

Висновки. Аналіз стану та процесів, які перебігають в системі зернозаготівельної галузі, дає змогу виділити такі тенденції: перша – на ринку зерна на макрорівні відсутній логістичний підхід до управління матеріальними потоками, що визвано недовірою учасників ринку один до одного; розвиток кожної галузі ведеться без урахувань можливостей та потреб інших учасників системи, що призводить до будівництва нових потужностей за неповного використання уже наявних; відсутня система регулювання кількості вирощування зерна залежно від потреб внутрішнього, зовнішнього ринків, залишків зерна на кінець маркетингового року, циклів урожайності; друга – закордонні зернотрейдери та потужні вітчизняні товаровиробники поступово переходять до повного виробничого циклу, який включає виробництво, зберігання, переробку та експорт зернової продукції. При цьому створюються системи, які можна віднести до мікрологістичних систем, оскільки у цій ситуації немає зміни власності в процесі товароруку.

З погляду інноваційної діяльності слід відзначити високу інтенсивність в запровадженні і продуктових (запровадження металевих вентильованих силосів), і процесних (еволюційний перехід від застосування хімічних методів якісного зберігання зерна до методів використання активного вентильовання, застосування охолодженого повітря і застосування нового ефективного, енергоощадного методу – зберігання в контрольованій атмосфері) інновацій безпосередньо на підприємствах галузі.

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» // Урядовий кур'єр. – №143. – 2002. – 7 серпня. – С.2. 2. Ілляшенко С.М. Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепція, методи: Навч. посібник. – Суми: ВТД “Університетская книга”, 2003. – С.278. 3. Волощук В. О зерне, что в амбаре // Голос України. – 2006. – №199. – 7 с. 4. Сидоренко С.В. Новая философия на элеваторном рынке Украины // Зернові продукти і комбікорми. – 2003. – №4. – 16 с. 5. Малин Н.И. Энергосберегающая сушка зерна. – М.: Колос, 2004. – 240 с. 6. Рыбчинский Р.С. Характеристика зернозаготовительной отрасли Украины // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій // Міністерство освіти і науки України. – Одеса, 2006. – Вип. №29. – Т.2. – С.4–8. 7. Петруня Б.Н., Птащук А.И. Метод зберігання зерна з використанням штучно охолодженого повітря // Наукові праці Одеської національної академії харчових технологій // Міністерство освіти і науки України. – Одеса, 2006. – Вип. №29. – Т.2. – С.71–73.

УДК 338'516.22'57

І.Б. Скворцов, О.Я. Загорецька, Д.І. Скворцов
Національний університет “Львівська політехніка”

ДОСЛІДЖЕННЯ ФАКТОРНОГО ВПЛИВУ НА РИНКОВУ ЦІНУ

© Скворцов І.Б., Загорецька О.Я., Скворцов Д.І. 2007

Аналізуються традиційні методи дослідження впливу різних чинників на ринкову ціну і пропонуються нові методи моделювання цінового простору для здійснення дослідження з використанням кількісних шкал вимірювання.

The traditional methods of research of influencing of different factors are analysed on a market price and offered new method of design of price space for realization of research with the use of quantitative scales of measuring.

Постановка проблеми. Ціна є базовою економічною категорією, числове значення якої впливає практично на усі економічні процеси. Тому обґрунтування числового значення ціни і основних чинників, які можуть впливати на нього, є актуальною проблемою економічної теорії.

Важливим є і те, що в традиційних дослідженнях цінового простору застосовують порядкові шкали вимірювання, які ґрунтуються на використанні методології виробничих функцій, а в запропонованій нами методиці здійснюється перехід до використання кількісних шкал вимірювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Зміни ринкової рівноваги та ціни досліджуються практично в кожному підручнику з “Мікроекономіки”. Найбільш вдало, на нашу думку, це здійснено в [1, с. 38 – 43]. Проте і в цьому випадку спостерігаються усі недоліки, які притаманні класичним методам дослідження цінового простору, а саме:

- застосування недосконалого категорійного апарата (незрозуміло, які економічні показники треба застосовувати);
- ускладнене математичне моделювання цінового простору (заміна традиційного розташування осей координат, абсцис і ординат);
- виконання якісного, а не кількісного аналізу, оскільки застосовуються порядкові шкали вимірювання, а не кількісні;
- дослідження зміни ринкової рівноваги виконується з позицій визначення тенденцій розвитку, а не встановлення конкретної ціни.

Для усунення цих недоліків необхідно застосувати кардинальні заходи, які б комплексно вирішували ці проблеми.

Формулювання цілей статті. Мета роботи – виконання критичного аналізу існуючих методів дослідження впливу різних чинників на ринкову ціну і пропонування нових методичних підходів до їх дослідження.

Виклад основного матеріалу. У традиційних дослідженнях розглядають ситуації зміни стану рівноваги, які пов’язані з впливом нецінових детермінант попиту і пропонування.

Досліджують такі ситуації [1, с. 38 – 40]:

- зміни рівноваги внаслідок змін у попиті за незмінного пропонування;
- зміни рівноваги внаслідок змін у пропонуванні за незмінного попиту;
- за одночасних змін попиту і пропонування.

“У всіх випадках, коли попит чи пропонування змінюються на *абсолютну величину*, відбувається *паралельне зміщення відповідних кривих*.”

Зміни рівноважних цін та обсягів відбуватимуться і у випадку *відсоткових змін* у попиті чи пропонуванні.

Відмінність полягає у тому, що зміщення кривих попиту та пропонування будуть іншими” [1, с. 40].

Із наведеної цитати зрозуміло, що загальні тенденції зміни ринкової рівноваги описані правильно. Відповідним недоліком можна назвати те, що недостатньо уваги приділяється поясненню причин, які викликають зміни попиту і пропозиції на абсолютну величину, а які чинники викликають відсоткові зміни. Без розуміння цих причин виконувати подальше дослідження практично недоцільно.

Однак найбільшим недоліком традиційних методів дослідження ринкової рівноваги є те, що в них застосовують невдало вибраній категорійний апарат і перекручене розташування осей координат. Останнє зауваження можна пояснити таким прикладом.

Ось як описують вплив відсоткового податку на рівновагу ринку в [1, с. 41 – 42]. “Іншим є вплив *відсоткового податку* (рис. 1, а). Коли податок стягується як відсоток від ціни товару, крива пропонування також зміщується вліво, але не паралельно до попередньої. У цьому випадку змінюється і точка перетину кривої пропонування з відповідною віссю, і кут її нахилу, оскільки існує непропорційне зростання рівнів цін для різних обсягів пропонування, – менше для цін, що відповідають меншим обсягам пропонування, більше – для цін, що відповідають більшим обсягам пропонування.

Як і у випадку податку з одиниці товару, **ціна пропонування P_S відрізняється від рівноважної – ціни попиту P_D** , але співвідношення між ними інше:

$$P_S = (1 - t) \cdot P_D \quad (1)$$

або

$$P_D = (1 + t) \cdot P_S, \quad (2)$$

де t – ставка податку.

Якщо, наприклад, ставка податку становить 10 %, то $P_S = 0,9 P_D$. З врахуванням ставки податку **рівняння кривої пропонування** матиме такий вигляд:

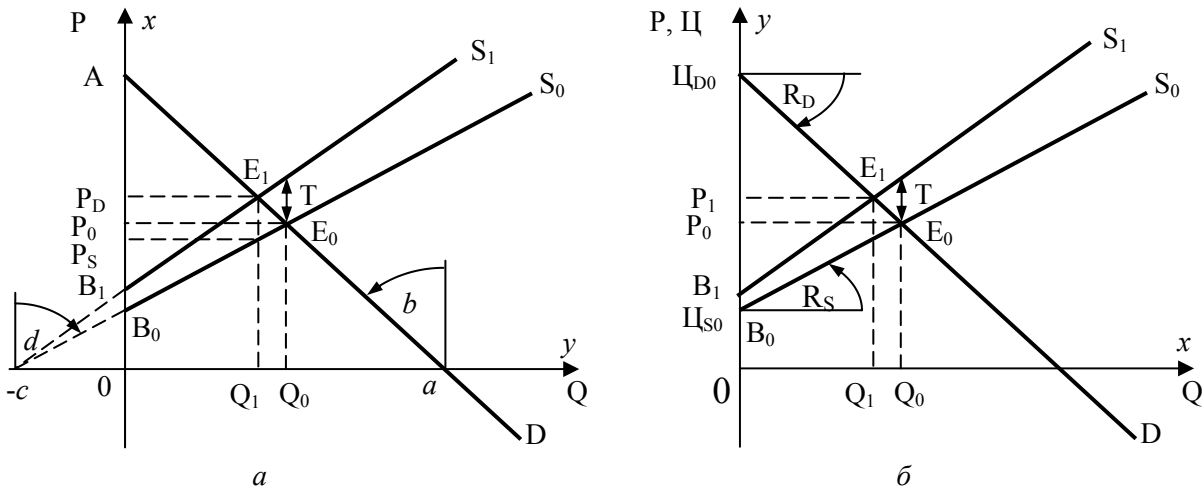


Рис. 1. Вплив відсоткового податку на рівновагу ринку: а – дослідження за традиційною схемою (пунктирні лінії до точки c і кути нахилу b і d добавлені нами); б – запропонованою нами

$$Q_S^t = -c + d(1 - t) P. \quad (3)$$

Звідси визначаємо нову рівноважну ціну та обсяг продукції:

$$a - b \cdot P = -c + d(1 - t) P. \quad (4)$$

З наведеного прикладу, який показує більшість найбільш типових недоліків традиційних методів дослідження ринкової рівноваги, можна зробити такі висновки.

По-перше, надають перебільшену увагу таким показникам, як ціна попиту і ціна пропонування. Ці показники дійсно треба досліджувати, але насамперед з позицій якісного аналізу, тобто треба показати, якими якісними відмінностями вони різняться. А в наведеній цитаті дається формальне кількісне визначення цих показників – вирази (1) і (2), – в яких до того ж допущена помилка. З виразу (1) ціна попиту має відповідати такій формулі:

$$P_D = \frac{P_S}{(1 - t)}, \quad (5)$$

а не наведеній в цитаті – вираз (2). Тому не викликає подиву твердження, що “для відсоткового податку розрахунки за двома способами корегування рівнянь дадуть результат з незначною розбіжністю даних, що пов’язано з властивістю процентів” [1, с. 43]. Тільки тут винні не проценти, а неправильний запис формули.

По-друге, не пояснюються показники виразу (3) і звідки береться цей вираз. Якщо скористатись добавленою частиною рис. 1 а (пунктирні лінії), то видно, що базове значення функції попиту (лінії S_0) описуватиметься таким виразом:

$$Q_s = -c + d \cdot P, \quad (6)$$

де c – точка перетину графіка функції пропозиції з віссю ординат (y); d – тангенс кута нахилу цього графіка до осі абсцис (x).

Тоді робиться зрозумілим значення добутку $d \cdot (1 - t)$ з виразу (3). Оскільки значення відсоткового податку t завжди більше від нуля, то числове значення виразу в дужці буде завжди менше від одиниці, тобто кут нахилу до осі x зменшуватиметься (лінія S_1). Проте виникає питання як пояснити значення показника c – від’ємний випуск продукції. Виходить, що пунктирними лініями показано фіктивні (умовні) значення функцій пропозиції. Але ці фіктивні значення є причиною зміщення точки B_0 в точку B_1 . Тобто математично описати і пояснити ці процеси досить просто. Більш складно, а точніше – практично неможливо, дати пояснення економічним процесам, які тут відбуваються. Треба відходити від цих фіктивних і умовних показників та залежностей.

Нами пропонується формалізований категорійний апарат, який спрощує моделювання і дослідження економічних процесів [2]. Коли ним скористатись, то функції попиту і пропозиції матимуть такий вигляд – лінії D і S (рис. 1 б):

$$Ц_D = Ц_{D0} + R_D \cdot Q; \quad (7)$$

$$Ц_S = Ц_{S0} + R_S \cdot Q, \quad (8)$$

де $Ц_{D0}$ – максимальне граничне значення ціни попиту, за якою споживач може і згоден сплачувати за даний товар, коли його обсяг на ринку прямує до нуля; $Ц_{S0}$ – мінімальне граничне значення ціни пропозиції, за якою виробник згоден продавати даний товар (для сільськогосподарської продукції ця ціна збігається із значенням “ціна франко-склад виробника”); R_D , R_S – цінові рентабельності попиту та пропозиції.

Економічна категорія “рентабельність”, яка запропонована в [2, с. 78] для економетричного дослідження інвестиційного процесу, істотно відрізняється від традиційного застосування цього терміна. “Економетрична рентабельність” трактується як “економічне прискорення”, тобто друга похідна від вартості:

$$R = \frac{d^2 K}{dt^2}, \quad (9)$$

де K – вартість продукції в грошових одиницях виміру; t – час.

Оскільки “ціну” в аналітичній економетрії визначають як “вартість одиниці продукції”, то її можна розраховувати за такими виразами [2, с. 78]:

$$Ц = \frac{K}{N}; \quad (10)$$

$$Ц = \frac{\Pi}{\Pi}, \quad (11)$$

де K і N – розглядають як “запас”, тобто K – загальна вартість продукції в грошових одиницях виміру, а N – загальна кількість продукції у натуральних одиницях виміру; Π і Π – розглядають як “потік” – зміну запасу за одиницю часу, – тобто Π – вартісний потік ($\Pi = K / T$), а Π – натуральний ($\Pi = N / T$).

Внаслідок цього “рентабельність цінова” – зміна ціни від зміни обсягу (економічне прискорення в ціновому просторі) визначатиметься за виразом

$$R_u = \frac{dЦ}{dQ} = \frac{d^2 K}{dQ^2}, \quad (12)$$

де Q – обсяг продукції, який може набувати дві форми: у вигляді запасу N і у вигляді потоку Π . Це є особливістю цінового (змішаного натурально-вартісного) простору, яка значно ускладнює його дослідження.

На нашу думку, коли розглядається ринкова рівновага обсяг продукції треба розглядати як запас, а у випадку виробничого процесу – як потік.

Тоді у нашому випадку вплив нецінових чинників (відсоткового податку) на функцію пропозиції описуватиметься виразом

$$C_S = (1 + t) \cdot (C_{S0} + R_S \cdot Q), \quad (13)$$

що відповідатиме лінії S_1 .

Для сільськогосподарської продукції, як показало виконане нами дослідження, показник R_S визначає транспортну складову вартості товару. Тому можна виділити дві групи чинників, які впливатимуть на ціну пропозиції:

- адитивні чинники, які впливають на базову ціну товару C_{S0} ;
- мультиплікативні чинники, які впливають на транспортну складову ціни товару R_S .

Дію цих чинників показано на рис. 2.

З рис. 1, а зрозуміло, що дія адитивних чинників, які впливають на базову ціну продукції, викликають паралельне переміщення графіка функції пропозиції. Для галузі рослинництва такими чинниками можуть бути: зміна вартості посадкового матеріалу і добрив; зміна вартості витрат на обробку поля тощо.

З рис. 1, б бачимо, що дія мультиплікативних чинників інша – виникає поворот графіка функції. Основними причинами такої дії є зміна вартості пального, мастил і загалом транспортних послуг.

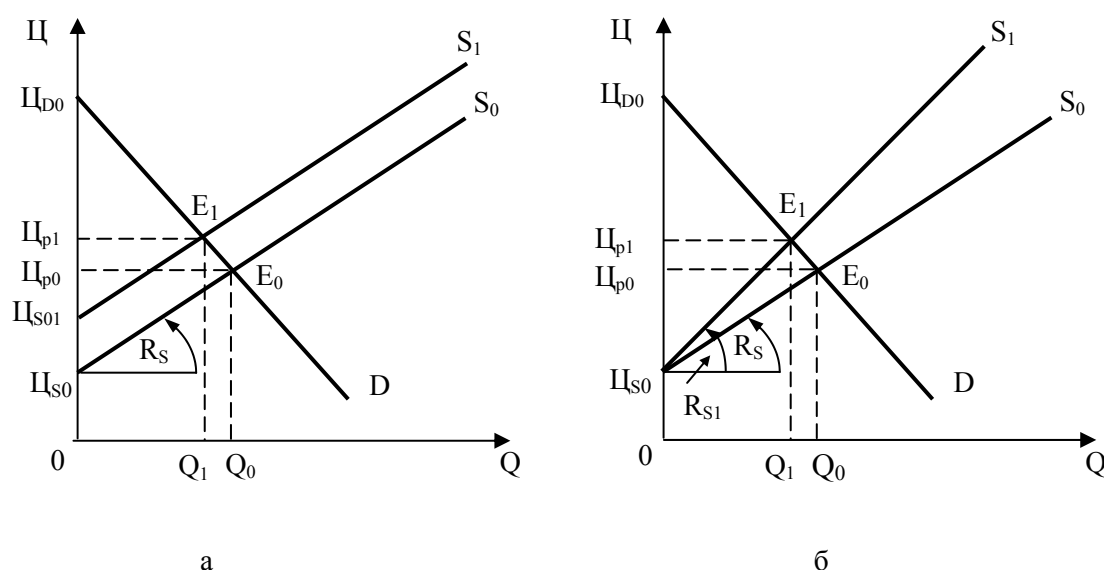


Рис. 2. Вплив цінових чинників на рівновагу ринку: а – зростання базової ціни від дії адитивних чинників; б – зростання вартості транспортних витрат від дії мультиплікативних чинників; C_{p0} і C_{p1} – ціна рівноваги початкова і після дії чинника

Висновки та перспективи подальших досліджень. Виконане нами дослідження показало, що дія мультиплікативних чинників має вагомий вплив на ціну рівноваги, ніж дія адитивних чинників.

Запропонований нами метод дослідження ринкових цін рівноваги для сільськогосподарської продукції можна застосовувати, на нашу думку, і для інших галузей.

В умовах сьогодення ціни на енергоносії (паливо, мазут, електроенергію тощо) є нестабільними, спостерігається тенденція до їх зростання. Подорожчання енергоносіїв викликає ріст цін на сировину, матеріали, комплектувальні. Підприємства-виробники різних галузей (особливо, енергомістких) чутливі до дії цих факторів, оскільки вони впливають на кількісне значення ціни їхньої продукції. Вибраний нами напрям дає можливість кількісно розрахувати величину цього впливу на різні елементи ціни (умовно-постійні і змінні витрати, прибуток). Така диференціація дає змогу прогнозувати зміну рентабельності підприємства на тривалий період.

Оскільки класичні методи дослідження обґрунтування ціни продукції описують ці процеси тільки для окремих видів і загалом, без будь-якої класифікації і деталізації, на нашу думку, вони вимагають подальшого дослідження і вдосконалення. Особливо важливим є врахування специфіки окремих галузей під час стратегічного планування ціни продукції.

1. Косік А.Ф., Гронтовська Г.Е. Мікроекономіка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 416 с. 2. Скворцов І.Б. Ефективність інвестиційного процесу: методологія, методи і практика: Монографія. – Львів: Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2003. – 312 с.

УДК 339.25

І.Г. Смирнов

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛОГІСТИЧНА МОДЕЛЬ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

© Смирнов І.Г., 2007

Розкрито теоретичні засади логістики туризму як новітнього прикладного напрямку логістики. Запропоновано логістичну модель сталого розвитку туризму в регіоні /країні.

Shown theoretical principles of Logistics in Tourism as the newest applied direction of logistics. Propozed logistical model of tourism sustainable development in region/country.

Постановка проблеми. Логістика туризму – новий науково практичний напрям, який відрізняється високою ефективністю застосування в туристичному бізнесі. Впровадження логістичних засад в управлінні турфірмою (мікрорівень) дає змогу скоротити витрати і в такий спосіб підвищувати ефективність діяльності туристичного підприємства. Застосування логістичних підходів на більш високих таксономічних рівнях (мезо-, макро-) дає змогу забезпечити сталий розвиток туристичного бізнесу в межах туристично-рекреаційної зони, області, країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові джерела та публікації з логістики туризму взагалі на мезо- та макрорівні цієї проблеми зокрема, є нечисленні [1]. Хоча в сучасних виданнях з менеджменту туризму, інформатизації туристичного бізнесу логістиці відводиться важливе місце [2, с. 447; 4, с. 7–10]. Сюди ж можна додати публікації автора з цієї проблематики, зокрема монографію [5, с. 198–210] та статті [6; 7; 8; 9].

Формулювання цілей статті. Метою роботи є розкриття сутності логістичних підходів (моделі) до забезпечення сталого розвитку туристичного бізнесу, зокрема на базі використання «Pull-системи» та засади «Just In Time» («точно вчасно»). Теоретичні розробки ілюструються прикладами з практики використання рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Основою міжнародного туризму є туристичні ресурси. Їхня економічна оцінка являє собою вартісний вираз натуральних природних властивостей та соціального значення туристичних ресурсів, їх екологічного стану, а також економічного ефекту від реалізації конкретної пропозиції. Їх логістична оцінка (потенціал) – це максимально можливий потік туристів, який не зашкодить стану самих ресурсів (об'єктів), умовам відпочинку і стану здоров'я туристів, екології регіону їх знаходження, умовам життя місцевого населення. Отже, логістика туризму (зокрема, міжнародного) основним предметом має потоки туристів, які надходять в місця знаходження туристичних ресурсів. Ці потоки є дуже різноманітні за складом туристів, їхніми потребами, маршрутами (дестинаціями), фінансовими можливостями тощо, але у місці споживання туристичної послуги (на туристичному об'єкті) потоки туристів можна виміряти за допомогою таких уніфікованих показників, запропонованих автором, як: а) потужність туристопотоку (кількість туристів на певний момент часу); б) інтенсивність туристопотоку (кількість туристів за певний відрізок часу); в) щільність туристопотоку (густота туристів на км²