

Процес вироблення й реалізації стратегій досить складний і багатоступеневий. Вимагає знання як теоретичних основ побудови науково обґрунтованої стратегії, так і володіння методами розробки конкретних практичних дій, вибору оптимальних стратегічних альтернатив, виконання і прийняття правильних рішень, уміня передбачити їх результат і вчасно скоригувати сформовану стратегію.

Економічна теорія і практика виробили кілька основних підходів до розроблення і реалізації стратегії діяльності підприємства в умовах ринку, що можуть бути з успіхом використані при формуванні стратегії. Найбільш відомі з них такі: матриця можливостей по товарах (ринках), матриця Бостонської консультативної групи (БКГ), вплив ринкової стратегії на прибуток (PIMS), загальна стратегічна модель Портера, модель Мак-Кінсі „7S”, стратегія по Мінцбергу.

Різні підходи до побудови стратегічного управління потребують чіткого уявлення про переваги цього явища в діяльності окремих підприємств, які в загальному вигляді можна сформулювати через мету стратегічного управління. Метою стратегічного управління є визначення місії, цілей та стратегій, розробка і забезпечення виконання системи планів як інструментів реалізації стратегічних орієнтирів з удосконалення підприємства та його окремих підсистем, що є основою для його конкурентоспроможного існування в довгостроковій перспективі.

1. Баранчев В.В. Стратегический анализ: технология, инструмента, организация // Проблемы теории и практики управления. 1998. №5.
2. Боумен Клиф. Основы стратегического менеджмента : Пер. с англ. М., 1998.
3. Блошицька Г. Аналіз книговидання в Україні // Вісник Книжкової палати. 2000. №8.
4. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М., 1992.
5. Сенчинко М. Книговидання // Вісник Книжкової палати. 2000. №12.
6. Томпсон А. Стратегический менеджмент. М., 1998.
7. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління: Навч. посібник. К., 1999.

УДК 330: 007(07)

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ПРИЙНЯТТЯ РІШЕНЬ (ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ)

В.М. Флячок, У.В. Жидик

Розглядаються проблеми використання математичних методів моделювання економічних процесів поліграфії в умовах ринкової економіки України.

Рассматриваются проблемы использования математических методов моделирования экономических процессов полиграфии в условиях рыночной экономики Украины.

Останнє півстоліття економічна наука розвивалася під значним впливом математики. Виникло багато нових методів та ідей, які знайшли широке розповсюдження в усіх розвинутих країнах світу і помітно вплинули на інтелектуальну й господарську сфери суспільного життя. За допомогою математичних методів і комп'ютерних технологій вдалося розв'язати багато практичних задач. Основні поняття математичної економіки: оптимальний план, оптимальна програма, оптимальний розв'язок та інші – вийшли за межі наукових термінів і перетворилися у загальнозживані вирази, увійшли до офіційних державних документів.

Однак не завжди використання математичних методів приводило до очікуваних результатів. Це викликало в деяких економістів певну обережність у ставленні до математики. Детальний же аналіз цих випадків показав, що математика не винна. Причина полягала в недостовірності вихідної інформації та несправедливості вихідних припущень, на яких будувалися моделі економічних систем. Та й економіка командно-адміністративної системи, що базувалася на волонтаристських рішеннях, не потребувала наукового підходу до розв'язання задач з прийняття рішень.

У нинішніх умовах ринкової економіки, у тих випадках, коли математична модель з достатньою точністю описує досліджувані економічні процеси, методи математичного моделювання перетворюються в інструмент величезної дослідницької сили. Але поки що потреби цих методів для прийняття управлінських рішень у господарстві України взагалі, і у видавничо-

поліграфічному комплексі зокрема, незрівняно нижчі за їх можливості. Невідповідна увага до кількісних методів зумовлена тим, що керівні працівники через недостатні знання в цій сфері бояться їх використовувати. Вихід з даного положення бачиться в тому, щоб суб'єкти прийняття рішень частіше залучалися до обговорення математичних моделей на стадії їх створення. Тоді, краще зрозумівши сутність питання, вони будуть більш схильні до його сприйняття.

Методи кількісного аналізу, що об'єднують сьогодні такі поняття, як „наука управління”, „наука прийняття рішень”, „наука про системи”, „дослідження операцій”, „економіко-математичне моделювання”, використовують велику кількість конкретних моделей. Не вдаючись до описання способів використання цих моделей, зупинимось на загальних положеннях, котрі дадуть змогу суб'єктам прийняття рішень краще зрозуміти їхні можливості і різновиди розв'язків, для яких вони призначені [5].

Моделі лінійного програмування [4]. Застосовуються для визначення оптимальних: способу розподілення дефіцитних ресурсів і замовлень видавництв між друкарнями, завантаження виробничого устаткування, календарного планування виробництва і транспорту, розподілення виробничого персоналу по робочих місцях; для вибору раціональної технології виробництва [2] й оптимальних обсягів пропозицій і використання каналів збуту друкованої продукції [7]. Завдяки своїй простоті і добре розробленим методам аналізу ці моделі мають велику популярність.

Моделі теорії ігор [6]. Використовуються для вироблення рекомендацій до раціонального способу дій конкуруючих сторін, які називаються учасниками гри. Оскільки конкурентоздатність є однією з важливих складових, від якої залежить успіх, то, очевидно, здатність прогнозувати дії кокурента є передумовою цього успіху. Ігрові моделі застосовуються до таких явищ ринкової економіки, як боротьба фірм за ринок, планування рекламних компаній, формування цін на конкурентних ринках, централізація та децентралізація керування виробництвом, планування за множиною показників тощо.

Моделі теорії масового обслуговування [8]. Використовуються для визначення оптимальної кількості каналів обслуговування щодо потреб у них. Є корисними в ситуаціях, коли суб'єкти чи механізми очікують своєї черги для проведення певної операції. Наприклад, недостатня кількість устаткування для проведення обробних процесів у поліграфії може призвести до певних збитків. Тому методи масового обслуговування мають збалансувати витрати на додаткові канали обслуговування і збитки від обслуговування на рівні нижче оптимального.

Моделі управління запасами [9]. Застосовуються для визначення обсягу створюваного запасу і моменту часу поповнення запасу, при яких сумарні витрати, пов'язані з придбанням і збереженням запасів, а також втратами від дефіциту, були б мінімальними. Можуть служити науковою базою для дослідження систем матеріально-технічного забезпечення поліграфічних підприємств [3].

Моделі статистичних рішень і прогнозування [10]. Служать для вироблення рекомендацій з вибору оптимальної стратегії в умовах невизначеності. До кількісних методів прогнозування відносяться аналіз часових рядів і кореляційно-регресійний метод. Аналіз часових рядів базується на припущенні, згідно з яким події в минулому дають достатньо добре наближення для оцінки майбутнього. Кореляційно-регресійний метод базується на дослідженні статистичної залежності між результативним і факторними показниками.

Моделі сіткового планування й управління [1]. Служать для встановлення найреальніших термінів виконання робіт, раціонального розподілення та використання матеріальних і трудових ресурсів, гнучкого оперативного керування поліграфічним виробництвом.

Отже, якість управлінських рішень на поліграфічних підприємствах в умовах ринкової економіки України можна значно поліпшити за рахунок наукового підходу з використанням методу економіко-математичного моделювання.

1. Аникина К.А. Сетевое планирование в полиграфии. М., 1974.
2. Гавенко С.Ф., Гунько С.М. Принципи моделювання технічних систем у поліграфії. Львів, 1996.
3. Голинков Ю.П., Савакни М. Двухуровневая система управления запасами полиграфических предприятий // Проблемы полиграфии и издательского дела. 2000. № 1–2. С. 111–117.
4. Данциг Дж. Линейное программирование, его обобщение и применение. М., 1966.
5. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М., 1992.
6. Нейман Дж., Моргенштерн О. Теория игр и экономическое поведение. М., 1970.
7. Песиков Е.Б., Фомичев М.Б. Оптимизация выбора объемов предложения и использования каналов сбыта печатной продукции // Проблемы полиграфии и издательского дела. 2000. № 1–2. С.69–83.
8. Саати Т.Л. Элементы теории массового обслуживания и ее

приложения. М., 1971. 9. Фасоляк Н.Д. Управление производственными запасами. М., 1972. 10. Четыркин Е.М. Статистические методы прогнозирования. М., 1975.

УДК 368.91

СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ – ВАЖЛИВИЙ ФАКТОР РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

І.А. Лукашенко, Д.Д. Яворська

Цей вид страхування дає змогу розпоряджатися рухом фінансових ресурсів, інвестувати вільні кошти для отримання додаткового доходу. Страхування життя, таким чином, перетворюється у важливий фактор розвитку економіки шляхом проведення світовими компаніями активної інвестиційної політики.

Этот вид страхования дает возможность распоряжаться движением финансовых ресурсов, инвестировать свободные средства для получения дополнительного дохода. Страхование жизни, таким образом, становится важным фактором развития экономики путем проведения мировыми компаниями активной инвестиционной политики.

Страхування – це процес, що вимагає постійного відтворення і розширення. У будь-якій ситуації, за будь-якої кризи страхування не може зупинитися, тому що є невід’ємною частиною економічного процесу в державі. І якою не була б ситуація – негативною чи позитивною, – цей процес буде тривати, бо страхування – одна з головних умов існування ринку, умова захисту клієнта на випадок економічних потрясінь, що можуть виникати в будь-якій державі.

Законом України „Про страхування” визначено, що страхові компанії, які займаються ризиковими видами страхування, не мають права надавати послуги зі страхування життя. І правильно, адже це дає можливість суттєво підвищити безпечність страхових портфельів із страхування життя з метою запобігання негативним наслідкам збитковості страхових операцій з інших видів страхування.

У світі наймогутнішими страховими компаніями є ті, що страхують життя. В Україні ж страхуванням життя практично ніхто не займається. А компанії, які отримали відповідні ліцензії, ще не нагромадили необхідних достатніх страхових резервів. У нашій державі розвиток страхування життя стримує недовіра до нього страхувальників, а саме знецінення грошових вкладів населення у 1992–1995 роках в Ощадбанку і за договорами довгострокового страхування.

Суб’єктами взаємовідносин при страхуванні життя виступають передусім страхувальники – фізичні особи чи організації, що уклали зі страховиком договори та сплачують встановлені страхові платежі. Страховик – це страхова компанія, що займається страхуванням життя, організація, діяльність якої полягає в акумулюванні та розміщенні тимчасово вільних грошових коштів фізичних і юридичних осіб з використанням їх для виплат застрахованим особам відповідно до умов, передбачених договором (полісом) страхування. Кожна страхова компанія працює за власними правилами (умовами страхування) і є самостійною юридичною фінансовою організацією.

Практично всі різновиди страхування життя за умовами виплати страхових відшкодувань можна поділити на такі види:

доживання застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування;

досягнення застрахованою особою пенсійного віку;

настання в житті застрахованої особи події, обумовленої в договорі страхування (укладання шлюбу, народження дитини, вступ до навчального закладу, смерті будь-кого з близьких родичів застрахованого).

Крім того, умови полісів повинні обов’язково передбачати виплату страхового відшкодування в разі смерті застрахованої особи.

Серед основних функцій страхових компаній слід виділити:

розроблення відповідно до діючого законодавства правил страхування (умов полісів);

отримання ліцензії на здійснення страхування життя;