

мули аналогічне до виведення формули (12) у випадку оптових знижок.

Покажемо на конкретному прикладі застосування викладеного теоретичного матеріалу у випадку, коли постачальником надаються диференціальні знижки. Повернемось до ситуації, розглянутої вище, коли меблева фабрика на певний етап повинна закупити партію елементів декору. Але знижки на товар, що закуповується, надаються за такою схемою: ціна одиниці товару складає ум. гр. од. при купівлі партії обсягом до 150 од., 42 ум. гр. од. – за кожну одиницю, закуплену понад норму 150 од., і 35 ум. гр. од. – за кожну одиницю, закуплену понад 200 од. Тобто, функція витрат на закупівлю має вигляд

$$C_2(x) = \begin{cases} 48x, & \text{якщо } 0 \leq x < 150, \\ 48 \cdot 150 + 42(x - 150), & \text{якщо } 150 \leq x < 200, \\ 48 \cdot 150 + 42 \cdot (200 - 150) + 35(x - 200), & \text{якщо } x \geq 200. \end{cases}$$

Рівняння для визначення критичних точок функції

$$L_2(x) = C_2(x) + 28 \int_0^x (x - \xi) f(\xi) d\xi + 65 \int_x^{\infty} (\xi - x) f(\xi) d\xi$$

має такий же вигляд, як і для критичних точок $L_1(x)$ (рівняння (8)). Його єдиний розв'язок було знайдено вище, $x_2^* = 183$. Оскільки інших локальних мінімумів цільова функція L_2 не має, він і буде оптимальним розв'язком задачі мінімізації очікуваних витрат. Знайдемо значення L_2 в цій точці за формулою (17):

$$L_2(183) = (48 - 42) \cdot 150 + 42 \cdot 200 + 93 \cdot 25 \cdot \varphi\left(-\frac{17}{25}\right) = 10036,1 \text{ ум. гр. од.}$$

Таким чином, у випадку диференціальних знижок на обсяг закуповуваної партії, визначених вище, оптимальний розмір замовлення становить 183 одиниці.

Висновки

У роботі побудовано алгоритм знаходження оптимального розміру закуповуваної партії товару на етапі у випадку, коли постачальником надаються оптові або диференціальні знижки. Відмінність першого та другого видів знижок поля-

гає в розривності та неперервності цільових функцій. У випадку оптових знижок ця функція є розривною, причому в точках розривів може досягатися її найменше значення. Якщо ж знижки є диференціальними, то функція витрат неперервна, її глобальний мінімум досягається в одній з точок, де похідна перетворюється на нуль.

Більш детально в роботі розглянуто випадок нормально розподіленого попиту як такий, що зустрічається найчастіше. Отримано формули для розрахунку значень функції витрат на управління запасами в усіх точках області визначення саме для цього випадку.

Виведення аналогічних формул для інших законів розподілу попиту можуть бути предметом подальших досліджень. Крім того, представляють практичний інтерес випадки, коли та залежать від закупівельної ціни та присутні витрати на оформлення замовлення.

Результати цієї статті можуть бути використані для побудови більш складних алгоритмів, зокрема при вказаних вище додаткових умовах.

Література

1. Raymond F.E. Quantity and Economy in Manufacture. [Text] / F.E. Raymond. – McGraw-Hill, Chicago, 1931. – 375 p.
2. Whitin T.W. The Theory of Inventory Management. [Text] / T.W. Whitin. – Princeton University Press, Princeton, N. J., 1953.
3. Рыжиков Ю.И. Теория очередей и управление запасами [Текст] / Ю.И. Рыжиков. – СПб: Питер, 2001. – 384с.
4. Хедли Дж. Анализ систем управления запасами. [Текст] / Дж. Хедли, Т. Уайтин; пер. с англ. М.А. Каснера, А.С. Манделя, А.Л. Райкина. – М.: Наука-Физмат, 1969. – 512 с.
5. Taha H.A. Operations Research – An Introduction (7th ed). [Text] / H.A. Taha. – Prentice Hall, Inc., New Jersey, 2003.
6. Беллман Р. Динамическое программирование. [Текст] / Р. Беллман; пер. с англ. И.М. Андреевой, А.А. Корбута, И.В. Романовского, И.Н. Соколовой. – М.: Издательство иностранной литературы, 1960. – 400 с.
7. Гмурман В.Е. Теория вероятностей и математическая статистика: Учеб. пособие для вузов. [Текст] / В.Е. Гмурман. – М.: Высш. шк., 2003. – 479 с.

М.В. КОЗЛОВСЬКА,
здобувач, Європейський університет

Механізм управління трансформацією туристичних підприємств

У статті викладено результати досліджень у сфері інноваційного менеджменту трансформації туристичних підприємств, проаналізовано етапи аналізу діагностики сприятливості інноваційного середовища, досліджено джерела появи ускладнень трансформаційних процесів та динаміку їх інтенсивності, запропоновано механізм ді-

агностики сприятливості передумов інноваційних трансформацій туристичних підприємств.

Ключові слова: механізм управління трансформацією туристичних підприємств, інноваційний потенціал, інноваційний попит, туристичні підприємства.

В статье изложены результаты исследований в сфере инновационного менеджмента трансформации туристических предприятий, проанализированы этапы анализа диагностики благоприятности инновационной среды, исследованы источники появления проблем трансформационных процессов и динамика их интенсивности, предложен механизм диагностики благоприятности предпосылок инновационных трансформаций туристических предприятий.

Ключевые слова: *механизм управления трансформацией туристических предприятий, инновационный потенциал, инновационный спрос, туристические предприятия.*

In the article the results of researches are expounded in the field of innovative management of transformation of tourist enterprises, the stages of analysis of diagnostics of favourableness of innovative environment are analysed, investigational sources of appearance of complications of transformation processes, and dynamics of their intensity, the mechanism of diagnostics of favourableness of pre-conditions of innovative transformations of tourist enterprises is offered.

Keywords: *mechanism of management transformation of tourist enterprises, innovative potential, innovative demand, tourist enterprises.*

Постановка проблеми. Створення й реалізація інноваційних продуктів підприємств спричиняє істотні зміни на підприємстві, що стосуються як внутрішніх структурних підсистем, так і особливостей узгодження стосунків та економічних інтересів підприємства із його зовнішнім оточенням.

Інноваційні зміни в силу значної витратомісткості характеризуються скороченням тимчасово вільних фінансових ресурсів підприємства, як власних, так і запозичених на різний термін, а це не може не позначитися на остаточній платоспроможності. Отже, для визначення інноваційних передумов та необхідності проведення трансформації всередині підприємства та за його межами виключного значення набуває динаміка показників ліквідності.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Основними причинами посиленого контролю динаміки цих показників до початку та на кожній стадії життєвого циклу інновації варто вважати такі:

- реалізація інноваційного продукту вимагає достатнього фінансування, і зазвичай підприємству не вистачає власних ресурсів та доводиться звертатися до позикових джерел формування фінансових ресурсів. За відповідності фактичних значень нормативних фінансові установи визначають доцільність надання грошових позик та кредитоспроможність підприємства–позичальника інноваційних фінансових ресурсів;

- залучення зовнішніх джерел фінансування, майже в усіх випадках відчутних нововведень обов'язкове, істотно послаблює фінансову стійкість підприємства та зазвичай пов'язане із додатковими фінансовими витратами по виплаті боргових зобов'язань. За сучасних недосконалих умов

інноваційного кредитування та нерозвиненого фінансового ринку і ризикованості успіху більшості вітчизняних підприємств матеріальної та нематеріальної сфери, кредитним угодам властива певна жорсткість вимог щодо відсотків по кредитах та термінам їх сплати, що є ускладнюючим платоспроможність підприємств чинником;

- розробка інноваційних продуктів спричиняє зростання завантаженості оборотних коштів, що передусім позначається на показниках ліквідності підприємства і призводить до їхнього зниження понад встановлені норми [7].

Вищенаведені обставини переконливо доводять необхідність аналізу вихідного рівня фінансово–платіжного потенціалу, підтримка якого пов'язана із істотними ускладненнями в разі запровадження нововведень та відповідних модифікацій всередині підприємства та у системі його зовнішніх взаємовідносин з іншими економічними агентами.

Метою статті є дослідження механізму управління трансформацією туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи рекомендації провідних вітчизняних науковців стосовно оцінки фінансової спроможності підприємства за обсягами дебіторської та кредиторської заборгованості та їх динамікою, зазначені характеристики обов'язково потрібно враховувати під час діагностики передумов інноваційних трансформацій [7, 10]. Адже іммобілізація оборотних активів у формі дебіторської заборгованості, особливо простроченої, є перешкодою до впровадження й реалізації витратомістких нововведень, натомість кредиторська заборгованість, сприяючи у певний момент часу активізації інноваційної діяльності, може зашкодити їй у майбутньому у разі посилення вимог кредиторів раніше, ніж підприємство зможе їх задовольнити за рахунок доходності інновації.

Тому аналіз гравців зовнішнього середовища підприємства на предмет створення передумов інноваційного розвитку, на наш погляд, доцільно виконувати в двох площинах:

- встановлюючи пріоритетність чи інтенсивність впливу на підприємство, передусім несприятливого, що перешкоджає отриманню економічного ефекту від нововведення. Посилена увага до негативної дії зовнішніх чинників пояснюється високою ризикованістю інноваційної діяльності, нехтування якої за умов нестабільного ринкового середовища у поєднанні із нестабільним фінансовим станом переважної більшості вітчизняних підприємств сфери послуг може призвести до фатальних наслідків і подальшого ускладнення інноваційного розвитку в дедалі ширших масштабах;

- розглядаючи контрзахисні способи протидії зовнішнім перешкодам ефективної реалізації інновацій. Завдяки такому підходу не відокремлюються внутрішні та зовнішні сфери інноваційних трансформацій діяльності підприємства та забезпечується деяке зниження інноваційного ризику за рахунок певної нейтралізації зовнішніх загроз. Варто зазначити що подібний підхід спрямований на одночасне задоволення економічних інтересів різних учасників ринкової взаємодії з

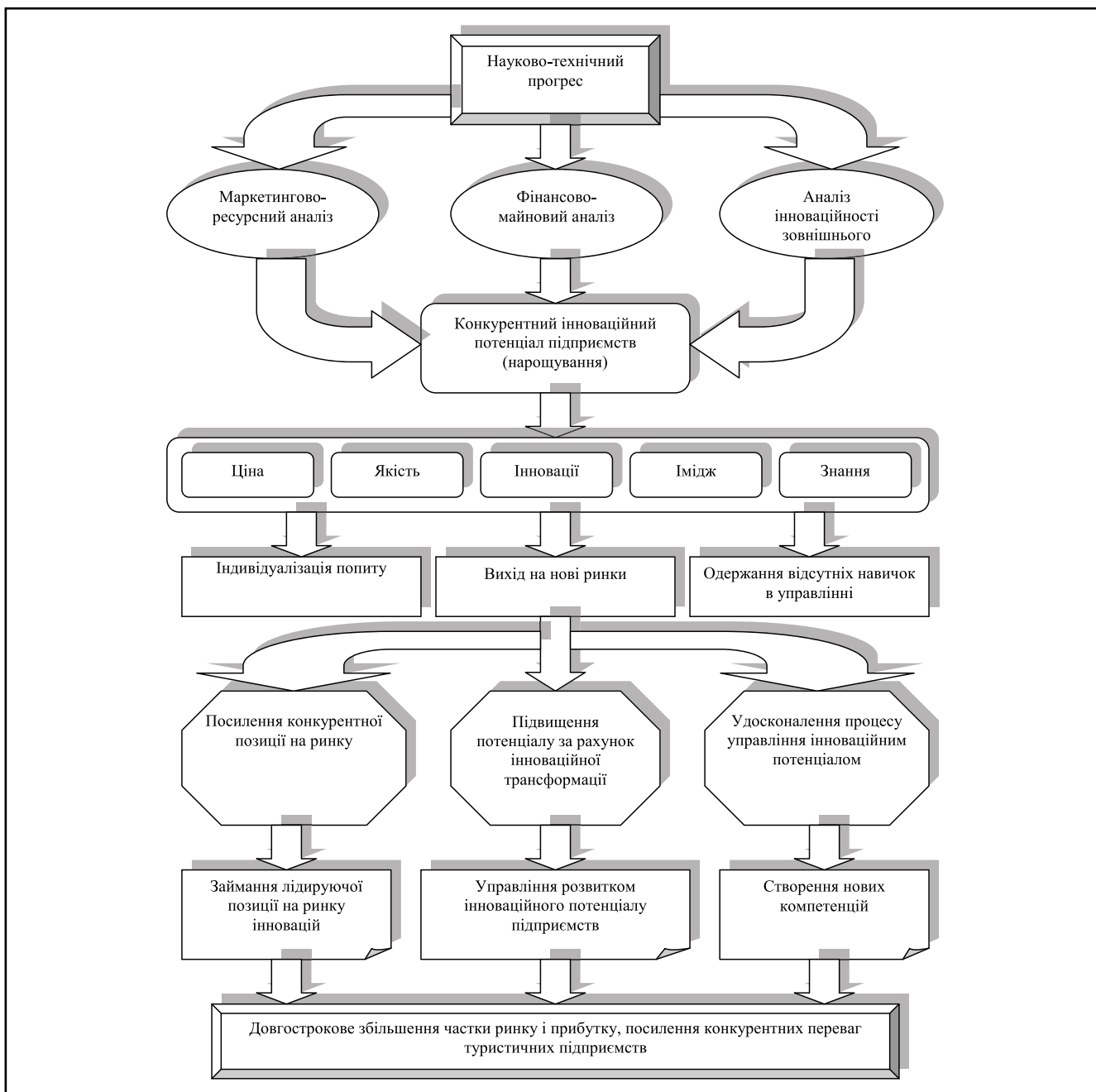
ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

приводу отримання й розподілу соціально-економічного ефекту сервісної інновації, а тому спрямований на його масштабне (можливо мультиплікативне) збільшення.

Таким чином, для діагностики передумов інноваційних трансформацій вважаємо за доцільне використовувати наступний механізм управління трансформацією підприємств (див. рис.), що поєднує маркетингово-ресурсний аналіз для оцінки потужності інноваційних трансформацій, фінансово-майновий аналіз, завдяки якому встановлюється форма та напрямки модифікацій, спричинених виробництвом і реалізацією нововведення, та аналіз інноваційності зовнішнього оточення підприємства, що визначає програму мінімізації інноваційних ризиків.

Прийоми аналітичної роботи на кожній ступені діагностики передумов інноваційних трансформацій будуть певним чином відрізнятися, що зумовлено предметними особливостями аналітичних стадій і проміжними цілями та завданнями.

Маркетингово-ресурсний аналіз визначає фізичну потужність підприємства та рівень її завантаженості, а встановлені тенденції змін незавантажених потужностей або ресурсів, ефективність використання яких істотно нижча, і визначає частину виробничого потенціалу, інноваційні трансформації якого не спричинять значного погіршення прибутковості. При наявності кількох підприємств-об'єктів аналізу на даному етапі діагностики визначаються конкурентні переваги реалізації новітньої сервісної послуги.



Блок-схема діагностики сприятливості передумов інноваційних трансформацій туристичних підприємств [авторська розробка]

Завдяки фінансовому аналізу визначаються «вузькі» місця інноваційних трансформацій, спричинені нестачею власних фінансових ресурсів, проблемами із підтримкою підприємством фінансової дисципліни та загрози платоспроможності у разі модифікацій перебігу основної діяльності або ж несприятливих збурень зовнішнього оточення. На даній ступені встановлюються тенденції змін прибутковості підприємства, напрямів та інтенсивності грошових потоків, фінансової стійкості підприємства, що склалися за відсутності нововведень.

Враховуючи важливість фінансової складової для планування та реалізації нововведень як продуктових, так і організаційних, результатом даної стадії є визначення початкових умов і обмежень впровадження зовнішніх та внутрішніх нововведень, які цілком можливо можуть спричинитися вихідною рентабельністю підприємства. Адже фінансово успішні господарюючі суб'єкти зазвичай характеризуються більш досконалим організаційно-економічним механізмом, який забезпечує їх домінуючу роль в ході ринкової взаємодії, та пріоритетність у задоволенні власних економічних інтересів, перед іншими учасниками (споживачами, контрагентами, кредиторами).

Аналіз зовнішнього інноваційного середовища підприємства пов'язаний із визначенням основних факторів, вплив яких сприяє чи протидіє отриманню ним очікуваних фінансових результатів. Одночасно визначається особливості координації одночасної дії кількох факторів і їх сумарний ефект, що власне і визначає рівень зовнішньої перешкоди виробництву чи реалізації нововведення [3, 9, 10].

Висновки

Діагностика сприятливості інноваційного середовища має виконуватися у декілька послідовних етапів, які поступово уточнюють джерела появи ускладнень трансформаційних процесів, та можливу динаміку їх напрямків та інтенсивності. У зв'язку з цим розпочинати аналіз потрібно із діагностики внутрішнього виробничого та збутового потенціалу, отримані результати доповнити аналізом фінансового становища підприємства, а на завершенні уточнити найбільш несприятливих гравців зовнішнього інноваційного оточення та засоби нейтралізації їх негативного впливу.

Аналіз внутрішнього інноваційного потенціалу підприємства пов'язаний із аналізом його виробничої бази, майнового стану, а також маркетингового аналізу спроможності підприємства до інтенсивної реалізації внутрішніх можливостей. Такий аналіз складає першу ступінь діагностики сприятливості передумов інноваційних трансформацій і передбачає опрацювання оперативної та звітної інформації підприємства за період, не менший ніж три роки.

Доцільність такого аналізу значно зростає у зв'язку із встановленням шляхів нейтралізації зовнішніх загроз за рахунок внутрішніх резервів інноваційно активного підприємства. На цій стадії варто застосувати методи математичного моделювання економічних процесів, завдяки яким стає можливим кількісна характеристика глибини, ефективності і ризикованості трансформації.

Література

1. Арефьева Е.В. Оценка уровня трансформаций предприятий сферы услуг / Е.В. Арефьева, Р.Ю. Лебедева // Бизнес-информ. – 2007. – №12(1). – С. 95–99.
2. Виноградова О.В. Реинжиниринг бизнес-процесів торговельних підприємств / О.В. Виноградова. – Донецьк: Донецький держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2006. – 184 с.
3. Геець В.М. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / В.М. Геець. – Х.: Форт, 2006. – 440 с.
4. Гольдштейн Г.Я. Глобальный стратегический инновационный менеджмент: рабочие материалы [Электрон. ресурс] / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: ТРТУ, 2001. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m61>
5. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент: [учеб. пособие] / Г.Я. Гольдштейн. – Таганрог: Изд-во ТРТУ, 1998. – 132 с.
6. Ермошенко М.М. Механізм управління інноваційним оновленням підприємств / М.М. Ермошенко, В.Н. Єрохін, В.Н. Шандра, О.І. Гуменюк [та ін.] // Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення розвитку промисловості та інноваційного народного господарства: [наук. моногр.] / За ред. д.е.н, проф. М.М. Ермошенка, д.е.н. проф. С.А. Єрохіна. – К.: НАУ, 2008. – 216 с.
7. Інноваційні шляхи розвитку курортно-туристичних регіонів та ринків: збірник наук. праць / НАН України; Інститут економіко-правових досліджень; В.К. Мамутов (відп. ред.). – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2007. – 307 с.
8. Марчук Л.В. Економічне оцінювання трансформації підприємств / Л.В. Марчук // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник НУ «Львівська політехніка». – №466. – Львів: НУ «Львівська політехніка», 2007. – С. 233–238.
9. Матюхін В.О. Маркетинг сфери розваг в туристично-рекреаційній діяльності / В.О. Матюхін, О.В. Кобзева // Культура народів Причорномор'я. – 2006. – №88. – С. 73–75.
10. Медынский В.Г. Реинжиниринг инновационного предпринимательства: [учеб. пособие для вузов] / В.Г. Медынский, С.В. Ильдеменов; под ред. В.А. Ирикова. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 414 с.
11. Хотинская Г.И. Реинжиниринг на предприятиях сферы услуг / Г.И. Хотинская // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №6. – С. 40–47.
12. Maister David H. Balancing the Professional Service Firm // Sloan Management Review. – 1982. – Vol. 24. – №1. – P. 9–23.