

Список використаних джерел:

1. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Система забезпечення інвестиційно-інноваційної діяльності підприємств / І.В. Гріщенко, О.В. Балахонова // Шляхи активізації інноваційної діяльності в освіті, науці, економіці: зб. наук. праць. 2016. – Вінниця. – Т 1. – С. 145 – 147.
2. Гріщенко І.В., Балахонова О.В. Економічна сутність грошових коштів підприємства / І.В. Гріщенко, О.В. Балахонова // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т 1. – С. 25-27.
3. Гріщенко І.В. Методи розвитку технологічної бази інноваційно-орієнтованих підприємств // Розвиток освіти, науки, економіки в умовах інтеграційних процесів: зб. наук. праць. 2017. – Вінниця. – Т 1. – С. 47-49.
4. Гріщенко І.В. Забезпечення стійкого розвитку підприємств малого і середнього бізнесу в Україні // Регіон: особливості розвитку і управління в умовах децентралізації влади: зб. наук. праць наук.-практ. конф. 16-17 березня 2015 р.- Вінниця: ТОВ «Меркьюрі-Поділля». 2015. С. 113-116.

УДК 338.27:658.15

ЕКОНОМІЧНЕ ПРОГНОЗУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Вільчинська О.М. – к.е.н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Якою б не була поточна мета діяльності підприємства, у довгостроковій перспективі будь-яке підприємство намагається досягти такого стану, при якому мінімізується негативний вплив зовнішнього середовища і водночас максимально розкривається внутрішній потенціал підприємства, тобто, такого стану, при якому забезпечується максимальний рівень стратегічної стійкості підприємства.

Отже, важливим етапом досягнення успішної діяльності підприємств є вчасний прогноз відносно майбутнього стану розвитку. Існує досить багато методів прогнозування і кожен має свої особливості. Проте виникає питання, які методи краще використовувати, щоб отримати адекватний прогноз для забезпечення стійкого розвитку підприємства.

Вибір методу прогнозування залежить від таких факторів, як мета і завдання прогнозування, специфіка об'єкта дослідження, періоду прогнозування, достовірності та повноти вихідної інформації, певних обмежень (ресурсних, програмних, часових та ін.). Система оцінки та вибору методів прогнозування включає такі блоки: дослідження поведінки об'єкта в передісторії; визначення зовнішніх і внутрішніх зв'язків; перевірка відповідності та придатності вихідної інформації.

Методи прогнозування, як і прогнози, класифікуються за різними ознаками. Однією з найбільш важливих класифікаційних ознак методів прогнозування є ступінь формалізації. За цією ознакою виділяють інтуїтивні та формалізовані методи прогнозування [1].

Інтуїтивні методи передбачають вивчення думок спеціалістів підприємств-виробників і споживачів продукції,

торговельно-посередницьких фірм, підприємств роздрібною торгівлі, консалтингових організацій про можливу діяльність підприємства у плановому періоді. З урахуванням цих думок експертним шляхом визначають три види прогнозу: оптимістичний, песимістичний і раціональний (імовірний). При використанні цього методу основою успіху є кваліфікація експертів. Ці методи доцільно використовувати для кон'юктурних оцінок, особливо у випадках, коли неможливо отримати безпосередню інформацію про досліджуване явище або процес. До інтуїтивних методів належать анкетування, інтерв'ю, комісії, мозкової атаки, метод Дельфі; оцінки торгового персоналу; вивчення намірів покупців та ін. Перевагою цих методів є можливість обміну і протиставлення ідей. Недоліком методів є те, що достовірність прогнозу залежить від досвіду та інтуїції осіб, що будують прогноз.

Формалізовані методи прогнозування дозволяють описати економічну проблему у вигляді математичних співвідношень і ґрунтуються на побудові математичної моделі. До них належать методи кореляційно-регресійного аналізу, матричні, екстраполяційні методи, імітаційні та ін. Перевагою цих методів є те, що прогноз спирається на об'єктивну маркетингову інформацію. Математичні методи прискорюють проведення економічного аналізу, сприяють більш повному врахуванню впливу факторів на результати діяльності, підвищенню точності обчислень. Застосування таких методів вимагає: системного підходу до вивчення об'єкту дослідження; розробку математичної моделі якісних характеристик роботи підприємства; вдосконалення системи інформаційного забезпечення управління підприємством.

Методи кореляційно-регресійного аналізу дозволяють побудувати прогноз на основі виявлення і встановлення залежності між результативним показником і факторами, що на нього впливають. Наприклад, можна встановити залежність обсягів продажу певних видів молочних і м'ясних виробів від доходів на душу населення, ціни, реклами, якості товару та ін. Залежність може бути лінійною та нелінійною. Для виявлення форми зв'язку, тісноти зв'язку та показників, що характеризують адекватність моделі для аналізу і прогнозування, розроблені відповідні програми для ПК, а також можна скористатися стандартними процедурами MS EXCEL [2].

Більш простими методами прогнозування є розрахунок ковзної середньої величини; метод зваженої ковзної середньої (експоненційного згладжування), засновані на екстраполяції даних за минулі періоди. Використовуються для короткострокового прогнозу, не дозволяють передбачити еволюцію об'єкта.

Метод аналізу і декомпозиції трендів розкладає часовий ряд на головні компоненти, вимірює еволюцію кожної складової в минулому і здійснює її екстраполяцію на майбутнє. В основі методу лежить ідея стабільності причинно-наслідкових зв'язків і регулярності еволюції факторів середовища, що робить можливим використання екстраполяції. Метод складається з розкладу часового ряду на чотири компоненти: структурна компонента, або довгостроковий тренд; циклічна або сезонна компонента, відповідає за короткострокові періодичні коливання, зумовлені різними

причинами (економічною активністю, кліматом, соціально-психологічними факторами та ін.); випадкова компонента, що відображає сукупну дію випадкових факторів, які не підлягають оцінці.

Використання економіко-математичного моделювання в прогнозуванні діяльності підприємства забезпечує: здійснення кількісного аналізу власного виробництва і використання виробничих потужностей на основі балансових математичних моделей; вибір перспективних напрямків виробництва й стратегії фінансової діяльності з використанням імовірно-статистичних моделей; оптимізація техніко-економічного планування з різною деталізацією часу; прогнозування оптимальної поведінки на ринках виробничих ресурсів та виробленої продукції [3].

Розробка прогнозу охоплює такі головні етапи: формування інформаційної бази; всебічний аналіз даних за передплановий період; визначення цілей і завдань прогнозування; багатоваріантність розрахунків прогнозних завдань; вибір прийняттого варіанта прогнозу; оцінка рівня точності прогнозу.

Таким чином, прогнозування є найбільш важливим інструментом забезпечення стратегічної стійкості підприємства. Для успішної побудови прогнозів, на нашу думку, необхідно користуватися більше, ніж одним методом; використовувати найбільш доцільний для ситуації на ринку метод; регулярно переглядати та перевіряти ефективність прогнозу; постійно коригувати прогнози при будь-яких змінах ринкової ситуації.

Список використаних джерел:

1. Вільчинська О.М. Методичні вказівки для самостійного вивчення дисципліни «Стратегічна стійкість підприємства» / Вільчинська О.М., Паночішин Ю.М. – Вінниця: ВННІЕ ТНЕУ, 2016 – 80 с.
2. Вільчинська О.М. Практикум з дисципліни „Економетрика”: Навч. посіб. / Вільчинська О.М. – Вінниця: Едельвейс, 2017 – 104 с.
3. Бідник Н.Б. Використання математичних методів і моделей в економіці, фінансах / Бідник Н. Б. // Науковий вісник НЛТУ України. – 2008. – №18.6. – С. 258-262.

УДК 811.161.2 276.6:33

ДЕЯКІ АСПЕКТИ КУЛЬТУРИ МОВЛЕННЯ У СФЕРІ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІСТА

Єлісеєва І.О. – к.пед.н., доцент

Вінницький навчально-науковий інститут економіки ТНЕУ

Процес опанування мови та формування її культури пов'язаний із набуттям навичок правильно усно спілкуватись і писати, вмінням точно висловлювати свою думку, активно використовувати мовні знання та застосовувати їх на практиці. Забезпечення саме мовної компетентності стає важливим компонентом

підготовки майбутніх фахівців у різних сферах управління, оскільки саме творче використання засобів мовлення повною мірою виявляє професійний рівень економістів.

Так, О.М. Семенов зазначає: «Культура мовлення – нормативність і доцільність викладу інформації, тобто філологічне і психолого-