

Секція 8. МОДЕЛЮВАННЯ І УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ЕКОНОМІКИ

ВИМОГИ ДО МОДУЛЮ СИСТЕМИ ПІДТРИМКИ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ ОНОВЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ГІРНИЧОТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

Кочура Є.В., Белкіна І.А., ДВНЗ «НГУ», м. Дніпропетровськ

Кошти, направлені на оновлення основних фондів підприємства представляють з себе реальні інвестиції, що створюють капітал. В рамках проектного аналізу оновлення основних засобів передбачено економічний аналіз, що зводиться до зіставленні витрат і вигід від вибору на користь одного чи іншого виду обладнання. При аналізі проекту оновлення транспортного парку відповідного підрозділу підприємства, вигоди і витрати, пов'язані з придбанням і функціонуванням транспортних засобів повинні бути розглянуті в масштабі всього підприємства.

При оновленні основних фондів часто використовується метод дисконтування, в рамках якого вибір варіанту інвестування здійснюється на основі відповідних показників економічної ефективності інвестиційних проектів, серед яких: приведений прибуток, чистий приведений інтегральний прибуток, індекс рентабельності інвестицій, внутрішня норма прибутковості, термін окупності та інші.

В формулах розрахунку по кожному з вищеперерахованих показниках, прямо або через інші показники присутні дохід, собівартість або прибуток підприємства за період часу. Економічні результати діяльності гірничотранспортного комплексу залежать від багатьох факторів, вплив кожного з яких можна врахувати методами економіко-математичного моделювання. Тож, в процесі проведення економічного аналізу проектів оновлення парку рухомого складу гірничотранспортного комплексу, слід приймати значення економічних показників, розраховані за відповідними моделями.

Визначена практична складність розрахунку економічних показників діяльності підприємства на основі економіко-математичних моделей, вказує на очевидну необхідність використання засобів обчислювальної техніки. Окрім того, при проектному аналізі для ефективного планування елементів витрат, або доходів, що використовуються для розрахунку кошторису витрат, або доходу від основної діяльності, часто необхідні дані по відповідних статтях за попередні періоди. Постає необхідність створення окремого модулю системи підтримки прийняття рішень для планування оновлення транспортного парку гірничотранспортного комплексу і, відповідно, розрахунку економічних показників діяльності підприємства на основі економіко-математичних моделей. Під модулем будемо розуміти функціонально закінчений фрагмент програми, що складається з моделей, уявлень, контролерів та інших компонентів, оформлений у вигляді окремого файлу з вихідним кодом або

пойменованої безперервної її частини, призначений для використання в інших програмах.

База даних модулю системи підтримки прийняття рішень при оновленні транспортного парку гірничотранспортного комплексу, поміж іншого, повинна містити інформацію по статтям калькуляції, технічні характеристики транспортного і виробничого обладнання, ціни на паливно-змащувальні матеріали і т.д. Це вказує на необхідність системи керування бази даних залучати інформацію з приватних, публічних та зовнішніх джерел, що обумовлює необхідність мережевого зв'язку модулю системи підтримки прийняття рішень із внутрішнім і зовнішнім інформаційним середовищем підприємства.

База моделей модулю системи підтримки прийняття рішень оновлення транспортного парку гірничотранспортного комплексу повинна забезпечувати легкість розрахунку показників економічної ефективності інвестиційних проектів, what-if аналіз, аналіз чутливості, оптимізаційний аналіз, а також бути відкритою до доповнення новими моделями, наприклад, такими, що враховували б ризики.

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЕМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

*Лясова Ю.В., к.е.н., доц. кафедри міжнародної економіки,
Гордієнко І.А., студентка 5 курсу,
Кримський економічний інститут ДВНЗ «Київський національний
економічний університет ім. Вадима Гетьмана», м. Сімферополь*

Розглядаючи такий напрямок економіки як розроблення економічної стратегії підприємства в мовах глобалізації ми не можемо не звернутися до історії виникнення такого поняття. Стратегія яка дуже ефективно функціонувала на внутрішньому ринку, не приносила очікуваного результату на зовнішньому ринку. Американські вчені почали вивчати це питання і дійшли висновку, що кожна країна має свою соціально-культурну поведінку та різні традиції. Професором Гарвардської школи бізнесу Джеймсом Хаглером у 1957 р. було запропоновано сконцентрувати зусилля дослідників на вивченні особливостей економіки різних країн.

Маркетингові стратегії розвитку – основа удосконалювання маркетингової діяльності підприємств установлено, що створення діючого комплексу маркетингу можливе за рахунок побудови і впровадження в цілому системи стратегічного менеджменту на підприємстві.

Виділяють декілька основних етапів розвитку та провадження стратегії на підприємствах:

1). Розвиток базової концепції маркетингової діяльності фірми передбачає:

- ◆ ситуаційний аналіз;