

УДК 659.2; 301

І. В. Перезовова, д.е.н., професор
С. А. Побігун, к.е.н., доцент
І. Р. Попадинець, асистент

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

СОЦІОМЕТРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ РИНКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НАФТОГАЗОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Забезпечення достатнього рівня розвитку нафтогазового комплексу виступає необхідною умовою стабільного розвитку будь-якої країни. Проте в контексті формування інформаційного суспільства в Україні, інформатизації усіх важливих галузей життєдіяльності держави вагоме значення набуває інформаційне забезпечення української нафтогазової системи. Маючи у своєму розпорядженні високопрофесійний персонал та багаторічний досвід роботи, нафтогазові компанії повинні активізувати свою діяльність щодо впровадження нових технологій задля швидкого виходу на нафтогазові ринки [1, с. 137].

Ефективне функціонування нафтогазового комплексу за сучасних умов неможливе без створення єдиного інформаційного простору, під яким розуміємо сукупність інформаційних ресурсів, які забезпечують оперативну та зручну інформаційну взаємодію керівництва компанії, працівників її апарату, підприємств, партнерів і державних органів стосовно усіх видів діяльності нафтогазового комплексу, в тому числі нормативно-правового забезпечення [2, с. 74].

Отриману інформацію необхідно систематизувати, узагальнити та здійснити інтерпретацію даних, тобто перетворити емпіричні дані у прикладну інформаційну базу для забезпечення формування ефективних ділових взаємовідносин. Дієвим інструментом дослідження інформатизації ринкової діяльності є соціометричні дослідження, які є поєднанням методики опитування та алгоритмів для спеціального математичного обчислення первинних вимірювань. Взаємини між нафтогазовими підприємствами з'ясовують на основі процедур: вибір (бажання підприємства до співробітництва з іншим підприємством); відхилення (небажання співпрацювати з іншим); опускання (залишення одним підприємством іншого поза власною увагою).

Соціометрія дає змогу побачити структуру взаємин між нафтогазовими підприємствами, робити припущення щодо підприємства-лідера, ступеня організованості нафтогазових підприємств загалом. Отримані дані з соціоматриць групуємо та отримані результати використасмо для розрахунку показників які називаються індивідуальними соціометричними індексами.

Індивідуальний індекс соціометричного статусу нафтогазового підприємства C_i :

$$C_i = \frac{\sum_{j=1}^n (R_i^+ + R_j^-)}{N-1} \quad (1)$$

де, $R_i^+ iR_i^-$ – число отриманих позитивних і негативних оцінок (голосів) відповідно; N – число нафтогазових підприємств.

Індивідуальний індекс експансивності нафтогазового підприємства E_j :

$$E_j = \frac{\sum_{i=1}^n (R_j^+ + R_j^-)}{N-1}; \quad (2)$$

де, $R_j^+ iR_j^-$ – число відданих, зроблених позитивних і негативних оцінок відповідно.

Індекс E_j – характеризує ступінь спілкування нафтогазових підприємств і відображає відношення кожного підприємства до нафтогазового комплексу в цілому.

Крім індивідуальних соціометричних індексів розраховуються ще й групові індекси.

Індекс групової експансивності нафтогазових підприємств E :

$$E = \frac{R^{[+]} + R^{[-]}}{N(N-1)} \quad (3)$$

де, $R^{[+]}$ і $R^{[-]}$ – загальне число зроблених позитивних і негативних оцінок відповідно.

Індекс E характеризує загальну активність підприємств, виражає його динаміку. Чим більше він наближається до одиниці тим інтенсивніша соціальна активність нафтогазових підприємств.

Індекс групової взаємності нафтогазових підприємств C :

$$C = \frac{R^{[+]}}{N(N-1)} \quad (4)$$

Індекс C виражає взаємозв'язок нафтогазових підприємств, їх згуртованість, тісну спілкування.

Індекс групової інтеграції нафтогазових підприємств I :

$$I = \frac{N - |M|}{N} \quad (5)$$

де $|M|$ – число підприємств, які не отримали і не зробили жодної оцінки.

Також, на основі знань індивідуальних індексів соціометричного статусу оцінюються і аналізуються становище кожного нафтогазового підприємства в нафтогазовому комплексі, тобто визначається "лідер-зірка". Відповідно в залежності від визначеного статусу доцільним буде формування рекомендацій щодо можливих ділових взаємовідносин в контексті підвищення ефективності управління нафтогазових підприємств.

Список посилань на джерела

1. Воронін Я. Г. Розвиток і впровадження інформаційних технологій – дієвий чинник реалізації державної політики розвитку нафтогазового комплексу України // Я. Г. Воронін / Вісник ХНУВС. – 2013. – № 1 (60). – С.136-143

2. Юрчишин В. М. Інформаційні проблеми комп'ютеризації нафтогазовидобувного підприємства / В. М. Юрчишин // Розвідка і розробка нафтових і газових родовищ. – 1999. – № 31. – С. 71–74.

УДК 338.24:65.012

*С. А. Побізун, к.е.н., доцент
Н. А. Даляк, асистент*

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

РОЗРОБКА ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОФАЙЛУ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО БІЗНЕС-ПАРТНЕРА

Дослідження проблем, що пов'язані з необхідністю виконання детального дослідження ситуації на підприємстві, вивчення його потенціалу, можливостей для прийняття рішення про співпрацю повинно ґрунтуватися на системі показників, які відповідають даним статистики, мають певні ланцюжки взаємозв'язку і за відповідними схемами та способами вибудовуються в аналітичний документ, що характеризує стан розвитку конкретної фірми. За чинними в Україні нормативно правовими та законодавчими актами такий документ є аналітичною оцінкою соціально-економічного розвитку підприємства. Разом з тим, такого типу документи у нас не мають єдиного формату. Різні правові акти, постанови різних часів по різному зобов'язують місцевих підприємців готувати звіти чи довідки про стан та перспективи розвитку фірми. В країнах ЄС, в США, Канаді такі дослідження, що стосуються оцінки потенціалу організації та передують процесу управління фірмою, на які опирається процес відповідності загальноприйнятим стандартам GRI, як правило, називають інформаційним профайлом підприємства [1]. Профайл (англ. profile) – дослівно тлумачиться як короткий біографічний нарис, графічне зображення результатів дослідження. Цей документ є важливим ключовим ресурсом для прийняття управлінських рішень щодо співпраці з обраним партнером, виявлення негативних тенденцій розвитку фірми, вивчення та оцінки потенціалу, вибору пріоритетних напрямків змін, створення стратегії та залучення цільових інвестицій.

Розробка інформаційного профайлу в українських умовах вимагає змін і пристосування до існуючої системи збору, формування та збереження необхідної інформації. Практичний досвід роботи з даним документом та пошук найкращих шляхів виявлення об'єктивної картини стану та тенденцій на підприємствах нафтогазового комплексу, привів до створення матриці адаптованого профілю (рис.1).