

МОРЩАВКА

Юрій Олександрович

yuriy.morschavka@gmail.com

УДК 338

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ
ВИДАВНИЧОЇ ГАЛУЗІ

директор, ТОВ "Творче
об'єднання «Соняшник»"

CONCEPTUAL BASIS OF PROMOTING THE DEVELOPMENT
STRATEGY OF THE PUBLISHING INDUSTRY

MORSHCHAVKA Yuriy Oleksandrovykh – Head, Limited Liability Company "Creative Union «Sunflower»"

У статті досліджені та обґрунтовані концептуальні основи забезпечення стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки. Удосконалено науковий підхід до організації діяльності у видавничій галузі національної економіки. Досліджено підходи до формування стратегії розвитку видавничої галузі. Встановлено роль державних інституцій у процесі координування та регулювання центрів забезпечення функціональних економічних систем. У сформованій науковій гіпотезі запропоновано виявити і довести реальність як мінімум деяких аспектів, які актуальні для процесів регулювання, управління та маркетингу у взаємодії. Запропоновано принципи самоорганізації і саморегулювання, процесу регулювання, управління та маркетингу на достатньо розвинених ринках міжнародного середовища. Досліджено процес самореалізації базових завдань функціональних економічних систем навколо визначених параметрів, які забезпечують відповідну рівновагу. Запропоновано структуру понятійно-категоріального апарату парадигми сегментної складової соціально-економічної системи.

* * *

В статье исследованы и обоснованы концептуальные основы обеспечения стратегии развития издательской отрасли национальной экономики. Усовершенствована научный подход к организации деятельности в издательской отрасли национальной экономики. Исследуются подходы к формированию стратегии развития издательской отрасли. Установлена роль государственных институтов в процессе координации и регулирования центров обеспечения функциональных экономических систем. Предложены принципы самоорганизации и саморегулирования, процесса регулирования, управления и маркетинга на достаточно развитых рынках международного среды. Исследован процесс самореализации базовых задач функциональных экономических систем вокруг определенных параметров, которые обеспечивают соответствующую равновесие. Предложена структура понятийно-категориального аппарата парадигмы сегментной составляющей социально-экономической системы.

* * *

The article explores and justifies the conceptual foundations of ensuring the development strategy of the publishing industry of the national economy. The scientific approach to organize activities in the publishing industry of the national economy has been improved. The approaches of shaping the development strategy of the publishing industry are explored. The role of state institutions in the process of coordinating and regulating centers in the provision of functional economic systems is established. The principles of self-organization and self-regulation, the process of regulation, management and marketing in the sufficiently developed markets in the international medium are proposed. The process of self-realization of the fundamental tasks of functional economic systems in relation to certain parameters, that provide the corresponding equilibrium, is investigated. The structure of the conceptual and categorical framework of the paradigm of the segmental component of the socio-economic system is proposed.

The advanced scientific hypothesis reflects the modern direction of studying the development strategy of the publishing industry, in connection with which, it is necessary to form and implement an improved paradigm of segmental coordination in the form of a combination of principles of hierarchical regulation, vertical and horizontal management and marketing, which allows adequately reflect the specifics of network development segmental components of the national macroeconomic environment. Such a paradigm of combining the principles of hierarchical regulation, vertical and horizontal management and marketing, with regard to the sectoral market of publishing products, depicts diagonal pulsating coordination, which takes into account the maximum automation of socio-economic systems, is based on managerial consulting and requires institutional regulatory support.

Ключові слова: видавнича галузь, макроекономічне середовище, стратегія розвитку, понятійно-категоріальний апарат

Ключевые слова: издательская отрасль, макроэкономическая среда, стратегия развития, понятийно-категориальный аппарат

Keywords: publishing industry, macroeconomic environment, development strategy, conceptual and categorical apparatus

ВСТУП

Проблемні питання конкурентоспроможності видавничої галузі держави визначили необхідність розробки сучасних концептуальних основ забезпечення стратегії її розвитку, які сформулюють теоретико-методологічну підтримку ефективного функціонування галузевого сегменту національної економіки. У трансформаційних умовах національного макроекономічного середовища стає очевидним невідповідність наукових тенденцій і реальності з цілогоряду питань, пов'язаних з формування системи розвитку сегментних складових національної економіки. Основною причи-

ною цього є відсутність у галузевому регулюванні та управлінні деяких базових аспектів при дослідженні, аналізі, оцінюванні та ідентифікації конкретної предметної області функціонування суб'єктів у макроекономічному середовищі.

Діючі теоретико-методологічні наукові підходи Елвіна Тоффлера, Фредеріка Тейлора, Філіпа Котлера та ін. мають філософську, історичну, соціально-економічну, формально-математичну, системологічну або іншу спрямованість, при цьому не забезпечують необхідну науково-методичну підтримку відносно обґрунтування гіпотези, яка одночасно враховує прин-

ципи регулювання та управління у системі стратегії розвитку видавничої галузі.

МЕТА РОБОТИ полягає у дослідженні та обґрунтуванні концептуальних основ забезпечення стратегії розвитку видавничої галузі національної економіки.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Теоретичною та методологічною основою дослідження є джерела навчальної, монографічної та періодичної літератури з ризиків у видавничій галузі національної економіки.

При написанні роботи були використані наступні методи: метод спостереження, методи аналізу та синтезу, монографічний метод, діалектичний метод, метод порівняння, методи індукції та дедукції, а також метод узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Системологія – це область наукового спрямування, яка досліджує і застосовує відповідну системність, організацію і самоорганізацію процесів і явищ у макроекономічному середовищі. Системологія є теоретико-методологічним об'єктом, продуктом і інструментом дослідження функціонування сегментних складових національної економіки.

Для науково-практичних досліджень системологія – це концепція обґрунтованого дослідження, створення, регулювання, управління і використання природної системності у макроекономічному середовищі та основної його категоріальної підтримки. Системна універсальність концепції системології забезпечує оптимізацію методології приватних науково-практичних напрямків сегментного дослідження.

Відомий радянський академік П. Анохін, який досліджував принципи питання загальної теорії функціональних систем та стверджував не конструктивність і неплототворність відповідних положень через ігнорування основної проблеми системології – розкриття так званого системо утворюючого фактора, який здатний безладну взаємодію перетворити у впорядковану множину як діючу цілеспрямовану систему. Таким фактором виступає кінцевий корисний результат господарської діяльності (рентабельність, продуктивність трудових ресурсів тощо).

Відмітимо, що в теорії функціональних систем, кінцевий корисний результат є органічною частиною системи, яка впливає на його формування. Такий науковий підхід до кінцевого корисного результату господарської діяльності дає підставу сформулювати гіпотезу, яка усвідомлює, що він є наслідком взаємодій, в першу чергу, принципів регулювання та управління.

Домінування інноваційно-технічних напрямків системології пояснюється розвитком цивілізації, яке відбувається з урахуванням системології природи.

Академік Анохін запропонував критерії універсальної теорії систем:

- ізоморфізм – властивість, яка забезпечує відображення однакової будови відповідної сукупності елементів у макроекономічному середовищі, незалежно від природи цих елементів;

- наявність системоутворюючого фактора;

- процес системогенеза – виборче дозрівання функціональної системи та її окремих сегментів у процесі

онтогенезу.

Загальна теорія систем свідчить про необхідність обґрунтованого системного світогляду, не подолавши методологічний бар'єр необхідного перегляду підстав (базис науково-матеріалістичного світогляду), як підстави формулювання базових положень системності світу в простому, основоположному формалізованому відображенні системних зв'язків категорій (підстав) [4].

У загальній теорії систем вагоме місце займає еволюціоніка – системне вчення про розвиток об'єкта або явища.

Як відомо, поняття про розвиток, конкретно-наукові і філософські вчення про нього виникли поза загальною теорією систем. Вже одне це змушує будувати еволюціоніку не конвенціоналістськи, а у згоді із сучасними даними науки. Це ж змушує виходити з фундаментального положення діалектичного матеріалізму – уявлення про форми руху матерії, еволюції конкретних форм і породженні ними інших форм руху [4].

На наш погляд, регулювання розвитку у видавничій галузі здійснюється на основі функціональної самоорганізації, припускаючи, що системну стійкість і рівновагу надають тільки відповідні механізми саморегуляції. Деякі науковці, в т.ч. В. Андріанов, називали їх функціональними економічними системами посередництва між державою і ринковим середовищем.

Усі соціально-економічні системи у національному макроекономічному середовищі поділяються на цілеспрямовані та функціональні економічні системи, які відрізняються тим, що є самоорганізованими і саморегульованими сегментами, для яких будь-яке критичне відхилення від визначених параметрів стійкості у соціально-економічних системах служить поштовхом для самообілізації компенсаторних механізмів, які відновлюють на макроекономічному рівні втрачену у таких системах рівновагу.

Таким чином, при формуванні стратегії розвитку видавничої галузі, роль державних інституцій зводиться лише до ролі координуючих або регулюючих центрів забезпечення функціональних економічних систем. Відмітимо, що функціональна складова не є постійною та включає:

- адекватна система національних рахунків;
- забезпечення створення валового внутрішнього продукту;
- забезпечення створення валової доданої вартості;
- забезпечення збалансованості бюджетної складової;
- формування сприятливої інвестиційної політики;
- регулювання інфляційних процесів;
- забезпечення приємної динаміки курсу національної валюти;
- визначення параметрів боргових зобов'язань за джерелами формування;
- забезпечення екологічного захисту;
- забезпечення необхідного рівня накопичення;
- підтримка інноваційної складової розвитку, створення інноваційної інфраструктури;
- зменшення масштабів тіньової економіки;
- підтримка процесів міжнародного економічного співробітництва (міжнародна кооперація та спеціалізація);
- транспарентність у макроекономічному середовищі тощо.

Розвиток національної економіки є одним із пріо-

ритетних завдань у трансформаційних умовах нашої країни. Згідно Стратегії сталого розвитку «Україна – 2020»: вектор розвитку – це забезпечення сталого розвитку нашої держави, проведення структурних та необхідних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя українського суспільства. Наша країна має стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями. Для цього, передусім, необхідно відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим засобом, створити сприятливі умови для ведення господарської діяльності та прозору податкову політику [5].

Базові завдання функціональних економічних систем самореалізуються навколо визначених параметрів, які забезпечують відповідну рівновагу. Основними параметрами є:

- податкове навантаження на суб'єктів видавничої галузі;
- рівень дефіциту бюджетної складової;
- рівень державного боргу та борг, який гарантований державою;
- обслуговування зовнішнього боргу;
- рівень зайнятості у національній економіці;
- рівень накопичень;
- критичний рівень безробіття;
- відкритість національної економіки;
- залежність національної економіки тощо.

У сучасних трансформаційних умовах у національному макроекономічному середовищі змінюється роль державних інституцій при розвитку саморегульованих економічних систем, здійснюється відмова від прямого цілеспрямованого впливу на користь координатції бізнес-процесів у видавничій галузі, а також про значну віртуалізацію її сегментних складових, тобто ілюзорності стосовно значної кількості її параметрів функціонування та розвитку.

У міжнародному середовищі, суб'єкти видавничого бізнесу орієнтовані на виробництво продукції (послуг) з високою доданою вартістю, що у стратегічних періодах може негативно вплинути на їх економічні результати функціонування, тому необхідно суттєво змінити принципи, правила, моделі механізми та інструменти управління та маркетингу, які забезпечать стратегічний розвиток видавничої галузі з інноваційною орієнтацією. Визначені аспекти допускають ряд тверджень при формуванні наукової гіпотези стосовно основних складових елементів системи регулювання та управління видавничою галуззю.

Сучасний стан системи регулювання та управління суб'єктів видавничої галузі базується на не актуальній методології через явну надмірність використання принципів тейлоризму.

Фредерик Тейлор (1856-1915) вважав, що управлінський персонал повинен думати, а працювати повинні робітники. Зазначена теорія призвела до появи великої кількості управлінського персоналу із поглибленою спеціалізацією на основі розподілу праці за відповідними ознаками.

Основні принципи наукового управління Фредерика Тейлора:

- розробка оптимальних методів здійснення роботи на основі наукового вивчення витрат часу, рухів, зу-

силь тощо;

- абсолютне слідування розробленим стандартам;
- добір, навчання і розстановка робітників на ті робочі місця і завдання, де вони зможуть принести найбільшу користь;
- оплата за результатами праці (менші результати – менша оплата, більші результати – більша оплата);
- використання функціональних менеджерів, які здійснюють контроль за спеціалізованими напрямками;
- підтримання дружніх стосунків між робітниками і менеджерами з метою забезпечення можливостей здійснення наукового управління [6].

Але на наш погляд, видавничу галузь потребує сучасної концептуальної підтримки стратегічного розвитку галузі, яка буде враховувати вертикальне та горизонтальне регулювання, управління та маркетинг.

Відсутність адекватної парадигми регулювання й управління у видавничій галузі, надлишкова активність менеджменту все більше розвивають парадигми сучасного галузевого маркетингу як мережевого та узагальнено координують весь життєвий цикл предмета праці і послуги, що показує досить спірну ситуацію поглинання, згідно з якою:

- механізми процесу регулювання, управління та маркетингу перетинаються, повинні працювати паралельно та мати загальні стратегічні галузеві орієнтири;
- маркетинг розвивається як важлива функція на основі процесу регулювання та управління у частини реалізації деяких завдань пов'язаних з дослідженням стану ринкового середовища, тобто маркетинг базується на принципах регулювання та управління галуззю;
- маркетинг поглинає внутрішньогалузеве регулювання й управління, що достатньо різко ускладнює його структуризацію і функціональну орієнтацію на вирішення стратегічних завдань..

Якщо прийняти відому позицію щодо можливості моделювання розвитку ринку видавничої галузі за допомогою так званого корпоративістського рівностороннього трикутника соціально-економічних інтересів і відносин суб'єктів видавничої галузі, державних інституцій і найманих працівників, то з'являється необхідність у інтегрованій галузевій концепції, яка поєднує принципи регулювання, управління і маркетингу, зокрема, стосовно видавничого бізнесу.

Традиційна парадигма галузевого маркетингу, не враховуючи її неоднозначність, необґрунтованість і розпливчастість, як і раніше фокусує функції функціонального управління всіма сторонами ділової активності суб'єкта видавничої галузі (від нової технології готової продукції або послуг до їх доставки споживачам або подальшого обслуговування). Така концепція галузевого маркетингу перетинається з традиційним управлінням суб'єктом галузі та вимагає безумовної оптимізації за цілою низкою обставин. Наприклад, через перехід сучасного соціально-економічного системостворення до трансформації мережевих моделей, що принципово змінює наукову гіпотезу парадигми і гіпотезу про можливість спільного регулювання та управління мережевих горизонтальних сегментів і відповідного їм галузевого маркетингу.

Також необхідно відмітити, про відсутність координуючого впливу в тривимірному просторі управління, маркетингу та регулювання в системі предмет-

ної області на мезо- і макрорівні. Практично хронічна нерівновага галузевих, регіональних, міжгалузевих та інших соціально-економічних систем не розглядається як комплексний результат спільно-паралельної дії процесу регулювання, моніторингу, контролю та самоорганізації у форматі відповідної предметної області.

В умовах агресивної поведінки зовнішнього середовища має місце факт прискореної глобалізації бізнес-процесів у видавничій галузі національної економіки, в тому числі транснаціональне інтрузивне вторгнення та їх розгляд керуючими або регулюючими системами лише з негативної боку, наприклад, через небезпеку імпортозалежності. Визначені аспекти призводять до асиметричності соціально-економічного галузевого розвитку і спонтанного зростання нестабільності систем у макроекономічному середовищі країни. Дослідження стану та динаміки галузевих, міжгалузевих, регіональних, корпоративних й інших соціально-економічних систем узгоджується з позицією, що міжнародні глобалізаційні процеси мають значний вплив на результат зростання швидкості поширення змін у соціально-економічних системах внутрішнього середовища, і особливо, як правило, у корпоративних або регіональних аспектах.

Вперше термін «глобалізація» (від англ. «global» земна куля) було використано у працях – Дж. Макліна в 1981 р., а пізніше визначено американським вченим Р. Робертсом. Пізніше дефініцію «глобалізація» (globalization) було вжито у 1984 р. у редакційному коментарі «Wall-StreetJournal» щодо рішення М. Тетчер відкрити іноземним банкам прямий доступ на фінансовий ринок лондонського Сіті. З інших джерел відомо, що вперше це поняття вжив Т. Левітт у 1983 р. та охарактеризував цим словом феномен злиття ринків окремих продуктів, які виробляються великими багатонаціональними корпораціями [5].

Глобалізаційні процеси виокремлюють:

- якісні зміни у міжнародному просторі;
- міжнародну інтеграцію ринків, у тому числі тіньову;
- стратегічний орієнтир формування нової якості координації регулювання, управління та маркетингу;
- формування та стратегічний розвиток сучасних галузевих корпоративних сегментів;
- міжнародну виробничу кооперацію та спеціалізацію;
- зростання взаємозалежності в соціально-економічному аспекті та тимчасовою ознакою;
- інституційну конвергенцію, але з урахуванням національної ідентичності;
- системну мережеву структуру регулювання, управління та маркетингу;
- виокремлення та подолання локальності інституційних процесів і бізнес-процесів у макроекономічному середовищі;
- плюралізацію так званого життєвого світу комунікацій у суспільстві;
- цілеспрямовану взаємодію між соціально-економічними процесами національного та глобального рівня.

На думку деяких науковців глобалізація – процес діалектичної взаємодії національних і глобальних суспільних процесів, за якого відбувається поступове обмеження національних особливостей суспільних відносин (і відповідних якостей людини) та їх поступове підпорядкування системі глобальних відносин, а також

законів і закономірностей такої взаємодії, цілісність якої забезпечується національними структурами [5].

Глобалізаційні аспекти виокремлюють концептуалізацію даної наукової гіпотези на основі класифікації канонічних принципів регулювання, управління та маркетингу, а також їх пост канонічної множини.

У сформованій науковій гіпотезі передбачається виявити і довести реальність як мінімум деяких аспектів, які актуальні для процесів регулювання, управління та маркетингу у взаємодії. Для цього необхідно :

– дослідити доцільність зміни діючої парадигми процесу регулювання, управління та маркетингу з позиції координації;

– проаналізувати можливість зміни парадигми й оцінити її реальність при паралельності дій процесу регулювання, управління та маркетингу в умовах динамічного зростання не рівноваги і некомпенсійності ринкових систем інструментальним забезпеченням процесу управління, маркетингу та вертикального або горизонтального регулювання;

– проаналізувати можливість парадигми інтеграції, поєднання принципів, функцій і дій, управління у регулюванні та маркетингу за мережевої орієнтації господарської діяльності.

У визначеній гіпотезі передбачається транспарантність нової парадигми, оскільки постканонічні або додаткові мережеві принципи регулювання, управління та маркетингу, маючи ознаки розпливчатості, вимагають значних зусиль для цілеспрямованого інтегрування й наукового обґрунтування.

Таким чином, інтеграція сукупності традиційних та додаткових принципів регулювання, управління та маркетингу не має реального практичного застосування спільної системи реалізації та застосування.

Відповідно до діючої парадигми регулювання, управління та маркетингу, як правило паралельні тільки здійснюють моніторинг або контролюють кризові явища у соціально-економічних системах країни або її галузях, що підтверджує неможливість конструктивного обґрунтованого виправлення.

Удосконалений науковий підхід до організації діяльності у видавничій галузі національної економіки передбачає часткову заміну чинної парадигми, тому що метод її реалізації на основі врахування різних аспектів досліджуваної області вимагає так званого сумативного комбінування принципів орієнтацією на якісні та кількісні ознаки. Удосконалений науковий підхід до організації діяльності у видавничій галузі побудований на взаємопов'язаному врахуванні канонічних і пост канонічних принципів регулювання, управління та маркетингу.

З точки зору запропонованої наукової гіпотези діюча методологія регулювання та управління не може бути парадигмою, а методологія маркетингу бути адекватною мережевим процесам у макроекономічному середовищі, і тому, як правило, мають непарадигмальну спрямованість.

У промісловно-розвинутих країнах ринкова регульована орієнтація соціально-економічних систем зберігається, тобто прямо або опосередковано підвищується ефективність процесу регулювання, управління та маркетингу через зростання конкуренції, індивідуалізації сервісу тощо. Також необхідно відмітити, що

одночасно з динамічним розвитком самоорганізації має місце тенденція розриву між відповідними інституціями і рівнем діяльності визначених координуючих систем, що вимагає інтенсифікації регуляційних та маркетингових програмно-цільових робіт.

Таким чином, на достатньо розвинених ринках міжнародного середовища, самоорганізація і саморегулювання, а також процес регулювання, управління та маркетингу, відбувається на підставі наступних принципів:

- обґрунтованого конструктивного поєднання свободи і відповідальності між самоорганізованими соціально-економічними системами, тобто переходу до інтегральної парадигми координації у процесах регулювання, управління та маркетингу;

- неупередженого виокремлення функціональних повноважень і відповідальності у межах діючих нормативно-правових актів, таким чином визнається паралельність процесу регулювання, управління та маркетингу у видавничій галузі;

- розвитку масштабів репрезентативності процесу регулювання та управління, що показує інтегральну парадигму у соціально-економічній системі.

Марк Мобіус, досліджуючи проблематику ринків у міжнародному просторі, які розвиваються, відзначає як головну і небезпечну проблему посилення «мислення людей на коротку перспективу» у варіанті використання регулюючими інстанціями лише п'яти принципів:

- незалежності мислення (від характеру одержуваної інформації);

- відмови від ієрархічності потоку інформаційного забезпечення і рішень;

- дисциплінованості;

- гнучкості, в тому числі для принципових змін своїх рішень;

- «пристрасті» до інвестування [7].

Удосконалена парадигма, яка ґрунтується на принципах ієрархічного регулювання, вертикального і горизонтального управління та маркетингу, повинна включати необмежений набір принципів глобального, національного і локального розуміння вільного ринкового середовища, так і системної організації, регуляції і саморегуляції, тобто вона являє собою відкриту дескриптивну соціально-економічну систему через складність формалізації значної кількості принципів галузевого мережевого регулювання, управління та маркетингу.

Особливістю удосконаленої парадигми є її кількісні складові, які повинні бути обґрунтовані. Для підтвердження можливості існування запропонованої гіпотези застосовується індуктивний метод сумативних здвигів, відповідно за яким, будь-яка наукова гіпотеза вважається можливою, якщо існує механізм підтвердження її параметрами моделювання наукового напрямку на прикладі оцінки понад одного єдиного системоутворюючого поняття як результату випромінювання наскрізного фактора.

У науковому просторі, відомо, що понятійно-категоріальний апарат як система відображає сутність предмета або предметної області наукового дослідження

у взаємозв'язку з системою опису прийнятих концепцій, методик та інструментального забезпечення.

Відомо, що ознаки предметної області відображаються понятійно у послідовній та обґрунтованій єдності, тому понятійно-категоріальний апарат формує уявне відображення єдності істотних, але загальних ознак предметної області наукового дослідження.

Такий науковий підхід до понятійно-категоріального апарату формує систему, яка відкрита для дослідження з урахуванням синергетичного підходу. У наукових колах, відомо, що кожний понятійно-категоріальний елемент орієнтований на соціально-економічну дію і направлений на тимчасову взаємозалежність з метою розуміння іншими зацікавленими суб'єктами соціально-економічної системи.

Складні соціально-економічної системи мають велику кількість змінних елементів, які можуть мати ознаки феномену. Феномен – це відповідне соціально-економічне явище, яке має ознаку незвичайності та рідкісний факт якого важко зрозуміти, може бути впізнаний на основі досвіду.

Феномени класифікуються за наступними ознаками:

- інституційні, які видимі у макроекономічному середовищі;

- неінституційні, які невидимі або суперечать інституціональним нормам у вигляді тіньового ринку видавничої продукції.

Структура понятійно-категоріального апарату парадигми сегментної складової соціально-економічної системи відображено у табл. 1.

У науковому просторі типова класифікація системоутворюючого понятійно-категоріального апарату характеризується наступними аспектами:

- поняття відображає основні ознаки процесів у соціально-економічній системі;

- категорія формує метамовне утворення стосовно універсальних властивостей явищ;

- загальні поняття, як правило можуть бути реєструючими або нереструючими, відкрити або закритим, кількісним або якісним та кінцевим;

- поняття позитивне, якщо відсутні негативні ознаки, які зводять іноді канони до відповідної конятатації їх відсутності або непотрібності;

- поняття має непусту ознаку, якщо воно відповідає не менш одному факту емпіричного дослідження;

- поняття трактується у принципі, але впливу феноменів на нього визначається лише за кінцевими результатами емпіричного дослідження;

- поняття має галузеве спрямування.

У сформованій гіпотезі обґрунтовується наступні аспекти:

- забезпечується класифікація, концептуалізація прийнятої безлічі принципів або внутрішніх властивостей систем координації відносин у видавничій галузі;

- враховується особливий стан такої сучасної предметної області, як регулювання, управління та маркетинг маркетинг і менеджмент, з урахуванням факторів глобалізації, інтеграції, нестабільності, самоорганізації, саморегулювання тощо.

Таблиця 1

Понятійно-категоріальний апарат парадигми сегментної складової соціально-економічної системи

Класифікаційні аспекти понятійно-категоріального апарату	Основні складові понятійно-категоріального апарату
За змістом	– абстрактне; – конкретне; – емпіричне; – теоретичне
Обсяг складової	– одиничне; – загальне (реєструючи або нерєструюче); – нульове (хибні, необхідні, нульові гіпотетичні)
За характером елементів	– збірне; – незбірне
За результатом	– позитивне; – негативне – відносне
За сутністю	– пусте; – непусте (позитивне, негативне, відносне)
За ознакою взаємовідношення	– безвідносне; – співвідносне
За спрямованістю застосування	– галузеві; – інституційні – приватні

Таким чином, аспект класифікації пов'язаний, як правило, з дедукцією, а інший розглядається як індуктивний в особливо актуальному для сучасної інформаційно-асиметричної ситуації варіанті – залишковому методі на основі дослідження єдиного системоутворюючого понятійно-категоріального апарату.

Дедуктивний або аксіоматичний метод, забезпечує виокремлення деякої кількості вихідних достовірних (канонічних) принципів, що репрезентативно відображає сучасний стан процесу регулювання, управління та маркетингу, без уточнюючого пояснення їх значення. Принципи відповідних процесів виокремлюються в якості догми (аксіоми) і приймаються як базові для їх наступної класифікації, з урахуванням галузевої специфіки.

Дедуктивні знання регулювання та управління припускають дослідження більш надійних та ємних взаємозалежних інструментів, що характерно для стійких ієрархічних елементів. Індуктивні знання узагальнюють відносини управлінців або маркетологів з контрагентами, які значно достовірні та взаємопов'язані між собою, і відображають окремі елементи тенденції роз-витку науки і практики регулювання, управління та маркетингу в сучасних умовах розвитку соціально-економічних систем.

Індуктивний метод застосовується при дослідженні значно складних комплексних задач, основні складові яких недостатньо оцінені або не досліджено взагалі. При застосуванні індуктивного методу передбачається, що постканонічні (додаткові) принципи забезпечать отримання корисного результату. Наприклад, концепції системної галузевої координації за допомогою регулювання, управління та маркетингу, враховуючи нерівновагу предмета дослідження, горизонтальність або вертикальність реалізованих мережевих схем, стратегічних або пріоритетних, компроміс тощо. Інші постканонічні принципи сприяють появі інших результатів в концепції координації регулювання, управління та маркетингу у видавничій галузі національної економіки.

Відмітимо, що парадигма сегментної координації у вигляді поєднання принципів ієрархічного регулю-

вання, вертикального і горизонтального управління та маркетингу надає можливість у видавничій галузі проведення дослідження неоднозначного, але взаємозалежного ланцюжка системоутворюючих елементів «фактор-критерій-понятійно-категоріальний апарат» з урахуванням кінцевого результату через оцінку застосовуваних принципів у необмеженій кількості. При цьому застосовується їх сумативна концептуалізація всіх складових. Індуктивний приватний метод застосовується при концептуалізації складних попередніх обставин, сегментна частина яких отримана, а інша лише підлягає дослідженню та оцінці.

Також важливо відмітити, що дедуктивний метод однозначно дозволяє вважати стан координації на вже визначених принципах явно недостатнім, то приватний метод виокремлює основні причини появи такої дезорганізованості і некерованості на конкретному споживчому ринку видавничої продукції. Але жоден з них не дає право сказати, що невиконання при створенні і регулюванні проміжного порядку або хаосу конкретних принципів регулювання, управління та маркетингу, забезпечує відповідний результат через особливості предметного становища.

ВИСНОВКИ

Таким чином, удосконалена наукова гіпотеза відображає сучасний напрям дослідження стратегії розвитку видавничої галузі, у зв'язку з чим, необхідно сформулювати та впровадити удосконалену парадигму сегментної координації у вигляді поєднання принципів ієрархічного регулювання, вертикального і горизонтального управління та маркетингу, що дозволить адекватно відобразити специфіку мережевого розвитку сегментних складових національного макроекономічного середовища. Така парадигма комбінування принципів ієрархічного регулювання, вертикального і горизонтального управління та маркетингу стосовно галузевого ринку видавничої продукції, зображує діагональну пульсуючу координацію, яка враховує максимальну автоматизацію соціально-економічних систем, базується на управлінському консалтингу та потребує

інституційної нормативно-правової підтримки.

Список використаних джерел

1. Мохонько Г.А. Оцінювання стратегічної стійкості підприємств видавничо-поліграфічної галузі в умовах нестабільного ринкового середовища. *Ефективна економіка: наук. журн.* 2009. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_2_18.
2. Побережець О.В. *Теоретико-методологічні та практичні засади дослідження системи управління результатами діяльності промислового підприємства: монографія.* Херсон: Видавництво Грін Д.С., 2016. 500 с.
3. Анохин П.К. *Принципиальные вопросы общей теории функциональных систем.* М.: Наука, 1973, с. 5-61.
4. Урманцев Ю.А. *Общая теория систем: состояние, приложение и перспективы развития.* URL: <http://www.sci.aha.ru/ots/OTSU.pdf>
5. Григор'єв Г.С. *Теоретико-методологічні засади державного регулювання фінансово-економічних процесів в умовах глобалізації.* Херсон: Олді-плюс, 2017. 380 с.
6. Тейлор Ф. *Принципи наукового менеджменту.* URL: <http://infotour.in.ua/tailor.htm>
7. Мобиус М. *Руководство для инвестора по развивающимся рынкам: пер. с англ. М. Мобиус.* М.: Антон: Гривна+, 1995. 224 с.

References

1. Mokhonko H.A. *Estimation of strategic stability of enterprises of the publishing and printing industry in conditions of unstable market environment.* *Effective economy: science journal.* 2009. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2009_2_18. (in Ukrainian).
2. Poberezhets O.V. *Theoretical and methodological and practical principles of research of the system of management of the results of the activity of an industrial enterprise: monograph.* Kherson: Publishing house: Hrin D.S., 2016. 500 p. (in Ukrainian).
3. Anokhin P.K. *Principal issues of the general theory of functional systems.* Moscow: Science, 1973, pp. 5-61. (in Russian).
4. Urmantsev Yu.A. *General theory of systems: state, application and development prospects.* URL: <http://www.sci.aha.ru/ots/OTSU.pdf> (in Russian).
5. Hrigoriev H.S. *Theoretical and methodological principles of state regulation of financial and economic processes in the conditions of globalization.* Kherson: Oldi-plus, 2017. 380 p. (in Ukrainian)
6. Teilor F. *Principles of scientific management.* URL: <http://infotour.in.ua/tailor.htm> (in Ukrainian).
7. Mobius M. *Emerging Market Investor Guide.* Moscow: Anton: Hryvnia+, 1995. 224 p. (in Russian).