

накопленні даних по виникненням ризикових ситуацій і послуючій корективки їх базової вероґатності с учетом статистици, дозволяє спрогнозувати можливі ризики, а значить, визначити систему управленчеських дійствий в сложившихся условиях.

УДК 621.331

МОДЕЛИРОВАНИЕ РИСКОВ ПОТЕРИ ДОХОДА ПРИ ПОВЫШЕНИИ ЦЕНЫ НА УСЛУГИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Герасименко П.В., д.т.н., профессор (ПГУПС)

В настоящее время для риска не существует устоявшегося понятия. Однако его связывают с неопределенностью, угрозами или потерями, которые ожидаемы в будущем и осмысливаются при планировании, проектировании или прогнозировании, после чего учитываются при выработке управляющих решений. Таким образом, его связывают с нежелательными событиями или контролируруемыми величинами, которые могут возникнуть или изменяться в процессе реализации планируемых замыслов.

Измеряется риск различными показателями. Наиболее широко используется в качестве показателя вероятность достижения нежелательного события, в случае конечного счетного числа реализуемых событий, или не достижения желаемого значения контролируемой величины. В случае непрерывного изменения контролируемой величины, под показателем риска понимают вероятность попадания этой величины в определенную критическую область.

Для более корректного показателя риска дополнительно вводится функция полезности, которая зависит от контролируемой случайной величины. Задается она плотностью распределения.

Повышение цены на перевозки железнодорожным транспортом вызывает неудовлетворительный спрос на услугу, что в конечном итоге приводит к потере компанией дохода.

Необходимо отметить, что на практике спрос возникает в различных областях и трактуется как желание или конкретная потребность в услуге, подкрепленная покупательной способностью. В отличие от потребности спрос анализируется на основе информации об объемах оказанных услуг, например перевезенных пассажиров (проданных билетов) или груза. Спрос с повышением цены

услуги имеет тенденцию снижаться. Несмотря на направление снижения, величину его при одинаковой цене указать не возможно, так как она может принимать различные значения, поскольку спрос зависит также и от других факторов, например, при транспортных перевозках от зарплаты будущих пассажиров.

Как известно, цена услуги жестко связана с числом ее потребителей. Закономерность эта имеет степенную убывающую зависимость. При этом показатель степени меньше нуля. Эластичность такой функции равна показателю степени. В случае, когда степень по модулю меньше единицы, то спрос при повышении цены на один процент уменьшается на величину меньше процента. Тогда доход должен увеличиться, поскольку влияние цены будет в большей степени, чем влияние спроса. Однако, поскольку связь имеет вероятностный характер, то следует учитывать разброс значения величины спроса. В реальных условиях спрос может достигать значений из определенного интервала и принимать величину падения больше одного процента.

Следовательно, при моделировании и прогнозировании величины спроса требуется проводить не только точечную, но интервальную оценку спроса. При наличии возможности для спроса (контролируемой случайной величине) принимать любое значение из доверительного интервала, то доход может, как превышать желаемое прогнозируемое значение, так и быть меньше его. Таким образом, повышение цены не обеспечивает желаемый результат с вероятностью единица, а потому необходимо оценить риск не достижения (потери) желаемого дохода.

В предлагаемой методике моделирования риск оценивается возможным отклонением взвешенного спроса от его средневзвешенного значения. В основе метода определения показателя риска служит аппарат теории вероятностей и математической статистики. Вероятность не достижения планируемого дохода вычисляется по плотности распределения спроса после выполнения точечного и интервального его оценивания. Поэтому основными этапами реализации методики являются:

- линеаризация функции спроса от цены и построение линейной регрессионной зависимости, путем оценки ее коэффициентов;

- проверка качества функции регрессии с помощью коэффициента детерминации, ее статистической надежности;

- точечная и интервальная оценки прогнозного спроса по заданной цене;

- оценка риска не достижения прогнозного средневзвешенного дохода (полезной функции) на доверительном интервале.

В качестве исходных данных выступают следующие показатели: статистические данные

уровней цены и спроса; оцененные коэффициенты и уравнение регрессии; уровни значимости и надежности; показатель и критерий оценивания риска.

Математический аппарат, включенный в методику, состоит из классического метода наименьших квадратов при допущениях Гаусса – Маркова, методы проверки гипотез по критериям Фишера и Стьюдента, методы приближенного вычисления интегралов Лапласа и Стильбеса.

УДК 336.774:656.2

АУТСОРСИНГ ЯК ЗАСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Глушенко Т.М., здобувач (УкрДАЗТ)

Обсяги роботи залізничної галузі з кожним роком збільшуються, але не всім підприємствам дороги вдається досягти високої якості і професіоналізму надання послуг. Стає все ясніше, що без залучення зовнішніх ресурсів (професійних, управлінських, консультаційних) підприємствам буває складно залишатися конкурентоспроможними в умовах ринку, що постійно розвивається. Тому в сучасному світі все частіше використовується модель аутсорсинга.

Російською *outsourcing* звучить як «запозичення ресурсів ззовні». Мається на увазі, що підрядник адаптує свої універсальні засоби і знання, враховуючи конкретний бізнес замовника, і використовує їх в інтересах замовника за оплату, обумовлену вартістю послуг, а не часткою в прибутку.

Для того, щоб аутсорсинг не перетворювався лише на покупку послуг, необхідно визначити, які компетенції є для підприємства ключовими в даний час або стануть ключовими в майбутньому. Предметом аутсорсинга можуть бути будь-які послуги. Однак відповідно до традиційного підходу, при якому послуги поділяються на «основні» і «допоміжні», підрядникам в основному передаються нестратегічні або незначущі процеси.

Стратегічне обґрунтування аутсорсинг-проекту є відправною точкою у прийнятті рішення про аутсорсинг. Отже, рішення про застосування аутсорсингу, як комплексне стратегічне рішення, вимагає ретельної підготовки і опрацювання.

Сума витрат за договорами аутсорсингу повинна бути менше витрат залізниці, які реально вивільняються при передачі на зовнішнє виконання функцій і процесів. Це єдині для всіх

критерії.

До головних умов, які повинні неухильно виконуватись при залученні зовнішніх організацій, відносяться:

- проведення конкурсних процедур (тендерів);
- дотримання нормативних документів (актів);
- дотримання норм технологічної та екологічної безпеки;
- забезпечення економічної безпеки підприємства та збереження його ринкових позицій;
- матеріальна відповідальність компанії-аутсорсера за якість, обсяг і термін виконання послуг, робіт, функцій, що надаються;
- створення конкурентного середовища.

Для успішного застосування аутсорсингу, виходячи з перерахованих умов, найбільш важливе значення мають такі чинники, як вибір оптимального партнера, тісна взаємодія в ході спільної діяльності (особливо якщо це пов'язано з процесом перевезень) і постійний контроль взаємин з аутсорсером. Найбільші проблеми може викликати неправильна робота з персоналом, пов'язаним з виконанням переданих функцій і процесів. Слід правильно побудувати взаємини з профспілками нової компанії-роботодавця.

Безумовно, аутсорсинг може бути використаний для вирішення стратегічних завдань, оптимізації витрат компанії. Однак слід пам'ятати, що аутсорсинг крім позитивних факторів несе в собі певні ризики. Тому в процесі прийняття рішення про його застосування в якості однієї з бізнес-стратегій компанії треба оцінити всі його переваги та недоліки, зважено підійти до розрахунку економічної ефективності з урахуванням всіх можливих ризиків.

УДК 656.025.4/.6 (1-83)

РОЗВИТОК БІЗНЕС-ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ, ЩО ЗАБЕЗПЕЧУЮТЬ БЕЗПЕКУ СУДЕН

Голодницький О.Г., аспірант (ОНМУ)

За сучасних умов мінливого бізнес-середовища головним завданням підприємства стає швидке реагування на зміни і відповідне впровадження адекватних заходів в організації і веденні власної підприємницької діяльності. Аналіз ринку і потреб споживачів, моніторинг змін в їх перевагах і поведінці стали основними, стратегічно важливими процесами підприємства,