

**РЕДАКТОРСЬКИЙ ВІДГУК НА МОНОГРАФІЮ  
«МОДЕЛЮВАННЯ СИНЕРГЕТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ  
ВИРОБНИЧО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ»**

авторів Клочка Ю.А., Кравцова І.М, Камчатної-Степанової К.В., Сікетіної Н.Г.

Економічні процеси, що відбулися за роки незалежності України мають насамперед невизначений характер кількісних змін ні для держави, ні для суспільства в цілому. Потрібне зростання валового внутрішнього продукту та продуктивності економіки супроводжується певним навантаженням на промисловість, до складу якої можна віднести паливно-енергетичну, машинобудівну, металургійну, деревообробну, хімічну, текстильну. Кінець 2014 року вже став негативним для машинобудівної галузі, яка на собі відчула недостачу саме якісних матеріалів та комплектуючих. Це все є результатом як загальнодержавної політики, так і керівництва машинобудівних підприємств, які не були зацікавлені у вкладенні інвестицій в розвиток галузі. Вигідніше було приватизувати ще рентабельні підприємства. У ситуації постійного зростання цін на газ для України призведе до подальшого збільшення цін на машинобудівну продукцію.

В цієї ситуації неважко зробити прогноз задоволення національних інтересів держави відносно її машинобудівного комплексу. Слід відзначити, що наразі управління конкурентоспроможністю та виробничо-економічним потенціалом розвитку машинобудівної галузі не є досить ефективним.

Значним досягненням у вирішенні цих проблем системно-синергетичний підхід, запропонований у монографії Клочка Ю.О. та ін. «Моделювання синергетичних стратегій розвитку виробничо-економічних систем», який орієнтований на прискорений розвиток ВЕС, її здатність створювати та реалізовувати синергетичні ефекти у локальних підсистемах системи управління. Першочергове місце у системі синергетичного управління посідає завдання досягнення синергетичних ефектів за рахунок аналізу нових ринків, створення нових товарів, тобто розробки маркетингової стратегії розвитку виробничо-економічних систем (ВЕС) на засадах системно-синергетичного підходу. Механізм визначення та моделювання синергетичного ефекту, що виникає в процесі розробки маркетингової стратегії розвитку ВЕС машинобудівної галузі, потребує пошуку нових ефективних стратегій управління.

Для рішення цієї задачі авторами монографії виконано наступне: проаналізовано сучасний стан розвитку машинобудівної промисловості та визначено синергетичні якості великих ВЕС, до складу яких відносяться підприємства

машинобудівної галузі; визначено методологічні засади формування синергетичного ефекту від управління процесами розвитку підприємств машинобудівної галузі: застосовано системно-синергетичний підхід і запропоновано принципи аналізу процесів розвитку ВЕС; розроблено організаційний механізм формування виробничо-маркетингової стратегії розвитку машинобудівного підприємства; розроблено концептуальну схему виникнення синергетичного ефекту від управління виробничо-маркетинговою діяльністю підприємства машинобудівної галузі; розроблено концепцію моделювання синергетичного ефекту функціонування машинобудівного підприємства; розроблено комплекс економіко-математичних моделей, що забезпечує ефективне управління виробничим потенціалом машинобудівного підприємства; запропоновано процедуру формування оптимальної збутової структури ВЕС та систему механізмів менеджменту машинобудівних підприємств для забезпечення синергетичного ефекту організації маркетингової діяльності; запропоновано імітаційну модель, яка дозволила визначити синергетичний ефект за рахунок мінімізації запасів матеріалів на підприємстві.

Наукові положення, висновки та рекомендації, що містяться в роботі розроблено на основі глибокого теоретичного пророблення вирішених задач дослідження.

Дослідження має теоретичне і практичне значення. З теоретичної точки зору цінність представляють наступні розробки: концептуальна схема формування синергетичного ефекту від управління виробничо-маркетинговою діяльністю підприємства машинобудівної галузі; концепція моделювання синергетичного ефекту функціонування машинобудівного підприємства. З практичної точки зору цінність представляють: імітаційна модель мінімізації запасів матеріалу на підприємстві; організаційний механізм формування виробничо-маркетингової стратегії машинобудівного підприємства; процедура формування оптимальної збутової структури виробничо-економічної системи та система механізмів менеджменту підприємств.

Універсальність запропонованих в роботі механізмів, моделей і методів реалізації дозволяють використовувати їх в певних маркетинго-орієнтованих галузях.

Рецензент, доктор економічних наук,  
професор кафедри менеджмента  
Донбаської державної машинобудівної академії