

Полтавський університет економіки і торгівлі

***ЕКОНОМІКА СЬОГОДНІ:
проблеми
моделювання та
управління***

МАТЕРІАЛИ

**VI Всеукраїнської науково-практичної
Інтернет - конференції**

15 - 16 листопада 2016 року

**ПОЛТАВА
2016**

Організаційний комітет:

Голова: *Нестуля О.О.*, д.і.н., професор кафедри філософії і політології, ректор Полтавського університету економіки і торгівлі.

Заступники голови:

Рогоза М.Є. – академік Академії економічних наук України, д.е.н., професор, перший проректор Полтавського університету економіки і торгівлі перший проректор;

Гаркуша С.В. – проректор з наукової роботи, д.т.н, доцент, професор кафедри документознавства та інформаційної діяльності в економічних системах.

Члени організаційного комітету:

Вітлінський В. В., завідувач кафедри економіко-математичного моделювання ДВНЗ «Київський Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (м. Київ), д.е.н., професор; *Вовк В. М.*, д.е.н., «Заслужений професор Львівського національного університету імені Івана Франка» (м. Львів); *Лисенко Ю. Г.*, член-кореспондент Національної академії наук України, директор Навчально-наукового інституту інноваційних технологій управління ПУЕТ (м. Полтава), д.е.н., професор; *Ляшенко В. І.*, завідувач відділу Інституту економіки і прогнозування Національної академії наук України, професор кафедри економічної кібернетики ПУЕТ (м. Полтава), д.е.н., професор; *Макшишко Н. К.*, завідувач кафедри економічної кібернетики Запорізького національного університету (м. Запоріжжя), д.е.н., професор; *Меркулова Т. В.*, завідувач кафедри економічної кібернетики Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (м. Харків), д.е.н., професор; *Порохня В. М.*, директор Інституту післядипломної освіти Класичного приватного університету (м. Запоріжжя), д.е.н., професор; *Рамазанов С. К.*, заслужений діяч науки і техніки України, академік: МАІ, МАНЕБ, АЕНУ, ТАУ, АТНУ, проф. кафедри інформаційних систем та економіки ДВНЗ «Київський Національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (м. Київ), д.т.н., д.е.н., професор *Роскладка А. А.*, завідувач кафедри економічної кібернетики Київського національного торговельно-економічного університету (м. Київ), д.е.н., професор; *Румянцев М. В.*, завідувач кафедри економічної кібернетики ДВНЗ «Донецький національний технічний університет» (м. Покровськ), д.е.н., професор; *Ткаченко В. А.*, академік Академії економічних наук України, заступник директора науково-дослідного інституту розвитку економіки та суспільства Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро), д.е.н., професор; *Харченко О. А.*, декан факультету обліку, аудиту та економічної кібернетики, доцент кафедри програмної інженерії та інформаційних систем Київського національного торговельно-економічного університету (м. Київ), к.т.н., доцент; *Черняк О. І.*, завідувач кафедри економічної кібернетики Київського національного університету імені Тараса Шевченка (м. Київ), Лауреат Державної премії України в галузі науки і техніки, д.е.н., професор; *Герман Н. В.*, директор науково-навчального центру ПУЕТ (м. Полтава), доцент; *Ємець Є. М.*, завідувач кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики ПУЕТ (м. Полтава), к.ф.-м.н., професор; *Івченко Є. І.*, директор навчально-наукового інформаційного центру ПУЕТ (м. Полтава), к.т.н., доцент; *Діденко Л. М.*, начальник редакційно-видавничого відділу ПУЕТ (м. Полтава).

У матеріалах конференції розглядаються проблеми та особливості моделювання і управління сучасними економічними процесами і системами, теоретичні основи економічної кібернетики, формування механізмів та систем стратегічного розвитку підприємств, сучасна проблематика підготовки фахівців з економічної кібернетики та комп'ютерних інформаційних технологій. Збірник розраховано на науково-педагогічних працівників, аспірантів і студентів ВНЗ.

ВІТАННЯ УЧАСНИКІВ І ГОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-КОНФЕРЕНЦІЇ

Шановні учасники і гості VI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції «Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління»

Ми продовжуємо традицію щорічних зустрічей на теренах інформаційного простору з питань управління економічними системами, моделювання економічних систем, теоретичних основ економічної кібернетики, формування механізмів та систем стратегічного розвитку підприємств, сучасної проблематики підготовки фахівців з економічної кібернетики та комп'ютерних інформаційних технологій.

Попереду в учасників конференції можливість обмінятися думками з питань, що визначають сьогодні стратегію і тактику розвитку економіки нашої країни.

Обговорення матеріалів конференції стануть запорукою загальних майбутніх успіхів.

Доповіді конференції спрямовані на посилення інтеграції та залучення широких кіл науковців і до вирішення широкого кола питань, пов'язаних з системним підходом до розв'язку задач, що постають перед сучасною економікою у непростий період світової економічної кризи

Ваша енергія, спрямована на реалізацію нових ініціатив щодо втілення в життя програм оздоровлення економіки, поза всяким сумнівом, послужить зміцненню наукових і ділових зв'язків, як у рамках двосторонніх відносин, так і в контексті інтеграційних процесів в Україні та Європі.

Ми впевнені, що результати цьогоорічної конференції знайдуть своє втілення в нових проектах і програмах, і, в кінцевому рахунку, слугуватимуть надійною сходинкою на шляху до процвітання нашої держави

***Кафедра економіки підприємства та економічної кібернетики
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»***

М.Є. Рогоза, д.е.н., професор

С.М. Рогоза, асистент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПРИ ІННОВАЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах мінливого бізнес-середовища, що має характер значної динамічності, головним завданням для управління економічного об'єкта є необхідність оперативного реагування на ці зміни, але більш складною задачею є передбачення та впровадження необхідних змін, впровадження яких забезпечує інтенсивну діяльність на досягнення не тільки тактичних завдань, а і вирішення стратегічних. Дієвий аналіз середовища діяльності та ефективний моніторинг його змін, аналіз і моніторинг потреб споживачів та змін у їхній поведінці стають основними процесами у стратегічно важливих процесах компанії [5]. Це визначає подальшу діяльність підприємства формуючи процеси стратегічного планування побудованих на інноваційних механізмах розвитку підприємства з метою створення продукту, його виробництва, доведення до споживача та одержання прибутку як складової ресурсів розвитку. Тому формування та управління процесами стратегічного планування при інноваційному розвитку підприємства актуальне постійно, оскільки використання удосконалених чи розроблених нових механізмів та їх інструментів адаптації діяльності в умовах постійних змін зовнішнього середовища підприємства може забезпечувати ефективне використання організаційно-управлінського потенціалу. Однак складність вирішення завдань розвитку та управління процесами інноваційної діяльності підприємств при стратегічному плануванні вимагає постійної уваги, оскільки економіка держави не має необхідних темпів розвитку, а головне те, що відсутня збалансована стратегія бачення взаємо ув'язаних процесів діяльності для досягнення необхідних параметрів розвитку.

Серед необхідних особливостей, які необхідно врахувати при реалізації стратегії необхідне вирішення проблем і завдань з метою ефективного інноваційного розвитку на основі використання і формування підходів, методів і моделей, які надають інструменти розвитку в умовах подвійної трансформації зовнішнього середовища, що постійно змінюється під впливом науково-технологічної революції та глобалізації економічних та соціальних процесів [1,2,3,4,5].

Тому, при розробці моделей формування та управління процесами інноваційного розвитку цілі суб'єкта (підприємства)

необхідно розділили на декілька напрямів, які носять зовнішній та внутрішній характер. До зовнішнього типу завдань для підприємства необхідно віднести такі, що пов'язані із інформаційною забезпеченістю та зменшенням рівня невизначеності пов'язаної із необхідною підтримкою пріоритету виробництва в кредитах, допомогою у формуванні оборотних коштів і оновленні основних фондів, підтримки національного регіонального товаровиробника, прийняття змін чи нового Податкового кодексу, стійкість банківської системи та інші. Іншими словами, створення системи ефективного дослідження, аналізу, використання інформаційних ресурсів є одна із умов успішної діяльності підприємства в умовах невизначеності конкурентного середовища та є обов'язковою для побудови прийняття і оцінки рішень для визначення стратегії інноваційного розвитку.

До внутрішніх завдань у стратегічному плані є необхідність вирішення економічно-необхідних завдань у економічній діяльності на стратегічну перспективу, коли необхідно створити свою ресурсну базу, умови для формування та вкладення інвестицій для інноваційного розвитку та інші.

У результаті викладеного необхідно актуалізувати та виділити такі методологічні підходи і на їх базі формувати механізми управління інноваційним розвитком: ефективне використання інформаційних ресурсів для визначення стратегічних позицій підприємства [3,4]; реінжиніринг бізнес-процесів інноваційної діяльності (Business Process Reengineering) на основі методу аналізу ієрархій [7]; ABC/ABM - методологію (Activity Based Costing / Activity Based Management); методологію управління якістю (Total Quality Management).

Багатоаспектність цілей актуалізує потребу у розробці підходів формування інноваційного розвитку для дослідження проблем управління економічними системами, якою є підприємство. При цьому обов'язковим для оптимізації процесів стратегічного управління є необхідність ідентифікації чинників, які спричиняють нестійкість економічної системи до різного роду дестабілізуючих факторів, що особливо важливо у стратегічній перспективі підприємств [8]. В той же час це необхідно розглядати як фактор можливостей одночасного зростання запасу стійкості підприємства як економічної системи. Крім того, перераховані особливості необхідно розглядати як ефективні складові щодо дій з професійної реалізації стратегії [6].

Список використаних джерел

1. М.Є. Рогоза, Н.С. Педченко Застосування районування при управлінні потенціалом розвитку підприємств споживчої

кооперації - ББК 65.01 Ф59, 2011/ Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Фінансова безпека та економічне зростання: домогосподарство, підприємство, регіон, держава»» Полтава: РВВ ПУЕТ.–2011.–С.312-314.

2. Рогоза М.Є., Скляр А.А. Стратегічне управління: роль та визначення стратегічної інформації// Економічний Вісник Донбасу.– 2006. - №1 (3)/ Економічний Вісник Донбасу.– 2006. - №1 (3). - С. 122-126.

3. Рогоза М.Є., Скляр А.А. Система інформаційного забезпечення стратегічного управління побудована на апараті нечіткої логіки// Тези доповідей XII Всеукраїнської наук. – метод. конф. „Проблеми економічної кібернетики”. - 3-5 жовтня 2007 р.- Львів, 2007. – с. 242 – 243.

4. Рогоза М.Є., Скляр А.А. Стратегічне управління підприємствами споживчої кооперації: економетрично-інформаційні системи та моделі: Монографія- Полтава: ПУСКУ. - 2009. – 116 с.

5. Глобальна економічна криза 2008-2010 років: світовий досвід та шляхи подолання в Україні/ Механізм адаптації підприємств до зовнішнього середовища через реструктуризацію: Монографія/ В.П. Антонюк, ..., М.Є.Рогоза, В.А.Ткаченко та ін.; за заг. ред. В.І. Ляшенка - Донецьк-Київ: Юго-Восток, 2010.-414 с. – (С. 215-226)

6. Технологічний імператив розвитку інтелектуального потенціалу України: наук.-концепт. Альманах у 7 книгах. – Д.: Моноліт, 2010. – Кн. 4: Ініціативна інтелектуальна творча діяльність в основі розвитку: Монографія/ В.А.Ткаченко, Б.І.Холод,... Рогоза М.Є. др. (за заг. Ред. В.А. Ткаченко-) Дніпропетровськ: Моноліт, 2010. – Кн. 4– 360 с.

7. Мельник І.Є. Агрегована методика реінжинірингу на основі методу аналізу ієрархій / І.Є. Мельник (Актуальні проблеми гуманізації та гармонізації управління та регулювання економікою) // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. Серія економічна. – Вип. №612. – Харків: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2003. – С. 179-185.

8. Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. Оптимізація процесу формування моделі стратегічного інноваційного розвитку підприємства: нечіткий багатокритеріальний аналіз/ Моделі управління в ринковій економіці: Сб. научн. тр. Общ. ред и предисл. Ю.Г. Лысенко; Донецький нац. ун-т - Донецьк: ДонНУ. - 2008.- Спец. Вип.- С. 399-405.

М. Г. Безпарточний, к. е. н., доцент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДІВ ОПТИМІЗАЦІЇ ПРИ ФОРМУВАННІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Для формування цінової політики залежно від стану ринкового оточення підприємств торгівлі можуть використовувати різні поєднання наступних основних форм його стратегічної поведінки:

– зниження відпускних цін до мінімально допустимого значення з урахуванням точки беззбитковості та отримання прибутку шляхом збільшення обсягів товарообігу за рахунок залучення додаткової кількості покупців;

– отримання необхідного обсягу прибутку за рахунок підтримки максимально допустимих цін на різні групи товарів без втрати їх конкурентоспроможності;

– визначення оптимальних закупівельних цін на товари з урахуванням їх якості з метою охоплення різних сегментів споживчого ринку, купівельної спроможності покупців, що дозволяє збільшити обсяг товарообігу та отримати додатковий прибуток;

– визначення такої маржі безпеки, яка дозволяє забезпечити стійкий економічний стан у поточному періоді.

Відношення закупівельної ціни (ціни виробника чи посередника) та якості товару дозволяють сегментувати споживчий ринок за купівельною спроможністю споживачів. Саме з ціною пов'язано питання економічно оптимальної якості чи раціональної якості з точки зору реалізації товару на певному сегменті споживчого ринку. Підприємство торгівлі, купуючи у виробника чи посередника товар має враховувати наскільки закупівельна ціна товару відповідає тому набору споживчих властивостей, якими він володіє. З економічної точки зору для інтегральної оцінки якості доцільно розглядати співвідношення витрат B_T на виробництво товару і на забезпечення його якості Q_T чи ціну K одиниці якості товару, яка визначається за наступною формулою:

$$K = \frac{B_T}{Q_T}. \quad (1)$$

Тоді закупівельна оптимальна ціна одиниці якості K_3 товару, з економічної точки зору, визначається наступним чином:

$$K_3 = \frac{B_T \max}{Q_T \max} \rightarrow \min, \quad (2)$$

де: $Q_T \max$ і $B_T \max$ – відповідно компромісні значення максимально можливої якості товару і відповідна йому максимально допустима закупівельна ціна, які визначаються шляхом вирішення багатокритеріальної задачі оптимізації за Парето [1, с. 128].

В якості параметрів багатокритеріальної задачі оптимізації приймається:

- якість використовуваного виробником сировини для виготовлення товару S_1 і його вартість S_2 ;
- кваліфікація персоналу S_3 та їх заробітна плата S_4 .

Рішення поставленої багатокритеріальної задачі оптимізації складається з наступних основних етапів:

– на основі експертних даних чи даних, отриманих шляхом опитування споживачів, формуються критерії оптимізації ціни та якості товару у вигляді лінійної регресійної моделі:

$$B_T = a_0 + a_1S_1 + a_2S_2 + a_3S_3 + a_4S_4, \quad (3)$$

$$Q_T = b_0 + b_1S_1 + b_2S_2 + b_3S_3 + b_4S_4; \quad (4)$$

– виходячи з потенційних можливостей виробника, фактично обмежуються наявні у нього ресурси $S_i \leq S_i^0$, $i = 1 \dots n$, будується межа допустимих значень параметрів оптимізації;

– на основі граничних значень оптимізуючих параметрів формується межа допустимих значень критеріїв B_T і Q_T (будується графічно).

За локальним максимумом критерію B_T (точка a) та критерію Q_T (точка b) обирається безліч точок a і b, які відображаються на межі допустимих значень параметрів оптимізації і таким чином визначається безліч Парето, що містить компромісне рішення задачі оптимізації ціни та якості товару.

Визначаючи коефіцієнти важливості d_1 і d_2 [1, с. 130], відповідно, для критеріїв B_T і Q_T багатокритеріальна задача зводиться до однокритеріального завдання з показником ефективності, що має наступний вигляд:

$$W = d_1 \times B_T + d_2 \times Q_T. \quad (5)$$

Вирішується завдання з оптимізації критерію W з обмеженнями, які визначаються безліччю Парето у межах допустимих значень параметрів оптимізації і таким чином обчислюються параметри B_T і Q_T , що представляють компромісне рішення вихідної багатокритеріальної задачі.

Для розрахунку відпускної ціни за допомогою даного підходу ми скористалися програмним продуктом Excel, його пакетним додатком «Аналіз даних» та функцією «Регресія». Вихідні дані для розрахунку отримано з використанням анкетних опитувань споживачів підприємств торгівлі ТОВ «Маріоніка». Для оцінки обрали товарів – молоко 3,2 % жирності, 1 л.

За результатами розрахунку отримали наступні регресійні моделі:

$$B_T = 19,111 + 0,870 \times S_1 - 1,283 \times S_2 - 0,005 \times S_3 + 0,004 \times S_4, \quad (6)$$

$$Q_T = 11,00973 + 0,3943xS_1 + 0,2631xS_2 + 0,0002xS_3 - 0,0012S_4. (7)$$

Використовуючи принцип Парето, споживачі більшу перевагу віддали якості досліджуваного товару, відповідно за формуло 5 коефіцієнт важливості d_1 буде становити 0,8, а $d_2 - 0,2$. Тоді, допустиме значення відпускної ціни на молоко 3,2 % жирності, 1 л. становитиме 12,63 грн. ($0,8 \times 11,0 + 0,2 \times 19,1$).

Таким чином, при формуванні цінової політики підприємств торгівлі доцільним є використання відповідного інформаційного забезпечення та методів оптимізації, що дозволяє визначити мінімальні та максимальні відпускні ціни на товар, враховуючи беззбитковість господарювання та отримання необхідного обсягу прибутку. При формуванні оптимальних відпускних цін підприємств торгівлі застосовано принципи оптимізації та Парето, інструментарій побудови однокритеріальних та багатокритеріальних задач.

Список використаних джерел

1. Pardalos P. Pareto Optimality, Game Theory and Equilibria / P. Pardalos, A. Migdalas, L. Pitsoulis, 2nd Edition. – Springer: Worcester Polytechnic Institute, 2008. – 290 p.

К.Ю. Вергал, к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ УЗГОДЖЕННЯ ПОВЕДІНКИ АГЕНТІВ МУЛЬТИАГЕНТНОЇ ІНТЕГРОВАНОЇ СТРУКТУРИ

Високий рівень конкуренції на ринку роздрібної торгівлі спонукає торговельні підприємства до об'єднання ресурсного потенціалу та створення інтегрованих структур. Однак, не завжди таке об'єднання є ефективним, а тому злиттю підприємств повинне передувати оцінка економічних переваг. Слід зазначити, що інтеграційні процеси за рахунок своєї складності та наявності невизначеності при прийнятті управлінських рішень важко піддається об'єктивній оцінці.

Враховуючи, що інтегрована структура близька за своєю суттю до складної системи взаємодії агентів, яка так само володіє властивостями емерджентності та синергетичності [1], використанням мультиагентних інтелектуальних систем дозволить

вирішити задачі управління та розвитку об'єднаних торговельних підприємств.

Формування ефективної інтегрованої структури залежить від максимізації функції корисності як з точки зору коаліції [2] та і агентів, що входять до області потенційної коаліції. Оскільки подальша взаємодія та входження агентів до інтегрованої структури залежить не тільки від потреб інтегрованої структури і від здатності потенційного учасника задовольнити ці потреби, але і від бажання (стратегічних цілей) увійти до коаліції, подальшого дослідження потребує процедура узгодження поведінки агентів на основі співставлення їхніх можливостей та очікувань.

Нехай коаліції K здійснює оцінювання своїх потреб та можливостей (μ_i^K, μ_j^K) та формує при цьому запит a_r^K на включення нового агента, який повинен володіти певними параметрами (p_1, p_2, \dots, p_n) . Агент з множини учасників потенційної коаліції A_i отримує даний запит, аналізує його на відповідність своїм потребам та цілям (μ_i^A, μ_j^A) та або формує заявку на входження a_r^A , або відкидає її (рис. 1). Результатом подальшого об'єднання є синхронізація цілей та ресурсів a_i^A, a_i^K ,

та розширення інтегрованої структури

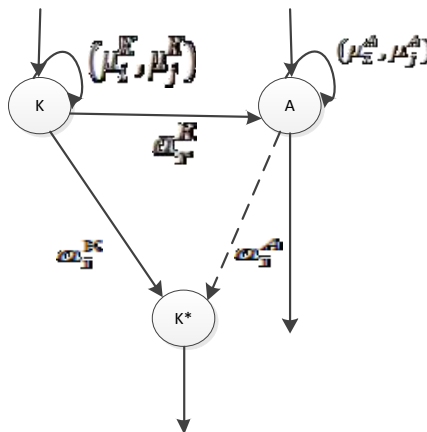


Рис. 1. Взаємодія агентів при створенні інтегрованої структури

Враховуючи важливість етапу співставлення ресурсів та цілей, подальшого дослідження потребує виявлення особливостей такої взаємодії між торговельними підприємствами та кожним із можливих учасників об'єднання.

Список використаних джерел

1. Булгаков С.В. Применение мультиагентных систем в информационных системах / С.В. Булгаков // Перспективы Науки и Образования. – 2015. – 5 (17). – С. 136-140.
2. Ivanov S. Architecture of multi-agent systems of integrated commercial structure in the conditions of globalization / S. Ivanov, M. Rogoza, K. Vergal // European Cooperation : International Collection of scientific proceedings. – 2016. – Vol 8. – No 15. – pp. 39-47.

А. М. Вертинорох,

Черкаський державний технологічний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ ТРАНСФЕРТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В БАНКУ

Українські банки знаходяться у складному фінансовому становищі і не готові експериментувати з різними методами трансфертного ціноутворення на ресурси. Використання досвіду зарубіжних банків в цьому питанні є досить актуальним завданням, яке необхідно вирішити. Розглянемо деякі методи трансфертного ціноутворення, які використовуються західними банками та існуючий досвід українських банків.

У світовій банківській практиці застосовуються декілька груп методів трансфертного ціноутворення на ресурси: методи експертної оцінки, ринкові методи та методи визначення витрат.

К. В. Шевчук виділяє п'ять основних типів трансфертних цін, які банки можуть використовувати для передачі ресурсів між центрами відповідальності: трансфертні ціни на основі ринкових цін, трансфертні ціни на основі маржинальних витрат, трансфертні ціни на основі повних витрат, трансфертні ціни типу витрати-плюс, трансфертні ціни на основі переговорів (табл. 1).

Таблиця 1

Порівняльна характеристика методів трансфертного ціноутворення банку

Назва методу	Переваги	Недоліки
На основі ринкових цін	Можливість оцінювання діяльності підрозділу-продавця і підрозділу-покупця в умовах ринкового	Особливості формування ринкових цін під впливом соціально-політичних, сезонних та інших факторів в різних часових

	середовища, що покращує автономність діяльності підрозділів	інтервалах
На основі маржинальних витрат	При певних умовах банк може коригувати прибутковість власних підрозділів	На практиці ускладнений процес визначення маржинальних витрат в довготерміновому інтервалі. Керівники підрозділів діють лише на тому рівні діяльності, за якого загальний прибуток банку досягне максимального рівня
На основі повних витрат	Простота, легкість і точність розрахунку ціни	Оцінка довготермінових маржинальних витрат може бути суттєво неточною
Витрати – плюс	Дозволяє підрозділу-продавцю отримати прибуток від передачі ресурсів за трансфертними цінами	Якщо підрозділи будуть передавати за трансфертними цінами ресурси іншим підрозділам з врахуванням маржі, то до того часу, коли необхідно буде визначити величину надбавки для останнього підрозділу, процентна маржа досягне значних розмірів, що призведе до зниження прибутковості чи збитковості діяльності останньої ланки
На основі переговорів	Усуває конфліктні ситуації	Потребує встановлення процедури ведення переговорів, арбітражних процедур. Обмежує автономність підрозділів. Керівники підрозділів під час переговорів можуть знаходитися не в рівних умовах

Зарубіжні учені, аналізуючи методи трансфертного ціноутворення вказують, що близько половини банківських установ орієнтуються при встановленні трансфертних цін на власні витрати (табл. 2)

Таблиця 2

Використання методів трансфертного ціноутворення усередині країни, %

Методи трансфертного ціноутворення	Країна					
	США	Австралія	Канада	Японія	Індія	Великобританія
На основі ринкових цін	30	46	34	34	47	41
На основі витрат	50	45	46	46	53	29
На основі переговорів	18	9	18	19	–	24
Інші методи	2	–	2	1	–	6

При виборі банком класичної західної моделі трансфертного ціноутворення виникає акумуляція ризиків в одному підрозділі (казначействі). Казначейство отримує за успішно виконану роботу бонуси, що перевищують доходи ресурсних підрозділів та підрозділів прямого кредитування. При цьому вплив ринку на доходи останніх підрозділів зведено до нуля, їх оплата стабільна і не схильна до серйозних коливань. Відсутність ринку страхування процентних ризиків і ризиків ліквідності, а також ряд інших факторів є причиною нерозвиненості даного підходу в Україні.

В умовах значного недовикористання виробничих потужностей оптимальним вважається використання методу трансфертного ціноутворення на основі маржинальних витрат, який спрямований на забезпечення ефективного використання ресурсів банку.

Система трансфертного ціноутворення за методом повних витрат буде ефективною лише у тому випадку, коли цілі керівників різних рівнів співпадатимуть із задачами банку в цілому. Використання методу повних витрат для формування трансфертних цін вимагає посилення контролю за формуванням витрат, оскільки всі витрати в кінцевому результаті будуть передаватися підрозділу-покупцю, тобто основною проблемою трансфертного ціноутворення на основі витрат є те, що у підрозділу-продавця відсутні стимули щодо контролю витрат.

За умов методу трансфертного ціноутворення на основі переговорів вибрана трансфертна ціна може не мати тісного зв'язку з собівартістю або ринковими цінами. Ефективність даного методу ціноутворення залежить від корпоративної культури, наявності інформації про ринкову кон'юнктуру, компетенції менеджерів.

Ринкові методи ціноутворення полягають у тому, що в якості трансфертних цін приймаються ціни на відповідні ресурси

зовнішнього ринку. Зазначені методи використовуються при функціонуванні ефективного грошового ринку і за наявності можливості вільного здійснення трансакцій відповідними підрозділами на зовнішньому ринку. Даний підхід передбачає існування потужної аналітичної системи управління процентним ризиком та ризиком ліквідності. Незважаючи на відносну простоту у застосуванні, західні банки відійшли від використання ринкових методів у силу наступних причин.

По-перше, на практиці одночасне виконання перерахованих вище умов малоімовірне, і у підрозділів банків можуть існувати адміністративні або технологічні обмеження для здійснення операцій на зовнішньому ринку. Рішення, які не задовольняються умовам оптимальності з питань обсягу виробництва продукту, приводять до втрати прибутку навіть у великих банках, що встановлюють ставки за депозитами, на основі яких можуть бути визначені трансферні ціни. Для дрібних банків, які не можуть впливати на процес встановлення цих ставок, застосування ринкового підходу при встановленні трансфертних цін приводить до збитків.

По-друге, при використанні даного методу необхідно визначити сектор фінансового ринку, параметри якого будуть прийматися в якості трансфертної ціни ресурсів. Навіть якщо цей ринок є ефективним і проявляє ознаки конкуренції, на ньому можливі часті коливання процентних ставок, що ускладнює процес трансфертного ціноутворення.

При розрахунку рівня трансфертних цін необхідно приділяти особливу увагу проблемі ймовірного виникнення конфлікту інтересів різних підрозділів, який виникне при поділі прибутку банку на складові частини.

Ставки трансфертних цін повинні плануватися і регулярно переглядатися виходячи з очікуваних процентних ставок міжбанківського ринку, рівня інфляції та ставки рефінансування, внутрішньої вартості ресурсів, прогнозу прибутковості за активними операціями банку, точки беззбитковості і необхідної норми рентабельності, перспективних цілей банку з розвитку фінансових операцій, цінних позицій банку серед конкурентів. Правильно розраховані рівні трансфертних цін дозволяють управляти мотивацією працівників підрозділів банку.

Отже, визначення трансфертної ціни – найбільш спірний момент у всьому процесі внутрішньобанківського управління ресурсами. Вибір методу трансфертного ціноутворення залежить від таких факторів, як рівень ринкової конкуренції, ступінь самостійності підрозділів, рівень відповідності цілей і завдань підрозділів цілям і завданням банку, взаємозв'язок між попитом і

пропозицією на ресурси на найближчу перспективу, і оцінки банком діяльності підрозділів.

Отже, специфіка трансфертного ціноутворення полягає в тому, що, будучи елементом фінансового планування в банку, трансфертне ціноутворення дозволяє розподіляти ризики банку, забезпечує управління банківською ліквідністю, сприяє оптимальному розподілу капіталу між підрозділами банку і служить інструментом аналізу доходу і витрат підрозділів банку.

Список використаних джерел

1. Про затвердження Положення про організацію бухгалтерського обліку та звітності у банках України [Електронний ресурс] / Постанова Правління НБУ від 30.12.1998 № 566. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>
2. Стефанюк, Б. Концептуальні підходи щодо створення ефективної системи внутрішнього контролю в банку [Текст] / Б. Стефанюк // Вісник НБУ. – 2007. – № 4. – С. 57-61.
3. Цикуров, Д. Класифікація факторів трансфертного ціноутворення у банках / Д. Цикуров // Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України: погляд у майбутнє: зб. тез доповідей за матеріалами Восьмої науково-практичної конференції студентів (18-22 квітня 2005 р.) / Українська академія банківської справи Національного банку України. – Суми, 2006. – С. 21–24.
4. Шевчук, К. В. Застосування трансфертного ціноутворення для оцінювання діяльності центрів відповідальності [Текст] / К. В. Шевчук // Фінанси, облік і аудит. – 2012. – № 7. – С. 65–73.
5. Савченко, Т. Г. Методологічні та методичні аспекти трансфертного ціноутворення у банківських установах [Текст] / Т. Г. Савченко // Міжнародна економічна політика. – 2006. – № 5. – С. 5–39.

С. В. Водоп'ян, магістр

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

МЕХАНІЗМИ І МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У наше сьогоднішня економіка перебуває у стані ринкової і потребує постійних змін, вдосконалень та нововведень задля збереження конкурентоспроможності та захоплення чи збереження частки на ринку. Тому впровадження інновацій є необхідними для підприємств. В процесі впровадження інноваційної політики виникає необхідність в обранні певних специфічних засобів,

способів та методів здійснення інновацій з максимальною ефективністю для підприємства.

Проблеми та значення інноваційних процесів у діяльності підприємства завжди привертала увагу дослідників. Значний внесок у науку в даній сфері зробили такі вітчизняні та закордонні вчені як Ілляшенко С., Єфремов О., Рогоза М., Вергал К. Денисенко М., Шматько В., Гойко А., Ландик В., Лепа М., Друкер П., Шумпер Й. та інші.

Серед вітчизняних науковців велику кількість досліджень проведено професором Ілляшенко С., який розглядає інноваційні процеси із різних аспектів, зокрема мотиваційного підходу використання інновацій та врахування управлінської складової в інноваційному розвитку підприємства.

Американський вчений П. Друкер визначає інновації як невід'ємну частину підприємницької діяльності і основою розвитку підприємництва.

Україна має великий потенціал і володіє значними ресурсними запасами, науковими та технічними можливостями, але відсутня ефективна система чіткого та ефективного управління наявними можливостями. На думку експертів в Україні, переймаючи досвід розвинених країн, доцільно використовувати інноваційні стратегії розвитку. Інновації та інноваційний розвиток передбачають творчість та креативність, створення нових ідей та розробок. Але існування однієї ідеї не достатньо для ефективного та конкурентного розвитку підприємства. У сучасних умовах для підприємств є важливим не лише бути генератором нових ідей, а й необхідно знайти шляхи втілення нововведень у діяльність підприємства. А для цього слід чітко усвідомлювати які існують механізми та моделі управління інноваціями на підприємстві.

Управлінський персонал приймаючи рішення щодо інноваційного розвитку має виходити з того, що для інноваційного підприємства характерні не окремі види нововведень, а цілий комплекс: технічні – нові технології, матеріали, устаткування, товар (послуги); організаційні – нові методи і форми організації різних видів діяльності; економічні – методи керування інноваційною діяльністю шляхом планування, фінансування, ціноутворення, реклама; соціальні – різні форми активізації людського фактора, а саме: стимулювання творчої діяльності, поліпшення умов праці, підвищення добробуту; юридичні – законодавство, оподаткування, нормативно-правові акти, що регулюють інноваційну діяльність.

Існують різні концепції щодо реалізації інновацій. Здатність створювати і комерціалізувати потік інноваційних технологій у довготривалій перспективі розглядає концепція національної інноваційної продуктивності. Показники інноваційної діяльності є

критеріями визначення ефективності діяльності економіки. У відповідності до моделі зростання, що визначається ідеями, функція їх генерації залежить від накопичених знань і рівня зусиль науково-дослідницької діяльності, напрацювання ідей. Теорія національної промислової конкурентної переваги, заснованої на кластерах, визначає що рівень інновацій залежить від наявності знань та від природи технологічного взаємозв'язку між спорідненими секторами, мікроекономічної підтримки інновацій через промислові кластери. Концепція національних інноваційних систем виділяє економіко-політичні умови, освітній сектор, дії інститутів, що впливають на інноваційний процес.

Інноваційний розвиток економіки в розвинутих країнах здійснюється за трьома моделями:

– розвиток, що базується на лідерстві в науці і реалізації великомасштабних проєктів (США, Англія, Франція);

– розвиток, що ґрунтується на нововведеннях, створенні привабливого інноваційного середовища і раціоналізації структури економіки (Німеччина, Швеція, Швейцарія);

– розвиток, який стимулює нововведення шляхом створення інноваційної інфраструктури, забезпечення сприйняття суспільством ролі науково-технічних нововведень і координації дій різних секторів у галузі науки і техніки (Японія, Північна Корея).

В умовах динамічних змін постійно збільшується кількість домінуючих елементів, змінюється зміст моделей, розширяючи їх межі і сфери використання.

Отже, у сучасних умовах інноваційний розвиток є невід'ємною складовою планування діяльності підприємства, орієнтованого на успіх. Інновації надають підприємству багато переваг, у тому числі фактори зовнішнього та внутрішнього впливу, ресурсні перспективи, а також унікальні можливості здійснення діяльності за рахунок творчого підходу до створення нововведень. Від управління інноваційними процесами залежить ефективність результатів та позиціонування фірми на ринку.

Список використаних джерел

1. Инновационный менеджмент / Под ред. В. М. Аньшина, А.А. Дагаева. – М.: Дело, 2003. – 528 с.
2. Рогоза М.Є. Стратегічний інноваційний розвиток підприємств: моделі і механізми: монографія / М.Є. Рогоза, К.Ю. Вергал. - Полтава : РВВ ПУЕТ, 2011. – 136 с.
3. Економіка й організація інноваційної діяльності : підручник / О.І. Волков, М.П. Денисенко, А.П. Гречан та ін.; під ред. проф. О.І. Волкова, проф. М.П. Денисенка. – К. : Професіонал, 2004. – 960 с.

4. Лепейко Т.І. Інноваційний менеджмент : навч. посіб. / Т.І. Лепейко, В.О. Корда, С.В. Лукашов – К. : ВД «ІНЖЕК», 2005. – 440 с.

*М. А. Грущенко, студент напряму підготовки «Економічна кібернетика»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

МОДЕЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Уніфікована мова моделювання UML є одним із універсальних інструментів візуалізації бізнес-процесів

Діаграма в UML – це графічне представлення набору елементів.

До основних переваг UML відносять такі [2]:

- UML – гнучка і універсальна мова, яку можна використовувати для опису предметних областей різних сфер економіки;

- UML об'єктно-орієнтована мова, внаслідок чого методи опису результатів аналізу і проектування семантично близькі до сучасних мов програмування;

- UML дозволяє описати бізнес-процеси практично зі всіх можливих точок зору і з різним ступенем деталізації;

- дозволяє розглядати системи як у статичі, так і у динаміці.

Одним із видів діаграм мови моделювання UML є діаграма прецедентів або діаграма використання, яка є графічним представленням всіх або деяких акторів, прецедентів і їх взаємодії в системі [3].

Розглянемо особливості використання даного інструментарію для опису діяльності туристичних підприємств.

В межах проведеного дослідження були узагальнені бізнес-процеси туристичного підприємства, визначені основні актори та їх функції. Враховуючи, що кожна система може бути описана головною діаграмою прецедентів, яка відображає границі системи і основну функціональну поведінку системи, результатом дослідження є побудована діаграма (рис. 1), що включає чотирьох акторів («клієнт», «директор», «менеджер», «бухгалтер»). Наведена діаграма містить тільки основні функції, що виконує кожен і з акторів, і залишає поза рамками менш значні функції.

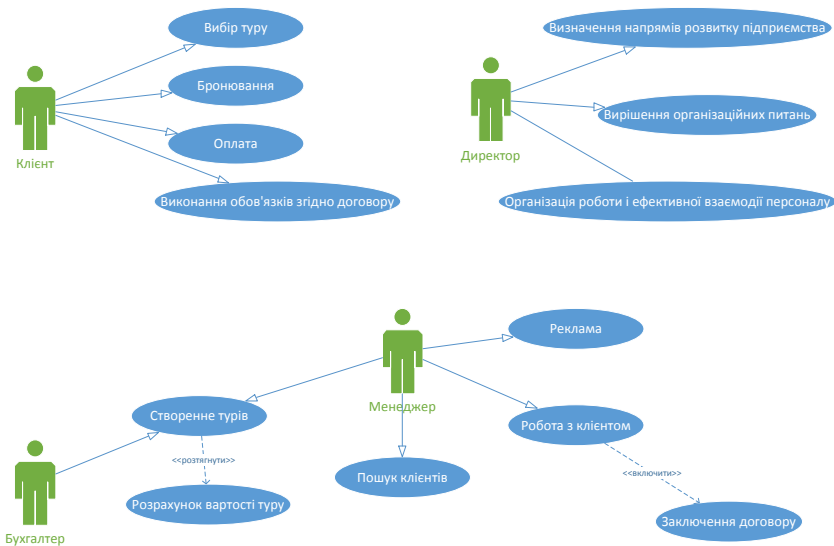


Рис. 1. Діаграма прецедентів туристичного підприємства

Актори не є частиною системи – вони представляють собою когось або щось, що повинне взаємодіяти з системою. Актори можуть: тільки забезпечувати інформацією систему; тільки отримувати інформацію від системи; забезпечувати інформацією та отримувати інформацію від системи. У мові UML актор зображується у вигляді фігури людини [1]. Опишемо їх роль при взаємодії з системою: 1) клієнт – особа, яка хоча замовити тур в туристичному підприємстві; 2) директор – особа, що виконує в туристичному підприємстві організаційно-розпорядчі чи адміністративно-господарські функції; 3) менеджер – працює з клієнтом, шукає клієнтів, здійснює рекламу турів, розширює набір турів; 4) бухгалтер здійснює облік різних операцій туроператора і турагента в залежності від характеру договору, укладеного з контрагентом і вибраної системи оподаткування, та, зокрема, визначає вартість туру.

В ході роботи виконано аналіз туристичних підприємств, який дозволив побудувати фрагмент об'єктної моделі системи, а саме, побудувати діаграму прецедентів. Це дозволить в подальшому більш детально розробити модель даної системи та описати напрямки автоматизації процесів туристичного підприємства.

Список використаних джерел

1. Кватрани Т. Rational Rose 2000 и UML. Визуальное моделирование: Пер. с англ. – М.: ДМК Пресс, 2001. – 176 с.

2. Ларман К. Применение UML шаблонов проектирования. М.: Издательский дом «Вильямс», 2004. 624 с.
3. Тельнов Ю. Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов. Компонентная методология / Ю. Ф. Тельнов – М.: Финансы и статистика, 2004. – 320 с.

Р.П. Данилейко, магістр

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Є.І. Івченко, к.т.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

– науковий керівник

МЕХАНІЗМИ ТА МОДЕЛІ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ВНЗ

У сучасному вищому навчальному закладі (ВНЗ) інформація стає однією з ключових складових управлінських процесів, оскільки її виробництво, передавання і споживання складає свого роду «фундамент» ефективного функціонування всієї системи. Від того як її формують і використовують залежить результат діяльності будь-якого сучасного соціального інституту, особливо - системи освіти.

Новий та якісний етап у розвитку управління можливий за умови інтенсивного впровадження інформаційних технологій в управлінську та навчальну діяльність вищого навчального закладу. Така діяльність проводиться у декількох напрямках:

- впровадження інформаційних технологій в управлінську діяльність освітнього закладу;
- комп'ютеризація навчального процесу роботи закладу.

Перший із зазначених напрямів полягає у створенні оптимальних умов автоматизації робочих місць учасників освітнього процесу та застосування ними програмного забезпечення, що допоможе систематизувати роботу суб'єктів управління навчальним закладом на усіх рівнях системи менеджменту.

Другий відповідає за підвищення ефективності управління діяльністю ВНЗ за рахунок удосконалення планування навчального процесу шляхом створення підсистеми електронного розкладу навчальних занять з урахуванням оперативних даних, щодо аудиторного фонду.

Побудова, підтримка і розвиток моделі системи управління університету надзвичайно складний та трудомісткий процес, який повинен узгоджуватись з концепцією діяльності та стратегією розвитку навчального закладу. Тому на етапі проектування самої системи управління в ВНЗ допомагають різні ПЗ (програмне

забезпечення), які мають певні алгоритми аналізу, та алгоритми створення самої системи. Для самого ПЗ є певний набір даних, які вводяться в базу даних, та зберігаються там до їх повної обробки. Після створення певного образу моделі управління, його перепроверяють та аналізують ще раз, де йде основна частина виправлення деяких помилок, якщо такі можливі. Потім відбувається сама оптимізація.

Оптимізація процесів управління діяльністю ВНЗ, створює спрощення подання даних про аудиторний фонд звідки виходить організація оперативного доступу студентів та викладачів ВНЗ до останніх змін у розкладі навчальних занять і визначення ефективності використання окремих аудиторій, для спрощення управлінської системи.

Інформаційна система дозволяє змінювати дані на протязі всього часу користування, і під час цього в режимі он-лайн вона може корегувати дані на виході з затримкою часу, що буде встановлено з вимог даного навчального закладу.

Отже, для спрощення механізму у системі управління приходять нові інформаційні системи та ПЗ (програмне забезпечення), що мають перевагу над людським фактором, та часом впровадженнь нових систем та змін в цілому у системі управління, а також займають менше часу та трудовитрат.

Список використаних джерел

1. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті [текст]: навч. посіб. / (О. В. Сметанко, І. С. Шарапова, В. О. Горбачьов, Н. В. Бурдюг, Г. С Коваленко, О. С Сорокіна); за ред. О. В. Сметанко. - К. : «Центр учбової літератури», 2013. - 456 с.
2. Механізм управління підприємством (http://stud.com.ua/22952/ekonomika/mehanizm_upravlinnya_pidpriemstvom)

А.С. Дзюбкін, аспірант

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

НАУКОВІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

Одним із дієвих механізмів встановлення балансу між рівнем задоволення споживачів та витраченими на це ресурсами, є - логістика. Незважаючи на значну кількість наукових розробок у сфері логістичного управління, його науково-теоретична база недостатньо досліджена та адаптована до умов господарювання підприємств ресторанного господарства України, що обумовлює

вирішення низки завдань, пов'язаних зі вдосконаленням формування системи управління на засадах логістики.

Науковою базою логістичного управління є: теорія управління та методологія управління. Сучасна теорія логістики в концептуальному плані базується на чотирьох методологіях: системного аналізу; кібернетичного підходу; дослідження операцій; прогностики[1].

Методологія логістичного управління визначається підходами: 1) системний підхід; 2) програмно-цільовий підхід; 3) проектний підхід; 4) маркетинговий підхід, орієнтований на споживача; 5) кібернетичний; 6) інформаційний; 7) гуманістичний підхід; 8) інтеграційний; 9) мережевий підхід.; пріоритетами; засобами управління; обмеженнями; критеріями тощо.

Серед сучасних концепцій що перетворились у глобальну філософію та орієнтир розвитку логістичного управління актуалізованими та новітніми стають концепції (стратегії): Kaizen (Кайдзен), LeanThinking (Лін підхід), SixSigma (Шість сігма), Blue ocean strategy (Стратегія блакитного океану), стратегічні карти (Balanced Scorecard). Kaizen «Кайдзен», як японська філософія, що фокусується на виробництво без втрат. Принципи Кайдзен: фокус на клієнтах; безперервні зміни у всіх сферах організації – постачанні, виробництві, збуті, особистісних взаємин і так далі; відкрите визнання проблем; пропаганда відкритості. Ощадливе виробництво «Lean», є виробнича практика, яка вважає витрату ресурсів для будь-яких цілей, окрім створення значення для кінцевого споживача, марнотратними, і, таким чином, мішенню для ліквідації[2].

Процес прийняття рішень у системі логістичного управління обґрунтовується на основі оцінки ситуації визначення логістики, вибір логістичних завдань та виявити альтернативи логістичної системи, впровадження логістичної системи (реалізація) та моніторингу логістичної системи і виявлення можливостей зміни ситуації (рис. 1) [3].



Рис. 1. Процес прийняття рішень у системі логістичного управління

У великих ресторанных мережах створюються власні кур'єрські служби, які займаються одержанням, оформленням та доставкою замовлення. Підсистема організації зберігання матеріальних ресурсів регулюється логістикою запасів та логістикою складування, основні функції яких спрямовані на удосконалення самого процесу зберігання за допомогою впровадження сучасних складських технологій, підвищення якості складських послуг, їх стандартизації та раціоналізацію розміщення самих запасів, складських приміщень та обладнання в них. Виробнича логістика впроваджує методи управління запасами, планування та забезпечення виробництва, здійснює облік матеріальних потоків, контролює дотримання виробничого циклу, фокусується на підвищенні якості продукції[4].

Діяльність будь-якого підприємства ресторанного господарства можна охарактеризувати як постійно повторювальний процес, тому логістичне управління можна розглядати як замкнений управлінський цикл, який також постійно повторюється. Логістичне управління підприємствами ресторанного господарства пов'язане з теорією і практикою маркетингу та менеджменту, тобто сприяє адаптації системи виробництва і реалізації продукції з реальним платоспроможним попитом споживачів, пошуку нових сфер діяльності для отримання доходів, що є однією з головних умов досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел

1. Кобзева К.В. Теоретичне обґрунтування становлення логістики як науки/ К. В. Кобзева // Економіка, Менеджмент, Підприємство.

Збірник наукових праць: Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2007. – №18. – С.61– 66.

2. Германчук А.М. Маркетингова логістика: сутність і значення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/42641.doc.htm.

3. Методологія управління і її компоненти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://onlymyfacts.in.ua/economy312.html>.

4. Кальченко А. Г. Логістика: Підручник / А. Г. Кальченко. – К.: КНЕУ, 2003. – 284 с.

*В.О. Дрожжа, магістр кафедри економічної кібернетики
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

МЕТОДИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РИЗИКІВ

Мета - дослідження кількісних та якісних методів аналізу фінансових ризиків з метою впровадження при їх оцінці і розрахунку міри впливу індикаторів неекономічного характеру.

Виклад основного матеріалу. Фінансовий ризик за своєю природою передбачає невизначеність, тому його оцінка не може бути ідеальною. Будь-який метод оцінки ризику має на меті максимальне наближення до реального результату, але не дає змоги зовсім уникнути помилок.

Зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Оцінка рівня ризиків є одним з найважливіших етапів фінансового аналізу, оскільки для управління ризиком його необхідно перш за все проаналізувати і оцінити. У економічній літературі існує безліч визначення цього поняття, проте в загальному випадку під оцінкою ризиків розуміють систематичний процес виявлення чинників і видів ризиків і їх кількісну оцінку, тобто методологія аналізу ризиків поєднує взаємодоповнюючі кількісний і якісний підходи.

З великого різноманіття методів, які пропонуються вітчизняними та іноземними науковцями, на наш погляд можна виокремити такі основні групи методів аналізу:

1. Комплексний метод оцінки ризиків.
2. Систематичний метод оцінки ризику.
3. Статистичні методи.
4. Аналітичні методи.
5. Методи експертних оцінок.
6. Метод оцінки фінансової стійкості.
7. Рейтинговий метод оцінки.
8. Нормативний метод.
9. Фундаментальний метод.

10. Метод аналогів.

Дослідження в сфері оцінки фінансових ризиків дозволяє стверджувати, що на практиці цей процес здійснюється в два етапи: якісний і кількісний.

Завданням якісного аналізу ризиків є виявлення джерел і причин ризиків, етапів і робіт, при виконанні яких виникає ризик, тобто: визначення потенційних зон ризиків; виявлення ризиків, які супроводжують діяльність підприємства; прогнозування практичних вигод і можливих негативних наслідків прояву виявлених ризиків.

Основна мета даного етапу оцінки – виявити основні види ризиків, що впливають на фінансово-господарську діяльність. Перевага такого підходу полягає в тому, що вже на початковому етапі аналізу керівник підприємства може наочно оцінити міру ризикованих за кількісним складом причин і вже на цьому етапі відмовитися від втілення в життя певного рішення. Підсумкові результати якісного аналізу ризиків, у свою чергу, служать вихідною інформацією для проведення кількісного аналізу, тобто оцінюються лише ті ризики, які присутні при здійсненні конкретної операції алгоритму ухвалення рішення.

На етапі кількісного аналізу ризиків обчислюються числові значення величин окремих ризиків і ризиків об'єкту в цілому. Також виявляється можливий збиток і дається вартісна оцінка від прояву виявлених ризиків і, нарешті, завершальною стадією кількісної оцінки є вироблення системи антиризикових заходів і розрахунок їх вартісного еквіваленту. Кількісний аналіз можна формалізувати, для чого використовується інструментарій теорії вірогідності, математичної статистики, теорії дослідження операцій тощо.

Сучасні методи оцінки ризику базуються на аналізі коливань досліджуваного показника за певний відрізок часу. Передбачається, що закономірність змін аналізованої величини поширюються на майбутнє. Для тривалих періодів часу це, як правило, виявляється справедливим, але для короткотермінової оцінки екстраполяції колишніх закономірностей дає значні помилки.

Об'єктивні або часткові ймовірності настання подальших подій можуть використовуватися тільки у дуже малій галузі економічних рішень, які звичайно пов'язані з якимись подіями або процесами. Крім того, усі методи передбачають застосування економічних показників, які мають кількісні вимірники, не враховуючи при цьому існування неекономічних чинників, які можуть здійснювати істотний вплив на величину фінансових ризиків.

Висновки. Отже методи оцінки ризику на сучасному етапі дає змогу стверджувати, що вони не вирішують одного з головних питань, яке стоїть перед суб'єктом ризику: оцінки в умовах

обмеженості інформаційного контуру з урахуванням індивідуальних особливостей певної ситуації.

Список використаних джерел

1. Бланк И.А. Управление финансовыми рисками. – К.: Ника-Центр, 2005. – 600 с.
2. Вітлінський В.В., Великоіваненко Г.У. Ризикологія в економіці на підприємстві: Монографія. – К.: КНЕУ, 2004. – 480 с.
3. Война О.А. Економічний ризик. Математичні моделі та методи керування: Навч. посібник / Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. – 98 с.
4. Гранатуров В.М., Шевчук О.Б. Ризики підприємницької діяльності: Проблеми аналізу. – К.: Зв’язок, 2000. – 152 с.

О. А. Емец, проф., д. ф.-м. н., заведующий кафедрой математического моделирования и социальной информатики;
А. О. Емец, доц., к. ф.-м. н., доцент кафедры математического моделирования и социальной информатики
Полтавский университет экономики и торговли

ПОДСЧЕТ ВЕРШИН В ОБЩЕМ МНОГОГРАННИКЕ РАЗМЕЩЕНИЙ

Исследование задач в евклидовой комбинаторной оптимизации проводится в двух аспектах (см., например, [1-10]): исследование допустимых областей и изучение свойств оптимизируемых функций, заданных на комбинаторных множествах [2, 3, 11]. Первый аспект предполагает исследование, в том числе, выпуклой оболочки евклидовых комбинаторных множеств – так называемых комбинаторных многогранников, в частности, общего многогранника размещений [1-6], что объясняется актуальностью исследований, в частности, задач на множестве размещений [2-6, 8-10, 12-14].

Исследования общего многогранника вершин изложены, в частности, в [2, 3, 9, 45], однако не ставилась задача определения количества его вершин. Данная задача решается далее.

Постановка и решение задачи подсчета количества вершин общего многогранника размещений. Используется терминология согласно [3].

Рассмотрим общее множество размещений $E_{\eta\eta}^k(G)$, общий многогранник размещений $\Pi_{\eta\eta}^k(G)$, где мультимножество $G = \{g_1, \dots, g_\eta\}$; считаем, что $g_1 \leq \dots \leq g_\eta$; основа G – это

$S(G) = (e_1, \dots, e_n)$, где $e_1 < \dots < e_n$; первичная спецификация G обозначена так: $[G] = (\eta_1, \dots, \eta_n)$.

Как известно [2, 3], $\Pi_{\eta_n}^k(G)$ записывается так:

$$\sum_{i=1}^{|\omega|} g_i \leq \sum_{i \in \omega} x_i \leq \sum_{i=1}^{|\omega|} g_{\eta_{-i+1}} \quad \forall \omega \subset J_k, |\omega| \leq k, \text{ где } J_k = \{1, 2, \dots, k\}.$$

Перепишем эту систему в эквивалентном виде:

$$\begin{cases} \sum_{i \in \omega} x_i \geq \sum_{i=1}^{|\omega|} g_i & \forall \omega \subset J_k; |\omega| \leq k, \\ \sum_{i \in \Omega} x_i \leq \sum_{i=1}^{|\Omega|} g_{\eta_{-i+1}} & \forall \Omega \subset J_k; |\Omega| \leq k. \end{cases}$$

Как известно [2, 3], вершиной $x = \{x_1, \dots, x_k\} \in \text{vert } \Pi_{\eta_n}^k(G)$ является точка, у которой координаты – это такие элементы из G : $g_1, \dots, g_s, g_{\eta_{-r+1}}, g_{\eta_{-r+2}}, \dots, g_{\eta_1}$, где $s+r=k$; $s, r \in J_k^0 = \{0, 1, 2, \dots, k\}$, и только они, стоящие в любом порядке в x . Таким образом, одной из вершин является точка $g^0 = (g_1, g_2, \dots, g_s, g_{\eta_{-r+1}}, g_{\eta_{-r+2}}, \dots, g_{\eta_1})$, а другие получаются перестановкой этих элементов или выбором другого $s \in J_k^0$, а значит и $r = k - s$.

Количество L_s перестановок из элементов g^0 можно определить при $g_s \neq g_{\eta_{-r+1}}$ по формуле

$$L_s = \frac{k!}{k_1! \cdot k_2! \cdot \dots \cdot k_\sigma! \cdot \chi_1! \cdot \chi_2! \cdot \dots \cdot \chi_\rho!}, \quad (1)$$

где параметр σ определяется так:

$$g_s = e_\sigma; \quad (2)$$

а константы k_1, \dots, k_σ задаются следующим образом:

$$k_1 = \eta_1; k_2 = \eta_2; \dots; k_{\sigma-1} = \eta_{\sigma-1}; k_\sigma^L = \sum_{i=1}^{\sigma-1} \eta_i; k_\sigma = s - k_\sigma^L; \quad (3)$$

при $s=0$ и $k_\sigma=0$; параметр ρ в (1) определяется так:

$$g_{\eta_{-r+1}} = e_\rho, \quad (4)$$

а константы $\chi_1, \chi_2, \dots, \chi_\rho$ задаются следующим образом:

$$\chi_1 = \eta_n; \chi_2 = \eta_{n-1}; \dots; \chi_{\rho-1} = \eta_{n-\rho+2}; \chi_\rho^R = \sum_{i=1}^{\rho-1} \eta_{n-i+1}; \chi_\rho = r - k_\rho^R; \quad (5)$$

при $r=0$ и $\chi_\rho=0$.

В случае $g_s = g_{\eta_{-r+1}} = e_\delta$ количество L'_s перестановок из элементов можно определить согласно формуле

$$L'_s = \frac{k!}{k_1! \cdot \dots \cdot k_{\sigma-1}! \cdot \chi_1! \cdot \dots \cdot \chi_{\rho-1}! \cdot \kappa!},$$

где параметры σ , ρ , $k_1, \dots, k_{\sigma-1}$, $\chi_1, \dots, \chi_{\rho-1}$ определяются в (2)-(5) как и для формулы (1), а $\kappa = k_{\sigma} + \chi_{\rho}$.

Учтем, что есть повторяющиеся выборы при разных s (и r), т. е. случаи, в частности, когда $g_s = g_{\eta-r+1}$.

Если при $s_1 \in J_k^0$ и $s_2 \in J_k^0$ ($r_i = k - s_i$, $i = 1, 2$), $s_1 \neq s_2$ имеем $g_{s_1} = g_{\eta-r_2+1}$ или $g_{s_2} = g_{\eta-r_1+1}$, тогда в первом случае $(g_1, \dots, g_{s_1}, g_{\eta-r_1+1}, \dots, g_{\eta}) = (g_1, \dots, g_{s_2}, g_{\eta-r_2+1}, \dots, g_{\eta})$. Если $\exists s \in J_k$, выполняются соотношения (2)-(5), а $r = k - s$ (при $s = 0$; $k_s = 0$), что при этом $e_{\sigma} = e_{\rho} (= e_{\delta})$, то при разных $s \in J_k^0$ существуют одинаковые выборы. Это может быть и в случае существования e_{δ} такого, что $g^0 = (g_1, \dots, g_{s-1}, g_s, g_{\eta-r+1}, g_{\eta-r+2}, \dots, g_{\eta})$, а $g_s = e_{\delta}$ или $g_{\eta-r+1} = e_{\delta}$. При подсчете вершин надо эти выборы отследить и взять только раз.

В этих ситуациях, как не трудно видеть, между η , η_{δ} и k имеет место соотношение: $\eta - \eta_{\delta} < k$. Поэтому e_{δ} может (в зависимости от s , r , η_{δ}) выступать в качестве $\{g_s\}$; $\{g_s, g_{s-1}\}$; \dots ; $\{g_s, \dots, g_1\}$ и $\{g_{\eta-r+1}\}$; $\{g_{\eta-r+1}, g_{\eta-r+2}\}$; \dots ; $\{g_{\eta-r+1}, \dots, g_{\eta}\}$.

Рассмотрим $s \geq k_{\delta}^L$; $r \geq k_{\delta}^R$; а из $r = k - s$, имеем $k - s \geq k_{\delta}^R$; или $s \leq k - k_{\delta}^R$.

Из этих s выбираем одно образование соответствующей вершины g^0 для подсчета количества L'_s перестановок из элементов g^0 , $k_{\delta}^L < k - k_{\delta}^R$.

Т. е., если обозначить $S_{\delta}(E_{\eta_n}^k(G)) = \{k_{\delta}^L, k_{\delta}^L + 1, \dots, k - k_{\delta}^R - 1, k - k_{\delta}^R\}$, то

$$\begin{aligned} L &= |\text{vert conv } E_{\eta_n}^k(G)| = |\text{vert } \Pi_{\eta_n}^k(G)| = \sum_{s \in S_{\delta}(E_{\eta_n}^k(G)), s=0}^k L_s + L'_s = \\ &= \sum_{s \in S_{\delta}(E_{\eta_n}^k(G)), s=0}^k \frac{k!}{k_1! \cdot k_2! \cdot \dots \cdot k_{\sigma}! \cdot \chi_1! \cdot \chi_2! \cdot \dots \cdot \chi_{\rho}!} + \\ &+ \frac{k!}{k_1! \cdot k_2! \cdot \dots \cdot k_{\delta-1}! \cdot \chi_1! \cdot \dots \cdot \chi_{\delta-1}! \cdot \kappa!} \Delta(S_{\delta}), \end{aligned} \quad (6)$$

где $\Delta(S_{\delta}) = \begin{cases} 1, & |S_{\delta}(E_{\eta_n}^k(G))| > 0; \\ 0, & |S_{\delta}(E_{\eta_n}^k(G))| = 0. \end{cases}$

Заметим, что при условии $s \notin S_\delta(E_{\eta_n}^k(G))$ имеем $g_s \neq g_{\eta-r+1}$, $s \neq 0$; $r \neq 0$ в k -размещении-вершине.

Замечание. Не трудно видеть, что параметр κ можно вычислять так: $\kappa = k - (\eta - \eta_\delta)$, при этом $\exists \delta \in J_n$: $\kappa > 0$; если $\forall \delta \in J_n$ $\kappa \leq 0$, то $\Delta(S_\delta) = 0$ в (6).

Другая форма формулы для количества вершин может быть получена так.

Согласно критерия вершины ОМР [2, 3] вершина имеет координаты $g_1, g_2, \dots, g_s, g_\eta, g_{\eta-1}, \dots, g_{\eta-r+1}$, где $r + s = k$, $s, r \in J_k^0$.

Рассмотрим мультимножество $G^{s,r} \subset G = \{g_1, \dots, g_n\}$; $g_1 \leq \dots \leq g_n$, элементы которых могут образовывать некоторую вершину:

$G^{s,r} = \{g_1, g_2, \dots, g_s, g_{\eta-r+1}, g_{\eta-r+2}, \dots, g_{\eta-1}, g_\eta\}$, $s, r \in J_k^0$; $r + s = k$.

Основу $G^{s,r}$ обозначим $S(G^{s,r}) = (e_{r_1}, e_{r_2}, \dots, e_{m_r})$. Первичную спецификацию обозначим: $[G^{s,r}] = (\eta_{r_1}, \eta_{r_2}, \dots, \eta_{m_r})$.

Перестановки элементов $G^{s,r}$ образуют вершины, количество перестановок в общем множестве перестановок $E_{k,n_r}(G^{s,r})$ вычисляется, как известно, по формуле:

$$|E_{k,n_r}(G^{s,r})| = \frac{k!}{\eta_{r_1}! \cdot \eta_{r_2}! \cdot \dots \cdot \eta_{m_r}!}. \quad (7)$$

Остается найти сумму по всем r выражений (7), учтя, что если $\exists \delta \in J_n$ такое, что в $G \exists e_\delta \in S(G)$ кратностью $\eta_\delta > \eta - k$, то некоторые из $G^{s,r}$ будут одинаковые. Таким образом,

$$|\text{vert } \Pi_{\eta_n}^k(G)| = \sum_{\substack{r=0 \\ G^{s,r} \neq G^{s-1,r+1}}}^k \frac{k!}{\eta_{r_1}! \cdot \eta_{r_2}! \cdot \dots \cdot \eta_{m_r}!},$$

то есть суммирование ведется по разным $G^{s,r} \forall s, r \in J_k^0$, $r + s = k$.

Заключение. Рассмотрен подсчет количества вершин в общем многограннике размещений – выпуклой оболочке множества размещений, образованных из мультимножества, каждый элемент основы которого имеет в мультимножестве свою кратность повторений.

Приведены примеры определения количества вершин общего множества размещений.

Результаты могут быть полезны для разработки методов оптимизации на размещении. В дальнейшем целесообразно изучить структуру этого многогранника и провести их типизацию, выявив все возможные комбинаторные типы.

Список использованных источников

1. Емеличев В. А. Многогранники, графы, оптимизация / В. А. Емеличев, М. М. Ковалев, М. К. Кравцов. – М.: Наука, 1981. – 344 с.
2. Емец О. А. Евклидовы комбинаторные множества и оптимизация на них. Новое в математическом программировании: учеб. пособие / О. А. Емец. – К.: УМК ВО, 1992. – 92 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/489>.
3. Стоян Ю. Г. Теорія і методи евклідової комбінаторної оптимізації / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець. – К.: Ін-т системн. досліджень освіти, 1993. – 188 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/487>.
4. Стоян Ю. Г. Оптимізація на полірозміщеннях: теорія та методи / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець, С. М. Ємець. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. – 103 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/376>.
5. Ємець О. О. Задачі оптимізації на полікомбінаторних множинах: властивості та розв'язування: Монографія / О. О. Ємець, О. В. Роскладка. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2006. – 129 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/377>.
6. Емец О. А. Комбинаторная оптимизация на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболина. – К.: Наук. думка, 2008. – 159 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/473>.
7. Емец О. А. Оптимизация на полиперестановках / О. А. Емец, Н. Г. Романова. – К.: Наук. думка, 2010. – 105 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/474>.
8. Ємець О. О. Розв'язування задач комбінаторної оптимізації на нечітких множинах: монографія / О. О. Ємець, Ол-ра О. Ємець. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 239 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/352>.
9. Емец О. А. Оптимизация дробно-линейных функций на размещениях: монография / О. А. Емец, О. А. Черненко. – К.: Наук. думка, 2011. – 154 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/467>.
10. Ємець О. О. Транспортні задачі комбінаторного типу: властивості, розв'язування, узагальнення: монографія / О. О. Ємець, Т.О. Парфьонова. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 174 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/353>.
11. Ємець О. О. Дискретна математика: Навч. посібник. Вид. 2-ге, допов. / О.О. Ємець, Т.О. Парфьонова. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – 287 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/552>.
12. Ємець О. О. Моделі евклідової комбінаторної оптимізації: монографія / О. О. Ємець, О. О. Черненко. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 204 с. – Режим доступа: <http://dspace.uccu.org.ua/handle/123456789/354>.

13. Стоян Ю. Г. Множини полірозміщень в комбінаторній оптимізації / Ю. Г. Стоян, О. О. Ємець, Є. М. Ємець // Доповіді НАНУ. – 1999. – № 8. – С. 37-41.

14. Emets O. A. Solving Linear Optimization Problems on Arrangements by the Truncation Method / O. A. Emets, T. N. Barbolina // Cybernetics and Systems Analysis – 2003 – V. 39, № 6. – P. 889–896.

15. Ємець О. О. Про кількість елементів в загальних множинах розміщень та полірозміщень / О. О. Ємець, Т. В. Чілікіна // Вісник Черкаського університету. Серія Прикладна математика. Інформатика. – № 18 (351). – 2015. – С. 3-10.

Є.М. Ємець, проф., к. ф.-м. н., завідувач кафедру економічної кібернетики та економіки підприємства,

Ол-ра О. Ємець, доц., к. ф.-м. н., доцент кафедри математичного моделювання та соціальної інформатики,

Г.В. Карнаухова, ст. викладач кафедри економічної кібернетики та економіки підприємства

Полтавський університет економіки і торгівлі

АНІМАЦІЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Одним із методів вивчення та дослідження алгоритмів є візуалізації [1-3], під якими розуміють використання зображень для передачі деякої корисної інформації об алгоритмах. Розрізняють статичні та динамічні візуалізації (динамічні іменують також як анімації) [3]. **Статична візуалізація** являє собою виконання алгоритму шляхом серії зображень; **динамічна** – використовує неперервну демонстрацію дій алгоритму в стилі мультфільму.

Сайт університету Сан-Франциско <http://www.cs.usfca.edu/~galles/visualization/Algorithms.html> містить одну з найбільш повних колекцій анімацій, що демонструють роботу абстрактних структур даних та алгоритмів.

Зокрема, там міститься візуалізація **абстрактної структури даних множина, реалізованої за допомогою дерева пошуку** (<http://www.cs.usfca.edu/~galles/visualization/BST.html>). Розглянемо роботу візуалізації.

Анімація демонструє операції:

- вставки елементів до дерева (реалізується кнопкою **Insert**);
- видалення елементів (**Delete**), при цьому нащадки видаленого вузла приєднуються таким чином, щоб зберігалась властивість дерева пошуку;
- пошуку елемента у дереві (**Find**);
- обходу дерева в певному порядку (**Print**).



За посиланням <http://www.cs.usfca.edu/~galles/visualization/Search.html> можна знайти візуалізації алгоритму лінійного та бінарного пошуку елемента у відсортованому числовому масиві.

Перемикачі *Small*, *Large* дають змогу обрати масив малого чи великого розміру.

Кнопка *Linear Search* запускає лінійний пошук.

41	81	121	161	201	241	281	321	361	401	441	481	521	561	601	641	681	721	761	801	841	881	921	961	1000																																																																											
001	002	003	004	005	006	007	008	009	010	011	012	013	014	015	016	017	018	019	020	021	022	023	024	025	026	027	028	029	030	031	032	033	034	035	036	037	038	039	040	041	042	043	044	045	046	047	048	049	050	051	052	053	054	055	056	057	058	059	060	061	062	063	064	065	066	067	068	069	070	071	072	073	074	075	076	077	078	079	080	081	082	083	084	085	086	087	088	089	090	091	092	093	094	095	096	097	098	099	1000

Елемент, який слід знайти в масиві, (наприклад, число 399) вводиться в поле.

Поле *Searching For* зображує, який елемент шукається

Поле *Result* показує, знайшовся шуканий елемент чи ні. Містить -1, якщо елемент не знайдено, або індекс масиву, в якому розташовується знайдений елемент.

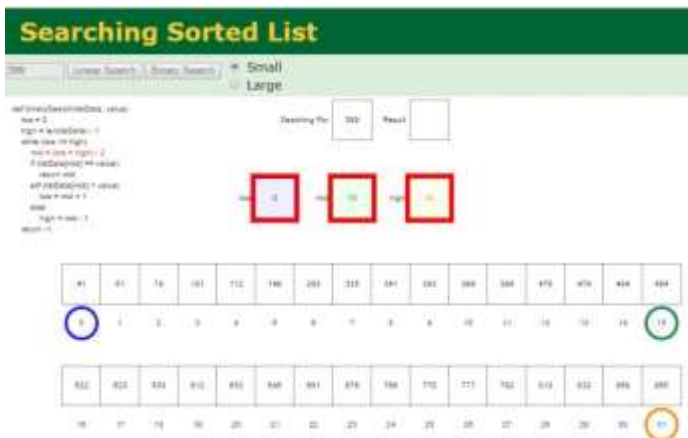
Поле *Index* відображає індекс переглядаємого елемента в масиві.



Під час роботи анімації також можна спостерігати, який рядок програмного коду виконується в кожний момент часу. Код подано мовою C++, активний рядок виділяється червоним.

Кнопка **Binary Search** запускає **бінарний пошук**.

Поле **low** показує лівий індекс діапазону, що переглядається; **mid** – індекс середини діапазону; **high** – правий індекс.





Представлені візуалізатори можна використовувати при вивченні дисциплін «Інформатика», «Програмування», «Алгоритми та структури даних», «Аналіз алгоритмів». Особливо важливу роль анімації відіграють при самостійному (дистанційному) засвоєнні матеріалу.

Список використаних джерел

1. Ємець О.О. Візуалізатори алгоритмів і структур даних / О.О. Ємець, Ол-ра О. Ємець // Новітні інформаційно-комунікаційні технології в освіті: матеріали II Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів (м. Полтава, 19-20 листопада 2014 р.). – Полтава: ПП «Астрая», 2014. – С. 12-14. – Режим доступу: <http://dSPACE.puet.edu.ua/handle/123456789/2263>.
2. Ємець Є.М. Візуалізатори алгоритмів сортувань / Є.М. Ємець, Ол-ра О. Ємець, Г.В. Карнаухова // Економіка сьогодні: проблеми моделювання та управління: матеріали IV Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф. (м. Полтава, 15-17 грудня 2014 р.). – Полтава: ПУЕТ, 2015. – С. 61-68.
3. Левитин А.В. Алгоритмы: введение в разработку и анализ / А.В. Левитин. – М.:Вильямс, 2006. – 576 с.

О.О. Ємець, д.ф.-м.-н., проф.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Т.М. Барболіна, к.ф.-м.-н., доц.

Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка

МАТЕМАТИЧНА МОДЕЛЬ ЗАДАЧІ ВИБОРУ ПОРТФЕЛЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЄКТІВ З ІМОВІРНІСНОЮ НЕВИЗНАЧЕНІСТЮ

Моделювання цілого ряду прикладних задач може бути здійснене за допомогою апарату евклідової комбінаторної оптимізації. Огляд багатьох математичних моделей здійснено в монографії [1]. Разом з тим актуальним залишається подальше дослідження можливості моделювання задачами евклідової комбінаторної оптимізації, зокрема, з урахуванням невизначеності вхідних даних. У доповіді пропонується побудова моделі як задачі стохастичної оптимізації на розміщеннях.

Протягом інвестиційного періоду передбачається надходження пакетів вільного капіталу визначених вартостей (не обов'язково різних). Кожний пакет вільного капіталу може бути або повністю витрачений на придбання акцій одного з k підприємств, або направлений на задоволення інших потреб інвестора. Згідно з політикою інвестора, якщо акції деякого підприємства купуються протягом періоду, то на їх придбання витрачається тільки один пакет вільного капіталу. У [2] побудовано моделі сформульованої задачі для випадку, коли очікуваний прибуток на одну грошову одиницю вкладень в акції певного підприємства визначається як середній прибуток на одиницю вкладень протягом кількох останніх інвестиційних періодів. У той же час розглянуті моделі не враховують можливу невизначеність вхідних даних. Розглянемо детальніше побудову моделі задачі максимізації прибутку у випадку, коли обсяг пакетів вільного капіталу, що надходять, є випадковими величинами.

Нехай протягом інвестиційного періоду передбачається надходження пакетів вільного капіталу вартостями R_1, R_2, \dots, R_n грошових одиниць, де $R_j \quad \forall j \in J_n$ (тут і далі J_n позначає множину n перших натуральних чисел) – незалежні випадкові величини. Випадкові величини на відміну від детермінованих позначаємо великими літерами. Нехай надходить η_j пакетів вартістю e_j грошових одиниць ($\eta_1 + \eta_2 + \dots + \eta_n = \eta$). Тоді акції кожного з k підприємств можуть купуватися пакетами заздалегідь визначених вартостей, причому купується не більше η_j пакетів вартістю R_j .

Нехай також інвестиційною політикою накладаються обмеження на мінімальні V_i ($i \in J_1$) та максимальні V_i' ($i \in J_1$) обсяги вкладень певного характеру (наприклад, кошти, що направляються на інвестування або повинні триматися у високоліквідній формі тощо). Якщо мінімальні (максимальні) обсяги за i -м параметром не встановлюються, то покладемо $V_i = 0$ (V_i' рівним достатньо великому числу). Необхідно максимізувати очікуваний прибуток, якщо середній прибуток c_j за

останні τ інвестиційних періодів на одну грошову одиницю вкладень від акцій j -го виду складає

$$c_j = \frac{1}{\tau} \sum_{t=1}^{\tau} P(j, t), \quad \forall j \in J_k, \quad (1)$$

де $P(j, t)$ – загальний прибуток у періоді t на одну грошову одиницю вкладень у j -й вид акцій.

Для побудови математичної моделі позначимо X_j — вартість придбаних акцій j -го підприємства ($j \in J_k$). Тоді загальний

очікуваний прибуток становить $L(X) = \sum_{j=1}^k c_j X_j$ грошових

одиниць, де величини c_j визначаються згідно з (1). Позначимо також $a_{ij} = 1$, якщо акції j -го підприємства відповідають i -й характеристиці, і $a_{ij} = 0$ в іншому разі. Для моделювання обмеження на мінімальні та максимальні обсяги вкладень певного характеру введемо порядок \preceq на множині випадкових величин так, як це зроблено в [3]. Тоді для всіх допустимих розподілів інвестицій повинна виконуватися умова

$$V_i \preceq \sum_{j=1}^k a_{ij} X_j \preceq V_i' \quad \forall i \in J_l. \quad (2)$$

Надходження вільного капіталу протягом інвестиційного періоду адекватно описується за допомогою мультимножини Γ з основою $S(\Gamma) = (R_1, R_2, \dots, R_n)$ та первинною специфікацією $[\Gamma] = (\eta_1, \eta_2, \dots, \eta_n)$ (термінологію і позначення щодо евклідової комбінаторної оптимізації використовуємо переважно з [4]). Кожному розподілу пакетів вільного капіталу між акціями підприємств взаємно однозначно відповідає вектор $X = (X_1, \dots, X_k) \in E_{\eta}^k(\Gamma)$, де $E_{\eta}^k(\Gamma)$ — загальна множина розміщень з елементів мультимножини Γ . Отже, математична модель задачі набуває вигляду: знайти за умови (2) пару $\langle L(X^*), X^* \rangle$ таку, що

$$L(X^*) = \max_{X \in E_{\eta}^k(\Gamma)} \sum_{j=1}^k c_j X_j \quad X^* = \arg \max_{X \in E_{\eta}^k(\Gamma)} \sum_{j=1}^k c_j X_j,$$

де величини c_j визначаються згідно з (1).

Практично значимою також є задача, у якій обсяги вільного капіталу є детермінованими величинами, тоді як очікуваний прибуток від акцій певного підприємства характеризується не середнім значенням за кілька останніх інвестиційних періодів, а є

випадковою величиною. У цьому випадку приходимо до моделі: знайти за умови

$$V_i \leq \sum_{j=1}^k a_{ij} x_j \leq V_i' \quad \forall i \in J_l$$

пару $\langle L(x^*), x^* \rangle$ таку, що

$$L(x^*) = \max_{x \in E_\eta^k(\Gamma)} \sum_{j=1}^k C_j x_j \quad x^* = \arg \max_{x \in E_\eta^k(\Gamma)} \sum_{j=1}^k C_j x_j$$

(тут вектор x і мультимножина Γ мають той самий смисл, що і вище, але компоненти вектора і елементи мультимножини є не випадковими, а детермінованими величинами).

Таким чином, у доповіді побудована модель задачі вибору портфеля інвестиційних проектів, яка дозволяє враховувати як комбінаторний характер обмежень, так і можливу ймовірнісну невизначеність вхідних даних.

Список використаних джерел

1. Ємець О.О. Моделі евклідової комбінаторної оптимізації / О.О. Ємець, О.О. Черненко. — Полтава : ПУЕТ, 2011. — 204 с.
2. Емец О.А. Комбинаторная оптимизация на размещениях / О. А. Емец, Т. Н. Барболина. — К. : Наукова думка, 2008. — 159 с. — Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/473>.
3. Емец О.А. Об оптимизационных задачах с вероятностной неопределенностью / О. А. Емец, Т. Н. Барболина // Доповіді Національної академії наук України. — 2014. — № 11. — С. 40-45
4. Стоян Ю.Г. Теория і методи евклідової комбінаторної оптимізації / Ю.Г.Стоян, О.О.Ємець. — К. : Інститут системних досліджень освіти, 1993. — 188 с. — Режим доступу: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/487>.

К. Железнякова

ДВНЗ «Національний гірничий університет»

РОЗРОБКА ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МОДЕЛЕЙ СИСТЕМ МАСОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У МЕНЕДЖМЕНТІ СУБ'ЄКТА ФІНАНСОВОГО СЕКТОРУ

Використання економіко-математичних методів і моделей в управлінні особливо актуальне з позиції формування оптимального виробничого плану, проведення оцінки та прогнозування основних показників діяльності суб'єктів підприємництва. Побудові оптимізаційних моделей випуску продукції присвятили наукові публікації А. Гукалюк, М. Карбовник, В. Кігель, І. Олексів, О. Орлов, С. Прокопов, О. Сенишин, В. Цицак, а також Н. Холод, А.

Кузнецов, Я. Жихар. У своїх працях вони розглядають різноманітні критерії оптимальності, будували на їхній основі моделі підтримки прийняття рішень.

У сучасних умовах все більш значимими за своїми наслідками для діяльності суб'єктів підприємництва стають рішення, що приймаються фінансовими менеджерами. Ефективна цінова політика та злагоджене управління капіталом мають принципове значення для результатів діяльності відповідних суб'єктів. Особливу актуальність набувають питання фінансового планування. Трансформаційні процеси, економічна нестабільність не дозволяють ефективно оцінити значимість і необхідність фінансового планування діяльності будь-якого господарюючого суб'єкта. Разом з тим саме невизначеність посилює ризик діяльності відповідних суб'єктів, і отже, необхідність планування поступово зростає.

Враховуючи сучасні аспекти кризового розвитку вітчизняної банківської системи я пропоную інноваційний підхід до прогнозування розбудови мережі точок обслуговування для нового банку задля його оптимальної роботи. Вхідними даними для розрахунку оптимальної кількості точок для ефективного обслуговування клієнтів нового банку виступили планові ідентифікатори: k - максимальний розмір черги у «пікові» години у середньостатистичній точці обслуговування на N працівників; n - кількість відділень, які ми можемо відкрити за 5 років; w - мінімальні витрати на відкриття однієї нової точки обслуговування на N працівників; z - кількість працівників у стандартному відділенні; t - проміжок часу, для якого проводиться дослідження (в секундах); m - максимальна кількість клієнтів, яку може обслужити один працівник за час t . Максимальна кількість відділень (F) визначається розміром грошових фондів, які ми можемо спрямувати на відкриття точок обслуговування. Для кожної можливої кількості точок обслуговування є відповідний розмір черги.

Було розраховано імовірність певної довжини черги у зазначеній кількості відділень нового банку за допомогою теорії масового обслуговування та теорії ймовірності. Висуваю наступні припущення: 1) потік вимог на обслуговування є найпростішим; 2) тривалість обслуговування випадкова і ймовірність того, що на обслуговування доведеться затратити час, менший, аніж t , дорівнює $e^{-(v*t)}$, де $v > 0$ константа; 3) кожна вимога обслуговується тільки 1 працівником, кожен працівник обслуговує тільки 1 вимогу в момент, коли він зайнятий; 4) якщо є черга на обслуговування, то працівник, що звільнився, без втрат часу переходить до обслуговування чергової вимоги черги; 5) працівники працюють максимально ефективно.

Надалі за допомогою рівняння регресії, отриманого мною шляхом регресійного аналізу залежності ймовірності черги розміром k при наявності n точок обслуговування було розраховано шукану ймовірність. Вартість обслуговування усіх відділень нового банку буде прагнути до мінімуму, як і розмір черги. При цьому ймовірність того, що розмір черги буде дорівнювати k у зазначеній кількості точок обслуговування n має прагнути до максимуму. За допомогою експертного опитування було визначено вагові коефіцієнти для величини витрат (A) та розміру черги (B). Після підстановки значень отримано наступну цільову функцію:

$$\frac{A \times n \times w + B \times k}{P(k;n)} \rightarrow \min$$

Обмеження: $n \geq 1$; $n \leq 125$; $k \geq 1$; $k \leq 5$;
 $0 \leq P(k;n) \leq 1$.

k – максимальна довжина черги у точці обслуговування у годину «пік»;

n – кількість точок обслуговування;

w – витрати на відкриття 1 нової точки обслуговування;

$P(k;n)$ – ймовірність черги розміру k при наявності кількості відділень n .

Для того, щоб дізнатися, скільки точок обслуговування потрібно відкрити задля оптимальної роботи нового банку було використано «Пошук рішення» (MS Excel/Дані/Пошук рішення). При цьому було визначено максимальний розмір черги у цих відділеннях та вірогідність такої черги. Підтверджено, що економія коштів шляхом мінімізації кількості точок обслуговування є нерозумною, бо це потягне за собою зайві проблеми, такі, як перенавантаження працівників, дискомфорт клієнтів у місцях очікування черги через брак місця, напружена обстановка у відділенні, несвоєчасне обслуговування клієнтів, що викличе їх невдоволення та при постійному такому явищі, можливо, відмова від послуг даного банку тощо. Проте є декілька шляхів для того, щоб заощадити кошти, не завдаючи шкоди клієнтам: 1) відкривати нові точки обслуговування не «з нуля» (мається на увазі викуп чи оренда непідготовленого приміщення), а на місці старих відділень банків, що нещодавно збанкрутіли. В умовах сучасного економічного становища України, таких банків достатньо велика кількість; 2) відкривати, переважно, «стандартні» точки обслуговування (на 5-6) робітників, адже великі потребують набагато більших витрат, які невиправдані, так як вони досить часто не окупаються; а маленькі точки обслуговування (2-3 працівники) є непривабливими для клієнтів (бо у такому випадку працівники не зможуть надати весь спектр послуг банку, які

потрібні клієнту, до того ж, у такому випадку, найімовірніше, буде затісно навіть для маленької черги у декілька чоловік.

Підтверджено, що побудова мережі точок обслуговування – один із варіантів розвитку бізнесу у сучасних умовах. Цікавий для компаній, що тільки виходять на ринок ще й тим, що дозволяє їм у перспективі трьох-п'яти років вирости у рази та перейти у іншу категорію вартості послуг та стабільності бізнесу. Головна перевага великої мережі перед мінімальною кількістю відділень дає ефект масштабу. При відкритті першої точки обслуговування у регіоні ми, скоріш за все, будемо програвати більш досвідченому місцевому банку по всім пунктам. Місцевий банк чудово знає ринок і його знають на ринку; він спроможний приймати швидкі ефективні рішення, ризикувати у той мірі, у якій потрібно, при співставлених тратах на рекламу, отримувати з неї більшу віддачу, більш гнучко підходити до ціноутворення, його витрати на інфраструктуру будуть оптимальними для окремого банку. Наш банк з'явиться на ринку вперше та повинен буде сам освоїтися у регіоні та зарекомендувати себе клієнтам, на що потрібен час. Ми поставимо управляти відділенням найманого директора та дамо йому обмежені права; він не буде володіти компетенціями підприємця і навряд чи буде достатньо мотивованим. Не маючи достатньо досвіду у регіоні, ми не прийемо найкращих рішень у рекламі та ціноутворенні. Наші витрати на інфраструктуру будуть включати всю управлінську настройку мережі: дирекцію, бухгалтерію, кадри, маркетинг, IT. Фактично, ми можемо мати від'ємну рентабельність, відкривши 1 точку обслуговування, адже його оборот буде складати близько 70% від обороту місцевого банку, а постійні витрати, порівняно з тим же банком, збільшені на утримання у штаті додаткових 10-12 чоловік. При досягненні певної кількості відкритих точок обслуговування, ефект масштабу виведе нашу мережу на прибутковість та зробить її цілком конкурентоспроможною.

Ми як і раніше будемо розраховувати на знижений, в порівнянні з місцевим банком оборот точки обслуговування - нехай він навіть залишиться на рівні сімдесяти відсотків. Але сумарно, наприклад, по п'ятнадцяти відділеннях він десятикратно перевищить оборот локального конкурента, що дозволить мережі отримати інші ціни. Ми не покращимо рекламну віддачу, але при менших витратах в розрахунку на філію дамо реклами в десять разів більше, ніж у конкурента. І навіть управлінська надбудова, віднесена на витрати п'ятнадцяти філій, забезпечить менші витрати в кожному з них, в порівнянні з компанією підприємця. З моменту досягнення мережею ефекту масштабу локальні банки змушені будуть змінити спеціалізацію, або географію присутності - тобто в будь-якому випадку піти з ринку, де їм доводиться ділити оборот з

мережовим конкурентом. Тому що на відміну від них, мережа здатна в цих умовах працювати рентабельно. Оскільки перша відкрита точка обслуговування по багатьом параметрам поступається конкурентам, а головну перевагу мережа отримує завдяки ефекту масштабу, їй потрібно якомога швидше досягти мінімально необхідного для цього розміру. В принципі, цього можна домогтися, відкриваючи одне відділення за іншим до досягнення запланованої кількості, але вигідніше відкривати їх одночасно. Кожне відділення, що відкривається вимагає певної роботи дирекції мережі. Як мінімум, треба переглянути кілька кандидатів на вакансію директора і вибрати одного; забезпечити знайомство нового директора з компанією, провести навчання. Закупити, підготувати, поставити у точці обслуговування сервісне обладнання, комп'ютерну техніку, встановити програмне забезпечення. Набрати штат, провести навчання всіх категорій співробітників. Провести презентаційні заходи в регіоні.

Все це зручно робити саме при одночасному відкритті філій. Тоді керівництво може послідовно об'їхати кілька регіонів, розглядаючи підходящих кандидатів в директора (або викликати їх в центр і прогнати через ряд співбесід); провести їх навчання одноразово, економлячи власні ресурси. Комплексно оснастити нововідкриті офіси, заощадивши час і гроші. Рационально використовувати ресурс центральних підрозділів і служб, навчаючи персонал філій в групах за напрямками, а не індивідуально практично кожного. Оптимізувати презентаційні заходи, проводячи їх для кількох офісів одночасно там, де це виявиться доцільним. Послідовно відкриті відділення складніше порівнювати один з одним, ніж відкриті одночасно. Одна точка обслуговування майже не дає можливості оцінити його реальну ефективність: звичайно, є план, з яким можна порівняти результати, але і він складений вперше; так що ми не будемо сильно ляяти директора за невиконання, підозрюючи, що самі могли помилитися. Якщо ми відкривалися паралельно, то маємо одну або кілька груп офісів на однакових стадіях розвитку; їх результати можна порівняти між собою, і ми можемо вказати конкретного директору на погану роботу, навіть якщо він виконав план - в тому випадку, якщо інші його перевиконали.

До бізнес-плану мережі пред'являються в цілому стандартні вимоги. Він повинен ґрунтуватися на прогнозі розвитку ринку. Мережа, яку ми будемо, повинна більшою мірою відповідати завтрашнім потребам цільового клієнта, ніж намагатися закріпити вчорашній день. Прогнозуючи, ми можемо оцінювати тенденції власної галузі, динаміку суміжних галузей, вивчати роботу зарубіжних компаній на аналогічних ринках; вибудовуючи, повинні задовольняти сьгоднішні потреби покупців і формувати

майбутні. Нове - це завжди ризик, але копіювання застарілих технологій свідомо веде до програшу; повторення чужого успішного шляху менш продуктивно, ніж вибір свого. Бізнес-план розробляється під конкретну модель бізнесу. Ми розуміємо, які групи споживачів існують на ринку, знаємо цільових клієнтів мережі. Маємо чітке уявлення про технології просування і продажів, логістики, свої конкурентні переваги на обраному напрямку. Визначили структуру мережі і головні принципи управління. Тепер нам треба розрахувати валовий дохід для штатного режиму. Спочатку план розраховується для штатного режиму, виходячи з припущення, що всі філії вийшли на проектну потужність. Оскільки мережа може розвиватися безперервно, і кількість філій не є постійною величиною, для розрахунку має сенс взяти середньострокову перспективу, наприклад, трирічну. Важливо щоб мережа вже доросла до розміру, коли на неї працює ефект масштабу. Тоді, маючи прогноз обсягу продажів на філію і знаючи кількість філій, ми отримаємо загальну цифру продажів, зможемо тепер порахувати витрати і очікувану рентабельність. Щоб план грав координуючу роль в будь-яких мінливих обставинах, його необхідно коригувати при різкій зміні цих обставин, а також у плановому режимі на постійній основі. Адже якби ми цього не робили, скажімо, при істотному недовиконанні плану продажів, то продовжували б затарювати склади, виробляти непотрібні товари - тобто погіршували економічне становище компанії замість того щоб його виправляти. Корекція плану дозволить більш ефективно розпорядитися ресурсами.

Більшість мережевих компаній переглядає план раз в квартал або раз на півроку, в залежності від рухливості структури і реальної можливості підвести підсумки. План не обов'язково змінюється - корекція виконується тільки при дійсній необхідності - але досить часто дописується.

Управління вигідно застосовувати централізоване на однорідному ринку із загальним для всіх відділень клієнтом і з однаковою конкуренцією - тобто зазвичай в масштабах міста або конкретного регіону. Іноді, якщо банк працює з вузьким асортиментом за стандартною технологією або поширює віртуальний продукт по інтернету, централізація працездатна в масштабах країни. Стандартне перевага централізації - економія на персоналі. Коли більшість рішень приймається обмеженою групою штабних фахівців, а на рівні сотень лінійних виконавців вимагається лише бездоганне дотримання стандартизованих процедур, ми можемо використовувати на місцях практично некваліфікованих співробітників - і при цьому не втрачати в якості. Глибока автоматизація ще більше скорочує витрати і забезпечує контроль; ефект масштабу робить економію досить значною.

Необхідним інструментом управління мережею є автоматизація. Не має сенсу зупинятися на очевидних речах: тільки автоматизація забезпечить надійний облік, досить повний дистанційний контроль, дозволить приймати зважені рішення, засновані на фактах, а не на здогадках і відчуттях. Вручну можна підтримувати лише деякі операції, причому витратними методами; витрати і помилки будуть накопичуватися з ростом кількості відділень. В силу важливості автоматизації, складності та багатоплановості закладаються в систему рішень, цей процес повинен жорстко контролюватися центром. Там, де такий контроль відсутній, вибудовується зазвичай автоматизована бухгалтерія, після чого програмісти вирішують окремі завдання на прохання окремих керівників штабних підрозділів і (дуже рідко) точок обслуговування. Говорити про ефективну систему в такому випадку не доводиться. Більш корисним є ставлення до автоматизації, як до створення стратегічної переваги мережі. Тобто для керуючого центру автоматизація повинна бути пріоритетним завданням, що розглядається поряд з параметрами прибутковості та вартості мережі. Тим більше, що вона прямо впливає на ці параметри.

Навіть найуспішніша ідеально вибудована мережа повинна постійно розвиватися. Ринкові обставини змінюються з часом, застарівають технології, і на зміну їм приходять інші, з'являються нові потреби у людей, виникають обмеження, яких раніше не існувало. Щоб вижити і процвітати, треба не тільки слідувати змінам, відпрацьовуючи їх з відставанням, але діяти на випередження, вибирати і захоплювати нові ніші і ринки цілком, експериментувати, досліджувати можливості, що відкриваються.

Список використаних джерел

1. Пістунов І.М. Економічна кібернетика: Навч. посібник – Дніпропетровськ: НГУ, 2014. – 204 с.
2. Пістунов І.М., Лобова Н.В., Теорія ймовірності та математична статистика для економістів з елементами електронних таблиць : Навчальний посібник. - Дніпропетровськ: РВК НГУ, 2005. – 110 с.
3. Іващук О.Т. Економіко-математичне моделювання: Навч. Посібник – Тернопіль: ТНЕУ «Економічна думка», 2008. – 704 с.
4. Оснач О.Ф., Архіпов С.В. Оптимізація виробничих запасів як джерело скорочення виробничих витрат підприємства/ Вісник соціально-економічних досліджень. – №1. 2013. – С. 1-6.
5. Наукова електронна бібліотека періодичних видань НАН України – Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/10297>
6. Костенко І.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А. Герасимов А.А., Ровенська В.В. Економічний аналіз і діагностика

стану сучасного підприємства: Навчальний посібник. Київ, 2005. – 400 с.

7. Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем: Збірник наук. праць. Вип.3. - К., 2002. – 133 с.

8. Енциклопедія маркетингу [Електронний ресурс] . – Режим доступу http://www.marketing.spb.ru/lib-mm/sales/affiliated_chain.htm

Ю.С. Залознова, д.е.н., ст.н.с.,

Н.В. Трушкіна

Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ

ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПЛАНУВАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВУГЛЕДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дослідження виконано в рамках науково-дослідної роботи ІЕП НАН України «Розвиток публічно-приватного партнерства у процесі модернізації вугільної промисловості та теплової енергетики» (номер держреєстрації 0115U001638).

Організація збутової діяльності вугледобувних підприємств потребує ефективних інструментів щодо прогнозування, прийняття науково обґрунтованих управлінських рішень при розробці планів реалізації вугільної продукції, маркетингових програм і стратегій.

Науково-методичні підходи до прогнозування показників діяльності промислових підприємств розглянуто у численних наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених, де особливої уваги заслуговують дослідження методів прогнозування для виявлення тенденцій і закономірностей соціально-економічного розвитку на різних рівнях та їх вдосконалення з урахуванням сучасних умов господарювання [1–7].

В умовах нестабільного попиту на вугілля зростає актуальність здійснення прогнозу показників збутової діяльності вугледобувних підприємств з метою розробки обґрунтованих управлінських рішень при формуванні планів реалізації готової продукції та визначення тенденцій розвитку підприємств.

При розробці прогнозів авторами статті використано такі статистичні методи: метод авторегресії – побудова авторегресійної моделі, тобто динамічної регресійної моделі, що відображає часові зміни досліджуваного показника від його попередніх значень; метод середнього темпу зростання; метод екстраполяції середньої; метод «наївних моделей»; метод екстраполяції тренду. Найбільш точними та достовірними методами прогнозування обсягу

реалізованої вугільної продукції визнано методи середнього темпу зростання, екстраполяції тренду та авторегресії.

Розрахунками засвідчено, теоретична погрішність результатів прогнозування обсягу реалізованої вугільної продукції із використанням методу екстраполяції тренду становила 0,03%, середнього темпу зростання – 0,06%, авторегресійної моделі – 0,07%, «найвних моделей» – 0,67% та екстраполяції середньої – 17,66% (табл. 1).

Таблиця 1

Погрішність результатів розрахунку прогнозних значень обсягу реалізованої вугільної продукції прийнятими методами

Методи прогнозування	Показники	
	Прогнозне значення обсягу реалізованої вугільної продукції на 2016 р., тис. т	Погрішність розрахунку, %
Екстраполяція тренду	11939,7	0,03
Середній темп зростання	11970,0	0,06
Авторегресія	12033,4	0,07
Метод «найвних моделей»	11135,0	0,67
Екстраполяція середньої	22300,0	17,66

З метою обґрунтування доцільності використання екстраполяції тренду, середнього темпу зростання та авторегресії здійснюється порівняльний аналіз результатів прогнозування обсягу реалізації вугілля з фактичними даними за 2015 р. Відхилення прогнозних від фактичних значень обсягу реалізованої вугільної продукції при використанні методу екстраполяції тренду становить 0,3%, середнього темпу зростання – 0,6%, авторегресії – 0,7%, методу найвних моделей – 7,2%, а екстраполяції середньої – 43,4% (табл. 2).

Таблиця 2

Порівняльний аналіз результатів прогнозу обсягу реалізованої вугільної продукції з фактичними даними

Методи прогнозування	Показники			
	Прогнозне значення, тис. т	Фактичне значення, тис. т	Відхилення	
			абсолютне, тис. т	у %
Екстраполяція тренду	13159,8	13197,4	+37,6	+0,3
Середній темп зростання	13119,2	13197,4	+78,2	+0,6
Авторегресія	13290,0	13197,4	-92,6	-0,7

Метод «найвінних моделей»	12313,4	13197,4	+884,0	+7,2
Екстраполяція середньої	23311,4	13197,4	-10114,0	-43,4

Отже, за результатами дослідження, методи екстраполяції тренду, середнього темпу зростання та авторегресії є ефективними методами прогнозування обсягу реалізованої вугільної продукції, оскільки позначається більш висока вірогідність прогнозних значень.

За прогнозами із використанням методу екстраполяції тренду, у 2016 р. має спостерігатися тенденція скорочення обсягу видобутку вугілля на 9,4% порівняно з 2015 р., обсягу готової вугільної продукції – на 8,2%, товарної вугільної продукції – на 8,1%, реалізованої вугільної продукції – на 9,5%. При цьому загальний обсяг залишку вугілля на складах вугледобувних і вуглепереробних підприємств, підпорядкованих Міністерству, зростатиме на 4,4%, а готового до відвантаження, – на 4,7%.

У 2016 р. рівень збитковості вугледобутку складатиме 70,6%, що на 3,7% більше порівняно з 2015 р. Собівартість 1 т товарної вугільної продукції перевищить ціну в 3,4 рази. Частка витрат на збут 1 т товарної вугільної продукції становитиме 0,5%. Аналогічні розрахунки виконано за допомогою методів середнього темпу зростання та авторегресії (табл. 3).

Таблиця 3

Прогнозні значення показників збутової діяльності державних вугледобувних підприємств на 2016 р.

Показники	Методи прогнозування		
	1	2	3
Обсяг видобутку вугілля, тис. т	18394,3	18528,4	18625,9
Обсяг готової вугільної продукції, тис. т	13970,3	13997,7	13985,5
Обсяг товарної вугільної продукції, тис. т	13793,4	13821,9	13808,4
Обсяг реалізованої вугільної продукції, тис. т	11939,7	11970,0	12033,4
Загальний обсяг залишків, тис. т	2085,3	2181,8	2028,0
Обсяг залишків, готових до відвантаження, тис. т	1603,4	1671,3	1603,1
Собівартість 1 т товарної вугільної продукції, грн.	1925,0	1917,3	1843,2
Ціна 1 т товарної вугільної продукції, грн.	566,7	580,4	554,3

Збитковість вугледобутку, %	-70,6	-69,7	-69,9
Витрати на збут 1 т товарної вугільної продукції, грн.	9,6	9,8	8,9
Питома вага витрат на збут у собівартості 1 т товарної вугільної продукції, %	0,50	0,51	0,48

Примітка: 1 – екстраполяція тренду; 2 – середній темп зростання; 3 – метод авторегресії.

Таким чином, результати проведеного дослідження свідчать, що методи екстраполяції тренду, середнього темпу зростання та авторегресії мають ряд переваг: – більша точність, обґрунтованість та оперативність проведення розрахунків; – менша погрішність одержаних результатів; відсутність суб'єктивного чинника, властивого методу експертних оцінок; – їх застосування сприятиме підвищенню обґрунтованості управлінських рішень в організації збутової діяльності вугледобувних підприємств.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці методичного підходу до прогнозування показників збутової діяльності вугледобувних підприємств.

Список використаних джерел

1. Чанкіна І. В. Формування концептуальної моделі управління розвитком промислового підприємства / І. В. Чанкіна // Бізнес Інформ. – 2012. – № 6. – С. 222–226.
2. Говорушко Т. А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу: монографія / Т. А. Говорушко, Н. І. Климаш. – К.: Логос, 2013. – 204 с.
3. Швець С. М. Короткострокове прогнозування валової доданої вартості: монографія / С. М. Швець. – К.: ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України», 2013. – 136 с.
4. Антипенко Є. Ю. Методи прогнозування та планування систем управління ланцюгами поставок підприємств будівельної галузі [Електронний ресурс] / Є. Ю. Антипенко, М. Г. Мосненко. – Режим доступу: <http://vestnikdnu.com.ua/archive/201372/antipenko.html>.
5. Подрядов Д. С. Використання прогнозування в системі стратегічного управління основними виробничими засобами аграрних підприємств [Електронний ресурс] / Д. С. Подрядов. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/KNP/2012_219/knp219_7-8.pdf.
6. Грабовецький Б. Є. Планування та економічне прогнозування: монографія / Б. Є. Грабовецький. – Вінниця: ВНТУ, 2013. – 66 с.
7. Сучасні проблеми прогнозування розвитку складних соціально-економічних систем: монографія / За ред. О. І. Черняка, П. В. Захарченка. – Бердянськ: ФОП Ткачук О. В., 2014. – 458 с.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Тенденції розвитку споживчого ринку будь-якої країни здійснюють прямий вплив на рівень життя населення. Від організації виробництва товарів споживання, діяльності підприємств торгівлі, асортиментної та цінової політики на цьому ринку залежить ступінь задоволення потреб індивідів у матеріальних та духовних благах. Позитивні тенденції у споживанні населення відображаються через збільшення обсягів та розширення асортименту роздрібного товарообороту. А це стає можливим за рахунок зростання платоспроможного попиту на товари та послуги [1].

Разом з тим, у сільській місцевості, де проживає населення з низькими грошовими доходами, реалізація вищезазначених завдань стикається з певними проблемами і труднощами.

Перш ніж перейти до категорії «споживчий ринок» необхідно з'ясувати значення поняття «ринок».

Ринок – синтетична категорія, за допомогою якої визначаються різноманітні за змістом і параметрами явища. Історично слово «ринок» характеризувало певне місце, де продавалися та купувалися товари [2; 3; 5].

Кожен з вчених, що досліджували дану категорію, на наш погляд, дає вузьке тлумачення категорії «ринок». На нашу думку, у широкому розумінні, ринок означає впорядковану структуру, що забезпечує нормальну взаємодію продавців і покупців, характерними ознаками якої є: самостійність економічних суб'єктів і комерційний характер їх взаємодії; конкуренція; економічні пропорції під впливом динаміки цін та конкурентної боротьби; формування цін на основі попиту та пропозиції.

Сучасна економіка являє собою синтез великої кількості взаємодіючих ринків. Їх підрозділяють на різні види залежно від умов діяльності суб'єктів ринкових відносин, відповідності чинному законодавству за ознакою простору дії, об'єкта купівлі-продажу та ін. Для нашого дослідження інтерес становить поняття «споживчий ринок». Найпоширенішим є визначення споживчого ринку як сукупності окремих осіб і господарств, які купують товари для особистого споживання. Сухаревська І. В. у своєму дисертаційному дослідженні дає більш широке тлумачення категорії «споживчий ринок», яку пропонується розуміти як форму

організації споживання у вигляді системи економічних взаємин між споживачами та продавцями товарів і послуг, що базується на реалізації економічних потреб і виявляється через попит і пропозицію [4]. Дане визначення враховує і соціальний аспект, і, на нашу думку, найбільш повно визначає сутність категорії «споживчий ринок».

Споживчий ринок, як невід’ємний сегмент економіки, чутливо реагує на всі зміни її розвитку. Тому особливої актуальності набуває дослідження категорії «сільський споживчий ринок». Таким чином, сільський споживчий ринок, на наш погляд, означає певний спосіб організації економічного життя, за допомогою якого здійснюється товарно-грошовий обмін, забезпечується задоволення потреб сільського населення та відбуваються соціально-економічні зміни.

Сільський споживчий ринок охоплює широкий і соціально-розрізнений контингент споживачів, які живуть у селах та селищах [4]. Особливостями даного ринку є:

- широта розселення сільського населення та відносно невелика його густина розселення. Як наслідок, великі відстані між селами, що ускладнює товарне забезпечення;

- обмеженість і нестійкість попиту, що спричинено такими чинниками як невисокі доходи сільських мешканців, сезонність сільськогосподарського виробництва та ризиковість такої діяльності;

- демографічна структура сільського населення, у якому значну частину становлять люди похилого віку.

Враховуючи вищенаведене, сільську місцевість можна розглядати як окремий сегмент ринку. Згідно Економічної енциклопедії сегмент ринку – це група покупців, що характеризується загальними демографічними, економічними, територіальними й іншими ознаками, що впливають на поведінку на ринку, рівень і структуру платоспроможного попиту [5].

Виходячи з цього, сільська місцевість відповідає наступним критеріям [6]:

1. Регіональні критерії передбачають:

- розподіл ринку з урахуванням географічних відмінностей;
- чисельність і густина населення;
- транспортна мережа регіону;
- структура комерційної діяльності в регіоні;
- динаміка розвитку регіону.

2. Демографічні, що характеризують основні особливості окремих людей або їхніх груп. Вони часто використовуються в якості базису для сегментації, оскільки від них багато в чому

залежать вимоги до покупок. Персональні демографічні характеристики можуть бути такими:

- вікові категорії;
- склад сім'ї;
- етап життєвого циклу сім'ї;
- рівень доходів.

Сільське населення висуває все більш високі вимоги до торгівлі, які пов'язані з поліпшенням її організації, удосконаленням культури обслуговування, розширенням асортименту і підвищенням якості товарів, зміною структури попиту. Віддаленість від великих центрів не дає можливості сільським мешканцям користуватися всіма благами цивілізації. Саме тому усунення цього дисбалансу повинна забезпечувати торгівля на сільському споживчому ринку. Вона сприяє найбільш повному задоволенню потреб жителів села в товарах і послугах відповідно до їх доходів і структури попиту, впливає на розширення асортименту товарів і підвищення їх якості, поліпшення умов праці і побуту сільських мешканців.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством : монографія / Л. В. Балабанова, С. В. Чернишова. – Донецьк : РВВ ДонНУЕТ, 2009. – 280 с.
2. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток : монографія / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Харків : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
3. Комерційна діяльність на ринку товарів та послуг / за ред. Аполія В. В., Гончарука Я. А. – Київ : Укоопосвіта, 2002. – 458 с.
4. Сухаревська І. В. Споживчий ринок в сучасних умовах : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.01 «Економічна теорія та історія економічної думки» / Сухаревська І. В. – Донецьк : Донец. нац. ун-т., 2009. – 20 с.
5. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія / С. В. Мочерний. – Київ : Знання, 2000. – Т. 1. – 864 с.
6. Токарчук О. В. Класифікація регіональних факторів розвитку торгівлі та механізм їх взаємодії / Токарчук О. В. // Вісник ДонНУЕТ. – 2007. – № 3. – С. 111–118.

С. В. Иванов, д.е.н., професор

ГС «Міжнародний центр досліджень соціально-економічних проблем модернізації та розвитку кооперації»

В. І. Перебийніс, д.е.н., професор

Полтавський університет економіки і торгівлі

Л. В. Олексенко, к.е.н., доцент

РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНОЇ СИСТЕМИ СІЛЬСЬКОЇ МІСЦЕВОСТІ

Важливим чинником розвитку сільських територій є кооперативна система, що покликана забезпечити вагомий внесок у вирішення соціально-економічних проблем села.

У сільській місцевості України проживає 14 млн. громадян – близько третини населення держави. У сільському, лісовому та рибному господарстві працюють близько 17 % зайнятого населення країни, однак середньомісячна номінальна заробітна плата в цьому секторі національної економіки менша майже на 30% від середнього значення по державі.

Сільські території є не лише місцем проживання, але й виробничим базисом аграрної сфери економіки, серед яких чільне місце належить дрібним товаровиробникам. Зокрема, у світі 88 % з 570 млн. ферм є сімейними, на які припадає 56 % виробленої сільськогосподарської продукції. Сімейні фермерські господарства обробляють значну кількість сільськогосподарських угідь: 85 % – в Азії, 83 % – в Північній і Центральній Америці, 68 % – в Європі, 62 % – в Африці.

Важливим ресурсом розвитку українського села завжди була взаємодопомога, кооперування зусиль. Термін «кооперація» походить з латині і означає співробітництво. Першими селянськими кооперативами в Україні були споживчі та кредитні товариства, які виникли в другій половині XIX ст.

В Україні, як і в світі найбільшого поширення набули такі типи кооперативів, як логістичні (постачальницькі, збутові), переробні, фінансово-кредитні, споживчі. Зокрема, в нашій країні діє понад 600 сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що становить близько 2 % загальної кількості господарюючих суб'єктів в аграрному секторі економіки.

Генеральна асамблея ООН 18 червня 2002 року прийняла спеціальну резолюцію №56/114 «Кооперативи в процесі соціального розвитку», у якій рекомендувала урядам країн підтримувати розвиток кооперації як важливий фактор зростання добробуту, подолання зайнятості, забезпечення продуктивної зайнятості.

Метою навчального курсу «Розвиток кооперативної системи сільської місцевості» є забезпечення набуття слухачами системних знань, умінь і навичок з розвитку кооперативної системи на селі, формування й удосконалення діяльності суб'єктів обслуговуючої, споживчої та кредитної кооперації.

Зазначений навчальний курс складається з таких чотирьох модулів.

Модуль 1 «Теоретичні та правові основи аграрної кооперації»:

- тема 1.1. Місце кооперативного руху в контексті розвитку сільської місцевості. Кооперативні принципи і цінності;

- тема 1.2. Правові засади діяльності кооперативів в Україні.

Модуль 2 «Сільськогосподарська обслуговуюча кооперація»:

- тема 2.1. Формування сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів;

- тема 2.2. Сільськогосподарські логістичні (постачальницькі, збутові, транспортні, складські) кооперативи;

- тема 2.3. Сільськогосподарські машинно-технологічні кооперативи;

- тема 2.4. Багатофункціональні обслуговуючі кооперативи;

- тема 2.5. Стратегічне управління сільськогосподарськими обслуговуючими кооперативами;

- тема 2.6. Фінанси і облік в сільськогосподарських обслуговуючих кооперативах.

Модуль 3 «Споживча кооперація в сільській місцевості»:

- тема 3.1. Кооперація сільських споживачів;

- тема 3.2. Економічна та соціальна діяльність споживчих товариств та їх спілок на селі;

- тема 3.3. Управління споживчим кооперативом.

Модуль 4 «Сільська кредитна кооперація»:

- тема 4.1. Організаційно-економічні та правові засади створення і діяльності кредитних спілок;

- тема 4.2. Операційна діяльність кредитних спілок;

- тема 4.3. Облік та оподаткування в кредитних спілках.

Навчання закінчується проведенням круглого столу «Актуальні проблеми обслуговуючої, споживчої та кредитної кооперації на селі».

На вивчення навчального курсу відводиться 72 години аудиторних занять впродовж двох тижнів (по 36 годин в кожному).

Список використаних джерел

1. Заява XXXI конгресу Міжнародного кооперативного альянсу «Про кооперативну ідентичність» – Режим доступу: <http://www.ukrcoop-journal.com.ua/2008-1/import.htm>

2. Іванов С. В. Концепція соціальної держави як теоретична база розвитку сільських територій / С. В. Іванов, М. Є. Рогоза, В. І. Перебийніс // Економічний вісник Донбасу. – 2016. – №1 (43). – С. 51-56.

3. Перебийніс В. І. Державне регулювання соціально-економічного розвитку сільських територій / В. І. Перебийніс, В. І. Гавриш, Ю. В. Перебийніс // Науковий вісник Полтавського університету

економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». – 2014. – №1. – С. 79-84.

4. Перші Всеукраїнські громадські слухання «Становлення та розвиток сільськогосподарської обслуговуючої кооперації в Україні» // Економіка АПК. – 2010. – №12. – С. 159-160.

5. Про кооперацію: Закон України: за станом на 04.07.2013 р. / Верховна Рада України. – К.: Парламентське вид-во, 2013. – 413 с.

6. Про кредитні спілки: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №15

7. Про сільськогосподарську кооперацію: Закон України за станом на 20.11.2012 р. / Верховна Рада України. – К.: Парламентське вид-во, 2012. – 261 с.

8. Про споживчу кооперацію: Закон України // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – №30

9. Програма розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на 2013-2020 роки – Режим доступу: http://www.coop-union.org.ua/?page_id=1063

С.В. Іванов, д.е.н., професор

директор, Міжнародний центр досліджень соціально-економічних проблем модернізації та розвитку кооперації

М.Є. Рогоза, д.е.н., професор

перший проректор,

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

К.Ю. Вергал, к.е.н., доцент

доцент кафедри економіки підприємства та економічної кібернетики

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

МОДЕЛЬ МУЛЬТИАГЕНТНОЇ СИСТЕМИ ІНТЕГРОВАНОЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ СТРУКТУРИ

Мультиагентна система – це система, яка складається з набору агентів, що мають конкретні ролі та взаємодіють один із одним для вирішення проблем, що виходять за межі можливостей або знань окремого агента [3, с. 12]. В її основі лежить перехід від пасивних сутностей, які описуються у вигляді класів об'єктів до активних, які описуються у вигляді агентів або моделей особи, що володіє активністю, автономною поведінкою, може приймати рішення відповідно до деякого набору правил, може взаємодіяти з оточенням та з іншими агентами, здатна діяти в інтересах досягнення поставлених цілей, а також може змінюватися (еволюціонувати) [1].

Інтегрована структура у мультиагентному моделюванні може бути представлена коаліцією, тобто структурою, що є тимчасовим

об'єднанням деякого числа у спільноту, що заснована на співнаправленості їх домінуючих цілей. Склад коаліції інтегрованої структури може бути визначений двома типами агентів – агентом-координатором (координаційний центр інтегрованого торговельного підприємства) та агентом-підприємством (з числа тих, що приймають участь у інтеграційних процесах). Враховуючи, що інтегрована структура взаємодії з зовнішніми агентами, які за певних умов можуть входити до коаліції, побудова моделі інтегрованої структури як мультиагентної системи потребує дослідження існуючих зв'язків між інтегрованим торговельним підприємством та зовнішнім середовищем, яка може бути представлена множиною агентів постачальників, споживачів, конкурентів, державні установи й органи місцевого самоврядування, та суб'єкти ринкової інфраструктури, до складу яких Міщенко Н.Г. пропонує відносити [2, с. 21]: оптові та продовольчі ринки, агропромислові, сировинні і товарні біржі, аукціони, торгові дома, суб'єкти-посередники ЗЕД, логістичні і транспортні підприємства, фінансово-кредитні установи та страхові компанії, навчальні заклади, наукові центри, дорадчо-консультаційні структури.

Таким чином, отримали таку модель архітектури мультиагентної структури (рис. 1), яка для виділених агентів зовнішнього та внутрішнього середовища характеризується наступними типами функцій r :

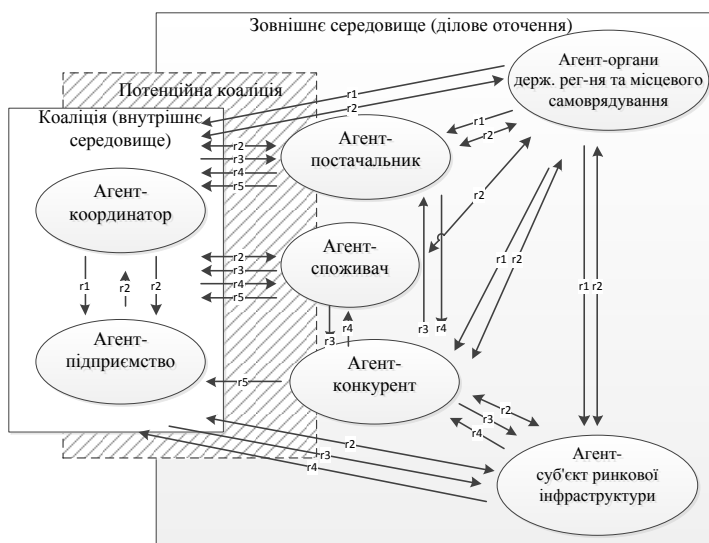


Рис. 1. Модель взаємодії мультиагентної системи інтегрованої торговельної структури із зовнішнім середовищем

- процеси управління;
- процеси передачі інформації;
- процеси пошуку потенційних постачальників товарів та послуг;
- процеси надання товарів та послуг;
- інтеграційні процеси.

Запропонована модель архітектури мультиагентної системи інтегрованої торговельної структури дозволяє виявити взаємозв'язки між усіма суб'єктами зовнішнього середовища, а подальше визначення структури кожного з типів агентів сприятиме побудові онтологічних моделей інтеграційних процесів торговельного підприємства, визначенні механізмів їх розвитку та функціонування.

Список використаних джерел

1. Карпов Ю.Г. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5 / Ю. Г. Карпов. – СПб: БВХ-Петербург, 2005. – 400 с.
2. Міценко Н.Г. Формування локальних інтегрованих систем за участю підприємств споживчої кооперації : автореферат на здобуття наукового ступеня д.е.н. за спеціальністю 08.00.04 – економіка та управління підприємствами за видами економічної діяльності / Н.Г. Міценко. – Львів : ЛКА, 2015. – 45 с.
3. Michael J. Wooldridge. An Introduction to Multi-Agent Systems / Michael J. Wooldridge. – Chichester : John Wiley & Sons Ltd, 2009. – 461 p.

В. В. Іванова, д.е.н., професор

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Глобалізація та становлення інформаційного суспільства – дві сторони процесу розвитку світової економіки. В даний час країни, що перейшли на етап розвитку постіндустріальної економіки отримують значні переваги від широкого застосування сучасних інформаційних технологій. Вони забезпечують як виробничі, так і обслуговуючі його процеси (ресурсне забезпечення, збут, облік) на підприємствах всіх галузей економіки, в різних підприємницьких структурах, незалежно від величини та організаційно-правової форми господарювання. Саме в цих умовах впровадження на підприємствах інформаційно-комунікаційних технологій набуває особливої актуальності.

Інформатизація бізнес-процесів фактично обумовлює особливий вид діяльності – інформаційну діяльність. Вона, як і будь-яка інша, потребує розробки відповідної стратегії, чому на підприємствах уваги майже не приділяється.

Стратегія визначає послідовність та логіку дій при пошуку відповідних технологій для забезпечення всіх процесів на підприємстві, спрямованих на задоволення потреб споживачів та забезпечення прибутків господарюючим суб'єктам. Управлінська система кожного з них має бути переосмислена з урахуванням нових умов господарювання, спрямована на забезпечення конкурентних переваг підприємствам.

Стратегія – це комплекс дій для досягнення певних цілей та виконання завдань, що спрямована на довготривалу перспективу. Стратегічне управління підприємством передбачає перш за все визначення загальної стратегії його діяльності, що спрямована на забезпечення конкурентних переваг з метою підвищення конкурентоспроможності продукції та підприємства в цілому. Для її ефективного здійснення доцільно розробляти інформаційну стратегію, реалізація якої сприяла б досягненню загальних стратегічних цілей підприємств, реалізації поставлених завдань, формуванню конкурентних переваг з метою укріплення позицій підприємств на внутрішньому та міжнародному ринках.

В рамках такої стратегії ставляться завдання щодо впровадження інформаційних технологій, визначення та організації відповідної інфраструктури підприємства, функціонування інформаційних систем, діяльності спеціальних підрозділів. Без чіткого визначення цілей, завдань та плану їх реалізації інформатизація діяльності підприємства стає неефективною. Вона зводиться фактично до придбання технічних засобів (комп'ютерної техніки та периферійних пристроїв) при відсутності чіткого плану їх використання. В іншому випадку фінансування впровадження інформаційних технологій відбувається за залишковим принципом. Найбільш актуальною проблемою в даний час є організація та обробка інформаційних потоків.

Інформаційна стратегія має сприяти здійсненню інноваційної діяльності через координацію її з інноваційною стратегією та бути спрямована на підвищення ефективності використання ресурсів підприємства завдяки розробці та впровадженню інновацій, чіткій організації процесу формування та використання знань на підприємстві.

Інформаційна діяльність стосується всіх підрозділів підприємства, всіх процесів, що відбуваються під час його функціонування. Це обумовлює необхідність залучення висококваліфікованих та ініціативних працівників, створення

системи підвищення кваліфікації персоналу, врахування даного аспекту в системі мотивації персоналу.

Основною метою інформаційної стратегії підприємства є інформаційне забезпечення прийняття рішень, вдосконалення організаційної структури та управління, підвищення ефективності використання ресурсів, а відповідно забезпечення конкурентних переваг та конкурентоспроможності як продукції, так і підприємства в цілому. Основні аспекти реалізації інформаційної стратегії повинні знайти своє відображення в стратегічному плані підприємства. Потребує подальшого дослідження оцінка ефективності використання аутсорсінгових послуг на підприємствах, визначення їх оптимальної частки в інформаційно-інноваційній діяльності підприємства.

Є.І. Івченко, к.т.н., доц.,

В.І. Божко

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

АКТУАЛЬНІСТЬ ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З РЕАЛІЗАЦІЇ КОНВЕРГЕНТНОСТІ БІЗНЕСУ ТА ІТ

Експерти порталу AllThingsITSM виділяють наступні основні проблеми взаємодії між бізнес-менеджерами та ІТ-менеджерами [1]:

- низька ініціативність та ефективність взаємодії між зацікавленими сторонами;
- нечітке формулювання вимог в термінах того, чого потрібно досягти;
- нездатність ІТ адекватно підтримувати розширення бізнесу;
- недостатній контроль за ІТ;
- не забезпечення прозорості взаємодії, що має виключати ситуацію, коли ІТ «бомбардують» запитами з боку усіх співробітники, які можливо, не мають на це повноважень;
- не досконала система пріоритетів ініціатив, що приходять від різних бізнес-підрозділів;
- відсутність розуміння і недооцінка з боку керівників роботи ІТ-менеджерів, що позначається на недостатньому виділенні ресурсів.

Як результат, бізнес-менеджери часто приходять до висновків, що:

- в бізнес-моделі компанії ІТ - це адміністративний ресурс, а отже ІТ-підрозділ мав би підпорядковуватися бізнес-підрозділам, які є центрами прибутку;

- зміни з боку керівництва часто не враховують проблеми і очікування інших сторін, в тому числі ІТ;
- бізнес-менеджери часто помилково нехтують спілкуванням з ІТ, що досить скоро призводить до негативних наслідків;

ІТ майже завжди відчують себе беззахисними, взаємодіючи з бізнесом.

Вирішення віщезазначених проблем може бути спрямоване на досягнення стратегічного партнерства і конвергентності бізнесу та ІТ (Business & IT Convergence). Ідея "конвергентних ІТ" або "конвергентної операційної моделі" далеко не нова, перші згадки концепції відносяться до кінця 80-х років 20-го століття. Від концепції "бізнес-орієнтованих ІТ" (Business & IT Alignment) її відрізняє акцент на повній інтеграції ІТ, фактично "розчиненні" ІТ в бізнесі. Основний сенс "бізнес-орієнтованих ІТ" - у відсутності протиставлення бізнесу та ІТ, їх повної невіддільності, що має на увазі, в тому числі, інтеграцію ролей (видів діяльності) на рівні виконавців бізнес-процесів. Згідно з концепцією, при такому "сходженні" (конвергентності) відпадає проблема нерозуміння ІТ тієї ролі, яку вони відіграють у формуванні цінності для бізнесу.

Однак, проблеми "налаштування" ІТ на бізнес за останні 10 років не тільки не вирішені, а мають тенденцію до поглиблення [2], оскільки мало хто може похвалитися реальними успіхами в побудові тих самих "бізнес-орієнтованих ІТ". А тому актуальним залишається питання "Чи може управління взаємовідносинами з бізнесом (Business Relationship Management, BRM [3]) змінити ситуацію?" А в якості опису ситуації, що склалася автори [2] наводять топ-10 "найгірших практик", що виявляються у взаємодії ІТ зі своїм бізнесом протягом останніх 10 років:

- жодна зі сторін не намагається зрозуміти іншу;
- виражена культура протиставлення бізнесу та ІТ;
- ІТ має лише незначне розуміння бізнес-пріоритетів і того, як їх робота впливає на бізнес;
- бізнес всі свої запити вважає високо-пріоритетними;
- ІТ вважає, що може формувати бізнес-кейси, не розуміючи того, як працює бізнес;
- наявність протиставлення: бізнес висловлює потребу (demand), а ІТ надає;
- ІТ сфокусовано на внутрішніх процесах;
- бізнес практично не залучений в формулювання вимог і тестування;
- потребам бізнес-користувачів приділяється недостатньо уваги;
- не провадиться зіставлення отриманої цінності стратегічним цілям.

У контексті перерахованих проблемних областей управління взаємовідносинами з бізнесом (BRM) має позиціонуватися, як ключовий компонент системи управління ІТ. При цьому співробітники, що виконують дану роль, повинні мати наступний набір компетенцій:

- володіти методиками трансформації ІТ-підрозділу компанії в бізнес-партнера;
- вміти ефективно розподіляти ІТ-ресурси з точки зору бізнес-цінності;
- володіти бізнес-баченням, розумінням бізнес-стратегії.

Тільки такі співробітники допоможуть досягти згаданої конвергентності бізнесу та ІТ. Потрібно цілеспрямовано вибирати і готувати співробітників для виконання ролі менеджера по взаємодії з бізнесом (BRM).

Список використаних джерел

1. Smalley M. Governance of IT from a behavioural perspective [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://allthingsitsm.com/power-eats-cobit-for-lunch/>.
2. Wilkinson P. Business & IT – From Alignment to Convergence – The BRM as Superhero! [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.itwnet.com/columns/business-it-%E2%80%93-alignment-convergence-%E2%80%93-brm-superhero>.
3. Демин П. Разбираемся с Business Relationship Management [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.realitsm.ru/2016/10/brm_and_customer_satisfaction/?utm_source=Real+ITSM+and+Cleverics+weekly+digest&utm_campaign=557b89b831-MAILCHIMP_REAL_ITSM&utm_medium=email&utm_term=0_cbec7f5041-557b89b831-327360709.

***О. В. Криштона**, магістр кафедри економічної кібернетики;
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ФУНКЦІЇ КОРИСНОСТІ: МЕТОДИ ПОБУДОВИ ТА ПРИКЛАДИ ЗАСТОСУВАННЯ

Мета – аналіз та розробка методу підтримки прийняття управлінських рішень в інноваційній діяльності щодо попередньої оцінки варіантів нововведення для впровадження у виробництво на промисловому підприємстві з використанням теорії очікуваної корисності.

Виклад основного матеріалу. Методи теорії корисності посідають проміжне місце між методами прийняття рішень в

умовах визначеності й методами, спрямованими на вибір альтернатив в умовах невизначеності. Для застосування методів теорії корисності необхідно встановити кількісну залежність між чинниками, які впливають на результати, та самим результатом, а також мати експертну інформацію для побудови функції корисності. Ці умови виконуються не завжди, що накладає обмеження на застосування методів теорії корисності. До того ж процедура побудови функції корисності трудомістка й складно формалізується.

Побудова функції корисності здійснюється аналітиком – фахівцем з теорій прийняття рішень – на основі знань особи, що приймає рішення (ОПР), і експертів – кваліфікованих фахівців.

Задача вибору найкращого рішення відповідно до аксіоматики теорії корисності може бути представлена в такий спосіб:

$$\max_{A_i \in A} \left[u(A) = \int_K u(K) f\left(\frac{K}{A}\right) dK \right],$$

де $u(K)$ – багатомірна функція корисності;

K – точка у критеріальному просторі;

$f\left(\frac{K}{A}\right)$ – функція щільності умовного від альтернативи A розподілу критеріальних оцінок.

Основною й найбільш трудомісткою процедурою теорії корисності є побудова функцій корисності, яка надає можливість оцінити будь-яку кількість альтернатив.

Першим етапом рішення завдання є перевірка аксіом теорії корисності в умовах невизначеності. Справедливість аксіом у задачі прийняття рішення дозволяє використати апарат теорії корисності.

Так, наприклад, на рис. 1 наведені точки рівноцінності, що спостерігаються ОПР для критеріїв r_1 (вартість нового виробництва) і r_2 (відповідність існуючому технологічному забезпеченню, й частка необхідної його модернізації).

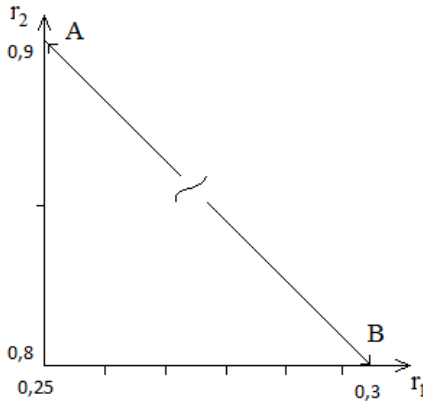


Рис. 1. Визначення точок рівноцінності для двох критеріїв у критеріальному просторі

Точка A еквівалентна (байдужа) точці B , тому їхні цінності для ОПР - рівні.

На наступному етапі рішення будемо графік одномірних функцій корисності для часткових критеріїв ефективності, використовуючи метод детермінованих еквівалентних моделей (рис. 2).

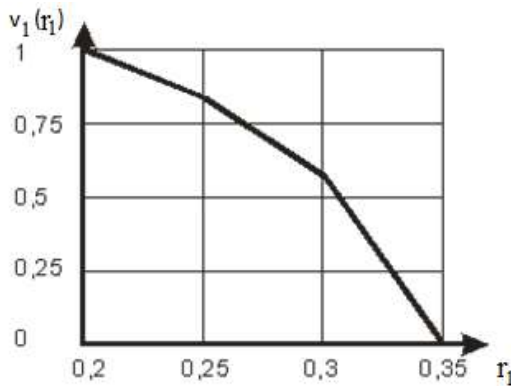


Рис. 2. Одномірна функція цінності для критерію Y_1

Отже, багатомірна функція цінності може бути представлена у виді:

$$\max_i v_i(x_i) = \max_i \left[\sum_{j=1}^m k_j \int_{R_1} k_j(r_j) f\left(\frac{r_j}{x_j}\right) dr_j \right]$$

Висновки. Теорію корисності доцільно використовувати при вирішенні завдань прийняття рішень в інноваційній діяльності промислового підприємства, які характеризуються як багатокритеріальні, статичні, не детерміновані

Список використаних джерел

1. Борисов А. Н. Принятие решений на основе нечетких моделей / А. Н. Борисов, О.А. Крумберг, И.П. Федоров – Рига : Зинатне, 1990. – 184 с.
2. Гунин В. Н. Управление инновациями: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7 / В. Н. Гунин, В. П. Баранчеев, В. А. Устинов, С. Ю. Ляпина – М. : ИНФРА-М, 1999. – 328 с.

*Н.В. Кузьменко, генеральний директор
Регіональний фонд підтримки підприємництва по Полтавській
області, аспірант заочної форми навчання кафедри економіки
Полтавської державної аграрної академії*

РОЗВИТОК БАГАТОФУНКЦІОНАЛЬНИХ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Україна – це країна, що характеризується сприятливими природно-кліматичними умовами для розвитку сільськогосподарського виробництва [1-3]. Однак, окремі сільськогосподарські виробники в умовах обмеженості фінансових ресурсів та високої капіталоємності виробництва не конкурентні на ринку та мають низькі показники фінансової стійкості. В більшості європейських країн кооперація вирішує більшість проблем у сфері переробки сільськогосподарської продукції, її збуту, постачання матеріально-технічних засобів членам кооперативів, обслуговування та надання господарсько-виробничих послуг [1-3].

Актуальність розвитку сільськогосподарських кооперативів доведено в працях багатьох науковців, серед яких І.М. Величко, А.М. Волик, В.А. Єфанов, Л.М. Климюк, О.О. Комліченко, Д.Г. Легеза, О.В. Макушок, О.М. Могильний, В.С. Муковіз, Н.Ф. Павленчик, Л.М. Чернобай.

В умовах розвитку національної економіки України розвиток багатофункціональних сільськогосподарських кооперативів дозволяють вирішити ряд проблем. Розглянемо на конкретному прикладі. Розглянемо економічні характеристики

багатофункціонального сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу, що пропонується створити в Полтавській області, м Хорол та назвати «Агроторговий дім – Полтавський фермер».

Метою створення багатофункціонального сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу «Агроторговий дім- Полтавський фермер» є створення на базі кооперативу переробного цеху по виробництву та фасуванню круп та подальшою її реалізації під маркою «Полтавський фермер». Загальна вартість проекту пропонованого проекту складає 245000 грн. Сума фінансована за рахунок внесків учасників Кооператив в рівних частинах. В сумі 95 000 грн за рахунок проекту 150 000грн.

Багатофункціональний сільськогосподарських кооператив створюється з метою організації роботи цеху по виробництву та фасуванню круп та подальшою її реалізації. Учасниками кооперативу стануть 10 сільськогосподарських суб'єктів підприємницької діяльності Полтавської області (табл. 1).

Таблиця 1

Учасники багатофункціонального сільськогосподарського обслуговуючого кооперативу «Агроторговий дім – Полтавський фермер»

№	Назва учасника	Місце розташування	Загальна площа
1	Фермерське господарство, Полтавський район «Щастлива доля»	Полтавський район, село Келебердівка	313,6
2	Фермерське господарство «Щаслива доля», в Решетилівському районі	Решетилівський район	210,7
3	Селянське фермерське господарство «Долина»	Решетилівський район смт. Решетилівка вул Жовтнева 8	143,7
4	Фермерське господарство «Малокобелячківське»,	Новосанжарський район, село Кобелячок	199,4
5	Фермерське господарство «Калинова левада»	Полтавський район, село Недержинщина	636,4
6	Фермерське господарство «Москалець»	Хорольський район, село Ліснянщина	79,9
7	Селянське фермерське господарство «Щуров»	Лохвицький район, село Пролетарі	132

8	Селянське фермерське господарство «Господар»	Миргородський район, село Хомутець	307,0
9	Фермерське господарство «Ніколаєв»	Глобинський район, село Петрашівка	259,0
10	Фермерське господарство «Оріон»	Глобинський район, село Зубані	502,1
11	Фермерське господарство «Зоря»	Глобинський район, село Броварське	25,1

Відповідно до плану доходів і витрат підприємство працюватиме на рівні беззбитковості. Загальний обсяг чистого прибутку за перший рік складає 82955 грн. Передбачається, що за перші 18 місяців роботи підприємства вкладені кошти будуть повністю повернуті. За наступні півтора року буде отримано прибуток в розмірі 229726 грн., що в розрахунку на одного учасника товариства складає 57731 грн. (3191 грн. на місяць).

Зведені показники фінансового стану розраховані в таблиці 17. Прогнозний рівень рентабельності виробництва продукції підвищується з 32,2% за перший рік роботи підприємства до 45,9% за третій рік. Рентабельність реалізації зростає відповідно з 21,9 до 28,3%. Рентабельність капіталу за три роки складає 265,1%.

Реалізація даного проекту дасть можливість впровадити механізм «виробництво-переробка-збут» у рамках об'єднання товаровиробників та дозволить отримати результати виробництва сільськогосподарської продукції реальним виробником, а не посередницькими структурами. Ще одним практичним результатом створення цеху по спільній переробці сільськогосподарської продукції при формуванні багатofункціонального обслуговуючого кооперативу – є можливість товаровиробників розробляти власну стратегію діяльності (а не її тактику, що спрямована на «миттєве» отримання результату), що враховуватиме довгострокові потреби ринку та мінливість ринкового середовища. В такому випадку стає можливим створення конкурентного товаровиробника, що сприятиме розвитку місцевої інфраструктури та збільшенню кількості робочих місць.

Список використаних джерел

1. Величко І.М. Розвиток кооперативних форм господарювання в аграрній сфері економіки: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02 / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків, 2006. – 20 с.

2. Волик А.М. Розвиток сільськогосподарської кооперації в країнах Західної Європи (результати та можливості застосування в агропромисловому виробництві України): Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02 / Ін-т аграр. економіки УААН. – Київ, 2000. – 21 с.

3. Григор'єв С.М. Ефективність використання ресурсного потенціалу особистих селянських господарств в регіоні: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.07.02 / Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. – Донецьк, 2006. – 20 с.

*О.К. Кузьменко, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетика, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
А. Жданов, магістр ЕК-б
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ВИКОРИСТАННЯ СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНОГО МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Функціонування та розвиток сучасних вітчизняних підприємств характеризуються таким умовами, як нестабільність економічної та політичної ситуації в країні, зростання конкуренції на товарних і фінансових ринках, посилення глобалізаційних процесів, неспроможністю забезпечення високих результатів господарської діяльності. Тому, діяльність підприємства повинна бути спрямована не лише на виживання в умовах конкуренції, але й на процес безперервного розвитку. Все це вимагає пошук та застосування ефективних інструментів управління розвитком підприємства.

Сучасні напрямки розвитку ефективної діяльності підприємств вимагають раціонального вибору стратегії управління розвитком підприємства. При цьому, фактори впливу внутрішнього та зовнішнього середовища, потенційні можливості та загрози в процесі забезпечення належного рівня розвитку можуть бути комплексно враховані та відображені при використанні структурно-функціонального моделювання розвитку підприємства.

Метою статті є аналіз структурно-функціонального моделювання управління розвитком підприємства.

Підприємство є складною соціально – економічною системою, для формального опису якої, враховуючи теорію систем, виділяють три основні підходи: абстрактний, логіко - філософський та структурно-функціональний.

Кандиба А.М., у своїй роботі [2], пояснює ці підходи таким чином:

1) абстрактний – теоретико - множинний опис системи, яка є певним відношенням, що описує сукупність множин $x_1, x_2 \dots x_n$, і n -м відношенням до множини;

2) логіко-філософський – множина процесів і предметів, на яких реалізується завчасно визначене відношення з фіксованою властивістю;

3) структурно-функціональний: система n елементів, серед яких можна виділити m різних видів. Входи і виходи об'єкта умовно розмежовані на керовані і некеровані, утворюючи множину станів об'єкта управління.

Структурно-функціональне моделювання передбачає побудову і використання як моделей графіків, таблиць, блок-схем тощо, для яких встановлено певні правила їх об'єднання й перетворення [1, с. 14].

Умовний образ певної системи об'єктів або процесів, поданий за допомогою взаємозалежних комп'ютерних таблиць, блок-схем, діаграм, графіків, рисунків, анімаційних фрагментів, гіпертекстів, який відображає структуру й взаємозв'язки між компонентами об'єкта дослідження; такі моделі називають структурно-функціональними [1, с. 65]. Тобто, структурно-функціональна модель – це цілісне уявлення про єдність структури і функцій складових елементів об'єкта, виявлення їх взаємозв'язку.

Структурно-функціональна система характеризується трьома атрибутами: структурою, функціями та емерджентністю.

Структура, як форма внутрішньої організації елементів об'єкта, характеризує будову (тобто, архітектуру, технологію) системи, визначаючи складові її елементів.

Функції системи описують мотивацію (поведінку) елементів системи і сутність зв'язків між ними.

Емерджентність перетворює систему в єдине ціле, тим самим поєднуючи певним чином елементи системи з її функціями, що дозволяє спостерігати за станом системи за допомогою множини характеристик.

Таким чином, система, враховуючи атрибути, має наступний формальний вигляд (1):

$$S = \langle \sum \square, F, [-] \rangle, \quad (1)$$

де $\sum \square$ – структура системи;
 F – множина функцій системи;
 $[-]$ – емерджентність системи.

При цьому, формальне визначення системи (1) має змістовну чіткість, коли кожен атрибут чітко виражений на основі математичних понять (множини, графу, співвідношення).

Сучасними методами структурно-функціонального аналізу та моделювання складних систем є технологія структурного аналізу та проектування SADT (Structured Analyses and Design Technique) [1, с. 67].

Відмінними рисами методології SADT є:

- використання принципу побудови моделі «зверху – вниз»;
- можливість одночасно із структуруванням проблеми розробляти структуру бази даних з використанням мови SQL;
- зведення моделі до кольорової сітки Петрі.

Етапи побудови моделі:

1. Розробка грубої (ескізної) моделі.
2. Уточнення моделі (формування окремих SADT-блоків вищого рівня ієрархії. При цьому, інші блоки моделі можуть залишатися незмінними).

Таким чином, застосування технології SADT з відповідним програмним забезпеченням дасть можливість уніфікувати окремі блоки моделі складної системи, розпаралелити процес створення моделі та об'єднати побудовані модулі до єдиної ієрархічної динамічної моделі.

Одним з поширених засобів структурно-функціонального аналізу є пакет «CASE-Аналітик», який призначений для автоматизації проектування та впровадження широкого класу систем обробки інформації й управління: інформаційно-обчислювальних мереж, організаційно-управлінських АСУ всіх рівнів.

В основі пакету «CASE-Аналітик» лежать засоби побудови строгої та наочної структурно-функціональної моделі системи, яка представлена у вигляді ієрархії діаграм потоків інформації та функціональних зв'язків, що автоматично відображаються у базі даних.

Пакет дає змогу будувати й редагувати потокові діаграми, здійснювати пошук за діаграмами та даними, експортувати й імпортувати дані з інших пакетів, оформлювати проектну документацію відповідно до вимог стандартів.

Таким чином, на основі використання структурно – функціонального моделювання маємо можливість графічно побудувати модель розвитку підприємства, на основі якої проаналізувати сформовані блоки, виконати їх деталізацію; формально описати модель; дослідити взаємодію та взаємовплив атрибутів моделі; описати та виявити процеси, що протікають при управлінні розвитком на підприємстві, й на цій основі обгрунтувати та виробити необхідні управлінські дії.

Список використаних джерел

1. Бахрушин В.Є. Математичні основи моделювання систем: Навчальний посібник для студентів / В.Є. Бахрушин. – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2009. – 224 с.
2. Кандиба А.М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. підручник / А.М. Кандиба. – К.: Аграрна наука, 2004. – 208 с

*Левченко М. В., магістр спеціальності «Економіка підприємства»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Основним завданням підприємства, що нерозривно пов'язане з ефективністю виробництва, забезпеченням випуску необхідної кількості виробів і високою якістю, є досягнення конкурентоспроможності продукції на ринку. Сильні та слабкі сторони діяльності підприємства, визначені

у процесі оцінювання конкурентоспроможності, дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку. Однак, визначення можливостей підприємства у конкурентній боротьбі та досягнення високих результатів стає все складнішим. Це пов'язано з необхідністю постійного пристосування до умов, що змінюються. Крім того, важливою проблемою стає кількісна оцінка рівня конкурентоспроможності продукції і управління нею, так як це досить трудомісткий, інтегрований процес, що складається із взаємопов'язаних складових і від якого залежить конкурентоспроможність усього підприємства.

Різні аспекти проблеми забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємства висвітлювались у працях зарубіжних і українських вчених (І. Ансоффа, Г. Л. Азоєва, О. А. Горбашко, І. М. Герчикової, А. П. Градова, В. Л. Дикань, Ю. Б. Іванова, П. С. Зав'ялова, Ф. Котлера, В. Я. Маштабей, М. М. Мельникової, М. Портера, Ю. Б. Рубіна, А. Томпсона, Р. Уотермена, Р. А. Фатхутдінова, А. Ю. Юданова та ін.). Проте у сучасній економічній літературі немає єдиної загальної методики оцінювання конкурентоспроможності продукції. Саме тому дослідження є актуальним, адже від правильно підібраного методу залежить точність оцінки та подальші дії підприємства.

Сучасні вимоги ведення бізнесу вимагають постійної адаптації до змін. Сьогодні уже жодне підприємство не може бути упевненим, що його конкурентні переваги не будуть запозиченими

іншими конкурентами. Управління ж конкурентоспроможністю продукції на сьогоднішній день займає чи не центральне місце у загальній системі управління підприємством. Саме рух теоретичних розробок, концепцій від маркетингового підходу в управлінні до концепції управління конкурентоспроможністю продукції є найактуальнішими для підприємства, адже це уже не просто відповідальність за збут окремого відділу, чи певна функція, це інтегрований процес, який складається із декількох взаємопов'язаних складових та від якого залежить конкурентоспроможність підприємства. Проте не зважаючи на важливість управління конкурентоспроможністю продукції єдиного підходу визначення та механізму управління не запропоновано й досі.

Аналіз економічної літератури, монографій, наукових статей дозволяє зробити висновки, що визначенню управління конкурентоспроможністю продукції присвячено недостатньо уваги. Так, Т.І. Сабецька під управлінням конкурентоспроможністю продукції розуміє «сукупність заходів, що здійснюються в процесі розробки, проектування, виробництва, просування, реалізації та післяпродажного обслуговування продукції з метою створення її привабливості для кінцевого споживача та передбачає збалансований вплив на економічні показники діяльності підприємства виходячи з критерію прибуток» [1, с. 174]. Одним з провідних чинників, які формують стійку конкурентну перевагу, автор вважає зацікавленість торгових підприємств у продукції, що виробляє підприємство. Власну ж модель конкурентоспроможності продукції автор бачить як сукупність трьох складових: 1) соціальний аспект задоволення попиту; 2) отримання прибутку та вигоди виробником; 3) отримання прибутку торговими підприємствами. На нашу думку, така сукупність чинників є стратегічно орієнтуючою, враховуючи при розробці або проектуванні продукту, передусім, норми прибутку та ціну виробу, автор в меншій мірі робить акцент на інші складові конкурентоспроможності – якість, асортимент, сервіс, післяпродажне обслуговування тощо.

Бондаренко С.М. вважає, що управління конкурентоспроможністю продукції має бути рейтинговим, тобто спрямованим на створення та підтримку конкурентних переваг шляхом впливу на чинники, умови, джерела та методи їх формування з використанням рейтингових оцінок. На конкурентоспроможність продукції впливає велика кількість чинників різноманітної природи, які мають ієрархічну структуру. До чинників першого порядку віднесено якість, ціну виробу, відповідність напрямам моди, репутацію виробника, співвідношення попиту та пропозиції на ринку, маркетингові та

комерційні складові споживчої вартості та інше [2, с. 41]. Не погоджуємось із позицією автора, у контексті ототожнення ціни та якості виробу із переліченими чинниками. Вважаємо, що конкурентні переваги та чинники конкурентних переваг (чинники) це не тотожні поняття, тому об'єднувати їх не можна, особливо коли ці поняття розглядаються із позицій прямого та опосередкованого впливу на конкурентоспроможність.

Група авторів Т.А. Бурцева, В.С. Сизов, О.А. Цень вважають, що забезпечення конкурентоспроможності – це, передусім, філософія управління всією системою в умовах конкуренції, що орієнтується на вирішення наступних задач: 1) дослідження потреб споживачів та тенденцій їх розвитку; 2) оцінка поведінки та можливостей конкурентів; 3) дослідження стану та тенденції розвитку ринку; 4) пізнання оточуючого середовища та його тенденції; 5) навчитись створювати такий товар, щоб споживач віддав перевагу створеному товару, а не товару конкурента; 6) орієнтувати реалізацію перерахованих завдань на довготривалу перспективу [3, с. 42].

Кінцевою метою усієї роботи підприємства є випуск продукції, яка повністю відповідала б вимогам цільового ринку. Такий результат забезпечує комплексна система управління якістю і конкурентоспроможністю продукції на підприємстві, тому її розробка, впровадження та функціонування є основою для випуску високоякісної продукції на підприємстві. Проте, слід відзначити, що ми не відокремлюємо якість від конкурентоспроможності продукції адже вона є невід'ємною її складовою. Враховуючи визначення розглянуті вище та сутність конкурентоспроможності вважаємо, що під управлінням конкурентоспроможністю продукції слід розуміти процес ідентифікації, планування, формування, утримання та нарощування (нагромадження) конкурентних переваг продукції на кожному етапі створення доданої вартості з метою підвищення рівня конкурентоспроможності продукції чи утримання його на запланованому рівні.

Список використаних джерел

1. Сабецька Т. І. Теоретичні аспекти визначення виробничо-маркетингового потенціалу підприємства / Т. І. Сабецька // Економічний простір. – 2014. – № 85. – С. 174-186.
2. Бондаренко С. М. Рейтингова система управління конкурентоспроможністю промислової продукції / С. М. Бондаренко // Проблеми науки. – 2011. – № 11. – С. 41-47.
3. Бурцева Т. А. Управление маркетингом : учеб. пособ. / Т. А. Бурцева, В. С. Сизов, О. А. Цень. – Москва : Экономистъ, 2011. – 223 с.

*В.І. Ляшенко, доктор економічних наук, професор
Міжнародний центр дослідження соціально економічних проблем
модернізації та розвитку кооперації, м. Полтава*
*Ю.М. Харазішвілі, доктор економічних наук, професор
Інститут економіки промисловості, м. Київ*

РОЛЬ КОГНІТИВНОЇ СКЛАДОВОЇ КРЕАТИВНИХ ПОСЛУГ В ПРОЦЕСАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасне суспільство знаходиться в стані зміни культурної парадигми, в ході якої знання і когнітивні здібності людини займають місце головного улаштовувача соціоекономічного простору його життя. Освіта стає однією з основних сил розвитку, разом з екологією, «зеленою» енергетикою, охороною здоров'я і інформаційною сферою [1, с.584]. Знання придбаває риси головного соціуму, що виробляє знаряддя, а людське *coгito* радикальним чином впроваджується в природу і форми матеріальної праці. Цінність створюють не стільки придбання і використання знання, скільки створення нового знання і його інноваційне використання [2, с. 545]. У цьому сенсі можна говорити про становлення суспільства що виробляють знання [3, с.22], тобто знання, які здатні створювати і входить в речі, технології, глобальні і локальні структури життя, людські відносини і, кінець кінцем, робити саме знання.

Вже є загальноприйнятним положення про перехідний зміст нашої епохи, що полягає не в "капітальному ремонті", а в глибоких системних змінах, темпи яких, до того ж, постійно прискорюються. Питання, які активно дискутуються і в більшості своїй не знаходять поки відповідей, — про спрямованість і системоутворюючу логіку відповідних трансформацій. Природньо, ми можемо розглядати цю проблему лише концептуально, слід позначити визначальні тенденції глобальних трансформацій. «Головна з них полягає в тому, що, попри існуючі колізії, є всі підстави стверджувати, що під впливом об'єктивних чинників глобально-цивілізаційного процесу світ розвертається ліворуч — у бік людини. Формується принципово нова, егоцентрична або, що одне і те саме, соціоцентрична реальність. Її сенс: людина не опосередковано (так було завжди), а прямо і безпосередньо стає реальним системоутворюючим центром перспективи. Стверджується принципово нова взаємозалежність: «егоцентристська цивілізація — егоцентристське суспільство — егоцентристська економіка». Можна не погоджуватися з пропонованою термінологією, але сенс обговорюваного - однозначний: логіка перспективи — це егоцентристська логіка» [4].

Йдеться про принципове уточнення місця людини в суспільному процесі, про її визначення не тільки як суб'єкта (енергетичного центру), а й безпосередньої мети, її суб'єкта і водночас об'єкта розвитку. Основа відповідних змін — зростання підготованої всім попереднім розвитком самодостатності людської особистості, принципово нові можливості її самореалізації і свободи вибору. «Четверта промислова революція значно інтенсифікує ці процеси. Ми говоримо про становлення епохи, в якій протагорівський принцип "людина — міра всіх речей" отримує можливості системного втілення, про початки епохи реального гуманізму, не про заперечення історії і не про передісторію, а про справжню історію. Природно, це дуже складний і суперечливий процес, який включає в себе припливи і відпливи, але його не можна зупинити. Він реалізується на основі логіки саморозвитку спонтанно і в цьому сенсі невідворотній» [4].

Ще одне принципово значуще: логіка егоекономічних перетворень природним чином кореспондує з дематеріалізацією економічної системи, фактичним запереченням матеріального виробництва. Природно, йдеться не про голе, а, як кажуть у таких випадках філософи, про позитивне заперечення діючої системи — економіки товару, заміну її протягом п'ятої «довгої хвилі» М.Кондратьєва постіндустріальною «економікою послуг». Опускаючись у підгрунтя економічного процесу, відповідна модель економіки обмежується інструментальною функцією. «Системоутворюючу в економічному процесі функцію перебирає на себе дематеріалізована за своєю суттю соціоцентристська економіка. Ми говоримо про структурний формат економіки, яка, кажучи словами Маркса, розташовується "по той бік матеріального виробництва". І це — не чиста теорія, це сьогодні реальність, що інтенсивно розвивається. За словами англійського вченого, одного із засновників ідеологічної концепції "нового лібералізму" Е.Гідденса, "центральною подією ХХ століття стала перемога над матеріальним". Йдеться не тільки про мережеву економіку — віртуальну економіку символів і знаків, яка інтенсивно розвивається в наш час. Мається на увазі дематеріалізація системоутворюючих початків відтворювальних процесів у їхньому широкому розумінні. Ми говоримо перш за все про перетворення інформації та знань на основний виробничий ресурс, домінуючу форму багатства суспільства. Це водночас і ті складові, які прямо й безпосередньо конституують структурну цілісність людської особистості, її креативний потенціал. Відповідним чином формується інтегруючий початок егоцентристської економіки: її безпосередня мета, про яку ми говорили, мета розвитку багатства людської особистості і основний відтворювальний ресурс реалізації цієї мети поглинають одне одного. Перетворення людини на об'єкт

і водночас суб'єкт розвитку в їх єдності реалізується передусім у відповідній площині» [4].

Це дає підставу для класифікації сфери послуг наступним чином. 1. Традиційні послуги: торгівля; діяльність готелів і ресторанів; операції з нерухомим майном; надання комунальних та індивідуальних послуг; тимчасове розміщення та організація харчування.

2. Прогресивні послуги: діяльність транспорту і зв'язку; фінансова діяльність; державне управління; охорона здоров'я; інформація і телекомунікації; туристична діяльність; діяльність у сфері адміністративного і допоміжного управління.

3. Креативні послуги: освіта; рекламна та маркетингова діяльність; професійна, наукова та технічна діяльність; мистецтво, спорт, розваги.

Розподіл внеску в економіку Вінницької області відповідних секторів та підсекторів економіки наведений на рис. 1.

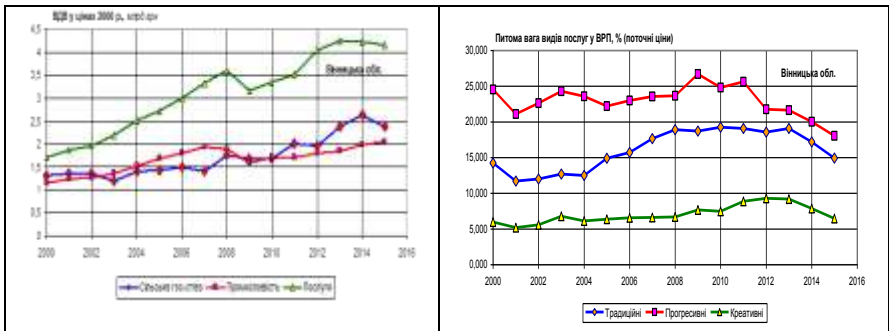


Рис. 1. Структурна динаміка основних секторів економіки та підсекторів сфери послуг в економіці Вінницької області.

Змінюється і специфіка сучасної праці. Постматеріальне егоцентристське відтворення — це домінантність творчої праці. Творча праця відрізняється від репродуктивної полем своєї реалізації, втілює принципово інші мотиваційні механізми та енергетику. Розташовуючись поза межами реалізації матеріальної необхідності, логіки "мати", вона в зв'язку з цим, як і знання та інформація, є основою самоствердження особистості, її індивідуальності. Надзвичайно значущим у цьому є й те, що творчість народжується зі свободи, невіддільна від свободи. Лише вільна особистість здатна до творчості. Зауважимо, що в цьому разі йдеться про можливість людини діяти не згідно зі стереотипами, суспільно детермінованими правилами, нормами раціоналізму, а адекватно індивідуальним мотиваціям, установкам власного розуму. Енергетика творчої праці, як і загалом інноваційний

потенціал соціовідтворення, базується на цій основі. Відповідним чином перебудовуються організаційні основи не тільки макро-, а й мікроекономіки, структурні побудови і мотиваційні механізми первинної ланки економіки — корпорації та фірми. Довіра до працівника і стимулювання його творчості формують їх системоутворюючі початки.

У системі зароджуваних економічних відносин досить рельєфно проглядається ще одна лінія перетворень — домінантність постматеріальних потреб людини. На відміну від фізіологічних (матеріальних) потреб — потреб "підтримки власного тіла" (А.Шопенгауер), постматеріальні потреби, як і творчість, належать до класу екзистенційних визначень особистості, ідентифікуються як "справді людські потреби". Це, з одного боку, потреби нашого пізнання і комунікацій, з іншого — потреба самоствердження і самоідентифікації індивідуальності в людині, накопичення її інтелектуального потенціалу, реалізації творчого початку. У дематеріалізації відтворювального циклу такою ж значущою є роль соціального капіталу. Формуючись з допомогою неформальних норм і принципів на основі свободи й довіри спонтанно, соціальний капітал перебирає на себе дуже важливу в сучасній економіці функцію — функцію морально-психологічного ресурсу економічної динаміки. Багато країн Заходу досягли високих результатів у економічному процесі, спираючись на конструктивізм цього ресурсу.

Відповідний перелік позицій, що характеризують процес становлення постматеріального відтворення, можна продовжити. У названих констатаціях важливо враховувати от що. У нас поки немає підстав говорити про накопичення достатньої критичної маси і їх домінантність в економічному процесі. Ми ведемо мову про зародження його засад, які формуються, природно, далеко не в прямолінійному режимі, методом припливів і відпливів. І ще про принципово значуще. Важливо зрозуміти суперечливість механізмів формоутворення цих процесів. Йдеться про використання в цьому старого одягу — наповнення новим змістом функціонуючих форм. Це загальна закономірність перехідного стану економіки, один із чинників її системної розбалансованості. Нові функціональні форми набувають своєї адекватності лише в зрілому стані системи. Ми не завжди враховуємо це.

«Світ капіталу знань, що формується, є не менш деспотичний, чим світ капіталу фінансового. У своїй новій цивілізаційній функції знання не лише формують нову духовність, не лише створює нову матеріальну культуру, воно стає виробником нового соціуму. І цей новий, «когнітивний бог» змінює на громадському п'єдесталі фізичну технократію» [5, с. 20].

Епоха масового дилетантського відношення до знання змінюється з плином часу, що вимагає такого ж масового «професійного» залучення до нього. Відношення до виробництва знання починають визначати соціальну структуру і місце в ній окремого індивіда. Наука як основний виробник знання вступає в сфери політичного панування. Звідси, онтологічним завданням суспільства стає подолання тієї парадигми буття, яка виправдовує латентну експропріацію соціальних ресурсів *cogito* на користь праці фізичної. Інакше кажучи, подолання того стану справ, коли матеріальні сфери життя вважають справедливим приховувати свою абсолютну залежність від сфер творчих і інтелектуальних, зводячи виробників останніх в масовій свідомості до стану допоміжних сил, «парієв», які є лише «інструментом вказуючої економічної волі».

Список використаних джерел

1. Рогов С. М. Россия должна стать научной сверхдержавой // Вестник Российской академии наук. - М: Наука, 2010. - Том 80, № 7. – С. 575-590.
2. Hammershoj LG. Creativity as a Question of Bildung // Journal of Philosophy of Educatk. - Oxford: Blackwell Publishing, 2009. - Vol. 43, № 4. - P. 540- 548.
3. Карпов А.О. Образовательный институт, власть и общество в эпоху роста культур знаний. - СПб.: Алетейя, 2013. – 186 с.
4. Анатолій Гальчинський: "Світ розвертається ліворуч — у бік людини" // Дзеркало тижня. – 2016. - №40. – С. 4.
5. Карпов А. Социокогнитивная структура и образование в обществе знаний // Общество и экономика. - 2013. - №11-12. - С. 5 - 20.

В.В. Македон, к.е.н., докторант

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СТРАТЕГІЧНІ ЗАСАДИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТІВ І ПОГЛИНАНЬ КОМПАНІЙ

Засадничі принципи розвитку корпоративного сектора в 80-і рр. ХХ ст. – економія, компактність, гнучкість і маневреність, а з другої половини 90-х років минулого століття змінилися орієнтованістю на експансію і зростання. Компанії безперервно знаходять додаткові джерела підвищення ефективності функціонування і розширення масштабів своєї діяльності, у зв'язку з чим затвердилися варіанти зростання, що принципово розрізняються по концепції їх поведінки: власне розвитку і за рахунок цього – нарощування власних майнових комплексів і

розширення зон впливу; встановлення контролю над зовнішньою структурою, що дозволяє забезпечувати кількісне і якісне зростання. Внутрішній потенціал зростання реалізується через збільшення прибутковості наявних активів, зростання інновацій і операційної ефективності, зовнішній - за рахунок процесів злиття і поглинань. При цьому в першому варіанті, як правило, не відбувається змін форм власності і форми виробництва, а також зміни власників, тоді як в другому – ці зміни часто є неминучими [2].

Внутрішнє зростання, головною характеристикою якого є реінвестування доходів попередніх періодів, найбільш характерний для початкових етапів розвитку компанії. Перевагою внутрішнього розвитку є нижчий рівень ризику, ніж при зовнішньому розвитку. В той же час розвиток компанії прискорюється за допомогою зовнішнього зростання, ніж при використанні внутрішніх механізмів, коли зростання компанії відбувається поступово.

Зовнішні механізми зростання – встановлення контролю над зовнішньою структурою за рахунок процесів злиттів і поглинань (M&A). Під контролем над іншими компаніями мається на увазі можливість визначати стратегію розвитку компаній і розпоряджатися фінансовими і товарними потоками. Зацікавленість учасників ринку в можливості контролювати інші компанії породжує наявність ринку контролю над компаніями (ринку корпоративного контролю). Економічна функція будь-якого ринку полягає в найбільш ефективному розподілі наявних обмежених ресурсів. Ринок корпоративного контролю служить найбільш ефективному розподілу активів у вигляді діючого бізнесу до найбільш ефективних власників. Товаром на цьому ринку виступають права контролю над тими або іншими компаніями. Вираженням цих прав контролю над компанією є права власності на акції/частки компанії. У межах операцій злиттів і поглинань права контролю над компанією-метою, обертаються або на фондовому ринку, або ринку угод, залежно від публічності тієї або іншої компанії. На міжнародному ринку злиттів і поглинань більшість інтеграційних процесів відбуваються за допомогою саме ринку публічних корпоративних угод [1]. Злиття і поглинання дозволяють компаніям вирішувати багато стратегічних завдань, будь то отримання ефектів масштабу, розширення географії діяльності, посилення ринкових позицій або фінансової потужності, перехід в нові, перспективніші галузі, доступ до передових технологій. При правильному підході злиття і поглинання виявляються невід'ємним компонентом стратегії зростання: як показують результати досліджень консалтингової компанії «McKinsey», довгострокове зростання багатьох великих

корпорацій більш ніж на третину відбувається саме за рахунок процесів злиттів і поглинань [3].

Зарубіжна економічна література трактує злиття як об'єднання компаній, з приблизно однаковими економічними параметрами. Іншими словами, передбачається, що в угоді обидві сторони виступають на абсолютно рівних началах і відбувається не придбання, а дійсне злиття двох рівних бізнесів.

Деякі автори під терміном «злиття» мають на увазі увесь спектр угод по злиттям і поглинанням: дружнє поглинання, недружнє або вороже поглинання, купівля усіх або основних активів компаній-мети (без об'єднання, тобто від компанії-мети в цьому випадку залишається лише «оболонка» і грошові кошти від продажу активів). В той же час існує і протилежна точка зору, коли усі інтеграційні процеси об'єднуються під терміном «поглинання». В якості синонімів «поглинання» в економічній літературі часто використовуються більш широкі категорії: в економічному контексті – «придбання».

Аналіз праць вчених і практикуючих фахівців з проблем формоутворення корпоративного сектора показує відсутність чіткої відмінності між поняттями «merger» і «acquisition». У усіх розглянутих роботах ці терміни використовуються разом. У середовищі інвестиційних банкірів, що спеціалізуються на фінансовому консультуванні учасників M&A угод, також не прийнято класифікувати угоди на злиття і поглинання. Будь-яку угоду прийнято називати угодою M&A незалежно від її сутності.

Таким чином, виявлена розбіжність у визначеннях понять «злиття» і «поглинання» обумовлене цілим рядом факторів. По-перше, немало відмінностей витікає як з національної ділової практики, так і з відмінностей між «академічною» і «правовою» трактуваннями, часто обумовленими особливостями національного законодавства. По-друге, об'єктивність таких розбіжностей пов'язана із запозиченням англо-американських термінів, що не мають однозначного тлумачення. Термін «merger» може означати як процес поглинання шляхом придбання акцій або основного капіталу, так і процес злиття, при якому з двох економічних одиниць створюється одна нова або відбувається приєднання однієї економічної одиниці до іншої з припиненням її діяльності. Термін «acquisition» інтерпретується і як придбання (акцій), і як поглинання (корпорації), і як отримання контролю (controlling interest) в іншій компанії, у тому числі шляхом купівлі її акцій.

Автор вважає за доцільне виходити із загальноприйнятих визначень такого роду інтеграційних процесів, використовуваних в економічній теорії і світовій практиці. Під злиттям ми маємо на увазі об'єднання господарюючих суб'єктів, в результаті якого утворюється єдина структура на основі двох або декількох

количні структур, що повністю втрачають своє самостійне існування.

Список використаних джерел

1. Эванс Фрэнк Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях. Создание стоимости в частных компаниях / Фрэнк Ч. Эванс, Дэвид М. Бишоп. – М.: Альпина Паблишерз, 2009. – 336 с.
2. DePamphilis D. Mergers, Acquisitions, and Other Restructuring Activities: An Integrated Approach to Process, Tools, Cases, and Solutions / D. DePamphilis. – N.Y.: Academic Press, 2009. – 800 p.
3. Green Milford B. Mergers and Aquisitions: Geographical and Spatial Perssppectives / Milford B. Green. – Taylor & Francis Group, 2011. – 234 p.

О.Г. Мельник, д.е.н., професор

М.Є. Адамів, к.е.н.

Національний університет «Львівська політехніка»

МІЖНАРОДНІ АКЦЕНТИ ДІАГНОСТИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ БІЗНЕС-СТРУКТУР¹

Європейська інтеграція України, що на сучасному етапі активно пропагується в усіх сферах суспільства, повинна прокладатись не лише виключно власними зусиллями на підставі національних переконань, але й з урахуванням та перейманням визнаного міжнародного досвіду. В умовах євроінтеграційних перетворень однією із ключових перспективних можливостей для розвитку вітчизняної економіки є залучення іноземних інвестицій як потужного рушія прогресивних зрушень та трансформацій. Вже не новиною є той факт, що європейський ринок представлений потужними бізнес-структурами різних розмірів, котрі прагнуть надалі активно розвивати свою діяльність, в тому числі й за допомогою пошуку та вкладання ресурсів у привабливі об'єкти інвестування. При цьому настрої іноземних інвесторів не є стабільними, а динамічно змінюються відповідно до актуальних пріоритетів та тенденцій розвитку міжнародної економіки. З огляду на усе вищевикладене важливим завданням сьогодення є дослідження ключових міжнародних та зокрема європейських акцентів діагностування інвестиційної привабливості бізнес-структур з метою гармонізації вітчизняних діагностичних методик

¹ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф 66 Державного фонду фундаментальних досліджень

у цій сфері та виявлення пріоритетних векторів розвитку національного інвестиційного клімату.

У міжнародному просторі дослідженням та визначенням пріоритетного інформаційного та методичного забезпечення діагностики інвестиційної привабливості підприємницьких структур займаються міжнародні аудиторсько-консалтингові компанії, котрі проводять спеціалізовані опитування інвесторів, керівників, представників органів влади тощо. Так, до найбільш відомих організацій такого профілю належить британська компанія Ernst & Young (EY), яка спеціалізується не лише на визначенні інвестиційної привабливості країн та регіонів світу, але й дослідженні перспективних тенденцій у сфері іноземного інвестування. Згідно із результатами спеціалізованого дослідження компанії EY «Перспективні правила інвестора» у 2015 р. [1], що ґрунтувалось на опитуванні більш, ніж 200 інституційних інвесторів з усього світу, актуальною тенденцією у сфері діагностики інвестиційної привабливості бізнес-організацій європейськими інвесторами є розширення діагностичних напрямів до нефінансової сфери функціонування об'єкта інвестування, що пріоритетно охоплює екологічну, соціальну та державну складові. Зокрема, за даними 2015 р. 61,5 % респондентів (на противагу 2014 р. – 33,7 %) враховували нефінансові дані суб'єктів господарювання різних галузей економіки при діагностуванні їхньої інвестиційної привабливості. Підсумовуючи результати зазначеного дослідження компанії EY, можна зробити такі висновки стосовно сучасного європейського досвіду та перспективних тенденцій розвитку діагностики інвестиційної привабливості підприємств [1]: європейські інвестори надають перевагу нефінансовій інформації, яка надходить безпосередньо від фахівців об'єкта інвестування, а не від третіх осіб; нефінансові дані повинні стосуватись ключових факторів ефективності підприємства, які можна виміряти, а саме управління, витрат та ризиків діяльності; база нефінансових даних повинна відображати ключові показники ефективності та відповідні їм стандартизовані галузеві критерії для порівняння бізнес-структур однієї галузі; нефінансова інформаційна база повинна чітко репрезентувати взаємозв'язок з нефінансовими ризиками та очікуваною ефективністю діяльності підприємства; нефінансові дані мають бути затверджені вищим керівництвом суб'єкта господарювання.

Згідно із результатами досліджень [2] міжнародної мережі консалтингово-аудиторських організацій PricewaterhouseCoopers (PwC), котра входить у велику четвірку аудиторських компаній, пріоритетними інформаційними даними для діагностики інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання є фінансова інформація, інформація про стратегію підприємства та розподіл

ресурсів, ризики діяльності та можливості розвитку, державну політику, кадрові ресурси, екологічна, соціальна інформація.

Відповідно до результатів дослідження [3] міжнародної групи інвесторів Principles for Responsible Investments (PRI) (2013 р.) інвестори при ухваленні інвестиційних рішень використовують розгорнуту інформаційну базу, яка стосується не лише фінансового стану бізнес-структури, але комплексно охоплює дані: економічного аналізу (дає змогу врахувати тенденції та чинники, які можуть вплинути на економічні перспективи та зокрема процеси створення нової вартості та формування капіталу); галузевого аналізу (забезпечує можливість врахування рушійних факторів конкурентоспроможності та потенціалу для стійкого створення вартості в галузі); про стратегію компанії (дає змогу зрозуміти якість менеджменту і корпоративної стратегії, а також оцінити здатність бізнес-структури відповідати на нові виклики та тенденції); діагностики (забезпечує можливість коригувати діагностичні методики, в тому числі щодо руху грошових коштів та середньорічної вартості капіталу, для відображення рівня ефективності у сфері матеріальної стабільності компанії).

Таким чином, з урахуванням усього вищевикладеного запропоновано гармонізувати вітчизняні діагностичні надбання та сформувати уніфіковану методику діагностики інвестиційної привабливості підприємств, що передбачатиме комплексне оцінювання за її пріоритетними складовими, а саме фінансово-економічною, соціальною, логістичною, технологічно-майновою, адміністративно-правовою, партнерською, іміджево-брендовою, товарною привабливістю. При цьому така методика повинна ґрунтуватись на оцінюванні різноманітних репрезентативних (абсолютних, відносних, комплексних) індикаторів в межах кожної вищевикладеної привабливості підприємства з метою визначення узагальненого інтегрального рівня інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання.

Список використаних джерел

1. Tomorrow's Investment Rules 2.0. Ernst & Young, 2015 [Електронний ресурс]. Режим доступу: [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-tomorrows-investment-rules-2/\\$FILE/EY-tomorrows-investment-rules-2.0.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-tomorrows-investment-rules-2/$FILE/EY-tomorrows-investment-rules-2.0.pdf).
2. Corporate performance: What do investors want to know? Powerful stories through integrated reporting. PricewaterhouseCoopers, 2014 [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.pwc.com/gx/en/audit-services/corporate-reporting/publications/investor-view/assets/pwc-investors-survey-powerful-stories-through-integrated-reporting.pdf>.

3. Integrated Analysis: How investors are addressing environmental, social and governance factors in fundamental equity valuation. Principles for Responsible Investments, 2013 [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.unpri.org/download_report/3950.

І.Л. Павлик, асистент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СТАТУСУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Головною рушійною силою ринкової економіки, інструментом забезпечення її рівноваги та гармонічного розвитку є конкуренція. Розвиток ринкових відносин країни потребує фундаментального дослідження проблем конкуренції і підвищенню конкурентного статусу підприємств торгівлі.

Умови формування ринкових відносин країни характеризуються динамічністю зовнішнього середовища, загостренням конкурентної боротьби, підвищенням рівня комерційного ризику, зниженням платоспроможності населення. У зв'язку із скрутним фінансовим станом більшість підприємств потребують забезпечення ефективного функціонування та пошуку засобів їхнього виживання.

Визначальним чинником впорядкування цін, продажу і купівлі товарів, а також стимулом інноваційних процесів між суб'єктами господарювання за найбільш вигідні умови виробництва є конкуренція.

Отже, посилення конкуренції висуває підвищенні вимоги до економічної поведінки підприємств на споживчому ринку. Тому особливої актуальності набуває проблема формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі.

Формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі полягає у виявленні сильних і слабких сторін підприємства. Ця система надає змогу максимально удосконалити приховані потенційні можливості підприємств. Конкурентний статус складає узагальнюючу оцінку його конкурентним перевагам в питаннях формування ресурсного потенціалу, якості задоволення споживчого попиту і є об'єктивною необхідністю для успішного функціонування підприємств торгівлі на ринку.

Система підвищення конкурентного статусу надає підприємствам торгівлі можливість утримувати лідируючі позиції на ринку на відміну від інших потенційних конкурентів в майбутньому.

Фундаментом формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі є узагальнююча оцінка його

конкурентних переваг в питаннях формування ресурсного потенціалу якості, задоволенню споживчого попиту. Від того, на скільки успішно працюватиме ця система, залежить економічне та соціальне життя будь-якого підприємства, практично кожного споживача.

На формування системи конкурентного статусу підприємств торгівлі має вплив ряд чинників: об'єктивних та суб'єктивних, які залежать від команди управління підприємством, організації та цілеспрямованості робіт.

Є різні трактування конкурентного статусу підприємств торгівлі. Але головне те, що він має характеризувати передумови досягнення підприємствами торгівлі тих чи інших конкурентних переваг. Результатом формування системи підвищення конкурентного статусу має стати опис поточного перспективного стану підприємств торгівлі, їх основних проблем і шляхів вирішення.

Постійний моніторинг ринків, позицій підприємства, конкурентів, здатність та швидке пристосування до змін на ринку надає можливості отримати успіх у конкурентній боротьбі. Важливим є врахування смаків і переваг постійних споживачів.

Отже, формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі потребує впровадження конкурентних стратегій і розвитку використання ефективних методів, форм та засобів конкурентної боротьби, реалізації наявних конкурентних переваг цих підприємств, значного посилення державної підтримки та створення рівних умов їх функціонування у конкурентному середовищі.

Список використаних джерел

1. Гудзинський О.Д. Управління формуванням конкурентоспроможного потенціалу підприємств (теоретико-методологічний аспект): монографія / О.Д. Гудзинський, С.М. Судомир, Т.О. Гуренко. – К.: ІПК ДСЗУ, 2012. – 212 с.
2. Дяченко Т.А. Теоретико-методичні засади оцінки конкурентного середовища та конкурентної позиції підприємства на ринку / Т.А. Дяченко // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. - № 4. – С. 203-208.
3. Плужніков В.О. Вплив мотивації праці на підвищення ефективності виробництва – В.О. Плужніков, О.О. Кіях // Економіка АПК. – 2013. – № 4. – С. 137-140.

В.І. Перебийніс, д.е.н., професор

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Т.П. Житник, к.е.н., доцент кафедри економіки, підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

МОДЕЛЮВАННЯ ЗАЙНЯТОСТІ СІЛЬСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ

Зайнятість сільського населення є одним з найважливіших макроекономічних показників, який визначає економічну кон'юнктуру національного ринку праці та впливає на рівень життя населення. На сучасному етапі сільський ринок праці перебуває у досить скрутному становищі: неспроможність працевлаштування; низький рівень заробітної плати; значна частка селян непрацездатного віку, яка не в змозі підняти економіку села; невисока питома вага інноваційних наукоємних галузей АПК; невизначеність прогнозних потреб ринку праці у фахівцях певних професій і кваліфікації; низька інвестиційна активність; переважно сезонний характер праці в сільському господарстві; відсутність розвиненої інфраструктури села тощо.

Проблеми розвитку зайнятості сільського населення в сучасних умовах залишаються найменш вивченими як в теоретико-методологічному, так і практичному аспекті, що й визначає актуальність досліджуваної тематики. У рамках даної проблеми особливої актуальності набуває розгляд питань моделювання очікуваного рівня зайнятості в системі регулювання соціально-економічного розвитку села.

Ефективне вирішення проблем у сфері сільської зайнятості населення неможливе без знання реальної ситуації на ринку праці держави та регіонів, постійного моніторингу та розроблення рекомендацій щодо поліпшення ситуації на них.

Математичне моделювання ринку праці як соціально-економічної системи спирається на досить всебічний і глибоко розроблений апарат економіко-математичних методів і моделей. Особливе значення для цілей цього дослідження мають роботи по статистичному моделюванню та прогнозуванню економічних процесів, зокрема, роботи С.А. Айвазяна, Т. Андерсона, Дж. Боксу, Г. Дженкінса, М. Кендела, Я.Р. Магнуса [5], В.С. Мхітаряна, Г. Тейла та ін. Моделюванню процесів на ринку праці також присвячені дослідження А.В. Андрюніна, В. Брагіна, А.Г. Коровкіна, Т.Д. Лапіної, Л. Ніворожкіної, В. Осаковскої К.В., Парбузіна А.В., Полежаєва, К.Н. Сабірьянова, Л.С. Чижової та ін. Серед вітчизняних вчених питаннями моделювання та прогнозування соціально-економічних процесів займаються Васильєв О.М.[1], Кулініч Р.О. [2], Островський П.І. [3], Возняк О. Г., Приймак В.І., Котирло Є. та ін. У більшості, це статистичне

моделювання і прогнозування на основі класичного кореляційно-регресійного або кластерного аналізу. У дослідженнях цих вчених розроблено широке коло теоретичних і практичних аспектів моделювання процесів ринку праці. Однак особливості місцевого рівня стосовно моделювання сільської зайнятості ще недостатньо вивчені

Зайнятість трудових ресурсів у сільськогосподарському виробництві об'єктивно дуже різна і визначається природними умовами, станом місцевих сільськогосподарських підприємств, розвитком несільськогосподарських сфер зайнятості в конкретній місцевості, щільністю населення, землезабезпеченістю, продуктивністю праці, розміром заробітної плати та іншими факторами. Частина факторів впливає на використання трудових ресурсів безпосередньо, інші - опосередковано, через діяльність людини.

Кількість факторів і значущість кожного з них не є постійними величинами: по мірі зміни виробничих умов і рівня життя сільського населення значення одних знижується, а інших - зростає. Наприклад, зараз характерним є збільшення загальної кількості діючих факторів, що лежать поза межами виробництва. Тому визначати, оцінювати і прогнозувати зайнятість трудових ресурсів потрібно починаючи від кожного села та враховуючи несільськогосподарську діяльність. Слід враховувати і принципи відмінності в приміських і периферійних селах, оскільки в першому випадку для селян розширюються можливості зайнятості та прослідковується закономірність росту інтенсивності землекористання при наближенні до міста.

Вплив безлічі факторів на використання трудових ресурсів в аграрних підприємствах характеризується тісним взаємозв'язком цих факторів. Встановити залежність рівня сільськогосподарської зайнятості від певних чинників та визначити рівень впливу останніх на використання трудових ресурсів можна за допомогою групування даних і кореляційно-регресійного аналізу. Завдяки групуванню даних нами вивчено суть взаємозв'язків, причини їх виникнення та характер взаємодії ряду факторів, що в певній мірі впливають на зміну рівня використання трудових ресурсів аграрних підприємств. Кореляційно-регресійний аналіз дає змогу визначити тісноту і порівняльний кількісний бік зв'язку.

У сільськогосподарських підприємствах, залежно від комплексу факторів, складається різна забезпеченість їх робочою силою і, як результат, різний рівень її використання. Водночас узагальнене визначення соціально-економічних факторів ускладнюється розрізненими даними про соціальний розвиток підприємств. Окремі сторони цих факторів характеризуються питомою вагою пенсіонерів у структурі населення, міграційним і

природним приростом, густотою населення, виробництвом валової продукції на одного зайнятого в сільському господарстві, заробітною платою тощо. Для всебічного аналізу використання трудових ресурсів при виборі факторів застосовано системний підхід, тобто враховано сукупність природно-географічних, соціально-економічних, демографічних і організаційних факторів, оскільки при взаємодії вплив кожного з них або знижується, або підсилюється.

Для визначення взаємозв'язків між динамікою зайнятості населення села та основних соціально-економічних показників розглянута база даних, що представляє собою сукупність показників, виходячи із загальних передумов можливого взаємозв'язку між ними, а також з урахуванням наявності статистичної інформації в обсязі, достатньому для проведення дослідження. Такий підхід дозволив визначити 16 найбільш важливих факторів впливу на ефективність використання трудових ресурсів у сільському господарстві і за допомогою електронно-обчислювальної техніки нами було проведено 16 парних кореляційно-регресійних аналізи.

При визначенні впливу різних факторів на рівень використання трудових ресурсів у сільському господарстві застосовано базисні функції, побудова яких полягає у визначенні кореляційно-регресійної моделі, в якій за результативний показник взято рівень сільськогосподарської зайнятості (Y_x), а факторними ознаками є: частка пенсіонерів у структурі населення (X_1); навантаження осіб пенсійного віку на 1000 чоловік працездатного населення (X_2); міграційний приріст на 1000 чоловік сільського населення (X_3); природний приріст на 1000 чоловік сільського населення (X_4); щільність населення (X_5); частка міських жителів у структурі населення (X_6); близькість сіл (X_7); середня людність села (X_8); продуктивність праці (X_9); середньомісячна заробітна плата (X_{10}); частка зайнятих в особистих селянських господарствах (X_{11}); вироблено валової продукції в порівняльних цінах на 1 га сільськогосподарських угідь (X_{12}); частка валової продукції тваринництва (в порівняльних цінах) в загальному обсязі виробництва (X_{13}); частка ріллі в структурі угідь (X_{14}); частка суспільного сектора в структурі сільськогосподарських угідь (X_{15}); землезабезпеченість (X_{16}).

Тіснота зв'язку між рівнем сільськогосподарської зайнятості й вибраними факторами визначається парними коефіцієнтами кореляції [3, с.129]. За даними матриці коефіцієнтів парної кореляційної залежності встановлено, що найбільш тісний зв'язок із рівнем сільськогосподарської зайнятості (Y_x) мають фактори: X_3 , X_4 , X_9 , X_{12} , X_{13} , X_{16} . Істотність коефіцієнтів кореляції

характеризується критерієм надійності, кожний з яких визначається за формулою:

$$\mu = \frac{r \times (n - 1)}{1 - r^2}$$

де μ - критерій надійності; n – порядковий номер.

Обчисливши коефіцієнти надійності для шести відібраних факторів, отримуємо значення від 2,333 (μ_9) до 8,014 (μ_4). При цьому мінімально припустимий розмір коефіцієнта надійності за таблицею Стюдента при кількості спостережень 25 дорівнює 1,894 [2, с.278]. Тобто з розрахункових коефіцієнтів надійності випливає, що істотність впливу всіх факторів доведено.

Отже, в процесі дослідження причинно-наслідкових зв'язків у кореляційно-регресійній моделі залежності рівня сільськогосподарської зайнятості населення вивчалися 16 факторів, які, за нашими припущеннями, справляють певний вплив на формування зазначеної результативної ознаки. Однак, при дослідженні коректності кореляційно-регресійної моделі встановлено мультиколінеарність (зв'язок між факторами), в результаті чого з даної моделі було вилучено десять факторів. Тому остаточний варіант кореляційно-регресійної моделі включає лише шість факторів, а саме: міграційний приріст на 1000 чоловік сільського населення (X_1 (3)); природний приріст на 1000 чоловік сільського населення (X_2 (4)); продуктивність праці (X_3 (9)); вихід валової продукції на 1 га сільськогосподарських угідь в порівняльних цінах (X_4 (12)); частка валової продукції тваринництва (в порівняльних цінах) в загальному обсязі виробництва (X_5 (13)); землезабезпеченість (X_6 (16)). В дужках зазначені порядкові номери даних факторних ознак у попередніх дослідженнях.

Дана кількість факторів дозволяє змістовно визначити вплив кожного з них, чого майже неможливо досягти при занадто великій кількості факторів. Рівняння кореляційно-регресійної моделі залежності рівня сільськогосподарської зайнятості населення (Y_x) від перерахованих факторів має наступний вигляд:

$$Y_x = 4,152 + 0,015 X_1 + 0,176 X_2 - 0,048 X_3 + 0,013 X_4 + 0,020 X_5 + 0,008 X_6.$$

Параметри одержаного рівняння кореляційно-регресійного зв'язку свідчать, що: підвищення міграційного і природного приросту на 1000 чоловік сільського населення (X_1 , X_2), ріст показника виробництва валової продукції на 1 га сільськогосподарських угідь (X_4) і частки трудовіткої тваринницької продукції в загальному обсязі виробництва (X_5) призводить до збільшення результативної ознаки відповідно на 0,015; 0,176; 0,013 і 0,020. Ріст показника землезабезпеченості

також сприяє збільшенню кількості зайнятого населення і свідчить про екстенсивний спосіб використання наявного ресурсного потенціалу. Водночас підвищення продуктивності праці спричиняє зниження рівня зайнятості в аграрних підприємствах. Тобто, на рівень сільськогосподарської зайнятості факторні ознаки X_1, X_2, X_4, X_5, X_6 мають прямий вплив, а X_3 – зворотній.

За допомогою коефіцієнта множинної кореляції можна визначити загальний вплив введених у кореляційно-регресійну модель факторів за формулою [1, с. 23]:

$$R_y X_3, X_4, X_9, X_{12}, X_{13}, X_{16} = \sqrt{\sigma^2 \text{ теор} / \sigma^2 \text{ заг.}}$$

У нашому випадку він складає $R = 0,873$, що свідчить про включення у множинну регресію важливих факторів, що безпосередньо впливають на використання трудових ресурсів аграрних підприємств.

При аналізі кореляційно-регресійної моделі також важливо визначити, якою мірою зміна рівня сільськогосподарської зайнятості зумовлена дією відібраних факторів. Ця величина визначається коефіцієнтом загальної детермінації:

$$D = R^2 \text{ у } X_3, X_4, X_9, X_{12}, X_{13}, X_{16},$$

що становить $D = 0,762$.

На основі цього показника можна стверджувати, що зміна рівня сільськогосподарської зайнятості на 76,2 % зумовлена варіацією відібраних факторів, а 23,8 % варіацій у рівні зайнятості обумовлено дією інших факторів, що не ввійшли у коло досліджень.

Таким чином, на базі комплексного аналізу даних факторів досліджується проблема сільської зайнятості і поточний стан регіонального ринку праці. Виявлені тенденції в динаміці зайнятості сільського населення дозволили ранжувати фактори впливу на попит і на пропозицію робочої сили, а також на формування сільського ринку праці. На наш погляд, застосування наведеної методики моделювання очікуваного рівня зайнятості на сільському ринку праці дає можливість здійснити кількісну та якісну оцінку показників, які впливають на результативний показник. Водночас вважаємо, що потрібен компроміс між складністю моделі і можливістю її реалізації для практичного застосування. Адже значення моделі у вивченні навколишнього світу полягає в тому, що вона повинна бути проміжною ланкою між теорією і дійсністю, схематично спрощуючи останню. Особливу увагу слід приділити, насамперед, якісним характеристикам сільського ринку праці, оскільки від своєчасних активних позицій на ринку праці залежить ефективна зайнятість населення села, зниження рівня відкритого і, особливо, прихованого безробіття, нормалізація сільського відтворювального циклу населення і робочої сили, процеси стабілізації та економічного зростання.

Список використаної літератури

1. Васильєв О.М. Математичний аналіз економічних моделей: Модель самоорганізації ринку праці / О.М. Васильєв // Економіка і математичні методи, 2001. – Т. 37. – № 2. – С. 123.
2. Кулініч Р.О. Статистична оцінка чинників соціально-економічного розвитку: монографія / Р.О. Кулініч. – К.: Знання, 2007. – 311 с.
3. Моделювання економічних процесів: Навчальний посібник/ П.І.Островський, О.М.Гострик, Т.П.Добрунік, О.В. Радова. – Одеса: ОНЕУ, 2012. - 132 с.
4. Перебийніс В. І. Управління використанням трудових ресурсів на підприємствах: монографія / В. І. Перебийніс, Т. П. Житник. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008. – 332 с.
5. Эконометрика. Начальный курс: учебник / Я. Р. Магнус, П. К. Катышев, А. А. Пересецкий. Изд. 6-е, перераб. и доп. – М.: Дело, 2004. – 576 с.

І.П. Петрова, провідний економіст

Інститут економіки промисловості НАН України

НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ ЗАСАДИ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Нормативно-правові засади регулювання партнерської взаємодії держави та приватного сектору знаходяться лише на етапі формування. Незважаючи на те, що для деяких форм державно-приватного партнерства (ДПП) правові норми вже існують в українському законодавстві, зокрема в Господарському кодексі України, Законі України «Про концесії» та інших, на сьогоднішній день в Україні тільки закладається фундамент законодавчої бази ДПП, що підтверджується прийнятими нормативно-правовими актами. Правовою основою впровадження і регулювання ДПП в Україні є рамковий Закон України «Про державно-приватне партнерство» [1], спрямований на узагальнення і систематизацію ДПП, і підзаконні акти, які регламентують методичні і організаційно-управлінські аспекти ДПП.

Для усунення недоліків і протиріч з метою сприяння залученню приватного капіталу на довгострокових засадах Верховною Радою України підготовлено і прийнято у першому читанні проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення регуляторних бар'єрів для розвитку державно-приватного партнерства та стимулювання інвестицій в Україні» [2]. Проектом закону усунуто низку бар'єрів

для розвитку ДПП, зокрема, шляхом дозволу приватному партнеру – переможцю конкурсу, не тільки безпосередньо, але й через створену ним окрему юридичну особу (спеціальну проектну компанію), над якою він має контроль, виступати стороною у договорі про ДПП; знято заборону на участь у державно-приватному партнерстві на стороні державного партнера суб'єктів господарювання – державного чи комунального підприємства, а також господарського товариства зі 100-відсотковою участю держави у статутному капіталі; усунуто недоліки щодо ознак ДПП; вирішуються питання щодо розширення форм ДПП, зокрема додаванням такого договору, як «управління майном»; вводиться дозвіл на укладення змішаних договорів, вирішуючи питання про розмаїття форм договірних відносин, які ускладнюють формування єдиного підходу до розроблення і впровадження організаційно-методичного й інституціонального забезпечення розвитку державно-приватного партнерства; врегулюється питання спрощення процедури закупівель товарів (робіт, послуг) у приватного партнера через договір в рамках ДПП без проходження окремої процедури; знімається заборона на перехід права власності на об'єкт ДПП до приватного партнера на період дії договору, допускається виникнення спільної часткової власності приватного і державного партнерів.

Проектом закону передбачається покращити регулювання відносин, які виникають у зв'язку із наданням у користування земельних ділянок для здійснення ДПП. Пропонується закріпити положення, за яким приватний партнер отримує можливість використовувати земельну ділянку безпосередньо на підставі договору, що укладається в рамках ДПП, та одночасно із набранням чинності договором про ДПП. Визначені органи державної влади, уповноважені проводити аналіз ефективності здійснення ДПП та приймати рішення про доцільність укладення відповідних договорів, проведення конкурсу та затвердження його результатів. Проектом закону усуваються недоліки щодо державної підтримки ДПП. Вже під час прийняття рішення про проведення конкурсу з визначення приватного партнера для здійснення ДПП визначаються обсяг та форми державної підтримки, вводяться ефективні механізми державної підтримки реалізації ДПП, а саме – не тільки шляхом надання державних гарантій і державного фінансування за рахунок коштів бюджетів, але й шляхом виплати приватному партнеру інших платежів, які передбачені договором, зокрема плати за готовність (доступність) об'єкта ДПП до експлуатації, шляхом придбання державним партнером певного обсягу товарів (робіт, послуг), що виробляються (виконуються, надаються) приватним партнером за договором, шляхом

постачання приватному партнеру товарів (робіт, послуг), необхідних для здійснення державно-приватного партнерства.

Незважаючи на усунення низки недоліків закону про державно-приватне партнерство і створення більш ефективних механізмів співробітництва між державними і приватними партнерами, запропонований законопроект не вирішує питання комплексного розвитку законодавства. Приналежність сфери здійснення ДПП до сфери державного інтересу тобто сфери відповідальності держави не зазначена; сфери застосування остаточно не склалися, упровадження державно-приватного партнерства у науково-технічну і інноваційну сфери для реалізації завдань модернізації економіки і переходу на шлях інноваційного розвитку залишилось у проекті закону поза увагою; не знімається обмеження діючого закону щодо реалізації проектів ДПП тільки у формі договору, інституційні форми ДПП таким чином виключаються. І найголовніше, законопроектом не усувається регуляторний бар'єр щодо можливості гнучкого використання схем розподілу правомочностей власності, форм і механізмів фінансової і іншої участі державного і приватного партнерів, які не суперечать чинному законодавству і витікають із економічної природи ДПП, для структурування і реалізації, часом виняткових, проектів. Як відомо, через ДПП реалізуються здебільшого не стандартні, а виключні рішення, розраховані на разове застосування. У вітчизняному законодавстві допуск приватного інвестора у сферу відповідальності держави з приводу участі в системі узгоджених видів діяльності по створенню цінності значно обмежений.

Отже, наукова новизна проведеного дослідження полягає в обґрунтуванні основних положень із розвитку законодавства державно-приватного партнерства в Україні: I варіант – усунення законодавчих бар'єрів шляхом прийнятого в другому читанні проекту Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення регуляторних бар'єрів для розвитку державно-приватного партнерства та стимулювання інвестицій в Україні» й подальшого удосконалення законодавства (зазначити належність сфери здійснення ДПП до сфери державного інтересу; розширити сфери запровадження ДПП з урахуванням завдань модернізації економіки; ввести інституціональні форми ДПП; передбачити можливість гнучкого використання схем розподілу правомочностей власності, форм та механізмів фінансування й іншої участі державного та приватного партнерів; урахувати інтереси усіх сторін, в тому числі фінансових організацій; передбачити гнучкі форми державної підтримки проектів; забезпечити гарантії прав та законних інтересів приватного і державного партнерів); II варіант – комплексний розвиток законодавства шляхом прийняття нового закону,

використовуючи як базис Модельний закон про публічно-приватне партнерство країн СНД.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» № 2404–VI від 01.07.2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2404-17>.
2. Проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо усунення регуляторних бар'єрів для розвитку державно-приватного партнерства та стимулювання інвестицій в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=52471.

М.О. Петрук, студентка

Н.Б. Андрейшина, доцент к.е.н.

ОКВНЗ «Інститут підприємництва «Стратегія»

ІНФОРМАЦІЙНА ЕКОНОМІКА ЯК ОСНОВА ДОСЛІДЖЕННЯ МАКРОЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Дослідження в галузі інформаційної економіки почалися більше 30 років тому. Слід підкреслити, інформаційна економіка має справу саме з асиметричною інформацією і більше того – базується на ній. Однак як нова парадигма економічної теорії вона отримала визнання лише у 2001 р. із присудженням Дж. Акерлофу [1], М. Спенсу і Дж. Стигліцу Нобелівської премії «за їхній аналіз ринків з асиметричною інформацією». Тобто поняття «асиметрична інформація ринків» є ключовим у концепції інформаційної економіки.

Розробники концепції інформаційної асиметрії пішли далі. Три основних положення нової економічної парадигми полягають у тому, що:

- 1) інформація, яка використовується для прийняття економічних рішень, є різноманітною;
- 2) учасники ринку, як правило, мають різний рівень поінформованості про стан ринку, товари, конкурентів;
- 3) для здійснення ринкової операції учасники повинні обмінятися сигналами, тобто інформацією, причому ці сигнали можуть передавати як істинну, так і невірну інформацію, розраховуючи на отримання односторонньої вигоди за рахунок партнера.

По мірі свого створення економіка інформаційного суспільства починає використовувати не два, а чотири основних ресурси: працю, капітал, землю, а також релевантну інформацію (постійно

оновлюванні теоретичні знання і різного роду інформацію, в тому числі практичні навички людей) [2].

Інформація як фактор виробництва, вкрай необхідна в сучасних умовах функціонування. Вона забезпечує оперативність прийнятих рішень, допомагає розвитку підприємницької здібності і підвищення ефективності виробничого процесу.

Економічна теорія інформації говорить про те, що цінність інформації полягає в зростанні визначеності, яка може виражатися в досягненні цілей володіє інформацією суб'єкта (або, що те ж саме, мінімізації витрат ресурсів на досягнення заздалегідь відомих цілей) [2]. У зв'язку з цим інформація є невід'ємною частиною плану дій суб'єкта. Тому коли мова йде про макроекономічну систему в цілому, її потреби в інформації полягають у налагодженні такої інституційної структури інформаційного процесу (виробництва, обміну, споживання інформації між суб'єктами), яка б забезпечувала необхідну стійкість розвитку.

Наявність інформації скорочує вплив такого зовнішнього чинника, як невизначеність який виникає при дослідженні питань сталого розвитку соціо-еколого-економічних систем. Теорія сталого розвитку є однією з комплексних концепцій і покликана вирішити проблему невизначеності розвитку макроекономічної системи, а довгостроковому періоді часу. Зараз ця теорія бурхливо розвивається і залишає відкритими безліч теоретичних питань про сутність сталого розвитку і прикладних проблем формування моделі сталого розвитку в конкретних умовах розвинених країн.

Перспективним видається кількісний підхід до сталого розвитку як руху в заданих межах вздовж заздалегідь відомій траєкторії. У кібернетиці категорією, найбільш близькою за змістом до стійкості розвитку, є «надійність» системи. Під надійністю розуміється складна динамічна властивість, що виявляється в здатності системи функціонувати при певних умовах взаємодії із зовнішнім середовищем" і як «кількісний параметр системи», пов'язує з часом ймовірність функціонування системи як єдиного цілого взаємопов'язаних елементів. Інакше кажучи, кількісно стійкість розвитку макросистеми можна ототожнити з функцією від визначеності траєкторії розвитку її підсистем.

Однак зниження невизначеності за допомогою інститутів виявляється об'єктивно ускладнене фундаментальними властивостями економічної інформації, таким як невичерпність, неоднорідність, швидкий моральний знос, а також недосконалістю каналів комунікації, різними когнітивними здібностями суб'єктів, їх спеціалізацією в поділі праці та можливостями опортунізму. Інформація не є абсолютно визначеною (детермінованою, що можливо в відсутність випадковості), повною (всеосяжною, що

можливо в відсутність інновацій) та симетричну (однаково і одночасно інтерпретується всіма суб'єктами).

І як висновок слід підкреслити наявність тісного зв'язку нової економічної парадигми із становленням і розвитком прикладної інформаційної економіки. Вирівнювання асиметричної інформації або ліквідація асиметрії інформації стають можливими лише в умовах розвитку інформаційної економіки.

Список використаних джерел

1. Акерлоф Дж.А. Поведенческая макроэкономика и макроэкономическое поведение: Нобелевская лекция 8 декабря 2001 года // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков: В 5 т. / Сопред. научно-ред. совета Г.Г. Фетисов, А.Г. Худокормов. – Т. 5: В 2 кн. – Всемирное признание: Лекции нобелевских лауреатов / Отв. ред. Г.Г. Фетисов. – Кн. 2. – М.: Мысль, 2005. – С. 444–483.
2. Индекс глобальной информационной экономики // Информационный бюллетень Microsoft [Електронний ресурс]. - Режим доступа: https://msdb.ru/Downloads/Docs/government/newsletters/7_KnowledgeEcono my_Newsltr.doc

*І.М. Побережнюк, магістр кафедри економічної кібернетики;
Вищий навчальний заклад Укоопспілки «Полтавський університет
економіки і торгівлі»*

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА

Мета – розглянути основні аспекти економічної безпеки підприємства з наукової точки зору, а також проаналізувати методи забезпечення економічної безпеки підприємств.

Виклад основного матеріалу. Спочатку поняття економічної безпеки розглядалося як забезпечення умов збереження комерційної таємниці та інших секретів підприємства. Дещо пізніше взяв гору інший підхід до трактування поняття економічної безпеки підприємства. Різкий спад виробництва в цілому по країні, а головне - зміна економічних функцій держави, яке вже не було основним інвестором і споживачем продукції, змусили подивитися набагато ширше на проблему економічної безпеки підприємств. Згідно з цим поглядом економічна безпека підприємства обумовлена впливом зовнішнього середовища, яка в ринковій економіці весь час змінюється, ніколи не залишається стабільною, постійної або незмінною. Саме з позицій впливу зовнішнього середовища, захисту підприємств від її негативного впливу і розглядається зміст категорії економічної безпеки підприємства, в тому числі і в нечисленних поки публікаціях вітчизняних вчених-

економістів. У сучасній економічній науці універсальним визначенням економічної безпеки підприємства є наступне.

Економічна безпека підприємства - це стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства в даний час і в майбутньому.

Головною метою економічної безпеки підприємства є забезпечення його стійкого і максимально ефективного функціонування в даний час і забезпечення високого потенціалу розвитку і зросту підприємства в майбутньому. Найбільш ефективно використання корпоративних ресурсів машинобудівного підприємства, необхідне для виконання цілей даного бізнесу, досягається шляхом запобігання погроз негативних впливів на економічну безпеку підприємства і досягнення наступних основних функціональних цілей економічної безпеки машинобудівного підприємства:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи машинобудівного підприємства, його фінансової стійкості і незалежності;

- забезпечення технологічної незалежності підприємства і досягнення високої конкурентоспроможності його технологічного потенціалу;

- висока ефективність менеджменту підприємства, оптимальність і ефективність його організаційної структури;

- високий рівень кваліфікації персоналу підприємства і його інтелектуального потенціалу, ефективність корпоративних науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт;

- високий рівень екологічності роботи підприємства, мінімізація руйнівного впливу результатів виробничої діяльності на стан навколишнього середовища;

Концепція безпеки підприємства висловлює систему поглядів на проблему безпеки підприємства на різних етапах і рівнях виробничої діяльності, а також основні принципи, напрями і етапи реалізації заходів безпеки. Зарубіжний і вітчизняний досвід забезпечення безпеки свідчить, що для боротьби з усією сукупністю злочинних та протиправних дій необхідна струнка і цілеспрямована організація процесу протидії. Причому в організації цього процесу повинні брати участь професійні фахівці, адміністрація фірми, співробітники і користувачі, що і визначає підвищену значимість організаційної сторони питання.

Накопичений досвід показує, що забезпечення безпеки може бути одноразовим актом. Це безперервний процес, що полягає в обґрунтуванні і реалізації найбільш раціональних форм, методів, способів і шляхів створення, вдосконалення, розвитку системи

безпеки, безперервному управлінні нею, контролі, виявленні її вузьких місць і потенційних загроз фірмі.

Безпека може бути забезпечена лише при комплексному використанні всього арсеналу засобів захисту та протидії у всіх структурних елементах виробничої системи і на всіх етапах технологічного циклу.

Економічна безпека не буде забезпечена без належної підготовки персоналу підприємства і користувачів, дотримання ними всіх встановлених правил, спрямованих на забезпечення безпеки.

Для максимального забезпечення економічної безпеки підприємства необхідно:

- виявлення нестиковок і протиріч у законодавстві з метою мінімізації податків і зборів;
- вироблення рекомендацій щодо досягнення компромісних рішень щодо усунення перешкод для розвитку бізнесу;
- встановлення зв'язків з організованою злочинністю, корумпованими чиновниками;
- вироблення механізмів і прийняття заходів проти кримінальних угруповань з можливим залученням силових структур.

Висновки. Проблема забезпечення економічної безпеки підприємств потребує вирішення, що стосується абсолютно всіх підприємств і організацій, що ведуть свою діяльність в ринкових умовах. Забезпечувати економічну безпеку необхідно від зовнішніх і внутрішніх впливів, що порушують нормальне функціонування господарської діяльності.

Список використаних джерел

1. Гапоненко В.Ф., Беспалько АЛ., Власков А.С. Економічна безпека підприємств. Підходи і принципи. - М.: Видавництво «Ось-89», 2007р.
2. Грунин О., Грунин С. Економічна безпека організації-СПб.: Пітер, 2002р.

***В.М. Рогоза** аспірант*

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

МЕТОДОЛОГІЯ РОЗРОБКИ ТА ІНТЕГРАЦІЇ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМИ ОБ'ЄКТАМИ ЗА СКЛАДНОГО ТА ДИНАМІЧНОГО КОНКУРЕНТНОГО ОТОЧЕННЯ

Серед методологій розробки систем управління монопольна роль належить каскадній моделі (англ. **Waterfall** – водоспад), яка

побудована на класичних лінійному і послідовному підходах до розробки та розвитку систем управління. Всі етапи мають виконуватись послідовно один за одним, перехід до наступного етапу не можливий без завершення попереднього. При цьому на кожен етап призначається окрема група виконавців. Діаграма етапів розробки та інтеграції такої класичної моделі зображена на рисунку 1.

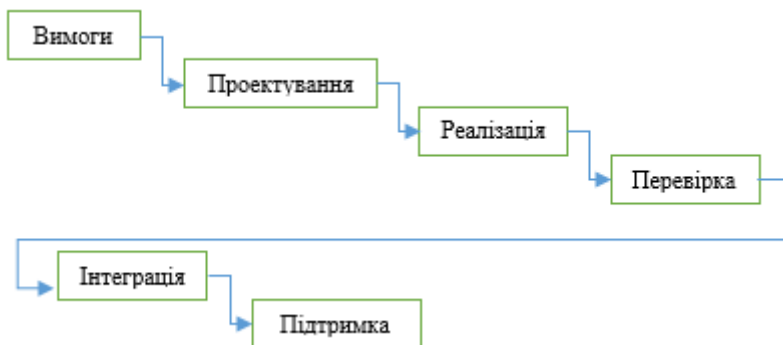


Рис. 1 - Діаграма етапів розробки та інтеграції каскадної моделі розробки систем управління

Каскадна модель відмінно підходить для великих проектів в яких немає ніяких динамічних векторів розвитку, наприклад системи управління залізничними вокзалами. Забезпечує розробку системи у послідовній, чіткій, добре документованій манері, що в свою чергу дозволяє використання даної методики для систем управління, пов'язаних з високою небезпекою для життя персоналу під час її експлуатації.

До основних недоліків можна віднести відстороненість від економічного об'єкту, оскільки розробка та інтеграція виконується у жорстких рамках та по чітко встановленим пунктам, що не дозволяє динамічно вносити зміни до поставлених заздалегідь вимог. Це, в свою чергу, провокує до пошуку альтернативних, недокументованих шляхів використання або конфігурації системи управління та в результаті чого виникає висока вірогідність появи збоїв та помилок у роботі такої системи.

Така модель важко піддається змінам та довго реагує на нові потреби економічних об'єктів, що функціонують на ринках з високою частотою змін та інновацій. Характерним прикладом такого ринку є ринок ІТ (англ. information technology – інформаційні технології) в Україні.

Також ця методологія характеризується тривалим періодом (найчастіше не менше ніж пів року) інтеграції нового функціоналу системи управління. Тобто, для того щоб надати підприємству у

використання нові можливості системи управління необхідно пройти повний цикл розробки: від постанови нових вимог до інтеграції.

Для каскадної моделі характерна відсутність контролю проміжних результатів, тобто система не може бути інтегрована до повного завершення циклу розробки, що за деяких умов може дорого коштувати об'єкту економічної діяльності.

При використанні цієї методики вкрай важливо, щоб всі вимоги враховувались на етапі побудови вимог та проектування, бо внесення змін після початку реалізації може бути досить дорогим з точки зору об'ємів робіт та ризиків внесення непередбачуваних помилок у структуру системи. Якщо фаза постанови вимог виконується неякісно, що часто буває на практиці, коли перевага надається більш швидкому отриманню результату, замість детального планування, результат розробки та інтеграції буде незадовільний.



Рис. 2 – Діаграма етапів розробки та інтеграції гнучкої моделі розробки систем управління

За умов високої динаміки ринку та складного конкурентного оточення має сенс використання більш прогресивної та динамічної моделі інтеграції та розробки систем управління економічного об'єкту – **гнучкої моделі (англ. Agile – рухливий, швидкий)**. Ця модель описує набір принципів для розробки систем управління відповідно до яких вимоги і рішення розвиваються за рахунок спільних зусиль самоорганізованих крос-функціональних груп виконавців.

Діаграма етапів розробки та інтеграції гнучкої моделі розробки систем управління зображена на рисунку 2.

Дана модель характеризується адаптивним плануванням задач, еволюційним розвитком вимог, що формуються між ітераціями розробки, можливістю отримати робочу систему вже через мінімальний проміжок часу, а також постійне вдосконалення системи управління, і це все сприяє швидкому і гнучкому реагуванню на зміни ринку.

На відміну від каскадної моделі гнучка модель надає безліч можливостей для взаємодії між виконавцями та користувачами – до, під час та після кожної ітерації. Залучаючи користувачів на кожному

етапі проекту, існує висока ступінь взаємодії між користувачами та виконавцями розробки системи управління, що надає більше можливостей для виконавців по-справжньому зрозуміти бачення користувачів системи.

Також при появі нових векторів у розвитку економічного об'єкту, гнучка модель дозволяє протягом короткого проміжку часу, найчастіше – 2-4 тижні (на відміну від 6 місяців у каскадній моделі), почати рух за цими векторами, що в умовах тісної конкурентної боротьби сьогодення надає більше шансів для вдалого розвитку економічного об'єкту.

До недоліків можна віднести те, що зазначена методологія не підходить для розробки систем управління, пов'язаних з високою небезпекою для життя персоналу під час її експлуатації.

Таким чином, аналізуючи основні методології розробки та інтеграції систем управління економічними об'єктами за складного та динамічного конкурентного оточення було встановлено основні переваги та недоліки до кожної з них та умови для використання конкретної моделі, запропоновано заміну усталеній *каскадній моделі* розробки та інтеграції систем управління економічними об'єктами на більш нову та прогресивну *гнучку модель*.

Список використаних джерел

1. The Waterfall Development Methodology
http://learnaccessvba.com/application_development/waterfall_method.htm
2. Waterfall vs. Agile methodology
<https://agileintro.wordpress.com/2008/01/04/waterfall-vs-agile-methodology/>

Савицький В.О.,

Черкаський державний технологічний університет

ПОРЯДОК ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ

Місцеві бюджети — це фонди фінансових ресурсів, що мобілізуються й витрачаються на відповідній території. Система місцевих бюджетів є в усіх країнах світу. Проте її розвиток і функції зумовлені низкою національних, політичних, економічних та інших факторів. Найбільший вплив мають економічні та політичні фактори.

Мінімальні розміри місцевих бюджетів визначаються на основі нормативів бюджетної забезпеченості на одного мешканця або споживача соціальних послуг з урахуванням економічного,

соціального, природного станів відповідних територій, з огляду на рівень мінімальних соціальних потреб, установлених законодавством.

Місцевий бюджет може складатися із загального й спеціального фондів. Загальний фонд — надходження з поточного або реєстраційного рахунку фінансового органу на поточний або реєстраційний рахунок установи платіжним дорученням. Ці надходження призначені для забезпечення видатків і не спрямовуються на конкретну мету. Спеціальний фонд має формуватися з конкретно визначених джерел надходжень і використовуватися на фінансування конкретно визначених цілей.

Доходи місцевих бюджетів формуються за рахунок власних, визначених законом джерел та закріплених у встановленому законом порядку загальнодержавних податків, зборів та інших обов'язкових платежів.

При розрахунках дохідної частини місцевих бюджетів враховуються статистичні показники, які використовуються при розрахунку прогнозних надходжень податків та зборів, очікувані макропоказники економічного і соціального розвитку на поточний рік та прогнозні на наступний рік, фактичне виконання дохідної частини бюджету за результатами трьох попередніх років та поточного року на останню звітну дату.

Планування доходів, що враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів, здійснюється Міністерством фінансів України до рівня обласних бюджетів, міст обласного значення та зведених бюджетів районів на основі формульного розрахунку, методика якого затверджується Постановою Кабінету міністрів України.

Структура доходів місцевих бюджетів:

1) власні доходи - доходи, які формуються згідно з рішенням відповідного органу місцевого самоврядування на підвідомчій йому території. До власних доходів належать місцеві податки і збори; обов'язкові платежі, що встановлюються місцевими органами влади; доходи комунальних підприємств; доходи від оренди та реалізації майна, що перебуває в комунальній власності тощо;

2) закріплені доходи - доходи, які повністю або певною частиною на довгостроковій основі закріплюються за тим чи іншим місцевим бюджетом;

3) міжбюджетні трансферти з державного або інших місцевих бюджетів.

Видатки місцевих бюджетів — це економічні відносини, що виникають у зв'язку з фінансуванням власних і делегованих повноважень місцевих органів влади.

Видатки місцевих бюджетів можна також поділити на:

- поточні видатки - це видатки з бюджетів на фінансування мережі закладів, установ, підприємств, організацій та органів, які діють на початок бюджетного року, а також на фінансування заходів із соціального захисту населення, фінансування бюджетних програм, тощо.

- видатки розвитку - це видатки бюджетів на фінансування інвестиційної та інноваційної діяльності. Це також фінансування капітальних вкладень виробничого і невиробничого призначення, структурної перебудови як комунального, так і народного господарства. Сюди відносяться також субвенції та інші видатки, пов'язані з розширеним відтворенням.

Також видатки місцевих бюджетів діляться на:

- видатки першого кошика - це видатки, які згідно з нормами Бюджетного кодексу України враховуються при визначенні обсягу міжбюджетних трансфертів і здійснюються з бюджетів на утримання державного апарату, освіти, охорону здоров'я, соціальний захист та соціальне забезпечення, культуру і мистецтво, фізичну культуру і спорт.

- видатки другого кошика - це видатки, які згідно з нормами Бюджетного кодексу України не враховуються при визначенні міжбюджетних трансфертів. До них відносяться видатки на місцеву пожежну охорону, позашкільну освіту, транспорт і дорожнє господарство, експлуатація дорожньої системи місцевого значення, місцеві програми з розвитку фізичної культури та спорту, програми природоохоронних заходів місцевого значення та інші програми затверджені відповідною радою. Видатки бюджету розвитку місцевих бюджетів — це витрати бюджету розвитку місцевих бюджетів. До них належать погашення основної суми боргу місцевих бюджетів (крім позичок на покриття тимчасових касових розривів), капітальні вкладення, внески у статутні суб'єктів підприємницької діяльності.

В Україні розвиток процесу становлення місцевих фінансів можливий лише за умови проведення в державі широкомасштабної адміністративної реформи, результатом якої має стати формування нової, сучасної організації місцевого самоврядування і державної влади, перебудова неефективної фінансово-бюджетної системи країни. Фінансова система України, стане ефективною лише тоді, коли місцевим фінансам буде надаватись важливе місце, як самостійному інституту, поряд із державними фінансами.

Список використаних джерел

1. Конституція України. Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР.
2. Про місцеве самоврядування в Україні. Закон України від 21 травня 1997 р., N 280/97-ВР.
3. Бюджетний кодекс України від 8 липня 2010 р., N 2456-VI.

4. Ленчук П.Д. Місцеве самоврядування в Україні / П.Д. Біленчук, М.В. Підмогильний, В.В. Кравченко // навч. Посібник. – К.: Атака, 2000. – 304 с.

5. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI.

6. Яковишина Н.А., Плаксієв Н.В.. Проблеми формування та використання коштів місцевих бюджетів в Україні. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна 2012.

В.В. Самсонов, аспірант

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ З ВИКОРИСТАННЯМ СУЧАСНИХ ТЕОРІЙ ЛОГІСТИКИ ЛАНЦЮЖКА ПОСТАВОК

В останні роки з розширенням швидкості будівництва і урбанізації, підприємства зштовхуються з новими проблемами з контролю витрат на придбання обладнання, технічного обслуговування, зберігання і так далі. Відповідно до вимоги оперативного управління, необхідно поступово реалізовувати централізований контроль над ключовими елементами підприємства, такі, як людські, фінансові та матеріальні ресурси, щоб побудувати відповідну систему управління ланцюгами поставок компанії. Запекла конкуренція на ринку та зростання вартості виробництва, змушує підприємство вивчати нові конкурентні методи з внутрішньої і зовнішньої організації. Управління ланцюгами поставок логістики може змусити дії логістики досягти кращої координації і співпраці. Це може зменшити витрати логістики і підвищити ефективність логістики та економічний ефект. Очевидно сучасне управління ланцюгами поставок логістики - джерело компетентності ядра підприємств. Те, як розширити традиційне ділове управління логістикою і змішати з новою сучасною системою теорії управління логістикою, є значущою темою, і результат якої може принести користь діяльності підприємства, збільшити ефективність суттєвої поставки і управління та зменшити вартість підприємства.

Логістика і система поставок - два різних поняття, не тільки у визначенні, але також і у фактичній практиці. Об'єкти управління логістикою безпосередньо пов'язані з дією логістики і поведінкою і навіть включають інформацію про мережі логістики. Але управління ланцюгами поставок включають більше, від прямого і зворотного зв'язку істотного і інформаційного потоку, постачальникам, виробникам, дистриб'юторам і ритейлерам, до кінцевих користувачів, формуючи всю систему. Управління ланцюгами поставок ґрунтується на інтернет-управлінні

інформацією системи поставок; проте, управління логістикою може працювати без умов управління ланцюгами поставок. Управління логістикою може бути розглянуто як частина управління ланцюгами поставок. Завдяки досконалому управлінню логістикою це може зберегти управління ланцюгами поставок організованим способом. Іншими словами, вони - дії логістики серед союзу системи поставок. Тому сучасна теорія управління ланцюгами поставок логістики формується, щоб з'єднати управління логістикою в управління ланцюгами поставок і встановити більш багату сучасну систему управління підприємством. Сучасне управління ланцюгами поставок логістики інтегрує надання підприємства, виробництво, продаж, зберігання, після продажу і т.д. в ціле гнучке управління, яке може поліпшити підприємство конкурентоспроможна можливість.

Необхідно встановити стандартизований і ефективний механізм управління пропозицією ціни. Створіть сервісний центр пропозиції компанії і поліпшити систему управління і механізм оцінки здорової конкуренції, і поступово формувати життєвий цикл матеріалів та метод оцінки пропозицій та встановити гнучкий надзвичайний порядок придбання матеріалів, необхідні в даний час. Також необхідно посилити ціновий контроль і відстежити і порівняння і аналіз всіх надань по купівельна ціні та ринкової ціни основної сировини. Відповідно до значення придбання і факторів ризику надання ринку, можуть бути обрані відповідні стратегії придбання, включаючи режим покупки, управління купівельною ціною і принципом і змістом оцінки пропозицій.

Необхідно встановити сучасний складський метод управління. Треба прийняти три рівня управління і два рівня складського режиму, та різна стратегія зберігання може бути прийнята згідно з різними типами матеріалів. Внутрішнє розташування складу має бути для наукового планування, сучасний метод управління сховищем зберігання типу полки може бути застосований. Використовуючи оцифровки інформації про матеріали та інтелектуальної технології, інтелектуальне управління може бути реалізацією, яка може зрозуміти динамічний матеріальне резервне управління квотою і інформацію синхронний контроль. Нарешті це може зрозуміти суттєві виділення і допогти встановити баланс у всій мережі.

В даний час кожне підприємство повинно бути швидким із безперервним вдосконаленням, яке може гарантувати сильну позицію. Система управління процесами системи поставок логістики може бути встановлена у всебічному розгляді чотирьох аспектів, які включають купівлю матеріалів, матеріально-технічні ресурси, і т.д. Перевага запропонованого методу має інтегрувати вдосконалену логістику в управління ланцюгами поставок, щоб

посилити централізоване управління і поліпшити загальний рівень матеріального управління. У порівнянні з традиційною ланцюговою системою запропонований метод може зменшити вартість логістики і таким чином принести користь управлінню підприємством.

Список використаних джерел

1. Тиболд И. Логистика - философия бизнеса / И. Тиболд – Дистрибуция и логистика. – 2008. – № 3. – 265с.
2. David Simchi-Lev Designing & Managing the Supply Chain / D. Simchi-Lev. – McGraw-Hill. – 2008.
3. Порохня В. М. Стратегічне управління / В. М. Порохня, Т. О.Безземельна, Т. А. Кравченко. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 224 с.

В.О. Сергійчук, асистент

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

ОЦІНКА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Одна з головних перешкод у формуванні ефективної інноваційної політики у туристичному бізнесі полягає у тому, що підприємства туристичної сфери України знаходяться на усіх конкурентних стадіях одночасно і вимагають підтримки сильних сторін та ліквідації слабких. Відповідно до цього, необхідно провести структурування нововведень, що дасть можливість визначити не лише конкретну стратегію або спосіб побудови економічного та організаційного механізму управління підприємством туристичного бізнесу, але також дасть змогу підвищити якість туристичних послуг, визначити ефективну систему ціноутворення та інноваційного розвитку.

Забезпечення інноваційної програми розвитку підприємств туристичного бізнесу як надскладної соціально-економічної відкритої системи та об'єкта управління характеризується трьома головними процесами отримання засобів виробництва із зовнішнього середовища, виготовлення, формування та комплектування туристичного продукту і передання послуг у зовнішнє середовище. Окрім економічних умов функціонування підприємства, існують також і матеріальні чинники, без існування яких не можлива робота будь-якого туристичного підприємства.

За нашим переконанням, туристичний оператор при формуванні туристичного продукту орієнтується лише на послуги підприємств розміщення, харчування, транспортування, екскурсій, оздоровлення, лікування, розваг і спорту, а також на послуги

торгівлі, зв'язку тощо. Усі ці ресурси є для туристичних операторів зовнішніми. Але при формуванні інноваційної програми необхідно враховувати й ресурси самого підприємства: грошові кошти, основні й оборотні засоби, нематеріальні активи та трудові ресурси.

Необхідність проведення оцінки інноваційного розвитку підприємств туристичного бізнесу визначається багатогранністю і взаємозалежністю діяльності суб'єктів господарювання. Адже на сьогоднішній день методологія такої оцінки практично відсутня. Під оцінку необхідно розуміти функцію управління, спрямовану на вивчення стану, тенденцій розвитку, об'єктивну оцінку результатів інноваційної діяльності та розробку на цій основі рекомендацій щодо подальшого підвищення рівня її ефективності.

Враховуючи те, що стандартні загально визнані оціночні показники ефективності інноваційного розвитку не дають можливості повною мірою оцінити інтенсивність використання та визначити тип інноваційного зростання пропонуємо провести дослідження процесів інноваційного розвитку підприємств туристичного бізнесу за допомогою інструментарію економічного моделювання.

В результаті проведеного дослідження методів економічної діагностики інноваційного розвитку туристичних підприємств, встановлено, що найбільш прийнятною у застосуванні є модель виробничої функції Я. Тінбергена, яка показує вплив капіталу, трудового та інноваційного чинників на результати інноваційного розвитку підприємства [2]:

$$Q = AK^{\alpha} L^{\beta} e^{\gamma t}, \quad (1)$$

де: Q – результат інноваційного розвитку підприємства;

K – чинник капіталу;

L – трудовий чинник;

A – вільний член;

α – коефіцієнт еластичності виручки від реалізації продукції (послуг) за капіталу;

β – коефіцієнт еластичності виручки від реалізації продукції (послуг) за трудовим чинником, причому $\beta = 1 - \alpha$;

γ – коефіцієнт еластичності виручки від реалізації продукції (послуг) за інноваційним чинником;

e – число Ейлера (основа натурального логарифму);

t – фактор технологічного прогресу (або часу).

Так, наприклад, під час розрахунків виявлено таку із тенденцій, якщо $\gamma < 0$, то це свідчить про відставання підприємства від інноваційного прогресу, низький рівень автоматизації праці, ігнорування впровадженням інновацій тощо; при цьому сумарне збільшення чинників на 1,0 % призводить до зростання виручки від

реалізації продукції (послуг) на $(1 - \gamma)$ % і спадної віддачі від діяльності, тобто втрати підприємства від ігнорування результатів інноваційного прогресу складають γ % додаткового доходу. Практичне застосування цього методу у туристичному бізнесі поки що обмежується відсутністю науково обґрунтованих норм і нормативів.

Отже, інноваційний розвиток туристичного підприємства відповідно до передбачених обсягів його реалізації буде реальним тільки за умови повного ресурсного забезпечення і наявності необхідних інноваційних чинників розвитку.

Список використаних джерел

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
2. Tinbergen J. Zur Theorie der Langfristigen Wirtschaftsentwicklung (On the Theory of Long-Term Economic Growth) / Jan Tinbergen. – Weltwirtschaftliches Archiv. – Vol. 55. – 1942. – P. 511-549.

*О.Д. Стефанюк, к. е. н., доцент
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ КОУЧИНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ МОТИВАЦІЇ ПРАЦІВНИКІВ ТОВ «СТІМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП»

У сучасних умовах динамічного розвитку зовнішнього середовища конкурентоспроможність підприємств багато у чому зумовлює залежність від людського чинника і ефективності праці працівників. Так, для успішної діяльності на світових ринках підприємства змушені впроваджувати систему менеджменту якості і проходити відповідну сертифікацію. В умовах демографічної та економічної кризи підприємствам доводиться вирішувати проблеми, пов'язані з нестачею кваліфікованих фахівців і високим ризиком їх втрати. Усе це висуває свої вимоги до системи нематеріальної мотивації на підприємстві та ефективності праці її співробітників. А саме тому, що нематеріальна мотивація є тим мотиваційним ресурсом керівника підприємства, який дозволяє використовувати унікальні засоби залучення, утримання і розвитку персоналу, суттєво знизити ризик звільнення фахівців, підвищити ефективність праці співробітників підприємства, а як наслідок – максимізувати прибуток підприємства.

Аналіз основних досліджень. Системі нематеріальної мотивації на підприємствах приділяли увагу багато українських і зарубіжних дослідників і практиків. Так, питання вивчення системи нематеріальної мотивації на підприємствах знайшли своє

відображення у роботах: Ф. Тейлора, Е. Мейо, А. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Макклеланда, П. М. Керженцева та ін.

Мета: Головною метою роботи є оцінка ефективності впровадження технології коучингу як інструменту мотивації працівників ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП».

Виклад основного матеріалу: Сучасний етап економічного розвитку України вимагає вирішення практичних завдань управління трудовою діяльністю персоналу підприємства шляхом застосування нових соціально-економічних методів мотивації праці, які надади б змогу підвищити економічну зацікавленість працівників продуктивно і якісно працювати.

Для забезпечення ефективного господарювання, істотним є визначення цілей створення і функціонування підприємства. Головну мету підприємства, тобто чітко окреслену причину його існування, у світовій економіці прийнято називати «місією». Місією ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» є досягнення найвищої задоволеності споживачів шляхом реалізації високоякісних запчастин, устаткування та післяпродажних послуг.

ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» поєднує висококваліфікованих фахівців у галузі інжиніринга промислових систем, зокрема, таких, як:

- пароконденсатні системи;
- системи пневмотранспорту та дозування продукту.

На сьогодні ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» є авторизованим дилером компанії Spirax Sarco Inc. (Великобританія), АКО Armaturen & Separationstechnik GmbH (Німеччина) і представляє інтереси цих підприємств на ринку України. Інженерний склад підприємства пройшов спеціальне навчання і готовий надавати технічні рішення, які забезпечать стабільну роботу підприємства.

Слабкими сторонами підприємства є відсутність стимулів до підвищення продуктивності, відсутність кваліфікованої маркетингової політики, відсутність відділів, що опікуються інноваційною діяльністю тощо, але усього цього можна уникнути, використовуючи наявні у підприємства можливості.

Так, основний персонал у ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» – це спеціалісти, саме від їх роботи залежить ефективна діяльність підприємства та отримання ним прибутку. Не дивлячись на зниження частки спеціалістів у загальній кількості персоналу у 2014 р. до 54 %, ця категорія посідає найбільшу частку у структурі персоналу.

Негативним моментом є відсутність у 2014 р. на підприємстві преміальних виплат за основні результати праці, що негативно вплинуло на ефективність праці всього підприємства, основну

частку у структурі заробітної плати працівників складала оплата за тарифом – 79,7 %, 75,0 % та 78,8 % у 2012-2014 рр. відповідно.

Коефіцієнт співвідношення темпів зростання фонду оплати праці та темпів зростання виручки від реалізації продукції у 2014 р. дорівнювало 0,9, це свідчить про те, що система матеріального стимулювання праці персоналу забезпечує зростання продуктивності праці. На підприємстві у 2014 р. 3,7 % витрат на оплату праці припадало на чистий дохід, що на 0,2 % більше, ніж у 2013 р., та на 0,5 менше, ніж у 2012 р. Це свідчить про споживання незначної частини доходів та про можливість підприємства забезпечити оплату праці у разі незначного зменшення доходів. Виплати на оплату праці на підприємстві у 2014 р. склали 21,4 % у складі загальних витрат підприємства, що на 1,5 % менше, ніж у 2012 р., та на 5,6 %, ніж у 2013 р. У разі зниження доходів чи збільшення інших витрат, на підприємстві можуть виникнути проблеми з фінансування оплати праці.

Діагностика фонду оплати праці ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» допомогла виявити тенденцію зменшення витрат на оплату праці підприємства. Зміни такого характеру відбулися за рахунок скорочення чисельності працюючих.

Проведене дослідження у сфері системи мотивації та оплати праці дозволило зробити висновки про сфери стимулювання персоналу підприємства, структуру компенсаційного пакету і методи як матеріальної, так і нематеріальної мотивації.

Слід зазначити, що ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» має з метою забезпечення ефективності мотивації, де наголос варто зробити на інструментарії нематеріальної мотивації (коучинговий інструментарій).

Актуальність застосування на підприємстві методу коучингових технологій стає усе більш значущою у силу наявних обмежених можливостей підвищення заробітної плати в умовах кризи.

Згідно з проведеними дослідженнями виявлено, що спостерігається зниження мотиваційної функції заробітної плати, у зв'язку з цим, нами пропонується додатковий метод нематеріального стимулювання працівників – коучинг.

Коучинг – це технологія, яка сприяє формуванню внутрішньої мотивації і є найважливішим інструментом у системі мотивування. Таким чином, керівник, застосовуючи коучинг в управлінні персоналом, створює відповідні умови для формування ефективної мотивації. Впровадження коучингу на підприємстві приносить користь як йому самому, так і співробітникам, які отримують підтримку власної ініціативи, самостійності, усвідомлення можливостей свого подальшого розвитку, що є ключовими чинниками для формування ефективної мотивації персоналу [1].

Підприємство при цьому отримує мотивованих, ефективних, лояльних співробітників.

Забезпечення ефективної мотивації співробітників можливо на підприємствах, де керівник бере на себе роль коуча. Тоді у співробітників збільшується бажання підвищити свою результативність і зміцнюється їх лояльність до підприємства. Згідно з визначенням коучингу, його мета полягає у тому, щоб допомогти людині вчитися самостійно, а не навчити його. Це саме те, що дозволяє коучингу базуватися на розвитку самонавчального підприємства.

На ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» запропоновано до впровадження коучингові інструменти. Як показує практика підприємств, що активно використовують коучинг, керівник отримує безпосередню віддачу від вкладених у коучинг ресурсів у вигляді кількох цілком конкретних результатів: підвищення поточної продуктивності працівників; вивільнення часу керівника; появи кандидатів для обіймання керівних посад; посилення мотивації працівників; оптимізації мікроклімату у колективі.

Для дослідження впливу коучингових інструментів на мотивацію співробітників ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП», нами проведено дослідження поточного стану справ за допомогою показників мотивації до і після впровадження інструментів коучингу в управлінні персоналом.

Розрахунок показників мотивації на ТОВ «СТИМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП» проводився за допомогою оцінки мотиваційного потенційного балу Хакмана [2], що відображає, якою мірою зміст роботи мотивує працівника (формула 1). Результати аналізу подані у табл. 1.

$$МПБ = \frac{(PP) + (ЗР) + (ВР)}{3} \times AP \times ЗЗР \quad (1)$$

- де РР – різноманітність роботи;
 ЗР – завершення роботи;
 ВР – важливість роботи;
 АР – автономність роботи;
 ЗЗР – зворотній зв'язок від роботи.

Таблиця 1

Показники середніх значень мотиваційного потенційного бала
 [розраховано автором]

Етапи	Показники середніх значень (первинне дослідження):	Значення середніх показників (після впровадження коучинга в управління):	Таблиця норм за Р. Хакманом

	керівник	спеціаліст	службовець	керівник	спеціаліст	службовець	менеджер	спеціаліст	середня ланка
Різноманітність роботи	5,2	4,3	4,3	5,8	4,8	4,9	5,6	5,4	4,7
Завершення роботи	5,1	4,5	4,4	5,6	4,9	4,8	4,7	5,1	4,7
Важливість роботи	5,6	5,0	4,8	5,8	5,1	5,2	5,8	5,6	5,5
Автономність	5,3	4,6	4,5	5,3	6,1	5,1	5,4	5,4	4,9
Зворотній зв'язок	5,1	4,5	4,7	5,4	5,4	5,3	5,2	5,1	4,9
Мотиваційний потенційний бал	143,26	95,2	95,18	164,09	162,50	134,25	156	154	128

Як свідчать дані табл. 1, помірним вважається мотиваційний потенційний бал роботи – 122 (на підприємстві він склав 111,22), який показує, що персонал має низьку мотивацію до роботи. Значення мотиваційного потенційного балу спеціалістів і службовців нижче, ніж значення помірного мотиваційного потенційного бала. Оцінка мотиваційного потенційного балу після проведення заходів з впровадження коучингових інструментів управління на підприємстві показала його збільшення на 42,39 бали (його середнє значення склало 153,61 бали).

Висновки: Проведене дослідження показало позитивні результати та дозволило зробити висновок, що застосування у ТОВ «СТИМЕКС ІНЖІНІРИНГ ГРУП» коучингових інструментів сприяє зростанню задоволеності співробітників і формує нематеріальну мотивацію співробітників на підприємстві.

Головний висновок, отриманий у процесі дослідження, полягає у тому, що технологія формування мотивації з використання коучингу не тільки сприяє організаційному і особистісному розвитку, але і є важливим інструментом для виходу підприємства на новий виток розвитку.

Список використаних джерел

1. Уитворт Л. Ко-активний коучинг / Л. Уитворт, Г. Кимски-Хауз, Ф. Сандал. – М.: Международная академия коучинга, 2011. – 354 с.
2. Hackman J. R., Oldham G. R. Motivation through the design of work. 1976. Vol. 16. Organizational Behavior and Human Performance.

Ханкишиев Х.А., магистр спеціальності «Економічна кібернетика»

РИСК-МЕНЕДЖМЕНТ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ: ДИВЕРСИФИКАЦИЯ КАК МЕТОД ЗАЩИТЫ

Ключевые слова: диверсификация, потребительская кооперация, управление рисками.

Постановка проблемы. Развитие рыночных отношений, предполагающее постепенный переход к саморегулирующемуся обществу, связано с приобретением хозяйствующими субъектами большей свободы и самостоятельности. Это означает, что ответственность за принимаемые бизнес-решения целиком возлагается на самих предпринимателей или менеджеров предприятий, а также их учредителей и акционеров, означающих одновременно риск опасности потери ресурсов, недополучения доходов, прекращения производства или банкротства. В рыночной экономике риск является неотъемлемым атрибутом любых экономических отношений.

Анализ последних исследований и публикаций. Научное отражение специфики проблем риска в деятельности предприятий потребительской кооперации нашло в публикациях и научных трудах П. Вахрина, В. Ермакова, Г. Ефремовой, Г. Киселевой, А. Макаренко, ЛТ. Наговициной, Ф. Панкратова, К. Раицкого, А. Семенова, В. Теплова, А. Фридмана, М. Хайруллиной и др.

Формулирование цели. Риск - это вероятность потери предприятием части своих ресурсов, недополучения доходов или появления дополнительных расходов, и/или возможность получения значительной прибыли (дохода) в результате осуществления определенной хозяйственной деятельности. Развитие рыночных отношений, предполагающее постепенный переход к саморегулирующемуся обществу, связано с приобретением хозяйствующими субъектами большей свободы и самостоятельности. Самостоятельность означает одновременно и риск. Таким образом, в рыночной экономике риск присутствует в деятельности предприятия любого типа, является неотъемлемым атрибутом любых экономических отношений.

Изложение основного материала исследования. Однако можно констатировать, что на отечественных предприятиях, как правило, отсутствует целостный организованный процесс управления рисками; находят свое применение лишь отдельные методы снижения и финансирования возможных убытков в отношении наиболее значимых, существенных рисков. Эффективный же результат защиты от риска можно получить лишь при комплексном использовании методов управления риском и

реализации на практике методологически отработанных процедур целостного, законченного процесса риск-менеджмента.

Потребительская кооперация функционирует во взаимодействии с множеством факторов внешней среды и ее деятельность сопряжена с рисками непредвиденных убытков, свойственными любому предприятию в условиях рыночной экономики. Однако многоотраслевой характер деятельности потребительских обществ, территориальные рамки функционирования, особенности организации финансов определяют не только специфику ключевых состояний риска, но и необходимость разработки нетривиальных подходов по эффективному управлению ими. Исследование и адаптация современного опыта организации системного риск-менеджмента необходимы для разработки и реализации комплексного подхода к управлению рисками на предприятиях потребительской кооперации [2].

Эффективность системы управления риском в значительной степени определяется правильным, обоснованным выбором мер минимизации и финансирования риска. При этом обеспечение защиты от риска с привлечением страховых организаций с позиций макроэкономики является экономически наиболее эффективным по сравнению с другими методами управления риском на предприятии. Однако на микроуровне необходимость страхования находит свое подтверждение в отношении далеко не всех субъектов экономики.

Изучение системы показателей для оценки эффективности страхования как одного из методов финансирования риска предприятия приобретает все большую актуальность в связи с нарастающей конкуренцией на страховом рынке и, как следствие, увеличением возможности выбора контрагентов-страховщиков и страховых продуктов, а также расширением инструментария риск-менеджмента, предполагающего наличие альтернативных вариантов покрытия риска. В отечественной теории и практике страхования широко известны и практически применяемы показатели оценки эффективности страховых операций со стороны страховщика. Эффективность страховой сделки с позиций страхователя часто остается вне сферы внимания специалистов. Применение системы показателей эффективности страхования необходимо менеджеру по риску и руководителю предприятия (страхователю) для оценки приемлемости сформированного страхового портфеля и внесения корректив в программу управления риском в целом [1].

Следовательно, необходимость управления риском становится ключевым фактором успеха для любого хозяйствующего субъекта, стремящегося занять прочные конкурентные позиции в

долгосрочной перспективе. Осознание этого приводит к пониманию необходимости детального теоретического исследования проблем риска и управления риском, повышения в целом культуры управления риском как одной из обычных управленческих функций, переложения результатов данного исследования в прикладную плоскость, адаптации системы методов управления риском к ежедневной практической деятельности экономического субъекта [3].

Отмеченные обстоятельства, с одной стороны, свидетельствуют об актуальности управления рисками в широком смысле, т.е. актуальности риск-менеджмента вообще, как системного процесса. С другой стороны, актуальность исследования проявляется и в узком смысле: акцент на оценку эффективности страхования как одного из методов финансирования риска вполне обоснован, поскольку сложившаяся практика хозяйствования свидетельствует о неоднозначности результатов и несовершенстве современной системы взаимодействия страховых компаний и предприятий-субъектов риска.

На современном этапе развития экономики актуальность внедрения программ риск-менеджмента признается подавляющим большинством теоретиков и практиков, а проблема оценки и учета риска приобретает самостоятельное теоретическое и прикладное значение как важная составная часть теории и практики управления.

Выводы. Обобщая результаты оценки организации риск-менеджмента в деятельности предприятий потребительской кооперации, сопоставления основ ее функционирования с рекомендуемыми нормами и схемами, а также анализа эффективности использования отдельных методов финансирования рисков кооперативных организаций необходимо сформулировать систему рекомендаций по применению методов контроля и финансирования потерь по отношению к одному из наиболее значимых рисков предприятий потребительской кооперации – риску потерь имущества.

Список использованных источников

1. Алексеева, Н.В. Исследование возможностей приемов риск-менеджмента в деятельности предприятий потребительской кооперации / Н.В. Алексеева // Сборник научных статей докторантов, аспирантов и соискателей. - М.: «Наука и кооперативное образование», Российский университет кооперации, 2007. - 494 С. 23-26.
2. Алексеева, Н.В. Риск как объект исследования в современной науке / Н.В. Алексеева, Е.Н. Сухийин // Потребительская

кооперація: соціальна ініціатива і відповідальність: Матеріали науково-практ. конф. посвященої 90-літтю МУПК. Чебоксари: Руссика, 2003. - С. 67-73.

3. Куниціна Н.Н. Інформаційне забезпечення процесу управління ризиками / Н.Н. Куниціна // Соціально-економічні проблеми розвитку потрєбительської кооперації. Ставрополь, 2002. - 4.1. - С.249-253.

К.В. Черненко, к.е.н.

Полтавська державна аграрна академія

СУТНІСТЬ ТА ФУНКЦІОНАЛЬНА НАПОВНЕНІСТЬ УПРАВЛІНСЬКОГО РІШЕННЯ В АНАЛІЗІ ТА АУДИТІ

Жодна людина не може не пізнати на практиці процес прийняття рішень. Кожен із нас протягом дня приймає їх десятки, а протягом життя - тисячі. Деякі з них прості, інші більш складні і вимагають ретельного обдумування. Необхідність прийняття рішення пронизує все, що робить керівник будь - якого рівня, формулюючи мету і добиваючись її досягнення. Навіть одним ізпоказників діяльності менеджера є його здатність приймати правильні рішення.

Рішення – це відповідна реакція на внутрішні і зовнішні впливи, які спрямовані на розв'язання проблем і максимальне наближення до заданої мети [1].

Кінцевим продуктом управлінської діяльності, її основою є рішення керівника, тобто вибір ним найкращого варіанту дій із багатьох можливих. Реалізація цілей будь-якого організаційного формування забезпечується шляхом прийняття і виконання численних рішень, від якості яких значною мірою залежить ефективність використання ресурсів.

Потреба у прийнятті рішення виникає у зв'язку із зовнішніми обставинами (припис вищої організації, регулювання взаємовідносин з кооперативними підприємствами та організаціями) і внутрішніми (відхилення від заданих параметрів виробництва, виникнення вузьких місць, виявлення резервів, порушення трудової дисципліни, заохочення працівників тощо). Рішення є відповідною реакцією на внутрішні й зовнішні впливи, вони спрямовані на розв'язання проблем і максимальне наближення до заданих цілей.

Рішення - це творчий процес вибору однієї або декількох альтернатив із множини можливих варіантів (планів) дій, спрямованих на досягнення певних цілей.

Рішення є процесом, який реалізується суб'єктом управління і визначає дії, спрямовані на вирішення поставленого завдання в

даній фактичній чи запроєктованій ситуації. У широкому розумінні рішення розглядається як акт реалізації влади з вибором способу дій у конкретній ситуації. Рішенням визначається, хто і що має здійснити, в які строки, з якими затратами праці і коштів, в якому порядку, при якому розподілі обов'язків, прав і відповідальності, за якої організації контролю, яких результатів слід очікувати.

Управлінське рішення – це сукупний результат творчого процесу (суб'єкта) та дій колективу (об'єкта управління) для вирішення конкретної ситуації, що виникла у зв'язку з функціонуванням системи. Управлінські рішення є соціальним актом, що організовує і спрямовує в певне русло діяльність трудового колективу та виконує роль засобу, який сприяє досягненню мети, поставленої перед підприємством.

Управлінські рішення слід розглядати як вид діяльності, яка відбувається в керуючій системі й пов'язана з підготовкою, знаходженням, вибором та прийняттям певних варіантів дій.

Моделі та методи прийняття управлінських рішень в аналізі та аудиті:

- управлінські рішення - вид роботи в апараті управління, певний етап процесу управління;
- варіант впливу керуючої системи на керовану (в такому розумінні управлінське рішення являє собою опис передбачуваного впливу керуючої системи на керовану);
- організаційно-практична діяльність керівника у керованій системі [2].

Список використаних джерел

1. Василенко В.А. Теорія і практика розробки управлінських рішень: Навчальний посібник.-Київ, ЦУЛ, 2003 – 420 с.
2. Моделі і методи прийняття рішень в аналізі та аудиті. Навчальний посібник для студентів спец. 7.050106 "Облік і аудит". / За ред. д.е.н., проф. Ф.Ф. Бутинця, к.е.н., доц. М.М. Шигун. - Житомир: ЖДТУ. 2014. – 352 с.

*Яновська А. В., магістр спеціальності «Економіка підприємства»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ КОМЕРЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах конкуренції одним з ключових елементів організації бізнесу є система організації комерційної діяльності. Комерційна діяльність безпосередньо впливає на ефективність виробництва і на різні показники діяльності підприємства: обсяг реалізації товару,

рівень комерційних витрат, показники оборотності і ряд інших. Комерційна діяльність виступає як спосіб реалізації комерційних відносин, які в умовах конкуренції стають домінуючими. Тому комерційна діяльність виступає об'єктивно необхідною категорією економіки, причому надзвичайно складною за своїм характером і змістом.

Сутність комерційної діяльності полягає в організації комерційних процесів, операцій, спрямованих на забезпечення системи товарно-грошового обміну, і управління цими процесами. Отже, комерційна діяльність покликана забезпечити обмін товарів, послуг. Причому забезпечити не лише момент обміну, а й усю стадію цієї відтворювальної фази. Ясно, що у такому випадку комерційна діяльність охоплює сукупність процесів і операцій, відповідно до завдань різних етапів фази обміну. Таким чином, в основі комерційної діяльності лежить організація комерційних процесів, операцій і управління ними.

Значний внесок у вивчення особливостей комерційної діяльності належить Ю.А. Аванесову, Ф.П. Половцеву, Ф.Г. Панкратову. Комерційну діяльність у міжнародному масштабі досліджували З.І. Боярська, М.І. Дідьківський, Дахно І.І. та інші. Разом з тим, у зазначених роботах недостатньо висвітленими лишаються питання методичного забезпечення оцінки комерційної діяльності підприємства. Саме тому дослідження є актуальним.

Комерція як різновид людської діяльності у більшості з нас асоціюється з торгівлею. Це зовсім природно, тому що відбувається даний термін від латинського commercium (торгівля) [5]. Однак таке тлумачення комерції як терміну є занадто вузьким і явно недостатнім для з'ясування поняття і сутності комерційної діяльності. Будь-яка діяльність, у тому числі й комерційна, має певну спрямованість а отже здійснюється з метою досягнення поставлених цілей, які за своєю суттю є цілями функціонування. Виступаючи атрибутом ринку, комерція формується на його засадах, які слугують неодмінною передумовою її розвитку.

Зарубіжна і національна економічна література оперує різними визначеннями комерційної діяльності, найбільш поширені з яких наведено у табл. 1.

Таблиця 1.

Найбільш поширені визначення терміну комерційна діяльність [систематизовано автором]

№ з/п	Комерційна діяльність	Джерело
1	Товарно-грошовий обмін, у процесі якого товари від постачальника переходять у власність торгового підприємства з орієнтацією на потреби ринкового попиту	[1, с. 27]

№ з/п	Комерційна діяльність	Джерело
2	Особливий вид діяльності, пов'язаний з реалізацією товарів, від якої залежать кінцеві результати торгового підприємства	[2, с. 39]
3	Оперативно-організаційна діяльність зі здійснення операцій обміну товарно-матеріальних цінностей з метою задоволення потреб населення і отримання прибутку	[3, с. 40]
4	Діяльність з забезпечення купівлі-продажу товарів, що супроводжується проведенням відповідних розрахунків, з метою здобуття максимально можливого прибутку в умовах існуючих правових норм	[4, с. 14]
5	Комерційне підприємництво — це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг. Змістом комерційного підприємництва є товарно-грошові та торговельно-обмінні операції. Комерція у вузькому розумінні — це торгівля, а комерсант — це працівник торгівлі. Торговельно-обмінні операції здійснюються у вигляді угоди з купівлі-продажу або перепродажу товарів і послуг. Представниками комерційного підприємництва є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання і засоби виробництва	[5, с. 58]
6	Комерційна діяльність — поняття економічно більш широке, ніж торгівля, оскільки в основі торгівлі завжди лежить комерція, але не кожна комерційна діяльність зводиться тільки до торгівлі. Багато юридичних осіб у сфері комерційної діяльності здійснюють складний комплекс заготівельної, виробничої, будівельної, інвестиційної та іншої	
7	підприємницької діяльності з метою її подальшої реалізації через процеси купівлі-продажу для виручки доходів і отримання прибутку	[6, с. 282]
8	Вид торгового підприємництва або бізнесу, але бізнесу благородного, того бізнесу, який є основою будь-якої по-справжньому цивілізованої ринкової економіки	[7, с. 282]

З наведених у табл. 1 визначень випливає, що комерційна діяльність підприємства – поняття більш широке, ніж проста

купівля-продаж товару, тобто щоб акт купівлі-продажу відбувся, торговому підприємцю необхідно здійснити певні оперативно-організаційні і господарські операції, у тому числі вивчення попиту і ринку збуту товарів, можливість впливу постачальників і покупців товарів, налагодження з ними раціональних господарських зв'язків, транспортування товарів, рекламно-інформаційну роботу зі збуту товарів, організацію торгового обслуговування тощо.

Список використаних джерел

1. Багрова І. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств : підручник для вузів / І. В. Багрова, Н. І. Редіна, В. Є. Власюк, О. О. Гетьман ; за ред. І. В. Багрової. – Кив : Центр навч. літ-ри, 2009. – 580 с.
2. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа : навч. посіб. / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серьогіна. – 2-ге вид., випр. – Рівне : Вертекс, 2009. – 352 с.
3. Дахно І. І. Міжнародна торгівля : навч. посіб. / І. І. Дахно. – Київ : МАУП, 2009. – 296 с.
4. Аванесов Ю. А. Основи комерції : підручник / Ю. А. Аванесов, Е. В. Васькин, А. Н. Клочко. – Київ: Люкс-Арт, 2009. – С. 10
5. Варналій З. С. Економічна безпека України: проблеми та пріоритети зміцнення : монографія / З. С. Варналій, Д. Д. Буркальцева, О. С. Сасенко. – Київ : Знання України, 2011. – 299 с.
6. Осипова Л. В. Основы коммерческой деятельности / Л. В. Осипова, И. М. Синяева. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. – 623 с.
7. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа : навч. посіб. / Ф. Г. Панкратов, Т. К. Серьогіна. – 2-ге вид., випр. – Рівне : Вертекс, 2009. – 352 с.

**ВІТАННЯ УЧАСНИКІВ І ГОСТЕЙ ІНТЕРНЕТ-
КОНФЕРЕНЦІЇ**

Рогоза М.Є., Рогоза С.М. Особливості формування та управління процесами стратегічного планування при інноваційному розвитку підприємства

Безпарточний М. Г. Використання методів оптимізації при формуванні цінової політики підприємств торгівлі

Вергал К.Ю. Формування механізму узгодження поведінки агентів мультиагентної інтегрованої структури

Вертипорох А.М. Удосконалення трансфертного ціноутворення в банку

Водоп'ян С. В. Механізми і моделі управління інноваціями на підприємстві

Грущенко М.А. Моделювання діяльності туристичних підприємств

Данилейко Р.П., Івченко Є.І. Механізми та моделі у системі управління діяльністю ВНЗ

Дзюбкін А.С. Наукові основи формування логістичного управління в контексті розвитку логістичних систем

Дрожжа В.В. Методи аналізу фінансових ризиків

Емець О.А., Емець А.О. Подсчет вершин в общем многограннике размещений

Ємець Є.М., Ємець Ол-ра О., Карнаухова Г.В. Анімації як елемент дистанційного навчання

Ємець О.О., Барболіна Т.М. Математична модель задачі вибору портфеля інвестиційних проектів з імовірнісною невизначеністю

Железнякова К. Розробка економіко-математичних моделей систем масового обслуговування у менеджменті суб'єкта фінансового сектору

Залознова Ю.С., Трушкіна Н.В. Прогнозування як інструмент планування збутової діяльності вугледобувних підприємств

Зінченко О.М. Теоретичні підходи до визначення сутності споживчого ринку

Іванов С.В., Перебийніс В.І., Олексенко Л.В. Розвиток кооперативної системи сільської місцевості

Іванов С.В., Рогоза М.Є., Вергал К.Ю. Модель мультиагентної системи інтегрованої торговельної структури

Іванова В.В. Роль інформаційної стратегії в діяльності підприємств

Івченко Є.І., Божко В.І. Актуальність проблеми підготовки фахівців з реалізації конвергентності бізнесу та ІТ

Криштопа О.В. Функції корисності: методи побудови та

приклади застосування

Кузьменко Н.В. Розвиток багатofункціональних сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів як стратегічний напрямок розвитку сільськогосподарського виробництва

Кузьменко О.К., Жданов А. Використання структурно-функціонального моделювання управління розвитком підприємства

Левченко М. В. Теоретичні підходи до управління конкурентоспроможністю продукції підприємства

Ляшенко В.І., Харзівшвілі Ю.М. Роль когнітивної складової креативних послуг в процесах модернізації економіки

Македон В.В. Стратегічні засади забезпечення ефективності процесів злиттів і поглинань компаній

Мельник О.Г., Адамів М.Є. Міжнародні акценти діагностики інвестиційної привабливості бізнес-структур

Павлик І.Л. Формування системи підвищення конкурентного статусу підприємств торгівлі

Перебийніс В.І., Житник Т.П., Малиш М.Н. Моделювання зайнятості сільського населення

Петрова І.П. Нормативно-правові засади державно-приватного партнерства в Україні: проблеми та перспективи розвитку

Петрук М.О., Андрейшина Н.Б. Інформаційна економіка як основа дослідження макроекономічних систем

Побережнюк І.М. Економічна безпека підприємства

Рогоза В.М. Методології розробки та інтеграції систем управління економічними об'єктами за складного та динамічного конкурентного оточення

Савицький В.О. Порядок формування та використання коштів місцевих бюджетів

Самсонов В.В. Система управління підприємством з використанням сучасних теорій логістики ланцюжка поставок

Сергійчук В.О. Оцінка інноваційного розвитку підприємств туристичного бізнесу

Стефанюк О.Д. Оцінка ефективності впровадження технології коучингу як інструменту мотивації працівників ТОВ «СТІМЕКС ІНЖИНІРИНГ ГРУП»

Ханкишиєв Х.А. Риск-менеджмент в потребителській кооперації: диверсифікація як метод захисту

Черненко К.В. Сутність та функціональна наповненість управлінського рішення в аналізі та аудиті

Яновська А. В. Теоретичні підходи до визначення сутності комерційної діяльності підприємства