криза в Україні почалася через монопольну, неконтрольовану державою діяльність банківської складової економіки, сильно залежної від іноземного капіталу, і через орієнтоване на експорт «виробництво» одного виду сировини (металу).

Література:

1. Чернавский Д.С., Старков Н.И., Щербаков А.В. О проблемах физической экономики // УФН. – 2002. – Т. 172. – № 9. – с. 1045-1066.

Великоіваненко Г.І.
доцент, к.ф.-м.н.,
Мамонова К.М.
асистент,
Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

МОДЕЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА З ВИКОРИСТАННЯМ НЕЧІТКО-МНОЖИННОГО ПІДХОДУ

Сьогодні існує доволі багато підходів до визначення та аналізу такої характеристики підприємств, як інвестиційна привабливість. Більшість з них розглядає предмет дослідження як складну системну категорію, що має тісні взаємозв'язки з зовнішнім середовищем, в ролі якого виступають регіон, галузь та ринок, в яких функціонує та чи інша юридична особа.

Слід зазначити, що в сучасних умовах невід'ємною частиною процесу аналізу інвестиційної привабливості є наявність неповноти та нечіткості даних. Зважаючи на це, а також на неоднорідність та різний формат інформації, яку необхідно врахувати в процесі моделювання інвестиційної привабливості, ми пропонуємо покласти в основу моделі оцінювання цієї характеристики нечітко-множинний підхід (Fuzzy Logic), поєднавши його з методом аналізу ієрархії (Analytic Hierarchy Process).

Основними перевагами такої комбінації є легкість сприйняття та наочність представлення даних; змога побудувати нечітко-логічний апарат пошуку рішення, оперуючи змінними, які мають лінгвістичну форму, тобто їх назва і значення описуються виразами природної чи штучної мови [2; 3]. В свою чергу, ієрархічна будова моделі дозволить аналізувати динаміку всіх складових інвестиційної привабливості підприємства на кожному етапі прийняття інвестиційних рішень.

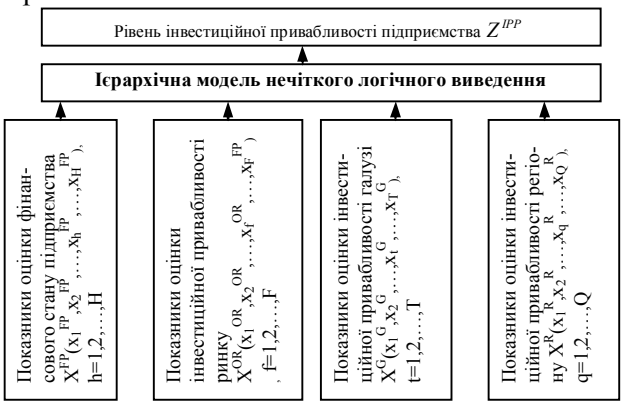


Рис. 1. «Вхід-вихід» ієрархічної логіко-лінгвістичної моделі оцінювання інвестиційної привабливості підприємства

У загальному вигляді механізм нечіткого логічного виведення, покладений в основу запропонованої моделі оцінювання, можна подати в такому вигляді:



Рис. 2. Загальна схема нечіткого логічного виводу

$X = (x_1, x_2, ..., x_i, ..., x_I), i = 1,2,...,I$ – вхідні змінні; y – вихідна змінна; $\mu^{p^i_s}(x_i)$ – функція належності *i*-ої вхідної змінної *s*-му терму (p_s^i) відповідної терм-множини значень, $s = 1,2,...,S$; $\mu_y^{d_j}(x_1, x_2, ..., x_i, ..., x_I)$ – функція належності вихідної змінної y *j*-му терму (d_j) відповідної терм-множини значень, що залежить від значень вхідних показників, $j = 1,2,...,J$.

Література:

1. Мамонова К.М. Інвестиційна привабливість як необхідна складова інвестиційного процесу: концептуальні підходи до її визначення та аналізу // Економіка: проблеми теорії та практики. – 2008. – Вип. 235 – Том IV. – С. 844-853.

2. Матвійчук А.В. Моделювання економічних процесів із застосування методів нечіткої логіки. – К: КНЕУ, 2007. – 263 с.

3. Митюшкин Ю.И. Soft Computing: идентификация закономерностей нечёткими базами знаний / Ю.И. Митюшкин, Б.И. Мокин, А.П. Ротштейн. – Вінниця: Универсум, 2002. – С. 143.

Верстюк Г.П.
асистент,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРОБЛЕМ І МЕХАНІЗМІВ ЦІНОУТВОРЕННЯ

Ціноутворення і ціни – одна з найскладніших проблем, в якій перехрещуються більшість економічних, соціальних і політичних проблем держави. Ціна – найважливіший стратегічний критерій, що характеризує кон'юнктуру ринку, оскільки, з одного боку, вона впливає на її стан, а з другого – є результатом її розвитку. Адже динаміка руху ціни пов'язана зі змінами в якості й обсязі виробництва товару та пропозиції його на ринку, з платоспроможністю споживачів і рівнем споживання ними даного товару, обсягом товарних запасів, із загальним економічним станом підприємств тощо.

Ціна в ринковій економіці є важливим регулятором її розвитку. Для виробників і споживачів – це той орієнтир, який дає змогу приймати правильні рішення: що саме виробляти, коли виробляти і скільки, що і скільки купувати. Так, зростання ціни стимулює виробника збільшувати виробництво товару, задовольняючи тим самим зростаючий попит споживачів. Якщо кількість споживачів, які хочуть і можуть купити цей товар за підвищеною ціною, стабілізується, настає рівновага на ринку між попитом і пропозицією.

Значення цін в умовах ринкової економіки полягає в тому, що саме вони визначають структуру виробництва, суттєво впливають на