

А. В. Федорченко,
к. е. н., доц.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана»

ГОЛОВНІ ПРИНЦИПИ ЗАСТОСУВАННЯ ТЕОРІЇ СИСТЕМ У ДОСЛІДЖЕННЯХ СКЛАДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ МАРКЕТИНГОВОГО ТИПУ

Присвячено дослідженню питань застосування теорії систем у дослідженнях сучасних складних економічних систем з позицій посилення маркетингової теорії та практики управління ними в умовах ринку.

Ключові слова: система, теорія систем, системний підхід, процес, управління, ієрархія, маркетинг, зовнішнє середовище.

Вступ. Розвиток світової економіки на рубежі ХХ–ХХІ ст. переконливо засвідчив, що натеper однією із найважливіших завдань розвитку людства є якісне перетворення та глибинне переосмислення великого багачу накопичених знань з метою більш глибокого розуміння тих явищ, що постійно виникають у суспільстві, та його економічні системи на тлі глобалізаційних процесів, економічних криз, розвитку нових технологій тощо. Темпи поширення, оновлення та накопичення ділової інформації досягли такого рівня, що потребують застосування та подальшого активного розвитку найсучасніших інформаційних технологій, ускладнення процедур, методів та методик дослідження явищ навколишнього світу. У цьому контексті попереднє століття покликало до життя такі науки управлінського змісту, як менеджмент та маркетинг. Нині можна зустріти непоодинокі думки як економістів-теоретиків, так і практиків, стосовно того, що на сучасному етапі саме розвиток менеджменту та маркетингу може служити базисом для дослідження складних економічних систем. Очікувані наслідки при цьому – підвищення ефективності суспільного виробництва з одного боку та якості життя людського суспільства – з другого, а основа для цього вбачається у здатності передбачити та певною мірою зменшити мінливість ринкового середовища. Усе це – завдання, які усе частіше не можуть вирішитися у межах класичної економічної парадигми дослідження суспільних процесів та явищ.

Водночас очевидним також став розрив між класичною економічною теорією та практично-перетворювальною діяльністю, які почали усе більшою мірою віддалятися одна від одної. Виникла потреба в узгодженні практичного досвіду здійснення підприємницької діяльності в умовах конкурентного ринку з новим теоретичним базисом економічної науки. У такому випадку мова йде про нову парадигму економічної науки, у межах застосування якої нівелюються механістичні підходи до дослідження явищ економічного життя, притаманні розвитку природничих наук у ХІХ ст. Адже практика переконливо і неодноразово доводила, що наступне їх перетворення на відповідні наукові теорії не дає можливості останнім повною мірою пояснити чи передбачити наслідки розвитку певних подій в економічному житті суспільства.

При цьому означений нами розвиток наукового знання і застосування його окремих напрямів у різних аспектах практичної діяльності призвели до зростаючої їх диференціації. Так у науці загалом виникло багато спеціальних дисциплін, які почали активно застосовувати схожі методи досліджень з урахуванням потреб конкретних прикладних галузей. Не став винятком із цього правила і маркетинг, що, як відомо, увібрав у себе доробок багатьох фундаментальних наук. У кінцевому підсумку постійне ускладнення управлінських задач та комплексний характер відповідних управлінських проектів призвели до необхідності залучення до їх вирішення спеціалістів із різних галузей знань. Особливо активно цей напрям поєднання теорії та практики управління почав розвиватися із 1960-х р. разом із набуттям маркетинговими функціями ознак системності та стратегічної важливості. Як наслідок, постійне ускладнення об'єкта дослідження – економічних систем відкритого типу, що усе більше набирали рис маркетингових, – призвело до необхідності застосування системного аналізу відповідних процесів.

Постановка завдання. У цій роботі ми ставимо перед собою завдання систематизації головних принципів застосування теорії систем в управлінні складними економічними системами маркетингового типу.

Результати дослідження. Як було зауважено, у другій половині ХХ ст. ускладнення економічних систем на різних рівнях ієрархії (від рівня окремих компаній до рівня ринкової системи суспільства взагалі) зумовили необхідність застосування в управлінській науці наукових методів пізнання дійсності. Так, зокрема, ще у 1961 р. американські автори Д. Лак, Дж. Уелс та Д. Тейлор у книзі «Маркетингові дослідження» висловили думку про те, що будь-яка діяльність може називатися науковою лише тоді, коли відповідає двом головним критеріям: систематичності та неупередженості [1, с. 4]. Ці критерії, зокрема, вимагають як від дослідників, так і від управлінців точного формулювання проблеми та її вивчення, збирання даних, постійного поповнення необхідних знань і застосування систематичних методів у всіх інших відносинах. Як бачимо, усе це безпосередньо корелює із широко розповсюдженими у маркетинговій теорії та практиці алгоритмами прийняття управлінських рішень та проведення маркетингових досліджень.

У кінцевому підсумку стала очевидною потреба у застосуванні наукового підходу до аналізу стану та перспектив розвитку досліджуваних явищ та об'єктів як економічного середовища, так і інших сфер людської діяльності. Проведений нами аналіз показав, що істотний розвиток маркетингових досліджень, виокремлення їх є окремий напрям маркетингової теорії і практики свідчить про віру у те, що загальнонаукові методи пізнання дійсності здатні допомогти у вирішенні прикладних питань управлінського характеру та змісту. Напевне саме тому деякі автори інколи сферу маркетингових досліджень ставлять на перетині науки та управлінської інтуїції. Проте незалежно від цього останніми роками значно ускладнилося саме управління економікою країн та окремих підприємств. З цього приводу відомий російський вчений Р. А.

Фатхутдінов виділяє такі характерні особливості розвитку сучасних соціально-економічних систем [2, с. 134]:

- інтеграція наукових знань, зростання кількості міждисциплінарних проблем;
- комплексність проблем, необхідність їх вивчення у єдності технічних, економічних, соціальних, психологічних, управлінських та інших аспектів;
- ускладнення вирішуваних проблем та об'єктів, зростання кількості зв'язків між об'єктами;
- динамічність ситуацій, що постійно змінюються, та дефіцитність ресурсів;
- підвищення рівня стандартизації та автоматизації елементів виробничих та управлінських процесів;
- глобалізація конкуренції, виробництва, кооперації, стандартизації тощо.

Тому ми цілком погоджуємося з його думкою стосовно того, що окреслені проблеми свідчать про необхідність застосування системного підходу як засобу підвищення якості усіх без винятку управлінських бізнес-процесів. З цього приводу інший російський вчений, С. Г. Светуньков, цілком справедливо зауважує, що реалізація будь-якої управлінської діяльності передбачає розробку і прийняття численних взаємозв'язаних і взаємообумовлених рішень. Як наслідок, ухвалити правильне рішення можна лише якщо менеджментом глибоко осмислена сама ситуація такого ухвалення. Для цього, по-перше, необхідно вивчити ситуацію у взаємозв'язках з оточенням; а, по-друге, необхідно зрозуміти причини розвитку ситуації і механізм цього розвитку [3, с. 7]. Тому він цілком справедливо пропонує ситуацію прийняття управлінських рішень розглядати одночасно і як об'єкт пізнання, і як систему, що функціонує у певному середовищі і що взаємодіє з іншими системами. Виходячи із цього методологією будь-якого наукового пізнання, а значить і управлінських рішень, виступає системний підхід. При цьому характер системи як такий визначається декількома вихідними позиціями:

1. В основі системи повинен лежати матеріальний продукт, а оскільки матерія в сучасному розумінні включає речовину, енергію та інформацію, то саме системи, що ґрунтуються на таких субстанціях, створюють безліч оточуючих нас систем. Для успішного функціонування цих систем виникає безліч їх обслуговуючих, вторинних систем, які, у свою чергу, мають допоміжні утворення класу систем і т. д. Таким чином, створюється ієрархія систем, побудована за принципом самодостатності.

2. Структура системи визначається метою функціонування системи. Системи економічні, тобто вони розвиваються, прагнучи звести до мінімуму витрати на цей розвиток. У свою чергу, частини системи, що не беруть участі у вирішенні основної задачі, нераціональні, рудиментарні та історично відмирають. Тому елементи системи завжди пов'язані між собою задля досягнення головної мети, а значить обмінюються субстанціальною речовиною, енергією та інформацією.

3. Системи функціонують в умовах оточення, що неперервно змінюється, тому будь-якій системі властиво розвиватися, адаптуватися до нових умов (інакше вона припинить своє існування) [3, с. 7].

Тому у сучасній науці поняття системи, що раніше мало буденне забарвлення та зміст, перетворилося на спеціальну загальнонаукову категорію, навколо якої почали з'являтися узагальнюючі наукові напрями, які попередньо виникали паралельно на різній прикладній або теоретичній основі і мали різні найменування. Вважається, що першим із тих, хто цілісно сформулював питання про роль наукового підходу в управлінні складними системами, був М.-А. Ампер. Він, зокрема, у 1834 р. опублікував роботу, в якій уперше виділив спеціальну науку про управління державою, назвав її кібернетикою та виділив її характерні системні особливості [4, с. 25]. З цього приводу варто також зауважити, що питання еволюції системного підходу як такого потребує окремого глибокого дослідження. Тому ми його подамо у дещо узагальненому вигляді, що відтворює ускладнення системних уявлень про досліджувані явища суспільного життя, зокрема і економічного (табл. 1).

Як видно, досліджувана нами еволюція системних уявлень у сучасній науці призводить до необхідності глибокого аналізу та осмислення такої категорії, як «система», що є основою розвитку цього напрямку наукової думки. Адже саме система є категорією наукового пізнання, що проникає в усі без винятку науки незалежно від головного предмета їх вивчення. Принагідно зауважимо, що у різних науках та у різних літературних джерелах можна віднайти розмаїття визначень цієї категорії [2, с. 135; 4, с. 68; 5, с. 117-118; 6, с. 17, 624; 7, с. 7-8; 8, с. 21; 9, с. 15]. Водночас у спеціальній літературі можна зустріти думки з приводу того, що дослідження цієї категорії неодмінно виводить нас до необхідності визначення еволюційних етапів розвитку її визначення, адже із розвитком системних уявлень змінювалося також і сутнісне наповнення цієї категорії.

Таблиця 1. Етапи розвитку системного підходу (СП) в науці [5, с. 47-48]

Характеристики етапу	Стихійний етап	Свідомий етап
Визначення	Стихійне, неусвідомлене використання елементів СП в окремих галузях пізнання	Спеціальна теоретико-методологічна розробка основ у певний час
Період зародження	Вже в роботах античних авторів висловлені ідеї системності на великому емпіричному матеріалі без філософської рефлексії	З середини ХХ ст. при появі великих технічних систем було потрібне спеціальне теоретичне обґрунтування методологічного характеру
Суть	Спеціальний прийом в техніці	Важливий метод пізнання
Обґрунтування нового підходу	Коли цей спеціальний прийом намагалися застосувати до великих технічних систем, конструктори стикнулися із непередбаченими труднощами. При поєднанні їх елементів, унаслідок виявлених незбіжностей, доводилося або перекоструювати їх, або вводити нові з'єднувальні елементи, що за габаритними розмірами і масою більше тих, що вони сполучають. Виникла необхідність у новій ідеї та у новому методі (Г. Гуд і Р. Макол – <i>авт. системотехніка</i>)	
Розвиток	Почалося застосування у військовій техніці (за Хитчем і Квейдом), але швидко з'ясувалася необхідність його використання для управління будь-якими органами (державними, науковими, економічними, політичними). Особливо чітко виявилось у вирішенні ключового питання оборони – вибору основних систем зброї. Традиційні методи керованого мислення, основані на військовому досвіді, орієнтували на розробку окремих операцій і постановку задач для кожного виду збройних сил. Новий методологічний підхід – вирішення того,	

	що необхідно мати збройним силам у цілому для виконання їх функцій у комплексі	
Ціль	Вивчення кінцевих результатів у практичній діяльності	Переключення уваги на початкові стадії вибору та обґрунтування цілей, їх корисності, умов їх здійснення, зв'язків із попередніми процесами. Це вимагає знань про структуру і функції систем, що зумовлює зростання ролі теоретичних знань
Завдання	Теоретична діяльність, спрямована на опис і класифікацію об'єктів, що вивчаються	Теоретична діяльність спрямована на виявлення механізмів функціонування систем, а також знання умов, що порушують їх нормальну діяльність. Вимагає, щоб цілі науково-технічної діяльності були пов'язані з метою природної і соціальної систем
Механізм функціонування теорії систем	Дослідження функцій систем: <ul style="list-style-type: none"> – зв'язок функцій із безліччю взаємодійних елементів; – розгляд структури системи не як відношення (взаємозв'язок, взаємодія), а як певним чином упорядковане розташування одних системних елементів відносно інших (відношення між відносинами); – знання структури і функцій системи – важлива, але недостатня умова для ефективного вирішення сучасних проблем; – потреба у співвідношенні цілі суб'єкта із цілям системи, з'ясування питання, як позначиться їх реалізація на функціонуванні системи 	
Напрями сучасного розвитку СП	Системологія — теорія великих систем. Системотехніка — практика. Системний аналіз — методологія	

Першу групу визначень утворюють такі, в яких не приділяється увага параметру цілісності системи, а лише підкреслюється наявність множини елементів, що об'єднуються між собою певними відношеннями. Їх можна віднести до етапу зародження системного підходу. Наприклад [5, с. 117; 7, с. 7], система – це:

- «комплекс елементів, що взаємодіють» (Л. фон Берталанфі);
- «будь-яка сукупність змінних, притаманних реальній машині» (Р. Ешбі);
- «множина елементів з відносинами між ними та їх атрибутами» (А. Холл);
- «відображення входів та станів об'єкта у його виходах» (М. Месарович).

Друга група визначень категорії системи включає в себе поняття цілі: «Система є засобом досягнення цілі. Однак співвідношення цілі та системи неоднозначне: різні системи можуть орієнтуватися на одну ціль, водночас одна система зазвичай має декілька різних цілей» [4, с. 68]. Ф. Є. Темніков пише про систему як про «організовану множину», де ціль розкривається у сутності поняття «організована».

Однак, на наш погляд, найбільш коректним у цьому зв'язку є підхід, згідно з яким система не розглядається як механічне поєднання певної кількості елементів. Як наслідок, у процесі її аналізу система не розчленовується на ці складові елементи, адже на перший план при цьому виходить поняття її цілісності. Тому ми цілком підтримуємо позицію російської вченої В. Н. Волкової, яка також пропонує розглядати систему як сукупність укрупнених компонентів, що принципово необхідні для існування та функціонування досліджуваної чи модельованої системи. У формалізованому вигляді таку точку зору можна подати таким чином [6, с. 629]:

$$s_{\text{sys}} < \{Z\}, \{Str\}, \{Tech\}, \{Cond\} >, \quad (1)$$

де $\{Z\}$ – сукупність чи структура цілей; $\{Str\}$ – сукупність структур (виробнича, організаційна та ін.), що реалізують цілі; $\{Tech\}$ – сукупність технологій (методи, засоби, алгоритми тощо), що реалізують систему; $\{Cond\}$ – умови існування системи (фактори, що впливають на її створення, функціонування і розвиток).

Завдяки такому підходу система не розчленовується, у ній відтворюються основні її складові елементи-структури, що можуть видозмінюватися залежно від поставлених цілей. Останні, у свою чергу, корегуються відповідно до вимог навколишнього середовища. Проте у такому випадку саме вплив зовнішнього середовища на функціонування системи та її структуру виглядає дещо завуальованим (через параметр $\{Cond\}$). Водночас маркетингова практика неодноразово доводила тезу про те, що саме зовнішнє середовище є визначальним для діяльності фірми в ринкових умовах. Для цього варто лише пригадати кількість товарів-новинок, приречених на комерційний провал, незважаючи на їх глибоке технічне та якісне опрацювання. Тому завершуючи дослідження визначень категорії системи наведемо два визначення, які, на нашу думку, відтворюють сучасне розуміння системи, зокрема і з точки зору маркетингової науки.

Система – це множина складаючих єдність елементів, зв'язків і взаємодій між ними і зовнішнім середовищем, що створюють властиву цій системі цілісність, якісну визначеність і цілеспрямованість (В. І. Мухін) [7, с. 9].

Система – це цілісний комплекс взаємопов'язаних компонентів, що має особливу єдність із зовнішнім середовищем і що являє собою підсистему системи вищого порядку (глобальної). Єдність системи із зовнішнім середовищем визначає її взаємозв'язок із дією об'єктивних економічних законів (Ф. А. Фатхутдінов) [2, с. 135].

У більш наочному вигляді поняття системи та її суттєвих складових та ознак подано на рис. 1. Як видно, сукупність елементів системи та зв'язків між ними формують структуру системи, яка по суті є її статичною моделлю, а тому не враховує множини властивостей елементів системи. При цьому зовнішнє середовище розглядається як сукупність існуючих у просторі і часі систем, що впливають на цю систему. Іншими словами, досліджувана система виступає як підсистема для зовнішнього середовища. Таким чином, окрім поданих на рис. 1 понять елементів системи потрібно додати ряд інших.

Вхід системи – це компоненти, що надходять до системи (сировина, матеріали, комплектуючі, різні види енергії, обладнання, кадри, документи, інформація і т. п.) [2, с. 135]. За своєю суттю вони являють собою різні точки прикладання

впливу зовнішнього середовища на систему.

Вихід системи – це різні точки прикладання впливу системи на зовнішнє середовище. Тобто це конкретний результат перетворення цією системою інформації, ресурсів, енергії, що надійшли із зовнішнього середовища [7, с. 14].

Ще одним важливим параметром системи виступає **зворотний зв'язок**, який поєднує вихід зі входом до системи і який використовується з метою оперативного контролю за зміною параметрів виходу. Водночас будь-яка система має свої обмеження. Не вдаючись у полеміку різних авторів-кібернетиків з цього питання, з точки зору маркетингової науки зауважимо, що одним із найважливіших чинників зовнішнього впливу на систему слід вважати споживача як центральну фігуру усіх без винятку ринкових процесів (рис. 2).

Його вимоги – це, по суті, обмеження функціонування будь-якої економічної системи маркетингового типу та, водночас, будь-якої із її підсистем [2, с. 155, 438; 7, с. 28].

Запропоновану нами схему типу «вхід–вихід» у спеціальній літературі часто називають **моделлю «чорного ящика»** [4, с. 70; 6, с. 779]. Її покликала до життя складність сучасних систем, неможливість точного розуміння їх структури та, у кінцевому підсумку, неможливість точного кількісного описання досліджуваного об'єкта. У результаті самі процеси відповідних перетворень між входами та виходами системи також не піддаються точному формалізованому вираженню. Така ситуація, до речі, надзвичайно поширена у маркетинговій практиці, коли надзвичайно складно описати у формалізованому вигляді прогнозну ефективність маркетингових заходів. У такому випадку дослідники змушені обмежуватися спостереженням її поведінки на основі вимірювання лише вхідних дій і вихідних результатів, тобто закономірностей зміни «виходів» залежно від зміни «входів». При цьому цілком очевидно, не ставилося завдання вивчення складу і структури об'єкта, що забезпечує ці закономірності. На основі таких вимірювань зазвичай розробляються прогнози поведінки системи у просторі та часі залежно від змін вхідних параметрів системи, а також рекомендації щодо необхідних корегувань керівних впливів.

Зазначена складність сучасних систем диктує необхідність аналізу поняття **підсистеми** як відносно незалежної частини системи, що наділена її властивостями і, зокрема, що має свої підцілі, на досягнення яких вона зорієнтована, а також інші системні властивості, які визначаються загальними закономірностями систем [6, с. 573]. Зауважимо також, що здійснення у процесі структуризації системи її розподілення на підсистеми також передбачає урахування мети такого аналізу, а тому може змінюватися у міру її уточнення і розвитку уявлень дослідника про аналізований об'єкт. У свою чергу, досліджувані системи зазвичай входять до складу більших за розміром систем, перетворюючись у такому аналізі на їх підсистеми. Наочно таку складну структуру систем можна подати у вигляді, зображеному на рис. 3. Таким чином, поняття ієрархії передбачає, що [10, с. 68]:

1. Система складається із низки чітко виділених та взаємодійних підсистем.
2. Деякі із підсистем є такими елементами, що приймають рішення.
3. Елементи, що приймають рішення, розташовані ієрархічно, тобто деякі з них перебувають під впливом або керуються іншими елементами, що приймають рішення.

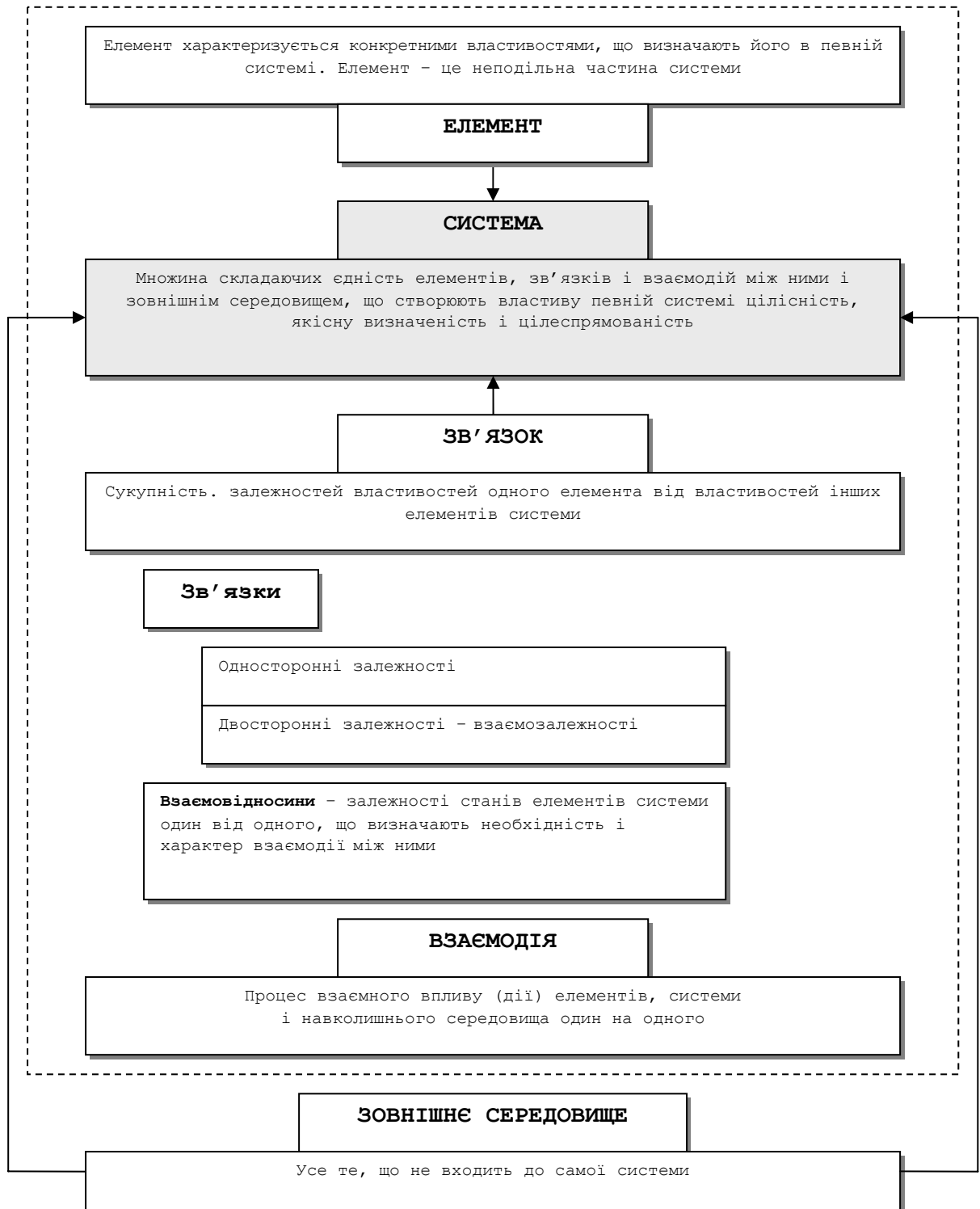


Рис. 1. Основні поняття системи (за В. І. Мухінін)

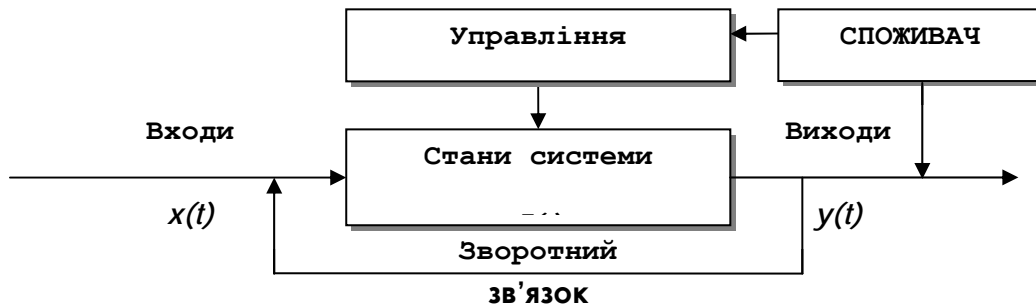


Рис. 2. Роль споживача як головного обмеження функціонування економічної системи

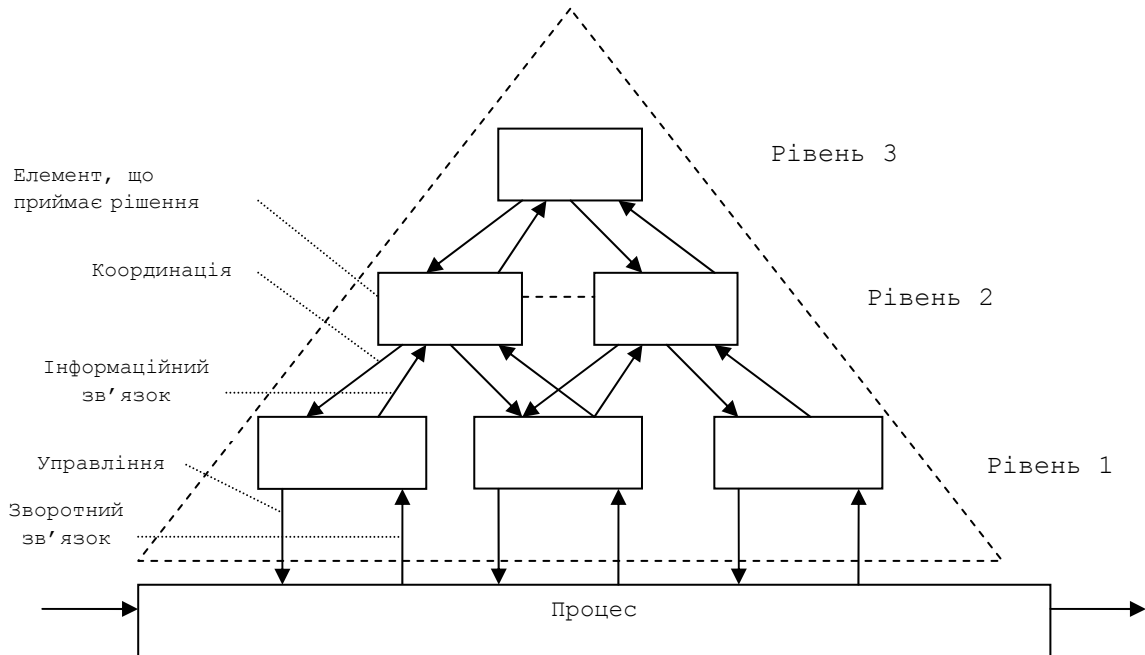


Рис. 3. Багаторівнева організаційна ієрархія [10, с. 68]

Таким чином, завершуючи розгляд теорії питання системи, наведемо чотири головні її властивості, які на думку В. Н Спіцнаделя, виступають ключовими для розгляду її сутності [5, с. 118-119]:

1. Система – це, перш за все, сукупність елементів. За певних умов елементи також можуть розглядатися як системи.

2. Наявність суттєвих зв'язків між елементами і (або) їх властивостями, що перевершують по силі зв'язки цих елементів з елементами, що не входять до певної системи. Під такими зв'язками розуміють такі, що закономірно визначають інтегративні властивості системи. Така властивість відрізняє систему від простого конгломерату і виділяє її із навколишнього середовища у вигляді цілісного об'єкта.

3. Наявність певної організації, що виявляється у зниженні ступеню невизначеності системи порівняно з ентропією системоутворювальних чинників, що визначають можливість створення системи. До них відносять число елементів системи, суттєвих зв'язків, які може мати елемент, число квантів простору і часу.

4. Існування інтеграційних властивостей, тобто властивостей системи в цілому, але не властивих жодному з її елементів окремо. Їх наявність показує, що властивості системи хоч і залежать від властивостей елементів, але не визначаються ними повністю. Висновок: система не зводиться до простої сукупності елементів, і, розчленовувавши її на окремі частини, неможливо пізнати всі властивості системи в цілому.

Таким чином, у загальному випадку поняття «система» характеризується:

- наявністю множини елементів;
- наявністю зв'язків між ними;
- цілісним характером цього процесу.

Усі вони, у свою чергу, формують головні властивості систем. Після аналізу літературних джерел з цієї тематики [2, с. 141; 3, с. 8; 6, с. 25 та ін.], невиявлено істотних розбіжностей у думках різних авторів з цього питання. Тому ми можемо надати їх в узагальненому вигляді (табл. 2).

Таблиця 2. Узагальнена характеристика головних системних властивостей

Властивість	Коротка характеристика
-------------	------------------------

Цілісність або емерджентність	Принцип появи у цілого властивостей, що не виводяться із спостережуваних властивостей частин
Ієрархічність	Наявність у системі декількох підсистем різних ієрархічних рівнів зі своїми органами управління та із домінуванням верхніх рівнів над нижніми
Динамічність	Рухливість, мінливість системи у часі
Неповнота інформації	Неможливість однозначного визначення майбутнього (а інколи також поточного і минулого) стану системи
Автономність	Відносна самостійність підсистем, наявність у них власних органів управління і своїх цілей (критеріїв), яким має бути підпорядкований їх розвиток або функціонування
Економічність	Прагнення і здатність системи здійснювати свої функції із мінімумом витрат усіх видів ресурсів
Надійність	Здатність системи виконувати задані функції у заданому обсязі за певних умов функціонування
Багатокритеріальність	Наявність декількох критеріїв (цілей, показників) при оцінюванні ефективності функціонування або розвитку системи
Інерційність	Здатність зберігати колишній стан та його характеристики протягом певного проміжку часу. При цьому тенденції розвитку системи змінюються поступово, а не стрибкоподібно під час дії на систему внутрішніх чи зовнішніх чинників
Самоорганізованість	Здатність системи змінювати свою структуру, склад і параметри елементів зі зміною умов взаємодії із навколишнім середовищем
Адаптивність	Здатність системи використовувати отримання нової інформації для наближення своєї поведінки і структури до оптимальних параметрів

Висновки. У спеціальній літературі подано багато різних класифікацій систем залежно від багатьох параметрів чи важливих сутнісних характеристик [2, с. 139; 4, с. 102; 5, с. 124; 6, с. 632; 7, с. 29]. Водночас, з позицій необхідності подальшого посилення маркетингової теорії, ми можемо цілком обґрунтовано стверджувати таке.

По-перше, ускладнення різноманітних аспектів сучасного економічного сьогодення неодмінно призводить до ускладнення різноманітних систем, розташованих на різних рівнях ієрархії економічної системи суспільства, що таку глобальну економічну систему складають.

По-друге, будь-яка економічна система, незалежно від рівня її розташування у ієрархії глобальної економічної системи, повинна розглядатися як відкрита економічна система. Адже вона не може існувати без обміну із зовнішнім середовищем інформацією, матеріальними та нематеріальними ресурсами і т. п., що, у свою чергу, виступає основою для її участі у процесах розширеного відтворення суспільного продукту.

По-третє, будь-яка економічна система постійно відчуває вплив обмежень зовнішнього середовища. При цьому одним із найголовніших його чинників нині виступає споживач як центральна фігура усіх без винятку ринкових процесів у глобальній економічній системі суспільства.

По-четверте, з одного боку, постійно ускладнюються відповідні процедури управління такими системами. З другого – подібні економічні системи, що функціонують у реальних ринкових умовах, неодмінно набувають рис маркетингових систем відкритого типу. Останні повинні постійно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Причому характер та швидкість такого пристосування у маркетингу розглядаються як одні із найважливіших чинників отримання стійких конкурентних переваг.

Таким чином, у результаті проведеного нами аналізу теорії систем ми доходимо висновку стосовно того, що будь-яка економічна система відкритого типу, яка функціонує в умовах ринкової економіки, може вважатися маркетинговою системою. Саме тому для подальшого розвитку теорії маркетингу суттєве значення має урахування теорії систем та системного аналізу під час проведення їх досліджень.

Література

1. Luck, David J. Marketing Research [Text] / David J. Luck, Hugh G. Wales, Donald A. Taylor. – Englewood: Prentice Hall, 1961. – 541 p.
2. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг [Текст]: учеб. / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.
3. Светушков С. Г. Методы маркетинговых исследований [Текст] / С. Г. Светушков. – СПб.: ДНК. – 2003. – 352 с.
4. Перегудов Ф. И. Введение в системный анализ [Текст]: учеб. пособие для вузов / Ф. И. Перегудов, Ф. П. Тарасенко. – М.: Высш. школа, 1989. – 367 с.
5. Спицнадель В. Н. Основы системного анализа [Текст]: учеб. пособие / В. Н. Спицнадель. – СПб.: «Издательский дом «Бизнес-пресса», 2000. – 326 с.
6. Теория систем и системный анализ в управлении организациями: Справочник [Текст]: учеб. пособие / Под ред. В. Н. Волковой и А. А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 848 с.
7. Мухин В. И. Исследование систем управления [Текст]: учеб. / В. И. Мухин. – М.: Экзамен, 2002. – 384 с.
8. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении [Текст]: учеб. пособие / В. С. Анфилатов, А. А. Емельянов, А. А. Кукушкин; под ред. А. А. Емельянова. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.
9. Зубенко Ю. Д. Менеджмент: на базе системного анализа [Текст]: учеб. пособие / Ю. Д. Зубенко, А. К. Носач; под ред. А. Д. Шарпова. – Донецк.: ДонГТУ, 1998. – 415 с.

Месарович М. Теория иерархических многоуровневых систем [Текст] / М. Месарович, Д. Мако, И. Такаха; пер. с англ. под ред. И. Ф. Шахнова; Предисловие чл.-корр. АН СССР Г. С. Поспелова. – М.: Издательство «Мир», 1973. – 344 с.