

гатися з семантикою фактичного результату, отже СВ даних також повинні збігатися.

ВИСНОВКИ

Подання розмірності фізичних або економічних величин, що присутні в співвідношеннях економіко-математичних моделей у вигляді координат семантичного простору, дозволить здійснювати верифікацію побудованої моделі за допомогою семантичного контролю розмірності. Подальші дослідження необхідно проводити в напрямку розробки алгебраїчних основ семантичного контролю розмірності. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Вітлінський В. В. Моделювання економіки : навч. посібник / В. В. Вітлінський. – К. : КНЕУ, 2003. – 408 с.

2. Поспелов И. Г. Метод проверки размерности для исследования моделей экономической динамики / И. Г. Поспелов, М. А. Хохлов // Математическое моделирование. – 2006, т. 18. – № 10. – С. 113 – 122.

3. Манжос Ю. С. Оценка полноты семантического контроля программного обеспечения информационно-управляющих систем / Ю. С. Манжос, В. Л. Петрик // Авиационно-космическая техника и технология. – 2007. – № 5(41). – С. 86 – 93.

4. Колотило Д. М. Міжнародні системи вимірювання в економіці : навч. посібник-довідник / Д. М. Колотило, А. Т. Соколовський, В. В. Афандіянец. – К. : КНЕУ, 2000. – 176 с.

5. Класифікатор системи позначень одиниць вимірювання та обліку (КСПОВО) [Електронний ресурс] / Державний класифікатор України ДК 011-96. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.18011.0>

6. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь : Словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников. – М. : Дело, 2003. – 520 с.

7. Седов Л. И. Методы подобия и размерности в механике / Л. И. Седов. – М. : Наука. Физматлит, 1987. – 430 с.

8. Петрик В. Л. Экспертиза программного обеспечения информационно-управляющих систем с использованием дескрипторного семантического пространства / В. Л. Петрик // Радиоэлектронні і комп'ютерні системи. – 2007. – № 2(21). – С. 29 – 35.

УДК 519.86+33.658:338.486

МОДЕЛЬ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

ІВАНЮК У. В.

УДК 519.86+33.658:338.486

Іванюк У. В. Модель планування розвитку туристичного підприємства

У статті запропоновано модель планування розвитку туристичного підприємства. Модель дозволяє: 1) обґрунтувати процес розподілу прибутку підприємства; 2) вибрати оптимальний режим його роботи і найкращі умови функціонування; 3) здійснити підбір параметрів, при яких туристичному підприємству створюються сприятливі умови розвитку; 4) визначити оптимальні ставки оподаткування на користь підприємства.

Ключові слова: туристичний ринок, туристичне підприємство, розвиток, планування, моделювання.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Формул:** 14. **Бібл.:** 10.

Іванюк Ульяна Василівна – аспірант, кафедра економічної кібернетики, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка (вул. Шевченка, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)

УДК 519.86+33.658:338.486

Іванюк У. В. Модель планирования развития туристического предприятия

В статье предложена модель планирования развития туристического предприятия. Модель позволяет: 1) обосновать процесс распределения прибыли предприятия, 2) выбрать оптимальный режим его работы и лучшие условия функционирования, 3) осуществить подбор параметров, при которых туристическому предприятию создаются благоприятные условия развития, 4) определить оптимальные ставки налогообложения в пользу предприятия.

Ключевые слова: туристический рынок, туристическое предприятие, развитие, планирование, моделирование.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Формул:** 14. **Библ.:** 10.

Іванюк Ульяна Васильевна – аспірант, кафедра економічної кібернетики, Прикарпатський національний університет ім. В. Стефаніка (вул. Шевченко, 57, Івано-Франківськ, 76018, Україна)

UDC 519.86+33.658:338.486

Ivanyuk U. V. Model of Development Planning of Tourist Enterprise

The paper proposes a model of planning and development of tourist business. The model allows: 1) to justify the process of distribution of company profits, and 2) to select the optimal mode of its operation and the best operating conditions, and 3) make the selection of parameters for which the tour company created favorable conditions for the development and 4) to determine the optimal tax rate in favor of the company.

Key words: tourism market, tourist enterprise, development, planning, modeling.

Pic.: 3. **Tabl.:** 1. **Formulae:** 14. **Bibl.:** 10.

Ivanyuk Ulyana V. – Postgraduate Student, Department of Economic Cybernetics, Precarpathian National University named after V. Stefanyk (vul. Shevchenka, 57, Ivano-Frankivsk, 76018, Ukraine)

Сучасні умови функціонування туристичного ринку ініціюють необхідність розробки принципово нових підходів до формування організаційно-економічного механізму розвитку туристичних підприємств. На жаль, у практиці вітчизняних туристичних підприємств зберігаються малоефективні методи управ-

ління і використання ресурсів, відсутній реальний механізм залучення інвестицій.

Моделі розвитку туристичного ринку дозволяють формувати його структуру в залежності від еластичності реакції туристів та ієрархії їхніх потреб. Практична реалізація таких моделей здатна забезпечити розвиток

туристичного ринку, створення сприятливих умов для формування якісного туристичного продукту.

Різні аспекти функціонування та розвитку підприємств туристичної індустрії розглянуто у працях Г. О. Ворошилової [1], Л. П. Дядечко [2], О. М. Кальченко [3], О. О. Любіцевої, Є. В. Панкової, В. І. Стафійчука [4], М. П. Мальської, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич [5], І. В. Свида [6], Ю. А. Семенової, А. А. Деміна [7], Т. І. Ткаченко [8], А. М. Трамвої [9], Б. В. Шупіка [10].

Метою даної статті є розробка моделі планування розвитку туристичного підприємства, здатної забезпечити формування оптимального режиму його функціонування, нарощення конкурентних переваг на ринку туристичних послуг.

Потенціал туристичного підприємства характеризується виробничою функцією:

$$P = AK^\alpha L^\beta, \quad (1)$$

де K, L – виробничі фактори (капітал і праця); α, β – еластичності.

Функцію виробничого потенціалу можна побудувати методом найменших квадратів або у вигляді стохастичної граничної функції виробництва.

Прибуток туристичного підприємства визначається за формулою:

$$\Pi = \min\{c \cdot P, G\} - U - W, \quad (2)$$

де c – ціна одиниці випуску; G – попит; U – загальні витрати; W – податки.

Розподіл прибутку:

$$\Delta K = \lambda_1 \Pi, \Delta L = \lambda_2 \Pi, \lambda_1 + \lambda_2 \leq 1, \quad (3)$$

де $\lambda_1 + \lambda_2 \geq 0$ – відповідні частини прибутку, спрямованого на приріст виробничих фондів; у випадку $\lambda_1 + \lambda_2 < 1$ передбачаються відрахування у резервний фонд. Величина параметру розподілу розрахункового прибутку повинна бути тим більшою, чим більший дефіцит відповідного виробничого чинника.

Динаміка чинників:

$$K_{t+1} = K_t + \Delta K = K_t + \lambda_1 \Pi_t, L_{t+1} = L_t + \Delta L = L_t + \lambda_2 \Pi_t, \quad (4)$$

де K_{t+1}, L_{t+1} – значення виробничих чинників наступного часового періоду.

Вихідними даними є дані щодо стану підприємства (A, K, L, α, β), стану середовища (c, W, G) і управлінські змінні (λ_1, λ_2).

Сформулюємо задачу знаходження оптимальних значень λ_1, λ_2 .

Задачу максимізації випуску можна записати у вигляді:

$$P_{t+1} = AK_{t+1}^\alpha L_{t+1}^\beta \rightarrow \max, \\ K_{t+1} = K_t + \lambda_1 \Pi_t, L_{t+1} = L_t + \lambda_2 \Pi_t, \lambda_1 + \lambda_2 \leq 1, \lambda_1, \lambda_2 \geq 0. \quad (5)$$

Дана задача еквівалентна такій:

$$P_{t+1} = A(K_t + \lambda_1 \Pi_t)^\alpha (L_t + \lambda_2 \Pi_t)^\beta \rightarrow \max, \\ \lambda_1 + \lambda_2 \leq 1, \lambda_1, \lambda_2 \geq 0, \quad (6)$$

де K_t, L_t, Π_t – відомі змінні із циклу розрахунків попереднього періоду ($t-1$); K_0, L_0 – об'єми виробничих чинників туристичного підприємства у початковий період.

Представлена вище модель планування розвитку туристичного підприємства дозволяє розв'язувати такі задачі:

1) вибір оптимальних режимів роботи туристичного підприємства і найкращих умов його функціонування; підбір параметрів, при яких у туристичного підприємства складаються сприятливі умови розвитку;

2) вибір нових проектів розвитку туристичного підприємства або можливих варіантів вдосконалення податкової системи.

Крім цього, розраховується динаміка розглядуваних чинників виробництва. Вважається, що невикористаний на цілі виробництва прибуток іде на особисте споживання, а невикористані виробничі ресурси утворюють резерви, необхідні в будь-якій виробничій діяльності. Розрахунок оптимального виробництва в поточному періоді суміщається з пошуком оптимального розв'язку про розподіл прибутку туристичного підприємства, отриманого в минулому періоді.

Виробнича функція може відображати можливість поєднання різних видів виробництв з урахуванням диференційованого попиту на них і взаємозамінності трудового чинника, вище якого виробництво недоцільне.

При цьому модель можна модифікувати для альтернативних виробництв туристичних продуктів, які конкурують в рамках наявних у туристичного підприємства ресурсів. Мобільність і відносно висока ліквідність наявних ресурсів для туристичного бізнесу дозволяє здійснити необхідний перерозподіл ресурсів на користь більш ефективних виробництв.

Модель (6) дозволяє обґрунтувати процес розподілу прибутку туристичного підприємства і визначити значення відповідних параметрів. На основі розрахунків моделі можна зробити ефективний вибір системи оподаткування на користь туристичного підприємства.

Значний вплив на діяльність туристичного підприємства має зовнішнє середовище, представлене на схемі через ринок товарів і послуг, кон'юнктура яких визначає умови функціонування підприємства.

Підприємство значною мірою залежить від стану зовнішнього середовища, оскільки є відкритою і адаптивною системою. Темпи розвитку підприємства безпосередньо залежать від його внутрішніх ресурсів, тобто від капіталу, що формується в результаті здійснюваної ним виробничо-господарської діяльності. Чим більший розмір капіталу, тим більше можливостей у підприємства для збільшення свого ресурсного потенціалу, для придбання необхідних інгредієнтів виробництва.

Прибуток підприємства є внутрішнім джерелом, яке формує фонди його розвитку і визначає силу дії позитивного зворотного зв'язку. У цьому контексті фонди розвитку можуть розглядатися як внутрішній інвестиційний фактор розвитку підприємства.

Розвиток підприємства тільки за рахунок власних засобів не забезпечує необхідні темпи зростання. Важлива роль у формуванні ресурсного потенціалу підприємства належить зовнішньому кредитно-інвестиційному фактору. Його дія проявляється через встановлені потоки фінансових засобів із різних джерел:

- ✦ державні інвестиції і субсидії;
- ✦ інвестиції різних фондів підтримки підприємства;

- ✦ кредитних ресурсів, що надаються іншими юридичними і фізичними особами (кредитні організації, інвестиційні фонди, іноземні інвестори тощо).

Таким чином, зовнішній кредитно-інвестиційний чинник має підсилюючий вплив на розвиток системи, доповнюючи дії розглядуваного позитивного зворотного зв'язку економічного об'єкта і визначає темпи динаміки його розвитку. Важливими виявляються як величина здійснюваної кредитно-інвестиційної підтримки та її регулярність (динаміка інвестицій у часі), так і інші умови її надання (плата за інвестиційний ресурс у вигляді ставки відсотка за кредит, терміни повернення кредиту тощо). У зв'язку з цим виникає завдання дослідження впливу кредитно-інвестиційного чинника на динаміку розвитку підприємства.

На даний час основні складові інвестиційного клімату у сфері підприємництва можна охарактеризувати таким чином.

Зовнішнє середовище: інфляція, несприятлива ринкова кон'юнктура, конкуренція на ринку, високі бар'єри входження на ринок, високий податковий тягар, недовіра кредитно-інвестиційних інститутів.

Зовнішні інвестиційні ресурси: недостатній обсяг і доступність окремих видів ресурсів, високі інвестиційні ризики, високі відсоткові ставки по кредитах, ціна і привабливість інвестиційного джерела.

Внутрішні інвестиційні ресурси: малий стартовий капітал, недостатність власних фондів розвитку.

Не менш важливим є недоступність для підприємств кредитно-фінансових ресурсів, їх дорожнеча і короткотерміновість, складність обґрунтування інвестиційних проєктів.

Особливості функціонування підприємств обумовляють значні кредитно-інвестиційні ризики у сфері туристичного бізнесу. Для їх подолання і виживання в складних умовах невизначеності підприємствам необхідні інвестиції.

Існуюча ситуація ускладнюється несприятливою динамікою розвитку туристичного бізнесу. Необхідно усунути чинники, які стримують його розвиток, а саме: реалізувати стратегічні рішення, які забезпечують не тільки функціонування підприємств і вдосконалення системи оподаткування, але й значну активізацію кредитно-інвестиційних процесів. Відсутність динаміки в розвитку підприємств пов'язане з обмеженими можливостями самостійного розвитку бізнесу і свідчить про необхідність створення в кредитно-інвестиційній сфері нових сприятливих умов для їх майбутнього розвитку.

Розглянемо таку узагальнену модель підприємства.

Залежності між основними змінними моделі представлено системою рівнянь:

– виробнича функція підприємства:

$$P(t) = AK(t)^\alpha L^\beta, \quad (7)$$

де $P(t)$ – випуск продукції в момент t у вартісному вираженні; $K(t)$ – вартість основних виробничих фондів; L – трудові ресурси; α, β – коефіцієнти еластичності заміни основних фондів і праці відповідно ($\alpha + \beta = 1$); t – час, T – горизонт моделювання;

– загальний прибуток за вирахуванням витрат виробництва:

$$\Pi_0(t) = (1 - c)P(t) - h(t), \quad (8)$$

де c – питома собівартість випуску продукції у вартісному вираженні;

– чистий прибуток за вирахуванням загальної суми податкових відрахувань:

$$\Pi(t) = \Pi_0(t) - W(t); \quad (9)$$

– сума податкових відрахувань:

$$W(t) = \tau_1 P(t) + \tau_2 k(1 - \xi)\Pi(t), \quad (10)$$

де τ_1, τ_2 – ставки оподаткування на обсяг випуску і прибуток відповідно; $\Pi(t)$ – чистий прибуток підприємства за вирахуванням податкових відрахувань; ξ – частка чистого прибутку, відрахованого на реінвестування; k – коефіцієнт, який відображає частку реінвестованих засобів прибутку, які не мають пільг на оподаткування;

– зовнішні інвестиції:

$$I(t) = \lambda D(t), \quad (11)$$

де λ – коефіцієнт співвідношення фінансування $I(t)$ і обсягів кредитування $D(t)$;

– динаміка приросту основних виробничих фондів за рахунок власних засобів і зовнішніх інвестицій:

$$\frac{dK(t)}{dt} = \xi[\Pi(t) - H(t)] + (1 + \lambda)D(t) - \mu K(t), \quad (12)$$

де $h(t), H(t)$ – відсоткові платежі і розмір погашення основного боргу відповідно; μ – коефіцієнт вибуття основних фондів.

При розробці моделі використовуються такі гіпотези. Вважається, що підприємство може розвиватися за рахунок як внутрішніх джерел (прибутку), так і зовнішньої фінансової підтримки.

Підставляючи (8) і (10) у рівняння (9), отримуємо:

$$\Pi(t) = \frac{(1 - c - \tau_1)P(t) - h(t)}{1 + \tau_2 k(1 - \xi)}. \quad (13)$$

Підставляючи (13) в (12), отримуємо диференціальне рівняння, яке має вигляд:

$$\frac{dK(t)}{dt} = \xi \left[\frac{(1 - c - \tau_1)AK(t)^\alpha L^\beta - h(t)}{1 + \tau_2 k(1 - \xi)} - H(t) \right] + (1 + \lambda)D(t) - \mu K(t). \quad (14)$$

Розв'язок диференціального рівняння (14) залежить від вигляду функцій $D(t), h(t), H(t)$, які визначаються умовами кредитування.

Сприятливі умови розвитку забезпечуються, якщо

$\frac{dK(t)}{dt} > 0$ і розмір відсотків не перевищує загального прибутку, тобто $\Pi_0(t) > 0$.

Практичну реалізацію запропонованої моделі проведено на прикладі баз відпочинку «Карпати», «Гуцульщина», «Горгани», «ВІП», «Скеля». Результати розрахунків оптимальних значень параметрів моделі наведено в *табл. 1*.

Частка прибутку, спрямована на накопичення капіталу, становить 0,6; частка податку на додану вартість – 0,2; частка податку на прибуток – 0,24; ціна залучених річних засобів – 0,15% річних.

Оптимальні значення показників фінансового стану туристичних підприємств (тис. грн)

Показник	База відпочинку	I кв.	II кв.	III кв.	IV кв.
1	2	3	4	5	6
Основні фонди	«Карпати»	2095,10	2095,10	2095,10	2095,10
	«Гуцульщина»	1104,84	1104,84	1104,84	1104,84
	«Горгани»	1430,75	1430,75	1430,75	1430,75
	«ВІП»	1212,73	1212,73	1212,73	1212,73
	«Скеля»	1029,35	1029,35	1029,35	1029,35
Необоротний капітал	«Карпати»	2214,84	2261,84	2309,55	2346,74
	«Гуцульщина»	1165,39	1190,12	1215,23	1234,80
	«Горгани»	1511,08	1543,14	1575,70	1601,07
	«ВІП»	1279,20	1306,35	1333,90	1355,38
	«Скеля»	1085,64	1108,68	1132,07	1150,30
Оборотний капітал	«Карпати»	367,84	422,97	478,36	525,99
	«Гуцульщина»	193,48	190,28	225,82	237,00
	«Горгани»	250,88	270,93	288,38	322,72
	«ВІП»	208,94	205,72	249,66	264,12
	«Скеля»	174,96	166,69	217,50	222,85
Залучений капітал	«Карпати»	391,78	391,78	391,77	391,76
	«Гуцульщина»	203,54	186,43	194,00	193,00
	«Горгани»	265,73	256,41	251,72	256,16
	«ВІП»	220,88	202,97	213,61	212,91
	«Скеля»	185,59	167,94	183,25	180,23
Сумарний оборотний капітал	«Карпати»	639,89	648,01	655,68	666,11
	«Гуцульщина»	336,46	291,42	309,43	300,04
	«Горгани»	436,29	414,94	395,16	408,56
	«ВІП»	363,35	315,07	342,09	334,37
	«Скеля»	304,26	255,29	298,03	282,12
Приріст капіталу	«Карпати»	330,58	335,97	341,15	347,48
	«Гуцульщина»	174,02	152,76	162,12	157,88
	«Горгани»	225,51	216,05	207,07	214,30
	«ВІП»	188,14	165,34	179,17	175,81
	«Скеля»	157,68	134,41	155,87	148,39
Виручка від реалізації продукції	«Карпати»	799,86	810,01	819,60	832,64
	«Гуцульщина»	420,58	364,28	386,79	375,05
	«Горгани»	545,36	518,68	493,95	510,70
	«ВІП»	454,18	393,84	427,62	417,97
	«Скеля»	380,32	319,12	372,54	352,65
Зарплата і поточні витрати	«Карпати»	57,17	57,17	57,17	57,17
	«Гуцульщина»	30,07	30,07	30,07	30,07
	«Горгани»	39,01	39,01	39,01	39,01
	«ВІП»	32,98	32,98	32,98	32,98
	«Скеля»	28,01	28,01	28,01	28,01
Плата за залучений капітал	«Карпати»	58,77	58,77	58,77	58,76
	«Гуцульщина»	30,53	27,96	29,10	28,95
	«Горгани»	39,86	38,46	37,76	38,42
	«ВІП»	33,13	30,45	32,04	31,94
	«Скеля»	27,84	25,19	27,49	27,03

1	2	3	4	5	6
ПДВ	«Карпати»	119,98	121,50	122,94	124,90
	«Гуцульщина»	63,09	54,64	58,02	56,26
	«Горгани»	81,80	77,80	74,09	76,61
	«ВІП»	68,13	59,08	64,14	62,70
	«Скеля»	57,05	47,87	55,88	52,90
Собівартість продукції	«Карпати»	341,86	345,67	349,44	353,18
	«Гуцульщина»	179,43	169,99	175,63	174,76
	«Горгани»	232,95	229,32	226,68	231,03
	«ВІП»	195,47	185,46	193,29	192,87
	«Скеля»	164,90	154,59	165,75	163,34
Валовий прибуток	«Карпати»	458,00	464,33	470,16	479,47
	«Гуцульщина»	241,15	194,28	211,17	200,29
	«Горгани»	312,41	289,36	267,27	279,68
	«ВІП»	258,71	208,39	234,32	225,09
	«Скеля»	215,42	164,53	206,80	189,31

На рис. 1 відображено динаміку приросту капіталу досліджуваних туристичних підприємств. Для бази відпочинку «Карпати» приріст капіталу збільшується з 330,58 тис. грн у I кварталі до 347,48 тис. грн у IV кварталі. Для решти туристичних підприємств спостерігаються незначні сезонні коливання приросту капіталу: його значення є дещо вищими у I та III кварталах у порівнянні з II та IV кварталами.

На рис. 2 відображено динаміку чистого прибутку досліджуваних туристичних підприємств.

Максимальні значення чистого прибутку досягаються у IV кварталі для бази відпочинку «Карпати» (354,6 тис. грн) і у I кварталі – для решти підприємств. Річні значення чистого прибутку становлять: 1382,6 тис. грн («Кар-

пати»), 614,9 тис. грн («Гуцульщина»), 838,4 тис. грн («Горгани»), 672,5 тис. грн («ВІП»), 562,4 тис. грн («Скеля»).

На рис. 3 відображено динаміку приросту чистого прибутку досліджуваних туристичних підприємств за умови, що частка податку на додану вартість становить 0,17, а частка податку на прибуток – 0,22.

Річні прирости чистого прибутку становлять: 39,1 тис. грн («Карпати»), 18,6 тис. грн («Гуцульщина»), 24,8 тис. грн («Горгани»), 20,3 тис. грн («ВІП»), 17,1 тис. грн («Скеля»).

ВИСНОВКИ

Таким чином, у даній статті запропоновано модель планування розвитку туристичного підприємства, що

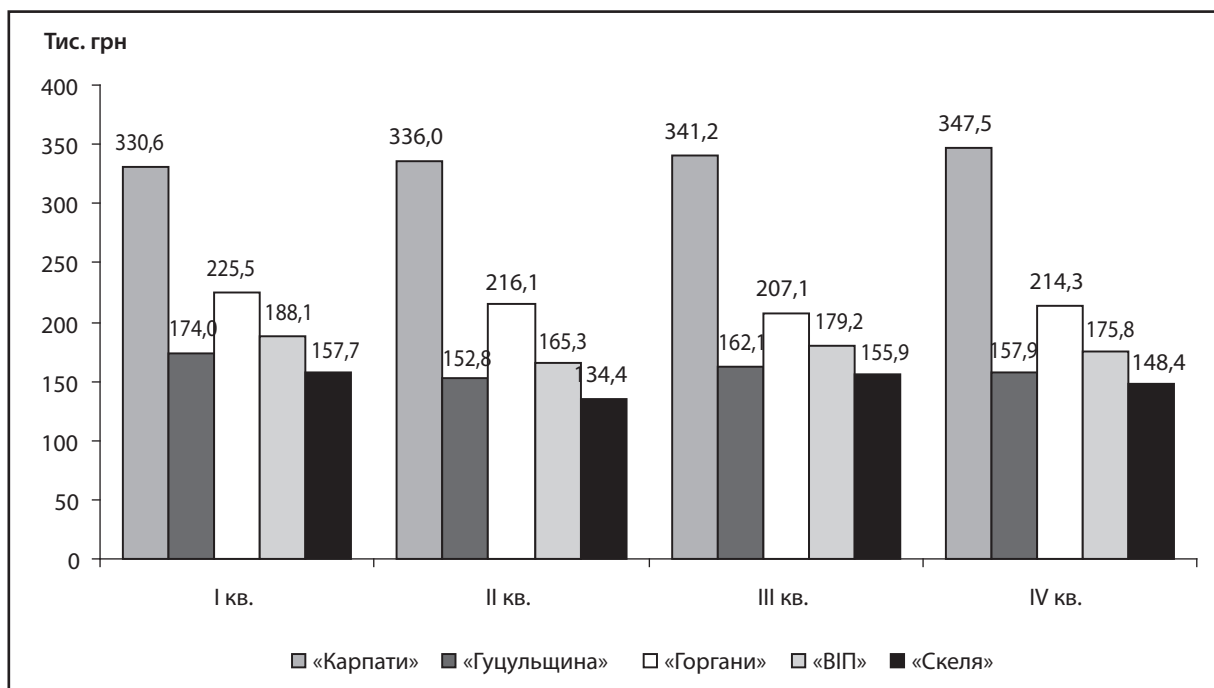


Рис. 1. Динаміка приросту капіталу туристичних підприємств

дозволяє обґрунтувати процес розподілу прибутку підприємства; вибрати оптимальний режим його роботи і найкращі умови функціонування; здійснити підбір пара-

метрів, при яких туристичному підприємству створюються сприятливі умови розвитку; визначити оптимальні ставки оподаткування на користь підприємства. ■

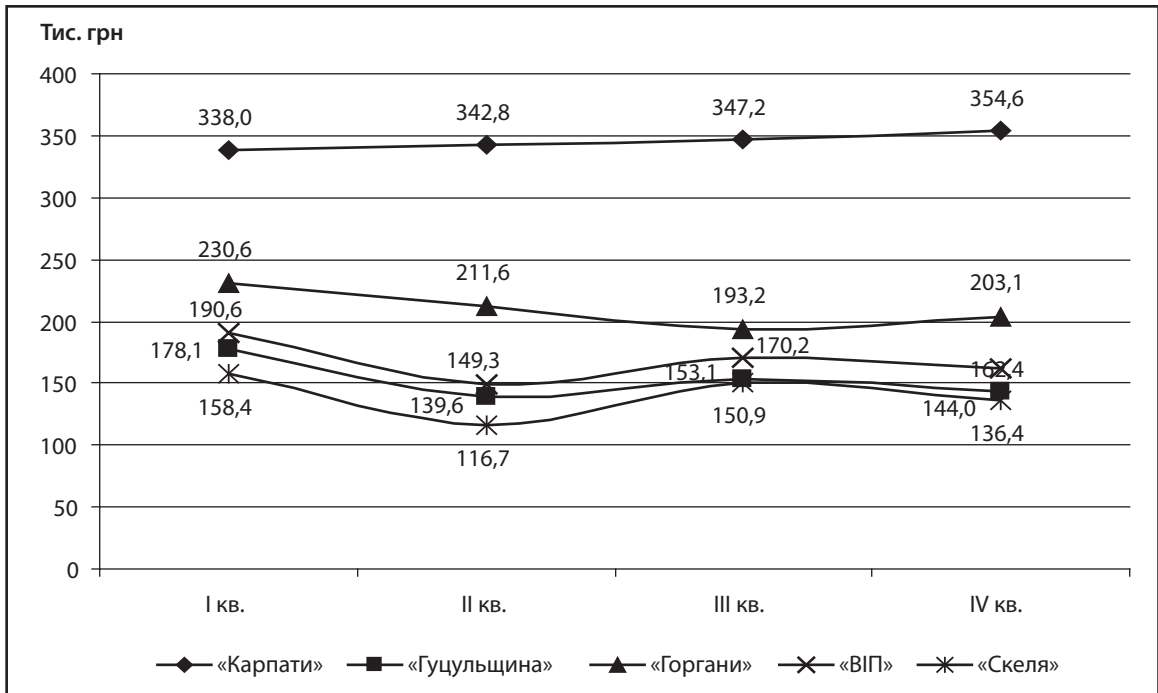


Рис. 2. Динаміка чистого прибутку туристичних підприємств

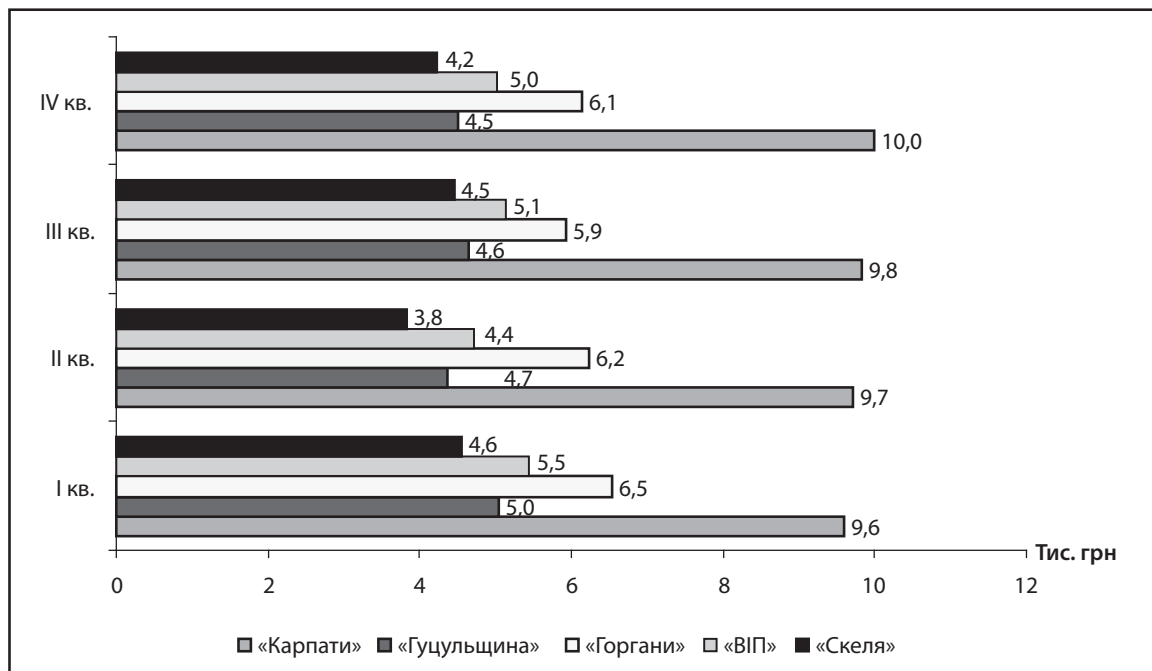


Рис. 3. Динаміка приросту чистого прибутку туристичних підприємств

ЛІТЕРАТУРА

- 1. Ворошилова Г. О.** Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі / Г. О. Ворошилова // Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект. – Донецьк : ДонНУ, 2010. – 1050 с.
- 2. Дядечко Л. П.** Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. – К. : Центр навч. літ-ри, 2007. – 224 с.

- 3. Кальченко О. М.** Проблеми формування інвестиційної політики в туристичній галузі / О. М. Кальченко // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки. – Чернігів : ЧНТУ, 2009. – № 38.
- 4. Любіцева О. О.** Туристичні ресурси України / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
- 5. Мальська М. П.** Міжнародний туризм і сфера послуг / М. П. Мальська, Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич. – К. : Знання, 2008. – 661 с.

6. **Свида І. В.** Сучасний стан, актуальні проблеми та перспективи розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг / І. В. Свида // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2009. – № 28(3). – С. 64 – 69.

7. **Семенова Ю. А.** Практическое использование адаптивных моделей в туризме / Ю. А. Семенова, А. А. Демин // Культура народов Причерноморья. – Симферополь : Межвузовский центр «Крым», 2001. – № 16. – С. 34 – 39.

8. **Ткаченко Т. І.** Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

9. **Трамова А. М.** Математическое моделирование развития туризма в сфере услуг : [Электронный ресурс] / А. М. Трамова // Сетевой электронный научный журнал «Системотехника». – 2010. – № 8. – Режим доступа : <http://systech.miem.edu.ru/2010/tramova.htm>

10. **Шупік Б. В.** Зарубіжний досвід у регулюванні туризму / Б. В. Шупік // Держава та регіони. – 2009. – № 1. – С. 200 – 207.

Науковий керівник – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної кібернетики Прикарпатського національного університету ім. В. Стефаника **Благул І. С.**

УДК 658

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОЦЕДУРИ «ДЬЮ ДІЛІДЖЕНС» В ПРОЦЕСІ ЗАЛУЧЕННЯ ПРЯМИХ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВА

БИРКА М. І.

УДК 658

Бирка М. І. Застосування процедури «дью ділідженс» в процесі залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства

У статті проаналізовано сутність процедури «дью ділідженс» в контексті обов'язкового етапу процесу залучення прямих іноземних інвестицій на підприємства, що дозволяє оцінити переваги та недоліки майбутньої угоди при ухваленні інвестиційного рішення. Розглянуто особливості її здійснення залежно від типу іноземного інвестора. Надано характеристику основних видів «дью ділідженс», що проводяться спеціалізованими консалтинговими компаніями.

Ключові слова: дью ділідженс, залучення прямих іноземних інвестицій, іноземний інвестор.

Табл.: 1. **Бібл.:** 11.

Бирка Марія Ігорівна – аспірантка, кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: maria_byrka@ukr.net

УДК 658

UDC 658

Бирка М. И. Применение процедуры «дью диллидженс» в процессе привлечения прямых иностранных инвестиций на предприятия

В статье проанализирована сущность процедуры «дью диллидженс» в контексте обязательного этапа процесса привлечения прямых иностранных инвестиций на предприятия, что позволяет оценить преимущества и недостатки будущего соглашения при принятии инвестиционного решения. Рассмотрены особенности ее осуществления в зависимости от типа иностранного инвестора. Охарактеризованы основные виды «дью диллидженс», которые проводятся специализированными консалтинговыми компаниями.

Ключевые слова: дью диллидженс, привлечение прямых иностранных инвестиций, иностранный инвестор.

Табл.: 1. **Библ.:** 11.

Бирка Мария Игоревна – аспірантка, кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

E-mail: maria_byrka@ukr.net

Byrka M. I. Due Diligence Procedure in the Process of Attracting Foreign Direct Investments to the Enterprises

This article analyzes the procedure of due diligence in the context of compulsory stage of the process of attracting foreign direct investments to the enterprises, that helps to estimate the advantages and disadvantages when making the investment decision. The main features of due diligence implementation have been considered, depending on the type of foreign investor. The basic types of due diligence, provided by specialized consulting firms, have been characterized.

Key words: due diligence, attracting foreign direct investments, foreign investor.

Tabl.: 1. **Bibl.:** 11.

Byrka Mariya I. – Postgraduate Student, Department of Management and International Business, National University «Lviv Polytechnic» (vul. Stepana Bandery, 12, Lviv, 79013, Ukraine)

E-mail: maria_byrka@ukr.net

Для учасників інвестиційного ринку і ринку прямих іноземних інвестицій у тому числі одним із завдань найбільшої важливості є управління ризиками своєї інвестиційної діяльності. Умови висококонкурентного середовища функціонування системи залучення прямих іноземних інвестицій, а також необхідність формування нових зв'язків підприємства з іноземними партнерами вимагають від об'єктів залучення незалежно від їх розміру (як великих підприємств, які претендують на лідерство на ринку, так і середніх підприємств, які тільки розвиваються) дотри-

мання принципу прозорості у веденні господарської діяльності.

Інвестор, який має намір здійснити пряму інвестицію на підприємство, хоче володіти повною, об'єктивною та достовірною інформацією стосовно стану справ на цільовому підприємстві. Ця інформація надає йому впевненості щодо правильності свого вибору, здійсненого в основному з позиції співвідношення прийняття ризику і очікуваної прибутковості проекту. Збір такої інформації та її подальше аналізування є основою процедури всезагальної перевірки підприємства «дью ділідженс».