

переваги великих і малих підприємств, під час чого останні успішно приймали участь у реструктуризації низки галузей економіки, що стає все більш актуальним в міру розвитку ринкових відносин. Необхідність налагодження ефективного бізнес-партнерства цих суб'єктів господарювання викликана особливостями сучасного етапу розвитку світової й вітчизняної економіки: глобалізацією господарських систем, зростаючою відкритістю (доступністю) ринків, обмеженістю ресурсів, впровадженням у практику ведення бізнесу інформаційних технологій, що постійно оновлюються.

Великі підприємства мають перевагу в можливості акумулювання значних ресурсів, які вони спрямовують на проведення масштабних досліджень, запровадження інновацій. Вони можуть забезпечувати значну економію на масштабах виробництва. Водночас на таких підприємствах у багатьох випадках виникають значні бюрократичні управлінські структури, відсутня мобільність в управлінні та загальмована реакція на сигнали ринку, що негативно впливає на ефективність їхньої діяльності. Отже, у підприємницьких мережах поєднуються переваги однієї та іншої форми організації та управління виробництвом. Підприємницькі мережі довели свою ефективність у багатьох галузях і багатьох країнах світу.

Так, однією з прогресивних форм роздрібною торгівлі, на даний час, виступають торгові мережі. Всесвітня мережева торгівля асоціюється з такими відомими гігантами, як, наприклад, Wal-Mart Stores Inc - американська компанія, заснована в 1962 році, яка на теперішній час є найбільшою торговою мережею у світі, котра об'єднує більш ніж 8000 магазинів, Metro AG – німецька компанія, майже 300000 співробітників якої працюють в понад 2100 магазинах компанії у 32-х країнах Європи, Африки та Азії, Carrefour SA - французька компанія роздрібною торгівлі, оператор однойменної роздрібною мережі, другий за величиною в світі після Wal-Mart.

Ключовою тенденцією сучасного розвитку торгівлі є глобалізація, проявом якої став вихід торговельних мереж за межі своєї країни та відкриття магазинів в інших країнах світу.

В Україні такі великі мережі тільки почали розвиватися. На сьогодні до найбільших за часткою у роздрібному товарообороті належать мережі торгово-промислової корпорації «Фоззі Груп» (4.2%), група компаній «Фуршет» (2.5%), ТОВ «АТБ-Маркет» (2.47%) і ТОВ «Квіза-Трейд» (2.12%). На ці чотири торговельні мережі в 2009 р. припадало 11.2 % роздрібного товарообороту підприємств України, а в загальному обсязі, включаючи оборот фізичних осіб-підприємців, лише 6.1 %. За результатами глобальних досліджень, проведених компанією CB Richard Ellis, Україна в 2011р. посіла 18-те місце в рейтингу країн, які розглядають транснаціональні компанії для експансії в 2012-13 рр.

Слід зазначити, що потужний вплив на розвиток торговельних мереж в країнах СНД і Україні, зокрема, мають наднаціональні фактори. Вони визначають характер майбутніх змін у структурі торговельної мережі й тому потребують ретельного дослідження. Значний вплив здійснюють наслідки світової фінансово-економічної кризи, які принципово змінюють характер конкурентної поведінки великих компаній, додаючи більшої виваженості в обґрунтуванні і прийнятті рішень щодо подальшого розвитку.

Література: 1. Волосюк, И. Формат ТЦ: индивидуализация или обобщение?// И. Волосюк // Commercial Property. – 2006. – № 2. – С. 42-46. 2. Баткилина Г.В., Гахокидзе Н.С. Предпринимательские сети в системе интеграционных связей малых и крупных предприятий как фактор реформирования экономики // Бизнес предложения: Информационно-аналитический журнал.– 2005.– №6. – С. 34–39. 3. Селезнева И. Развитие мировых розничных сетей / И. Селезнева //Маркетинг. – 2010. – № 5. – С. 92–102 4. В какие страны хотят ритейлеры?//Новый маркетинг.–2012.–№2.–С. 12

Балабанова О.І.,

*к.е.н., доцент кафедри менеджменту готельного, курортного і туристичного сервісу
Бердянського державного педагогічного університету,
м.Бердянськ, Україна*

ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ СЕЗОННИХ КОЛИВАНЬ ПОПИТУ

Санаторно-курортна сфера України характеризується властивостями, які відрізняють її від інших галузей національного господарства. В умовах, коли характеристики попиту на

санаторно-курортні послуги зазнають постійного впливу соціально-економічних явищ та процесів, змінюються сезонно, негнучкість існуючих систем управління перетворюється на чинник, що гальмує подальший розвиток санаторно-курортної сфери України.

В останні роки автори праць, присвячених проблемам управління санаторно-курортними закладами, в своїх роботах більше уваги приділяють дослідженню організаційно-економічних механізмів забезпечення сталого розвитку курортів, все частіше звертаються до економіко-математичних методів прогнозування: М.Й.Ковач [3] А.М.Доміще-Медяник, П.П.Гаврилко [2], М.В.Римар, А.С.Краєвська, А.А.Демін; І.В. Артюхова [1], Ю.В. Павлішак, Г.Г. Цегелик [4].

На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в обґрунтуванні застосування адаптивних моделей прогнозування економічних показників діяльності санаторно-курортного підприємства в умовах сезонних коливань попиту як чиннику, що підвищує гнучкість системи управління.

В короткостроковому прогнозуванні, коли найбільш важливими залишаються останні реалізації досліджуваного процесу, найбільш ефективними є адаптивні методи, що враховують нерівноцінність рівнів часового ряду та являють собою моделі дисконтування даних, здатні швидко пристосовувати свою структуру і параметри до зміни умов [5]. Математичні моделі адаптивного прогнозу будуються на основі одного фактору – часу та можуть базуватися на одній з двох схем – плинного середнього та авторегресії. В практиці статистичного прогнозування поширеними є модель Хольта та модель Брауна, що є окремим випадком першої. Загальна схема побудови адаптивних моделей передбачає такі процедури: за декількома першими рівнями ряду оцінюються значення параметрів моделі. За моделлю будується прогноз на один крок вперед, причому його відхилення від фактичних рівнів ряду розцінюється як помилка прогнозування, що враховується відповідно до прийнятої схеми коригування моделі. Далі за моделлю із скоригованими параметрами розраховується прогнозна оцінка на наступний момент часу і т.д. Таким чином, модель постійно «поглинає» нову інформацію і до закінчення періоду прогнозування відбиває тенденцію розвитку процесу, що існує в даний момент. Реакція на помилку прогнозу та дисконтування рівнів часового ряду визначається за допомогою параметрів згладжування (адаптації), значення яких можуть змінюватися від нуля до одиниці; високе значення цих параметрів (вище 0,5) означає надання більшої ваги останнім рівням ряду, а низьке (менше 0,5) – більш раннім спостереженням.

За даними про обсяги наданих санаторно-курортних послуг курортних регіонів України побудовано моделі у вигляді полінома першого порядку з адаптивним механізмом Хольта; здійснено оптимальне налаштування параметрів адаптації α_1 , α_2 за критерієм суми квадратів прогнозних помилок з використанням для цього контрольної вибірки з трьох останніх спостережень; проведено прогнозні розрахунки для упередження $\tau=3$. Рішення даних задач здійснено за допомогою табличного процесора Excel.

Виходячи з того, що реакція на помилку прогнозу та дисконтування рівнів часового ряду в моделях, що базуються на схемі плинного середнього, визначається за допомогою параметрів згладжування (адаптації) α_1 , α_2 та враховуючи, що високе значення цих параметрів (вище 0,5) означає надання більшої ваги останнім рівням ряду та відповідає швидко змінюваним динамічним процесам (наприклад, м.Одеса, Прикарпаття, м.Ялта, Київська обл.), а низьке (менше 0,5) – попереднім спостереженням та відповідає більш стабільним процесам (Закарпаття, Хмельник, Запорізька обл.), можна зробити висновок про те, що політика прогнозування при визначенні контрольної вибірки та базових років не може бути однозначно догматичною (наприклад, прогнозування обсягів обслуговування на підставі даних про реалізацію ліжко-днів за останні три роки), а визначається для кожного курортного регіону окремо.

Експериментальні розрахунки адаптивних прогнозів обсягів доходів по санаторіях Запорізької області показали, що застосування адаптивної моделі може реалізуватися шляхом попереднього налаштування параметрів адаптації та дозволили визначити параметри адаптації прогнозів на період з лютого по серпень для санаторно-курортних підприємств з різним ступенем сезонності. Встановлено, що для санаторіїв, що працюють цілорічно, характерний більш тісний зв'язок між коефіцієнтом сезонності S та параметрами адаптації α_1 , α_2 , порівняно з сезонними (значення коефіцієнтів кореляції: -0,50; -0,45 та -0,07; 0,04).

За допомогою кореляційного аналізу визначено силу лінійного зв'язку між параметрами адаптації α_1 , α_2 та коефіцієнтом співвідношення кумулятивних значень прогнозних та фактичних

обсягів доходів ($KD_{пр/ф}$) та встановлено наявність статично значимого зв'язку між показниками α_1 та $KD_{пр/ф}$ на підставі коефіцієнта кореляції $r = -0,54$ при $p\text{-value} = 0,04 < 0,05$.

Результати застосування даної методики адаптивного прогнозування при розрахунку показників доходів, витрат та прибутку санаторіїв Запорізької області засвідчили її перевагу над традиційними підходами до планування та обґрунтованість її включення до складу організаційно-економічних механізмів управління розвитком підприємств, адже точність виконання планів є одним з критеріїв оцінювання адаптивності та стійкості підприємства як системи, що визначає його потенціал до подальшого розвитку.

Застосування адаптивних моделей прогнозування дозволяє здійснювати обґрунтовані диференційовані, з урахуванням регіональної специфіки, політики планування діяльності для різних курортних регіонів України; застосування методики адаптивного прогнозування на основі оптимальних параметрів адаптації враховує різний ступінь сезонності курортів та є ефективним механізмом підвищення гнучкості системи управління санаторно-курортним закладом.

Література: 1. Артюхова І.В. Методичні засади факторного аналізу конкурентоспроможності підприємств санаторно-курортного комплексу // Економіка Крима. – 2010. - № 4. – С. 131-135. 2. [Домище-Медяник А. М.](#) Економічні та соціальні аспекти оцінювання суспільних потреб у дитячому оздоровленні та відпочинку [Текст] / А. М. Домище-Медяник, П. П. Гаврилко // Економіка АПК. - 2012. - № 4. - С. 114-122. 3. Ковач М.Й. Санаторно-курортне господарство Закарпатської області: стан та перспективи розвитку // Сталій розвиток економіки. Всеукраїнський науково-виробничий журнал. 4. Павлішак Ю.В., Цегелик Г.Г. Використання економетричних моделей для прогнозування ефективності експлуатації суб'єктів санаторно-курортного бізнесу. // Формування ринкової економіки в Україні : Науковий збірник Вип.12. Під ред.проф.З.Г.Ватаманюка, Львів Інтереко, 2003. – С.378-382. 5. Экономико-математические методы и прикладные модели : учеб. пособие для вузов / [В. В.Федосеев, А. Н.Гармаш, Д. М.Дайитбегов и др.] ; под ред. В. В. Федосеева. – М. : ЮНИТИ, 2002. – 391 с.

Бірюк О.С.,
керівник сектору ТОВ «ДКХ «Девелопмент Констракшен Холдинг»,
м. Київ, Україна

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ В СИСТЕМІ ЧИННИКІВ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

Реалізація різноманітних стратегій економічних суб'єктів на сучасному етапі багато в чому залежить від домінуючих тенденцій світової економіки – зокрема, глобалізації та інтернаціоналізації. Підкреслимо, що подібна залежність існує безвідносно факту діяльності економічного агента виключно на зовнішньому або внутрішньому ринках, і визначається всепроникаючим впливом та масштабністю глобалізації. Відповідно, можна стверджувати, що навіть підприємства, які функціонують тільки в межах окремих національних ринків товарів та послуг, в тій чи іншій мірі знаходяться під впливом глобалізації.

В цьому контексті представляє теоретичний та прагматичний інтерес також і питання про пріоритетність в ланцюгу понять «стратегія підприємства - глобалізація». З одного боку, підприємство може сприймати глобалізацію як об'єктивний фактор та лише пасивно враховувати її вплив на ряду з впливом інших чинників іншими в процесі стратегічного розвитку; з іншого – глобалізація в тих чи інших проявах може бути сама своєрідною «частиною» стратегії конкретного підприємства. На наш погляд, останній варіант дає суттєві конкурентні переваги для економічного агента, оскільки дозволяє адаптувати свої рішення до мінливого економічного середовища, підвищує роль підприємства як учасника економічних процесів.

В загальному, дослідження в фаховій літературі питання щодо особливостей формування і реалізації стратегії організації дало можливість сформулювати наступні висновки [1, 2, 3]:

- головна вимога до сучасного стратегічного менеджменту – динамічність, оскільки статичні моделі та використання загальноновизнаних постулатів без власного внеску компанії є неефективними та не дають шансів на успіх;

- поступово у стратегічному менеджменті починає домінувати творча складова, яка передбачає об'єднання потенціалу та компетенцій усіх без винятку працівників компанії – від генерального директора до рядового співробітника;