

Підсумовуючи в цілому вище проаналізовані показники, можна зробити висновок, що недосконала державна політика підтримки малого підприємництва, з одного боку і не достатня підготовленість підприємців до ведення власної справи — з іншого боку неминуче призводять до негативних явищ у процесі становлення цього сектора економіки. Постає нагальне завдання формування в Україні «економіки зростання» — нової економічної моделі, в основі розвитку якої повинні лежати цілеспрямований розвиток внутрішнього попиту, а також модифікація участі України в міжнародному поділі праці з виходом на зовнішні ринки з більш технологічною, адекватною наявному виробничому і людському потенціалу продукцією.

Література

1. Герасимчук В.І. Малий та середній бізнес як сфера зайнятості: методологія, аналіз, проблеми розвитку. — К.: УІСД, 2002.
2. Институциональная архитектура и динамика экономических преобразований / Под ред. А.А.Гриценко. Х.: Форт, 2008.
3. Маршавін Ю.М. Підприємництво як фактор розвитку зайнятості населення країни. Монографія — К.: УПК ДС ЗУ, 2004.
4. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні. Національна доповідь. — К.: Державний комітет України з питань регулярної політики та підприємництва, 2009.

УДК 656.13.658

НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТАТИСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ

Кандидат економічних наук Хобта М.О.,
Сукманюк В.М.

В статті запропоновано статистичне дослідження, яке передбачає забезпечення безперервного процесу створення інформації, що дозволяє здійснювати ефективну діяльність шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

The article is about statistic research that allows to create unclosing information flow. Reasonable management solutions help to provide the effective production.

Постановка проблеми. Функціонування транспортного ринку передбачає взаємодію різних суб'єктів, які формують попит та пропозицію, що вимагає порівняння основних показників їх діяльності між собою для визначення кон'юнктури та пропорційності ринку, а також динаміку його зміни. Застосування в якості основного джерела інформації публікацій та розрахунків Державного комітету статистики України, недостатньо для всебічного дослідження транспортного ринку і прийняття ефективних управлінських рішень. Для вирішення цієї проблеми повинні використовуватись наукові методи збирання, систематизації, групування і оброблення інформації, що забезпечить актуальність, новизну, достовірність, доцільність та практичну її цінність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження статистичного забезпечення економічних і маркетингових процесів, створення необхідної для його впровадження інформаційної бази, вибору та використання відповідних методів аналізу розглянуто у працях таких вітчизняних вчених, як С. Герасименко, А. Головач, В. Захожай, А. Єріна, Н. Ковтун, Л. Крамченко, Р. Моторин, Л. Рождественська, В. Швець Шинкаренко В.Г. та інших.

В той же час слід зауважити, що в їх роботах не знайшла повною мірою свого відображення структура та принципи побудови статистичного забезпечення статистичних досліджень, саме функціонування якого дозволяє отримати інформацію, необхідну для ефективного регулювання діяльності транспортного ринку.

Статистичні дослідження мають здійснюватись на двох рівнях:

— макрорівні для вивчення світового ринку обсягів перевезень вантажів та пасажирів, на національних та локальних транспортних ринках конкретних послуг, їх структури, характеристик, тенденцій та законо-

мірностей розвитку. Завданням статистичного дослідження на макрорівні є виявлення та моделювання закономірностей і тенденцій розвитку транспортного ринку, оцінка сучасної новітньої ситуації, визначення місткості ринку та прогнозування попиту, оцінка положення на ринку та оцінка структури ринку транспортних послуг;

— мікрорівні, тобто рівні окремого підприємства, метою якого є збирання даних та аналіз інформації для планування управлінських рішень. Завданням статистичного дослідження на цьому рівні є оцінка, аналіз та прогнозування провізних можливостей підприємства, структури рухомого складу його потенціалу, конкурентоспроможності, стану та перспектив розвитку сегменту ринку, аналіз мікро- та макросередовища, контроль за виконанням маркетингових заходів, оцінка їх ефективності тощо.

Основними напрямками статистичного досліджень на макрорівні є дослідження локального, національного та світового ринку, а також їх суб'єктів, в якості яких виступають споживачі, конкуренти, посередники транспортних послуг, а на мікрорівні — безпосередньо діяльність конкретного підприємства та його можливостей на регіональному транспортному ринку. Від напряму дослідження, який обумовлюється його об'єктом та задачами управління, залежить склад інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень.

Аналізуючи кон'юнктуру ринку, необхідно враховувати її властивості — динамічність, пропорційність, варіабельність, циклічність та сезонність. Виходячи з цього, основними завданнями дослідження ринку транспортних послуг є моніторинг ринкової кон'юнктури, виявлення змін у обсязі перевезень та структурі попиту і пропозиції під впливом зміни структури національної економіки; розробка прогнозів розвитку ринку, оцінка його місткості, прогнозування розвитку ринкової інфраструктури; аналіз якості транспортних послуг та оцінка їхньої відповідності існуючому попиту з подальшим вдосконаленням цих показників. Крім того, необхідність вивчення ринку зумовлюється потребою у обмеженні його стихійності, забезпеченні керованості та урегульованості основних процесів, які відбуваються на ньому, і розвиток яких важко передбачити через їх масовість та взаємовплив.

Узагальнюючи наведене вище, можна визначити, що основною метою статистичного дослідження є створення інформаційно-аналітичного забезпечення стратегічного планування для пошуку та обґрунтування управлінських рішень щодо визначення попиту та пропозиції транспортних послуг, що в умовах наявності великої кількості дрібних приватних перевізників цей процес являється динамічним і потребує постійного дослідження. Таким чином, статистичне дослідження передбачає забезпечення безперервного процесу створення інформації, використання якої дозволяє здійснювати ефективну діяльність шляхом прийняття обґрунтованих управлінських рішень щодо заходів по наданню транспортних послуг на ринку. Як відомо, метою проведення статистичних досліджень є одержання наукового результату, який виступає у якості наукового знання, зафіксованого на носіях наукової інформації та такого, яке відповідає вимогам актуальності, новизни, достовірності, доцільності та практичної цінності

Статистичне дослідження спрямоване на розв'язання чітко поставлених проблем, організоване з метою отримання надійної та обґрунтованої інформації, яку можна використовувати на практиці, при його організації та проведенні повинні використовуватись наукові методи збирання й оброблення інформації, підходи, які застосовуються до організації наукового дослідження. В першу чергу це отримання інформації стосовно:

— що собою являє транспортний ринок, тобто який його обсяг, сегменти, структура, тенденції розвитку, бар'єри та обмеження;

— яким є споживач транспортної послуги, тобто його потреби, місця та сезонність їх надання;

— які найбільш ефективні методи просування послуги на ринку — комплекс заходів по їх реалізації, планування рекламних кампаній, вибір оптимальних носіїв реклами тощо.

Ефективне управління дозволяє вчасно виявити проблемну ділянку та шляхом відповідних поточних дій забезпечити досягнення запланованого рівня ефективності функціонування всіх ланок організації надання послуг.

Таким чином, за результатами досліджень підприємство розробляє план заходів, реалізація якого дозволяє зберегти та підвищити рівень конкурентоспроможності та уникати можливих втрат, пов'язаних з прийняттям помилкових управлінських рішень. В першу чергу це стосується визначення попиту на послуги, характеристик їх споживчих якостей та напрямів маркетингової стратегії, які мають сприяти їх задоволенню.

Також можна дійти до висновку, що одним зі способів досягнення мети є статистичне дослідження (у випадку, коли предметом дослідження виступають масові явища та процеси, що відбуваються на ринку, які і є предметом статистичного дослідження), оскільки завданнями останнього є збирання, оброблення, аналіз та узагальнення масових даних стосовно певних сукупностей елементів, з яких складаються ті чи інші явища та процеси, для виявлення на основі великої кількості спостережень існуючих між ними взаємозв'язків та притаманних їм закономірностей, в результаті чого отримують інформацію, яка забезпечує ефективне управління економічними явищами та процесами.. Це дозволяє зрозуміти внутрішній зміст і сутність явищ та процесів. При цьому статистика як метод наукового та практичного дослідження дозволяє:

- відслідковувати та відображати стан ринку;
- охарактеризувати його структуру та динаміку;
- оцінити стійкість параметрів ринку;
- виявити та змодельовати вплив на нього комплексу ринкових чинників;
- спрогнозувати розвитку ринку.

Узагальнюючи наведене вище, можна визначити, що статистичне дослідження сегменту ринку, складається з наступних етапів:

- визначення завдань дослідження;
- проведення статистичного спостереження, тобто збирання даних шляхом реєстрації фактів та опитування респондентів;
- систематизація та групування зібраних даних за певними ознаками, тобто перехід від характеристик окремих елементів до узагальнюючих показників у формі абсолютних, відносних чи середніх величин;
- аналіз зібраної інформації за допомогою статистичних методів для характеристики варіації, динаміки та взаємозв'язків між показниками;
- прогнозування розвитку досліджуваних показників та ринкової ситуації.

Основне завдання статистичного забезпечення полягає у виявленні за допомогою статистичних методів та моделей причинних зв'язків у масових суспільних явищах, описуванні та кількісному вимірюванні існуючих закономірностей, які проявляються у існуванні певних взаємозв'язків між явищами та тенденцій їх розвитку в конкретних умовах місця і часу, що виступатиме основою для розробки управлінських рішень.

Методика статистичного забезпечення ґрунтується на сукупності принципів, прийомів та методів статистичного дослідження, які обумовлюють вибір методів збирання, обробки та аналізу даних, а також розрахунку статистичних показників відповідно до досліджуваних процесів чи явищ з метою виявлення існуючих проблем та шляхів їх розв'язання.

Елементи статистичного забезпечення повинні визначатись з метою розв'язання поставленої проблеми, чого можна досягти тільки шляхом її системного розгляду, тобто як сукупності взаємопов'язаних елементів або підсистем, які вимагають застосування різних статистичних методів та розв'язання яких є інформаційно та методично забезпечено з урахуванням їх статистичних характеристик.

Оскільки основними завданням дослідження є отримання інформації, аналіз якої дозволить прийняти управлінські рішення, його статистичне забезпечення повинно гарантувати якість отриманих результатів, яка безпосередньо залежить від правильності вибору джерел вторинної інформації, методів збирання первинних даних, їх обробки та аналізу, що вимагає накопичення та систематизації існуючого дослідів з метою його використання. Тобто, потребують узагальнення існуючі підходи до проведення досліджень, з яких буде здійснюватись вибір при реалізації конкретного проекту, спрямованого на розв'язання чітко визначених проблем. Формування загальної структури статистичного забезпечення дозволить розробити його для кожного конкретного дослідження з урахуванням притаманних йому особливостей. Елементи статистичного забезпечення досліджень можна представити у вигляді чотирьох взаємопов'язаних складових, а саме інформаційної бази, інтерактивних процедур, статистичних методів та моделей.

Таким чином, розробка статистичного забезпечення дозволяє розв'язати наступні завдання статистичного дослідження:

Сформуувати інформаційну базу для прийняття управлінських рішень з одночасним контролем їх ефективності, яка визначає придатність інформації для використання у конкретному проєкті.

Створити організаційне забезпечення проведення суцільного та вибіркового статистичного спостереження за об'єктами дослідження на безперервній або одноразовій основі.

Розробити методику статистичного аналізу досліджуваних показників на основі вибору статистичних методів з усієї сукупності існуючих з одночасним врахуванням особливостей та напрямів їх використання, в тому числі на основі існуючого досвіду.

Відобразити за допомогою моделей існуючі зв'язки між досліджуваними процесами та явищами, що дозволить визначити фактори, які на них впливають, вивчити їх структуру та спрогнозувати зміну.

Виконання вказаних завдань вимагає здійснення статистичного дослідження за наступними етапами:

1. Визначення проблеми та завдань дослідження.
2. Вивчення структури виявленої проблеми з метою виявлення факторів впливу.
3. Розробка системи статистичних показників конкретного дослідження відповідно до його напрямку та завдань, яка дозволить кількісно оцінити досліджувану проблему.
4. Перевірка наявності інформаційної бази, необхідної для розрахунку показників та їх аналізу, що дозволить визначити забезпеченість їх розрахунку інформацією та, в разі потреби:
 - скоригувати систему, щоб вона відповідала наявному інформаційному забезпеченню;
 - визначити шляхи отримання потрібних даних, що дозволить вдосконалити існуюче інформаційне забезпечення та забезпечити повноту статистичного аналізу.
5. Розробка методики аналізу отриманих статистичних показників та їх аналіз.

Закономірності та тенденції явищ та процесів, що вивчаються в ході маркетингового дослідження, формуються під впливом змінної кількості факторів, які можуть бути поділені на головні (істотні) та випадкові.

Функціонування підприємства на ринку транспортних послуг в значному ступені залежить від його здатності ефективно реагувати на ключові зміни в середовищі. Останнє поділяється на мікросередовище та макросередовище. Завдання аналізу полягає у визначенні важливих для підприємства складових середовища, оцінці існуючого та можливого у майбутньому взаємозв'язку між ними та розробці заходів реагування на мінливе оточення.

Аналіз даних здійснюється, в першу чергу, шляхом застосування статистичних методів. Вибір методу аналізу залежить від мети дослідження та особливостей сформованої бази даних. Використання відповідних статистичних методів дозволяє визначити об'єкти дослідження, їх загальні властивості, виявити зв'язки та розбіжності між об'єктами, що досліджуються, згрупувати їх, встановлюючи типи процесів і явищ, що вивчаються. Водночас відбувається врахування і якісних характеристик об'єктів. Таким чином, статистичні принципи та методи стають теоретичною основою дослідження. Виконанню вказаних завдань і має сприяти статистичне забезпечення прийняття управлінських рішень.

В аналізі ринкової ситуації, в першу чергу, використовуються методи виявлення та моделювання взаємозв'язків, що дозволяє вирішити більшість завдань досліджень: відобразити стан ринку, охарактеризувати його структуру та динаміку, оцінити його коливання, виявити та змодельовати вплив комплексу ринкових факторів та спрогнозувати його подальший розвиток.

Таким чином, створення та використання статистичного забезпечення досліджень дозволяє обрати найбільш ефективні методи збирання та аналізу даних залежно від напрямку дослідження, існуючої щодо нього інформації, типу ринку, на якому функціонує досліджуваний об'єкт, а також використати існуючий досвід застосування статистичних методів відповідно до завдань дослідження та розробити відповідні моделі з метою передбачування змін кон'юнктури ринку.

Запропонована система показників кон'юнктури наведена на рис. 1. Найважливішими серед них є показники попиту та пропозиції, а також характеристики їх співвідношення, зміна якого виступає індикатором ринкової ситуації.

Аналіз збалансованості ринку вимагає визначення співвідношення між попитом та пропозицією, узгодження яких відбувається через механізм ринкових тарифів. Крім того, вимагають визначення такі показ-

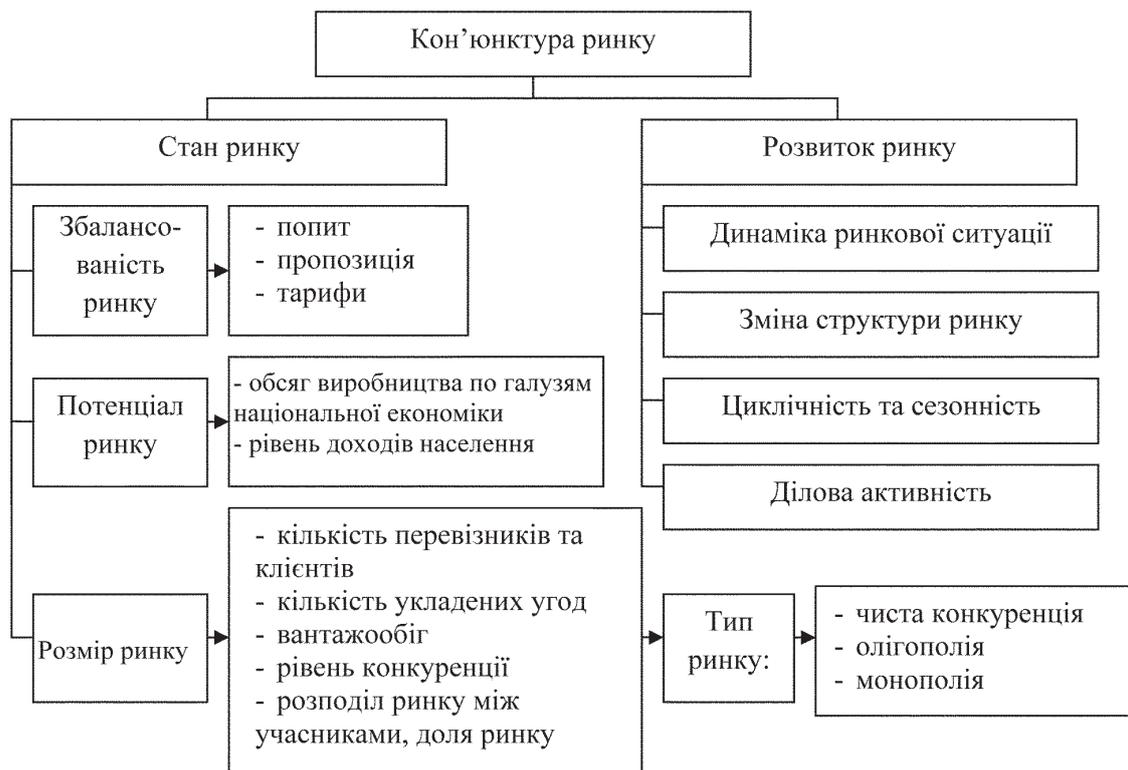


Рис. 1. Система показників кон'юнктури транспортного ринку

ники, як еластичність попиту та пропозиції від тарифу, від доходу, а також від інших факторів, в тому числі пов'язаних з управлінською діяльністю підприємства. Ці показники визначають ризикованість діяльності, оскільки вони відображають пропорційність розвитку ринку, і, як наслідок, ринкову ситуацію, від якої залежить ймовірність зазнати втрат. Транспортний ринок в сучасних умовах досить динамічний, змінюються обсяги перевезень та їх структура. Необхідно постійно проводити моніторинг процесу перевезення вантажів та пасажирів, що дозволить приймати ефективні управлінські рішення, які дозволять оптимізувати структуру рухомого складу, інвестувати фінансові ресурси в розвиток підприємства, зростання доходів та прибутку.

Література

1. Головач А.В. Статистичне забезпечення управління економікою: прикладна статистика: [навч. посіб.] / Головач А.В., Захожай В.Б., Головач Н.А. — К: КНЕУ, 2005. — 333 с.
2. Єріна А. М. Методологія наукових досліджень: [навч. посіб.] / Єріна А.М., Захожай В.Б., Єрін Д.Л. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — 212 с.
3. Єріна А.М. Організація вибірових обстежень / Єріна А.М. — К.: КНЕУ, 2004. — 127с.
4. Про державну статистику / Закон України від 17 вересня 1992 року № 2614-ХІІ. — Відомості Верховної Ради України. — 1992. — №43.

УДК 338.47

СИНЕРГЕТИЧНИЙ ЕФЕКТ ВЗАЄМОДІЇ ПІДПРИЄМСТВ У МЕЖАХ КЛАСТЕРУ

Кандидат економічних наук Хоменко І.О.

Розглянуто зміст категорії ефективність для отримання цілісного уявлення, виділення інваріантного, що характерне всім трактуванням даної дефініції. Розкрито сутність категорії ефективність з позицій різних економічних шкіл. Виділено основні ефекти при формуванні кластерів, в тому числі синергетичного.