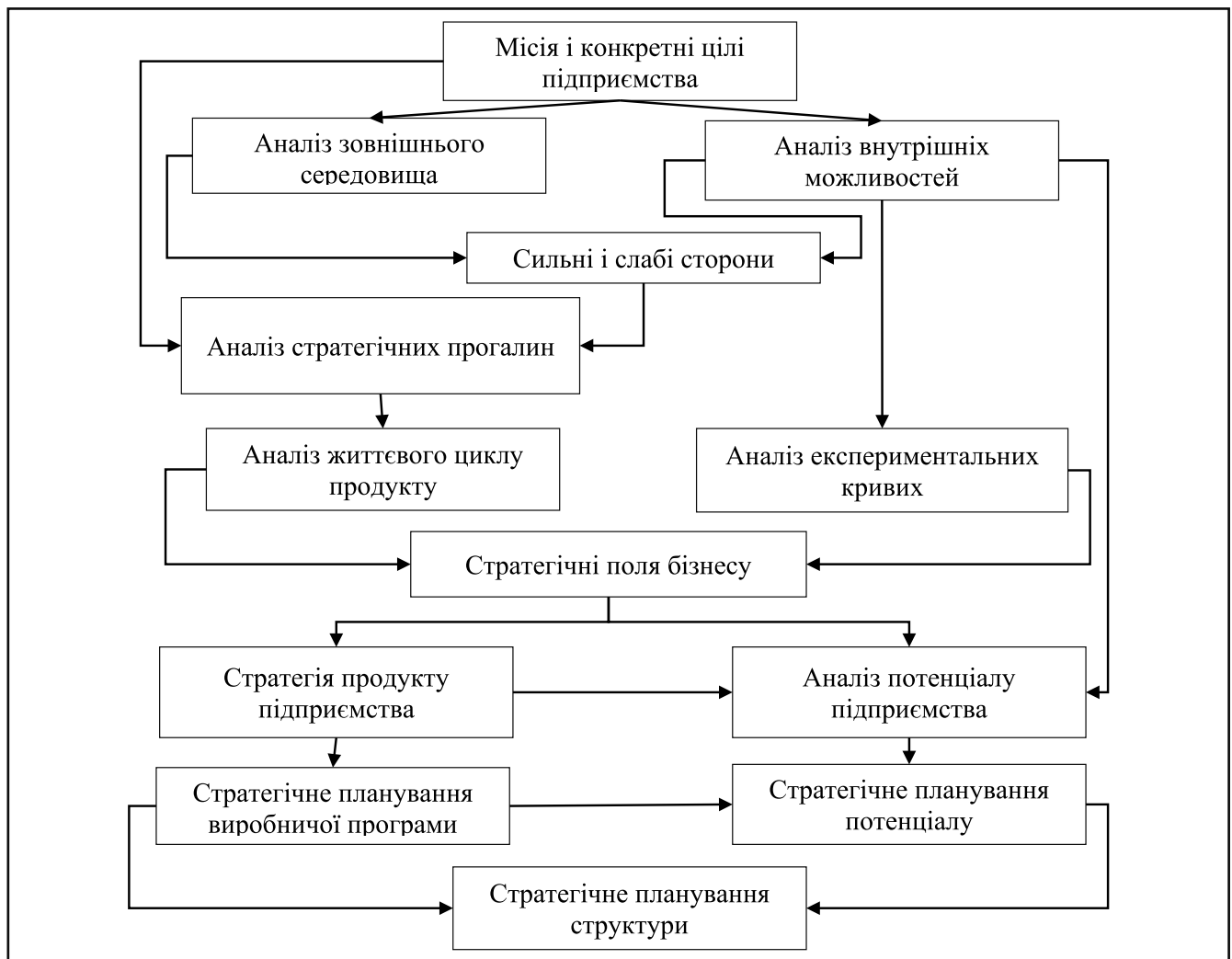


Рисунок 1. Основні етапи стратегічного планування роботи підприємства

ства. Отже, прибуток не може бути місією підприємства, бо це досить внутрішня проблема, хоч і дуже суттєва.

Формування цілей і на їх основі встановлення конкретної мети, за допомогою якої реалізується місія підприємства. Цілі доводяться до відома керівників, керівництво стимулює їх досягнення, і тільки тоді вони стають важливою частиною стратегічного планування [2, 3].

Наступним етапом стратегічного планування є діагностика, яка передбачає аналіз середовища та власного потенціалу підприємства. Аналіз зовнішнього середовища спрямований на виявлення потенційних загроз і можливостей, з якими підприємство може зіткнутися в майбутньому. Зазвичай вони діляться на сім груп: 1) економічних чинників; 2) політичних чинників; 3) ринкових чинників; 4) технологічних чинників; 5) чинників конкуренції; 6) міжнародних чинників; 7) соціокультурних чинників. За результатами таких аналізів формується список майбутніх загроз і можливостей з урахуванням їх важливості і ступеня впливу на діяльність підприємства.

Потім керівництво повинне проаналізувати внутрішній потенціал підприємства, щоб виявити його сильні і слабкі сторони. Рекомендується обстежити наступні функціональні області підприємства: маркетингові дослідження, фінансові операції, операції (виробництво), людські ресурси, культура та імідж корпорації. Таким чином, результатом етапу діагностики є список майбутніх загроз і можливостей у зовнішньому середовищі, а також сильні і слабкі сторони підприємства. Тепер керівництво, природно, задається питанням, чи може місія підприємства та його конкретні цілі бути виконані відповідно до існуючої стратегією щодо середовища і розвитку підприємства, які прогнозуються в майбутньому. Усвідомлення того, що реалізація існуючої стратегії в майбутньому більше не приведе до досягнення поставлених цілей, дає уявлення про «стратегічних прогалини» [4, 6].

Наступною стадією стратегічних планів є проведення аналізу життєвого циклу продукту та аналіз експериментальних кривих. Концепція життєвого циклу продукту заснована на гіпотезі про те, що всі продукти відповідають одному і тому ж типовому життєвому циклу.

Після проведення аналізу життєвого циклу створюваного продукту менеджмент підприєм-

ства проводить аналіз експериментальних кривих. Концепція використання експериментальних кривих (кривих досвіду) заснована на тому чиннику, що витрати на одиницю продукції значно знижуються зі збільшенням кількості продуктів (виробництво і доставка). Причиною цього є економія від масштабу виробництва, а також той факт, що зі збільшенням кількості продуктів зростає накопичений досвід усунення помилок і оптимізації виробничих процесів.

Концепція життєвих циклів продуктів і експериментальних кривих формує наступні стратегічні вимоги: Збалансована комбінація продуктів, що знаходяться на різних фазах життєвого циклу. Розширення вашої частки ринку, оскільки це збільшить виробництво і зрушить експериментальну криву. Обидва ці вимоги враховуються на наступному етапі стратегічного планування при визначенні «стратегічних сфер бізнесу» та формулюванні «портфеля». Портфель – це набір бізнес-ліній або група бізнес-одиниць. Будь-яка фірма – це портфель бізнес-напрямків. Концепція портфеля заснована на тому факті, що підприємство тривалий час є життєздатним і прибутковим, якщо його сфери діяльності залишаються фінансово збалансованими з урахуванням майбутніх можливостей і загроз. «Сфери стратегічного бізнесу» розрізняються за наступними критеріями: очікуваний темп зростання ринку (попит). Ринкова частина.

На наступному етапі стратегічного планування для кожної з бізнес-сфер відповідно до концепції «портфель» вибираються стратегії, тобто визначається стратегія кожної бізнес-сфери.

Завершальним етапом стратегічного планування є стратегічне планування структури підприємства. На основі планування бізнес-сфер, виробничої програми і потенціалу фірми встановлюються наступні довгострокові, відносно стабільні елементи: система управління; організаційна структура; місцезнаходження підприємства; юридичні форми ділових зв'язків; стиль управління [1, 5].

Таким чином, значущим результатом стратегічного планування є трансформація в організацію, а саме: створення нових ринків, диверсифікація виробництва, проектування і створення нових потужностей, ліквідація збиткових галузей, злиття і поглинання фірм, розробка нових продуктів, реорганізація і перерозподіл повноважень та відповідальності і багато іншого.

Для того щоб забезпечити успішність організації в довгостроковій перспективі, ці зміни повинні бути запланованою відповіддю на очікувану майбутню динаміку середовища, а не вимушеною реакцією на трансформаційні процеси і реальну кон'юнктуру ринку.

Аналіз зовнішнього середовища з боку менеджерів підприємства проводиться з метою виявлення можливостей і виявлення загроз для підприємства.

Зовнішнє середовище підприємства являє собою сукупність господарюючих суб'єктів, а також економічні, соціальні і природні умови, які діють в глобальному середовищі підприємства.

Залежно від характеру впливу, середовище ділиться на макро та мікро оточення. Макросередовище підприємства охоплює логістичні та економічні умови, соціальні відносини і інші чинники, які побічно впливають на підприємство і мікросередовище. Мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство. Ті фактори, які набирають більше половини всіх балів (як в позитивну, так і в негативну сторону), мають пріоритет. І саме через них проводиться подальше дослідження ринку, тобто робиться певна вибірка, яка дозволяє вибрати з цілого ряду чинників ті, які надають (або надаватимуть) найбільший вплив на діяльність підприємства [4, 7].

Таким чином, аналіз середовища підприємства – це процес, за допомогою якого розробники (менеджери) стратегічного плану контролюють зовнішні чинники для підприємства, щоб ідентифікувати можливості і загрози для підприємства. Аналіз навколишнього середовища допомагає отримати важливі результати. Це дає фірмі час для прогнозування можливостей, час для планування можливих загроз і час для розробки стратегій, які можуть перетворити минулі загро-

зи в будь-яку реальну можливість. З точки зору оцінки цих загроз і можливостей роль аналізу довкілля в процесі стратегічного планування підприємства полягає в тому, щоб знайти відповіді на три конкретні питання: де зараз знаходиться підприємство? Де, на думку вищого керівництва, повинне бути розташоване підприємство в майбутньому? Що має зробити керівництво, щоб перевести підприємство з його нинішнього становища на те, де керівництво хоче його бачити?

Аналіз зовнішнього середовища проводиться за допомогою маркетингових досліджень. Етапи маркетингового дослідження представлені на малюнку 2. При проведенні маркетингових досліджень менеджерів підприємства в першу чергу, цікавлять конкретні показники ринку і попиту, конкретні фінансові показники діяльності клієнтів і конкурентів – а саме: їхні баланси, фінансові звіти, ступінь ліквідності, прибутковість, рентабельність.

Маркетингове дослідження менеджерами починається з постановки мети його проведення – дослідження стану ринку. Потім розробляються програми або завдання по її досягненню:

Оскільки стратегічний розвиток підприємства як такий дуже складно виміряти, а отже, і побудувати адекватну економіко-математичну модель, то треба приділити особливу увагу вибору показників (які будуть впливовими факторами у моделі). Ці фактори мають бути по можливості незалежними один від одного, матеріально вимірювані і відповідними дійсності (тобто, не викривлені). Також дуже важливо обрати узагальнюючий показник, який і буде еквівалентом стратегічного розвитку підприємства. Таким показником може бути будь-що: частка підприємства на ринку, рівень прибутковості, рівень зарплатні на підприємстві, рівень фінансових інвестицій тощо.

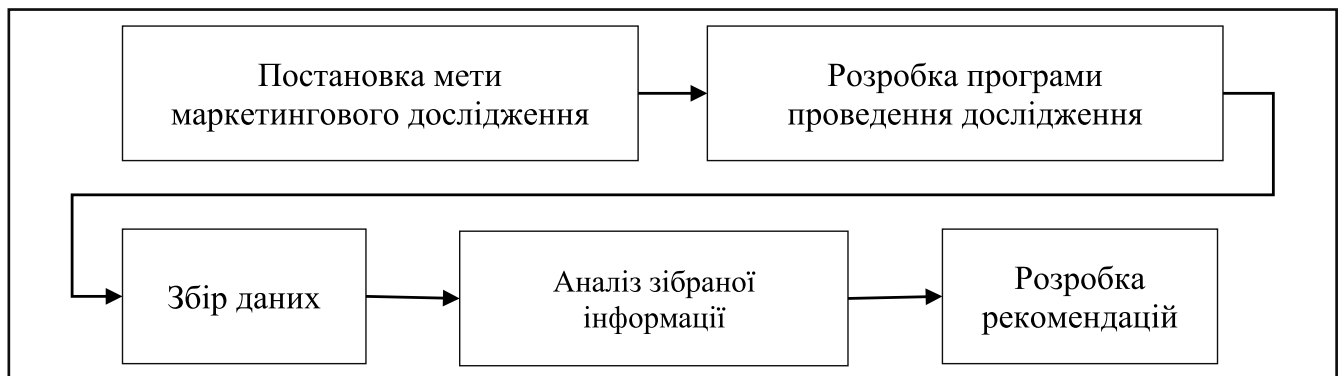


Рисунок 2. Етапи проведення маркетингового дослідження

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Звичайно, такий показник як рівень прибутку на підприємстві є найбільш вдалим, оскільки він максимально точно характеризує поточні результати діяльності підприємства. Це найкращий показник для економіко-математичної моделі, але в реальності стратегічний розвиток не обмежується теперішнім часом, він спрямований на майбутнє, але модель має оперувати конкретними значеннями параметрів, тому за узагальнюючий показник обрано саме рівень прибутку в тис. грн. [3, 5].

Впливовими факторами обрано такі: рівень виручки від реалізації товарів та послуг в тис. грн.; рівень собівартості виробленої продукції в тис. грн.; рівень інфляції у відсотках; асортимент продукції в натуральному вимірі; кількість конкурентів у галузі в натуральному вимірі.

Рівень виручки дійсно відображає результати стратегічного управління на підприємстві, також він однозначно впливає на узагальнюючий показник, яким є рівень прибутку підприємства. Собівартість виробленої продукції є невід'ємним фактором, який впливає на прибутковість підприємства, частку ринку, яку воно займає, зацікавленість покупців в продукції тощо. Рівень інфляції має вплив на результати всіх товарно-грошових відносин в країні, його не можливо виключати при плануванні стратегічного розвитку підприємства [2, 7]. Асортимент продукції в динаміці відображає динаміку розвитку підприємства, а саме напрямки збуту його продукції, наявності маркетингового плану, вивченням ринку і смаків споживачів кінцевої продукції. Кількість конкурентів в галузі показує величину і силу конкуренції, яку відчуває на собі підприємство.

Висновок

Найбільш зручною для встановлення залежності між прибутком підприємства і вище означеними факторами є багатофакторна регресія, за допомогою якої можна встановити ступінь впливу кожного фактору моделі на узагальнюючий показник, визначити його значимість для даної моделі, а отже і обрати всі значимі для побудованої моделі фактори для подальшого стратегічного розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О.В. Економіка підприємства: навч. посібник [для студ. вищих навч. закл.] / Європейський ун-т. / О.В. Ареф'єва, В.Г. Сахаєв, О.В. Ареф'єв, М.Б.

Махсма, О.І. Попрозман. К.: Видавництво Європейського ун-ту, 2005. – 238 с.

2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Моделювання організації взаємодії учасників процесу управління інноваційним розвитком підприємства / Актуальні проблеми економіки № 1(115), 2011 С 90 – 100.

3. Герасимчук Н. А. Ефективність заходів ресурсозбереження у виробничо – господарській діяльності підприємства / Н. А. Герасимчук // Таврійський державний агротехнологічний університет зб. наук. праць. Серія: Економічні науки. – Мелітополь: Люкс, 2013. – № 2 (6). – С. 99 – 108.

4. Попрозман О. І. Планування діяльності підприємства та його узгодженість зі стратегічними цілями і тактичними задачами / О. І. Попрозман // Збірник наукових праць. Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Формування ринкових відносин в Україні. Випуск № 2. (141). С. 82–85.

5. Прокопенко Н. С. Аспекти управління інноваційною діяльністю підприємства / Н. С. Прокопенко, О. І. Попрозман // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 12 (127). – С. 98 – 101.

6. Харчук Т.В. Характеристика економічної стійкості підприємства та її елементів / Харчук Т.В. // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – №34. – С.332–335.

7. Харчук Т. В. Складові управління конкурентоспроможністю у системі економічного управління підприємством / Т. В. Харчук // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – Вип. 44. – С. 245–251.

References

1. Arefyeva O.V. Enterprise Economics: Educ. manual [for students. higher education.] / European Univ. / O.V. Arefyeva, V.G. Sakhayev, O.V. Arefiev, M.B. Mahsma, O.I. Poprozman. K.: Publishing House of the European Univ., 2005. – 238p.

2. Ganushchak-Efimenko L.M. Modeling of organization of interaction of participants of the process of management of innovative development of the enterprise / Actual problems of economy № 1 (115), 2011 С 90 – 100.

3. Gerasymchuk N.A. The effectiveness of resource conservation measures in production and economic activity of the enterprise / N.A. Gerasymchuk // Tavrida State Agrotechnological University Coll. of sciences. wash. Series: Economic Sciences. – Melitopol: Suite, 2013. – № 2 (6). – P. 99 – 108.

4. Poprozman O.I. Planning of enterprise activity and its consistency with strategic goals and tactical

tasks/ O.I. Poprozman // Collection of scientific works. Economic Research Institute of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine. Formation of market relations in Ukraine. Issue No. 2. (141). Pp. 82–85.

5. Prokopenko N.S. Aspects of management of enterprise innovation activity / N.S. Prokopenko, O.I. Poprozman // Formation of market relations in Ukraine. – 2011. – № 12 (127). – P. 98 – 101.

6. Kharchuk T.V. Characteristics of economic stability of the enterprise and its elements / Kharchuk T.V. // Bulletin of Economics of Transport and Industry. – 2011. – №34. – P.332–335.

7. Kharchuk T.V. Components of competitiveness management in the system of economic enterprise management / T.V. Kharchuk // Bulletin of the economy of transport and industry. – 2013. – Vip. 44. pp. 245–251.

Дані про автора

Олександр Іванович Попрозман,

к.е.н., доцент, кафедра спорту менеджменту і економіки, Національний університет фізичного виховання і спорту України

e-mail: Sipoprozman@meta.ua

Данные об авторе

Александр Иванович Попрозман,

к.э.н., доцент, кафедра менеджмента и экономики спорта, Национальный университет физического воспитания и спорта Украины

e-mail:Sipoprozman@meta.ua

Data about the author

Alexander Poprozman,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Management and Economics of Sport, National University of Physical Education and Sports of Ukraine

e-mail:Sipoprozman@meta.ua

УДК 338.439

РУМИК І.І.

Застосування когнітивного інструментарію у дослідженнях економічних моделей продовольчого забезпечення

Предмет дослідження – оцінка впливу компонентів на безпеку продовольчого забезпечення за допомогою когнітивного моделювання.

Актуальність теми дослідження. В сучасних динамічних умовах функціонування економіки стає складніше розробляти безпекові стратегії для таких складних систем як система продовольчого забезпечення. Разом з тим, використання когнітивних методів дозволяє провести аналіз факторів впливу, силу їх взаємодії, графічно відобразити причинно–наслідкові зв'язки у змінній слабоструктурованій системі з метою прийняття оптимальних управлінських рішень.

Мета і завдання дослідження. Мета статті полягає у дослідженні методики когнітивного моделювання складних економічних систем забезпечення продовольчої безпеки національної економіки.

Методологія. Методологічну основу статті склав когнітивний метод моделювання, за допомогою якого визначено чинники впливу на систему, виявлено зв'язки між ними та побудовано модель у формі когнітивної карти. Це дозволило провести трьохкомпонентний сценарний аналіз, виявити характер зміни моделі і визначити її «вузьке місце», яким є стратегія стимулювання агро-виробництва.

Результати дослідження. Проаналізовано компоненти розвитку національної економіки з позиції забезпечення її продовольчої безпеки. Побудована матриця суміжності та когнітивна карта безпечної моделі продовольчого забезпечення. Проведено імпульсне моделювання впливу заданих компонентів та визначено рівень їх впливу на систему продовольчої безпеки.

Галузь застосування результатів. Результати когнітивного моделювання впливу факторів на продовольчу безпеку можуть бути використані для розробки стратегії розвитку аграрної галузі в умовах динамічних змін економіки.

Висновки. Когнітивна методологія і програмна система FCM (Fuzzy–Logic Cognitive Mapping) є інструментом, який допомагає структурувати знання, системно та всебічно проводити досліджен-