

- неузгодженість (відсутність координації, спряженості) муніципальних програм з програмами розвитку функціонуючих на його території недержавних підприємств і організацій, а також програм розвитку регіонів;
- сукупність запропонованих до розробки та реалізації безлічі довгострокових програм розвитку муніципальних утворень в рамках місцевого самоврядування не формує спільне бачення їх стратегічного розвитку, не дозволяє скоординувати і пов'язати програми розвитку галузевих і територіальних суб'єктів, обмежується ресурсами;
- відсутність у органів місцевого самоврядування мотивації до розвитку муніципального управління.

Таке управління можна назвати «управління функціонуванням». Таким чином, управління розвитком муніципальних утворень в рамках переданих на місцевий рівень державних функцій (повноважень) не представляється можливим. Виникає питання про використання у практиці місцевого самоврядування технологій менеджменту методами стратегічного управління.

Львів Д.С., Гранберг А.Г., Егоршин А.П. сформулювали визначення для регіону: «Стратегічне управління - управлінська діяльність, спрямована на досягнення поставлених цілей в умовах нестабільного, конкурентного, ринкового середовища, що включає діагностичний аналіз стану регіону, стратегічне планування та реалізацію обраної стратегії» [3].

Базовим елементом стратегічного управління є стратегічне планування. Стратегічне планування представляє собою дії і рішення керівництва по розробці специфічних стратегій, які допомагають організації досягти своїх цілей. Стратегічне планування сприяє прийняттю управлінських рішень по комплексним проблемам діяльності організації: визначенню розмірів інвестицій і джерел їх фінансування; впровадженню прогресивних технологій; диверсифікації виробництва і оновленню випускаємої продукції; удосконаленню управління організацією.

Передумовами стратегічного планування є: стрімкі зміни у зовнішньому середовищі організації, які викликані сучасним етапом науково-технічного розвитку і посиленням конкуренції за ресурси і ринки збуту; інтернаціоналізація ділового життя; принципіальні зміни ролі людини у виробництві і зростання її творчих можливостей.

Ці та інші обставини обумовлюють невизначеність шляхів розвитку організації та її оточення, навіть у найближчій перспективі. Одним із засобів часткового послаблення цієї невизначеності є розробка стратегічних планів. Головним результатом стратегічного планування є прийняття обґрунтованих інвестиційних рішень по всім напрямкам діяльності організації, а також створення ефективних передумов для оперативного і поточного планування.

Стратегічне планування - це системний, аналітичний підхід, який аналізує бізнес і навколишнє середовище, як єдине ціле. Стратегічне планування забезпечує опрацювання інтегрованого, координованого і послідовного бачення шляху, яким організація бажає просуватися, що сприяє швидкій її адаптації до змін зовнішнього економічного середовища [10].

Таким чином, організаційний підхід до сутності та управління розвитком муніципального утворення збагачує складене в практиці і узаконене розуміння цього соціально-економічного явища. Муніципальне утворення, існуючи одночасно в трьох якостях - як поселення, або спільність людей, як інструмент вирішення державних цілей і завдань, як структурована і взаємопов'язана сукупність підсистем, позиціонується як місце і форма створення ресурсів для розвитку людського потенціалу. Потрібна сутність муніципального освіти зумовила потрібність в управлінні його розвитком: це цільові управляючі дії, самоорганізація і організаційний порядок. Їх найбільш ефективна комбінація можлива лише в рамках стратегічного управління, із використанням стратегічного планування. Принципова відмінність стратегічного підходу від широко поширеного в практиці місцевого самоврядування функціонального підходу полягає саме в «управлінні розвитком», а не «управлінні функціонуванням».

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Кузнецова Е.М., Местное самоуправление и социальная работа // Конспект лекций.- Омск: Издательство ОмГТУ, 2010 – 120 с.
2. Бурдакова Г.И. Организационно-экономические модели, формы и механизмы развития территориальных образований инновационно-промышленной специализации // Ученые записки Комсомольского-на-Амуре государственного технического университета «Науки о человеке, обществе и культуре». – 2012. – № III – 2 (11) – С. 95–98.
3. Пригожин А.И. Методы развития организаций. – М.: МЦФЭР, 2003. – 864 с.
4. Львов А.Г. Стратегическое управление: регион, город, предприятие / под ред. Д.С. Львова, А.Г. Гранберга, А.П. Егоршина; ООО РАН, НИМБ. – М.: ЗАО «Изд-во «Экономика», 2004. – 605 с
5. Литовченко В.В., Несмачных О.В. Формирование синергетического эффекта в экономическом кластере на основе закона возрастающей отдачи // Фундаментальные исследования. – 2013. – № 6, Ч. 5. – С. 1220–1223.
6. Лебедев С.А. Философия науки: словарь основных терминов. – 2-е изд., переаб. и доп. – М.: Академический Проект. 2006. – 320 с.
7. Ткачук А. Ф. Місце самоврядування: світовий та український досвід / Ткачук А., Агранофф Р., Браун Т. – К.: Заповіт, 1997. – 188 с.
8. Куйбіда В. С. Принципи і методи діяльності органів місцевого самоврядування: [монографія] / В. Куйбіда. – К.: МАУП, 2004. – 432 с.
9. Таций В. Я. Проблеми функціонування місцевих рад та їх виконавчих органів: [монографія] / В. Я. Таций, 2009.
10. Управление стратегическим развитием промышленного центра: монография / В.К. Заусаев, В.П. Михалев, Бурдакова Г.И., В.В. Литовченко; отв. ред. Е.Н. Галичанин. – Владивосток: Изд-во Дальневост. ун-та, 2010. – 373 с.
11. Рувль В.А. Менеджмент: навч. посіб. / В.А. Рувль, С.О. Гуткевич. – К.: Центр учбов. л-ри, 2011. – 312 с.

УДК: 65.012.34:338.432

УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В ПІДПРИЄМСТВАХ АПК

Василенко О.П., к. с.-г. наук, доцент кафедри менеджменту організацій Уманського національного університету садівництва

Василенко О.П. Удосконалення управління логістичною діяльністю в підприємствах АПК. Розглянуті теоретико-методологічні засади управління логістичною діяльністю підприємств АПК. Показано, що динамічний розвиток ринкових процесів в Україні, реформування усього комплексу виробничих відносин вимагають створення принципово нової системи управління підприємствами АПК. Основні засади такого управління вимагають конкретних механізмів, заснованих на логістично-маркетинговому підході до організації поточних процесів і потоків на довиробничому, внутрішньо- і поствиробничому етапах переміщення матеріальних і нематеріальних ресурсів. Визначено два рівні логістики: макрологістика, завданням якої є розгляд глобальних проблем управління матеріальними та інформаційними процесами, та мікрологістика, яка вивчає локальні проблеми управління матеріальними та інформаційними потоками на рівні підприємства. Уточнено визначення понять “логістика” та “агрологістика”. Запропоновано необхідність побудови служби логістики і маркетингу, в основі якої покладені принципи оптимальності і пріоритетності розвитку підприємства в різних ринкових ситуаціях.

Ключові слова: логістика, макрологістика, мікрологістика, агрологістика, управління матеріальними та інформаційними потоками

Василенко А.П. Совершенствование управления логистической деятельностью на предприятиях АПК. Рассмотрены теоретико-методологические основы управления логистической деятельностью предприятий АПК. Показано, что динамичное развитие рыночных процессов в Украине, реформирования всего комплекса производственных отношений требуют создания принципиально новой системы

управління підприємствами АПК. Основні принципи такого управління вимагають конкретних механізмів, ґрунтованих на логістично-маркетинговому підході до організації поточкових процесів і потоків на виробничому, внутрішньому і поствиробничому етапах переміщення матеріальних і нематеріальних ресурсів. Визначено два рівні логістики: макрологістики, задачею якої є розгляд глобальних проблем управління матеріальними і інформаційними процесами, і мікрологістика, яка вивчає локальні проблеми управління матеріальними і інформаційними потоками на рівні підприємства. Уточнено визначення понять "логістика" і "аглологістика". Предложено необхідність побудови служби логістики і маркетингу, в основі якої покладено принципи оптимальності і пріоритетності розвитку підприємства в різних ринкових ситуаціях.

Ключові слова: логістика, макрологістика, мікрологістика, аглологістика, управління матеріальними і інформаційними потоками

Vasylenko O. Improvement of logistics activities in agricultural enterprises. The theoretical and methodological foundations of logistics activities in agricultural sector are studied. It is shown that the dynamic development of market processes in Ukraine, reforming of the entire complex of industrial relations require a fundamentally new system of agricultural enterprises. Basic principles of such management require specific mechanisms based on logistics and marketing approach to organizing of flow processes and threads on pre-production, internal displacement and post-production stages of tangible and intangible resources. The two levels of logistics are defined: macrologistics, whose task is to examine the global issues of material and information processes and micrologistics that examines the local problems of material and information flows at the enterprise level. The definition of "logistics" and "agrollogistics" specified A need to build logistics and marketing services, based on the principles of optimality and priority of enterprises in different market situations is proposed.

Keywords: Logistics makrolohystyka, mykrolohystyka, ahrolohystyka, control and material and information processes.

Постановка проблеми. Актуальність теми дослідження зумовлено необхідністю пошуку нових механізмів управління логістичною діяльністю підприємств АПК.

Динамічний розвиток ринкових процесів в Україні, реформування усього комплексу виробничих відносин вимагають створення принципово нової системи управління підприємствами АПК. Основні засади такого управління вимагають конкретних механізмів, заснованих на логістично-маркетинговому підході до організації поточкових процесів і потоків на довиробничому, внутрішньому і поствиробничому етапах переміщення матеріальних і нематеріальних ресурсів.

З метою досягнення конкурентоспроможності сільськогосподарське підприємство повинно так організувати свою діяльність, щоб мінімізувати ризики, збитки та витрати, які пов'язано з процесами виробництва і збуту готової продукції, максимізувати прибутки від її реалізації. Це можливо здійснити в першу чергу за рахунок підвищення ефективності управління логістичною діяльністю.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем, пов'язаних з управлінням логістичною діяльністю підприємств, присвячені праці О. Амоші, М. Білопольського, А. Грандберга, М. Гордона, Б. Данилишина, С. Дорогунцова, Л. Зайцевої, А. Кальченко, С. Криківського, Р. Ларіної, В. Мамутова, О. Мошенця, В. Смирчинського, Н. Чухрай та інших.

Метою наукової статті є ознайомлення з ефективним механізмом управління логістичною діяльністю підприємства на основі теоретичних засад. Сучасні умови господарювання сільськогосподарських підприємств на ринку, характеризуються швидкими темпами змін сутності та змісту управління, що пов'язано з широким спектром форм та методів організації праці, значним арсеналом технологічного обладнання, безперервним освоєнням нових видів продукції, що обумовлює необхідність вирішення питань, пов'язаних із управлінням потенціалом підприємства, який визначається як сукупність наявних та потенційних ресурсів і можливостей, що можуть бути мобілізовані для досягнення стратегічних та тактичних організаційних цілей.

Вітчизняними та зарубіжними економістами термін "логістика" трактується як у більш вузькому, так і в більш широкому розумінні, що дозволяє зробити висновок про те, що логістика відноситься до класу так званих семантично розмитих або змістовно неясних понять. Так, Анікін Б. О. [1], посилаючись на закордонних спеціалістів, виділяє два напрями у визначенні логістики. Перший пов'язаний з функціональним підходом до товароруху, тобто управлінням всіма фізичними операціями, котрі необхідно виконувати при доставці товарів від постачальника споживачу. В даному випадку логістика – це "планування, управління та контроль матеріального потоку, що поступає на підприємство, обробляється там і залишає це підприємство, та відповідного йому інформаційного потоку" [1, с. 13]. Інший напрям характеризується більш широким підходом: окрім управління операціями товароруху, логістика включає аналіз ринку постачальників та споживачів, координацію попиту та пропозиції на ринку товарів та послуг, а також гармонізацію інтересів учасників процесу товароруху.

Головна мета логістики – зосередження ресурсних можливостей підприємства на отримання стійких конкурентних переваг часових і просторових параметрах середовища економічних відносин на основі інтеграції сукупності поточкових процесів шляхом максимального задоволення потреб і вимог споживача виробленої продукції [2].

М.А. Окляндер відзначає, що логістика повинна розглядатися як спосіб мислення, концепція, філософія, методологія, що може бути використана при рішенні різних проблем підприємства, інтегрована функція мікроекономічних систем, а також міждисциплінарна наука, що займається пошуком організаційно-управлінських механізмів підвищення ефективності ресурсопоточкових процесів підприємства. За таким підходом, логістика має розглядатися як наукова дисципліна про управління потоками в мікроекономічних системах, інтегрована функція, що існує тільки у вигляді логістичної системи [3].

Загально визначеного формулювання поняття логістичної системи поки не існує. Найбільш цитованим є визначення А. М. Роднікова.

Логістична система — адаптивна система з зворотним зв'язком, що виконує ті чи інші логістичні функції та операції, складається, як правило, з декількох підсистем і має розвинені зв'язки із зовнішнім середовищем [4].

В сучасних умовах розрізняють два рівні логістики: макрологістика, завданням якої є розгляд глобальних проблем управління матеріальними та інформаційними процесами, та мікрологістика, яка вивчає локальні проблеми управління матеріальними та інформаційними потоками на внутрішньозаводському рівні.

Однією з основних функціональних сфер, придатних для застосування інструментарію логістики, є основна діяльність з питань оптимізації розмірів підприємства АПК, визначення потреби підприємства в основних засобах виробництва, організації продуктивного використання основних засобів, забезпечення технічного обслуговування та ремонту машин, будівель, обладнання тощо.

Аглологістика – новий прикладний напрям логістики, пов'язаний із застосуванням її положень і методів у сфері аграрного виробництва.

Логіст на підприємстві аграрного сектору повинен максимально ефективно поєднувати всі види логістики на підприємстві, так як всі вони разом будуть давати максимальний результат для впровадження раціональних форм матеріального забезпечення аграрних підприємств, виробництва та доведення до ринків збуту продукції.

Менеджерам потрібно звернути особливу увагу на такі компоненти логістики як:

- Готовність до постачання
- Гнучкість
- Готовність до інформації
- Дотримання умов постачання
- Термін постачання

Застосування інструментарію логістики до процесів планування і здійснення закупівель матеріальних ресурсів потрібно, щоб була достатня і вчасна інформація. Це вказує на те, що було створено логістичну інформаційну систему із застосуванням мережі Інтернет.

Орієнтація на розвиток логістичної системи у дасть можливість визначити оптимальні канали збуту продукції сільськогосподарства, залучити комерційні структури до збуту продукції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

У якості цільових показників управління логістичною діяльністю сільськогосподарського підприємства використовуються

коефіцієнт логістичних витрат, коефіцієнт операційної рентабельності логістичних витрат та коефіцієнт еластичності фінансового результату від операційної діяльності за логістичними витратами.

Крім того, варто впровадити у підприємства АПК "штовхальні" системи.

Перевагами впровадження "штовхальних" систем в управління підприємством є:

- 1) відсутність залежності роботи підприємства від своєчасності постачань;
- 2) спрощення контролю за організацією виробничого процесу, оскільки управління ними централізоване [5].

Від застосування логістичного підходу до управління матеріальними потоками в підприємстві може мати такий ефект:

1. Виробництво орієнтується на ринок. Стає можливим ефективний перехід на малосерійне і індивідуальне виробництво.
2. Налагоджуються партнерські відносини з постачальниками.
3. Скорочуються прості устаткування. Це забезпечується тим, що на робочих місцях постійно є необхідні для роботи матеріали.
4. Оптимізуються запаси.
5. Скорочується чисельність допоміжних робітників.
6. Поліпшується якість продукції, що випускається.
7. Знижуються втрати матеріалів.
8. Поліпшується використання виробничих і складських площ.
9. Знижується травматизм.

Метою логістичного управління є реалізація й узгодження економічних інтересів безпосередніх і опосередкованих учасників підприємницьких процесів через найефективніше використання ресурсів в існуючих на даний час умовах господарювання.

Заходи з удосконалення можна визначити за кількома напрямками: перегляд організаційної структури і системи управління з можливістю створення і виділення відділу маркетингу та логістики на підприємстві для вдосконалення інформаційного обслуговування, розробка функцій відділу і приблизного плану діяльності; розробка програми стимулювання збуту і мотивації споживачів, маркетингові заходи, в тому числі вдосконалення інформаційного обслуговування та пошук відповідних спеціалістів.

Дані заходи можливо організувати за допомогою вдосконалення інформаційного обслуговування логістики, а також збільшення оборотності товару на складі за рахунок активізації роботи агентів з продажу, перегляду системи мотивації збутових агентів, торгових представників, навчання і перенавчання персоналу, а також розгляду нових каналів реалізації продукції.

Однією з основних проблем логістики є підготовка та сертифікація спеціалістів. Практика проведення аудитів логістичних підприємств в Україні показала, що в цій сфері діяльності персоналу не вистачає спеціальних знань з побудови та оптимізації процесів логістики. Брак співробітників в цій сфері пов'язана більшою мірою з високим рівнем вимог до професійної підготовки, що обумовлено широтою розв'язуваних ними питань.

Від професіонала в логістиці чекають не тільки практичних навичок і досвіду вирішення логістичних завдань, а й наявності систематизованих знань в галузі математичного моделювання та статистичного аналізу, розуміння бізнес-процесів на підприємстві і володіння управлінськими методиками. Крім цього для успіху в логістиці та управлінні ланцюгами поставок важливі особисті якості, ініціативність і вміння приймати рішення, відповідальність і здатність делегувати повноваження, навички спілкування з клієнтами та ведення переговорів, готовність навчатися і впроваджувати інновації в бізнесі. В умовах зростання взаємозалежності і високої динаміки мінливого світу конкуренції все більше підприємств виходять за межі здійснення діяльності тільки всередині своєї країни, що вимагає від їх персоналу нових знань і розуміння міжнародної специфіки, вміння працювати в умовах міжкультурної взаємодії і розбиратися в міжнародних транспортних і митних правилах.

За час дослідження було оцінено ефективність діяльності та виявлено проблему в управлінні логістичною діяльністю. Тому було запропоновано, удосконалити структуру управління підприємства та систему управління матеріальними потоками.

Порядок і вимоги, необхідні для якісного управління логістичною діяльністю підприємств АПК, призвели до необхідності побудови механізму у вигляді служби логістики і маркетингу, в основі якого покладені принципи оптимальності і пріоритетності розвитку підприємства в різних ринкових ситуаціях.

Для того щоб служба логістики і маркетингу функціонувала продуктивно, необхідний ряд умов, що забезпечують передумови успіху логістичного напрямку діяльності підприємства, які складаються з таких складових:

- точне формулювання функцій кожного співробітника служби логістики і маркетингу – перелік прав і обов'язків, виконуваних логістичних операцій, напрямів взаємодії з відділами, групами і співробітниками;
- наявність необхідної інформації про кількість співробітників служби логістики і маркетингу, які будуть потрібні найближчим часом або в майбутньому, - прогнозування майбутніх логістичних операцій, процедур, робіт і функцій, які носять в основному інноваційний характер, пов'язаний зі змінами кон'юнктури ринку, мотивацією потенційних споживачів, якісних характеристик товарів виробничого та споживчого призначення;
- інформація про набір знань і навичок майбутніх співробітників служби логістики і маркетингу, а також про обсяги робіт, можливе розширення і нові напрямлення виробничо-господарської діяльності підприємства, наявність трудових ресурсів і ринку робочої праці, включаючи дані про навчальні заклади, які готують або готуватимуть необхідних фахівців;
- необхідність підбору майбутнього менеджера на конкретну посаду в організаційній структурі, а не підбір посади для майбутнього співробітника - мова в даному випадку йде про формальних і неформальних виробничих зв'язках.

Служба логістики і маркетингу буде відігравати роль одного з основних підрозділів, без якого реалізовані товари були б позбавлені одного з головних споживчих властивостей – бути доступними споживачеві.

Організація служби логістики і маркетингу на підприємстві дуже важливо в даний час. Так як, завдяки даній служби вся продукція повинна замовлятися строго під конкретного споживача і після підтвердження факту оплати. А також, щоб продукція доставлялася зі складу або від постачальника безпосередньо на склад одержувача. Тим самим, спостерігається скорочення витрат на вантажно-розвантажувальні операції, складування, зберігання, транспортування і усунення небезпеки появи неліквідів. Діяльність служби логістики і маркетингу на підприємстві чи в організації націлена на досягнення необхідних кінцевих результатів за допомогою ряду управлінських впливів, здійснюваних як всередині підприємства (внутрішнє середовище – внутрішня логістика), так і поза його (зовнішнє середовище - зовнішня логістика). Але для того, щоб служба логістики і маркетингу працювала добре потрібно навчати працівників організації. Необхідно провести роботу з вироблення однакової стандартизованої логістичної та маркетингової термінології. Фахівці функціональних підрозділів підприємства повинні говорити на одній мові, оперувати подібними термінами і розуміти один одного.

Економічний механізм включає комплекс послідовних, взаємоузгоджених управлінських дій і заходів, що охоплюють цикл оцінки, аналізу і оптимізації логістичної діяльності підприємства, спирається на систему методів, моделей і методик, фінансово-економічні, організаційні і технічні засоби для досягнення цільового результату, враховує особливості логістичних і маркетингових процесів та передбачає коригування і контроль відхилень, забезпечуючи тим самим своєчасне реагування на погіршення параметрів управління логістичною діяльністю.

Необхідно зазначити, що для функціонування такого механізму важливим також є підбір кваліфікованих кадрів у сфері логістики та маркетингу.

Така необхідність вказала на брак фахівців, що мають не тільки досвід практичної роботи, а й володіють фундаментальними теоретичними знаннями в галузі логістики і маркетингу сільськогосподарських підприємств. Тому були запропоновані конкретні вимоги до таких спеціалістів, наявність яких підвищила б ефективність діяльності підприємства. Це призвело б до зменшення витрати на зберігання,

транспортування і складування. До того ж зросте частка підприємства на вітчизняному ринку та з'явиться можливість поширити свою діяльність за межами країни.

На основі вищевикладеного слід зазначити, що отримані в ході дослідження результати і здійснені розрахунки доводять, що розроблений механізм спрямований на підвищення ефективності логістичної діяльності шляхом поліпшення її організації. Даний механізм дозволяє формувати умови, що сприяють отриманню позитивних економічних результатів діяльності підприємств і забезпеченню конкурентних переваг, серед яких: наявність ефективної системи управління ресурсами, оптимальна політика постачання матеріальних ресурсів, оперативний аналіз інформації про динаміку ринку, створення каналів збуту готової продукції, гнучка організація логістичного обслуговування, здатність підприємства організувати ефективне виробництво і збут продукції.

Таким чином, правильно організований логістичний підхід до управління матеріальними потоками на підприємстві дозволяє максимально оптимізувати виконання комплексу логістичних операцій.

СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Логістика : учебник / Б. А. Аникин и др. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 368 с.
2. Крикавський С.В. Логістика. / С.В Крикавський // Навч. підручник. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2004 – 464 с.
3. Окландер М.А. Логістика: підруч. / М.А. Окландер. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 346 с. 5. Окландер М.А., Хромов О.П. Промислова логістика. – К.: Центр навч.літ-ри, 2004. – 222 с.
4. Логістика в АПК: навч. посібн./ [Петренко Н.О., Бурлай О.Л., Кустріч Л.О., Харенко А.О.]. – УВІП, 2006. – 170с.
5. Стехін В.В. Інтеграція підприємств АПК на засадах логістичного підходу [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
6. <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/291.pdf>

УДК 330.1

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЫНОЧНОЙ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ НА ОСНОВЕ РЕГРЕССИОННЫХ МОДЕЛЕЙ

Воронін А.В., к.е.н., доцент кафедри економіка підприємства Донецького національного університету.

Воронін А.В. Прогнозування ринкової вартості компанії на основі регресійних моделей.

Глобальне розширення ринків і зростання конкуренції підштовхують компанії до аналізу факторів, що лежать в основі ефективності їх діяльності. З теорії маркетингу відомо, що конкурентоспроможність будь-якої фірми залежить від сукупності великої кількості фінансових та нефінансових факторів. Одним з найважливіших факторів підвищення ефективності та інвестиційної привабливості на сучасному етапі виступає її ринкова вартість. Прогнозування ринкової вартості підприємства на основі використання лінійної регресії заданої точності, дозволяє спрогнозувати ринкову вартість підприємства в майбутньому періоді з використанням лінійних регресійних моделей, отриманих в умовах можливої недостатності інформації, і дають достатній рівень точності.

Ключові слова: ринкова вартість, фондовий ринок, регресійна модель, прибутковість, інвестиційна привабливість.

Воронин А.В. Прогнозирование рыночной стоимости компании на основе регрессионных моделей.

Глобальное расширение рынков и рост конкуренции подталкивают компании к анализу факторов, лежащих в основе эффективности их деятельности. Из теории маркетинга известно, что конкурентоспособность любой фирмы зависит от совокупности большого количества финансовых и нефинансовых факторов. Одним из важнейших факторов повышения эффективности и инвестиционной привлекательности на современном этапе выступает её рыночная стоимость. Прогнозирование рыночной стоимости предприятия на основе использования линейной регрессии заданной точности, позволяет спрогнозировать рыночную стоимость предприятия в будущем периоде с использованием линейных регрессионных моделей, полученных в условиях возможной недостаточности информации, и дающих достаточный уровень точности.

Ключевые слова: рыночная стоимость, фондовый рынок, регрессионная модель, доходность, инвестиционная привлекательность.

Voronin A. Predicting the market value of the company based on regression models.

The global expansion of markets and increased competition are pushing us to the analysis of the factors underlying their performance. From the theory of marketing is known that the competitiveness of any company depends on a combination of a large number of financial and non-financial factors. One of the most important factors in improving the efficiency and investment attractiveness at the present stage it appears the market value. Forecasting the market value of the company through the use of linear regression given accuracy, allows to predict the market value of the company in the future period using linear regression models, obtained in a possible lack of information, and give a sufficient level of accuracy.

Keywords: market value, the stock market, the regression model, profitability, investment attractiveness.

В процессе своего функционирования предприятия неизбежно сталкиваются с проблемой прогнозирования своей будущей рыночной стоимости. Объем привлеченных инвестиций зависит от многих факторов: финансово-хозяйственного состояния предприятия, жизненного цикла рынка и самого предприятия, а также от геополитических условий, в которых определенное предприятие осуществляет свою деятельность, и тому подобное. Планирование потенциального объема инвестиций, которые могут присоединиться, зависит от прогнозирования динамики в будущем периоде указанных факторов и рыночной стоимости данного предприятия.

Вопросы прогнозирования стоимости компании рассматривались в трудах таких отечественных и зарубежных ученых как Ф.Блэк, Дж. Бэйли, К. Гриффит, Г. Десмонд, Т. Коупленд, С. Майерс, М.Модильяни, А.А. Томпсон, Дж. Фишмен, А.Г. Грязнова, И.В. Ивашковская, Я.В. Миркин, В.М. Рутгайзер, Т.В. Теплова, В.З. Черняк, внесли неоценимый вклад в разработку теорий определения стоимости компании.

Накопленный преимущественно за рубежом опыт не всегда может быть применен в современных украинских условиях. Особенно остро эти проблемы возникают при учете высокой степени неопределенности прогнозирования в условиях украинской экономики, при использовании рыночной информации для целей оценки стоимости, при принятии стратегических решений на основе стоимостного подхода к управлению компанией. Как следствие, необходимо найти способы разрешения специфических проблем рыночной экономики Украины.

Среди способов прогнозирования выделяют метод экспертных оценок и прогнозирования на основе экономико-математических методов. Метод экспертных оценок используется в условиях невозможности четкой количественной постановки задачи, его результаты зависят от особенностей экспертов. Прогнозирование на основе экономико-математических методов имеет особую ценность при условии четкой постановки задачи и высокой плотности связи между исследуемыми величинами.

Прогнозирование рыночной стоимости ПАО «Укрнафта» может быть осуществлено с использованием экономико-математических методов. Прогнозирование рыночной стоимости возможно на основе использованием линейных регрессионных моделей. Линейная регрессия - один из методов математического моделирования процессов, протекающих на предприятии. Данный метод основывается на основе метода наименьших квадратов и имеет целью установление линейной зависимости между определенными показателями и результирующим показателем, прогнозируется.