

направлены на понимание динамики экономических процессов, на поиск эффективных инструментов прогнозирования и управления кризисами.

#### Источники и литература:

1. Замулин О. Концепция реальных экономических циклов и ее роль в эволюции макроэкономической теории / О. Замулин // Вопросы экономики [Электронный ресурс]. – 2005. – №1 – Режим доступа : <http://pages.nes.ru/ozamulin/>
2. Магдич А. С. Эволюция взглядов на причины экономического циклов / А. С. Магдич // Академічний огляд. – 2010. – №2(33). – С.22–26.
3. Ополев П. В. Диалектика и синергетика: тождественное и различное : автореф. дис. на соискание ученой степени канд. философ. наук : спец. 09.00.01 «Онтология и теория познания» / П. В. Ополев. – Омск – 2010. – С.21.
4. Румянцева С. Ю. Теории конъюнктуры, экономического роста и экономического развития: ракурсы взгляда на анализ экономической динамики и «потерянные ветви» экономической науки / С. Ю. Румянцева // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.econ.asu.ru/lib/sborn/natc2006/pdf/07.pdf>
5. Рязанов В. Т. Проблема верификации в экономической теории / В. Т. Рязанов // Вестник СПбГУ. Сер 5. Экономика. – 2004. – Вып.4. – С.10.

Столяренко А.В.

УДК 338.5:640.5

### ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ КОМПЛЕКСЕ

**Аннотация.** Работа посвящена исследованию тенденций развития ценообразования в санаторно-курортном комплексе. Проанализирована финансовая деятельность санаторно-курортного комплекса и выявлено, что основное влияние на поток денежных средств оказывают масштабы основной деятельности, что предопределяет условия реализации санаторно-курортного продукта.

В статье отмечены основные проблемы санаторно-курортных предприятий. Обозначены особенности формирования цены. На санаторно-курортные услуги, а именно: государственное регулирование, колебания налоговых льгот, разрыв во времени между установлением цены и моментом реализации санаторно-курортной услуги и другое. Автором рассматриваются виды тактик установления цен в зависимости от уровня комфортабельности предприятий. Проанализирован фактор сезонности, а именно его сущность и влияние на финансово-хозяйственную деятельность. Предложен метод прогноза цены санаторно-курортной услуги на будущий период с использованием корреляционно-регрессионного анализа.

**Ключевые слова.** Ценообразование, санаторно-курортный комплекс, фактор сезонности, корреляционно-регрессионный анализ

**Анотація.** Робота присвячена дослідженню тенденцій розвитку ціноутворення в санаторно-курортному комплексі (СКК). Проаналізовано фінансова діяльність СКК і виявлено, що загальний вплив на потік грошових коштів надають масштаби основної діяльності, що зумовлює умови реалізації санаторно-курортного продукту.

У статті відзначені основні проблеми санаторно-курортних підприємств. Позначено особливості формування ціни на санаторно-курортні послуги, а саме: державне регулювання, коливання податкових пільг, розрив у часі між встановленням ціни та моментом реалізації санаторно-курортної послуги та інші. Автором розглядаються види тактик встановлення цін залежно від рівня комфортабельності підприємств. Проаналізовано фактор сезонності, а саме його сутність і вплив на фінансово-господарську діяльність. Запропоновано метод прогнозу ціни санаторно-курортної послуги на майбутній період з використанням кореляційно-регресійного аналізу.

**Ключові слова.** Ціноутворення, санаторно-курортний комплекс, фактор сезонності, кореляційно-регресійний аналіз.

**Summary.** "Pricing trends sanatorium-resort complex " aims to study the trends in pricing in the health resort .

The paper analyzed the financial activities of sanatorium -resort complex , as well as revealed that the main effect on the cash flow have the scale from operating activities, which determines the conditions for the implementation of spa products.

The author of the article highlighted the key problems of spa businesses. Marked features of formation of prices on spa services , namely, government regulation , fluctuations in tax benefits , the gap in time between the pricing and the time of the spa services and more.

The paper also discusses the types of tactics of pricing depending on the level of comfort enterprises. Analyzed the seasonal factor , namely its nature and impact of the financial and economic activity. We propose a method of predicting the price of sanatorium product through the analysis of time series , which is due to the fact that the factors influencing the object of study in the past and present, will affect him in the future. This method is applicable not only to the prediction of prices , taking into account seasonal factors , it can be used to forecast future revenues of the periods in the planning workload of the main production units of spa complex - bed-days , and other indicators of the functioning of enterprises .

**Keywords.** Pricing, sanatorium resort complex, the seasonal factor, correlation and regression analysis

**Актуальность исследования.** Современный этап развития рыночных отношений в Украине направляет на максимальную отдачу в работе каждого предприятия, вне зависимости от вида его деятельности и формы собственности. В данной ситуации эффективное функционирование предприятий напрямую зависит от правильно выбранной стратегии и тактики формирования цены на предлагаемые продукты или услуги. Цена является ведущим элементом производящим доход и поэтому любые ошибки и неучтенности, такие как, например, сезонность, непосредственно отражаются на объеме дохода санаторно-курортных предприятий, не смотря на ту ситуацию, когда другие составляющие процесса эффективного функционирования работают хорошо.

Качественное ценообразование – залог эффективной коммерческой деятельности любого предприятия санаторно-курортного комплекса, что и делает актуальным выбранное направление данного исследования.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию данной проблемы посвящены научные труды таких отечественных и зарубежных авторов: А.М. Ветитнев, И. Гейвандова, М.И. Гнеушев, И.М. Юновидов, В.К.Кузнецов, М.К. Клозон, В.П.Корчагин, В.М.Алексеева, В.Ю.Семенов Ю.И. Продиус, З.В.Герасимчук, И.Б. Шевчук, М.В.Чорна, Л.М. Филиппина.

**Целью** данного исследования является исследование особенностей формирования цены на санаторно-курортную услугу.

**Основной материал.** Мировая обстановка в сфере здравоохранения обостряет необходимость его реформирования, тому подтверждением являются следующие причины: экология и демографическая ситуация, уровень научно-технического процесса, социально-экономическое развитие и другое. Многие страны Европы, Ближнего Востока, Южной и Северной Америки, а так же Африки, на современном этапе коренным образом решают проблемы в здравоохранении, за счет улучшения медицинского обслуживания населения, повышения качества медицинских услуг. О чем свидетельствуют социальные программы этих государств в области охраны здоровья населения[2,3,4,6,7,8].

Современные рыночные отношения в Украине ставят сложную проблему перед каждым руководителем любого санаторно-курортного предприятия в плане качественного и эффективного управления. Принятие решений осуществляется в условиях неопределенности, связанной с нестабильной политической и экономической ситуацией в стране; с отсутствием необходимой квалификации как самого руководства, так и кадрового состава.

В соответствии с общегосударственной программой развития санаторно-курортной отрасли до 2017г., проблемы организации деятельности комплекса обусловлены негативной тенденцией здоровья населения Украины, вместе с тем, отмечено, что санаторно-курортный потенциал находится в ситуации «хаотичного развития». Так же в числе основных проблем имеет место тот факт, что санаторно-курортный комплекс Украины подотчетен двум ведомствам, то есть управление им носит децентрализованный характер (МОЗ и Министерство куль туры и туризма (государственное агентство Украины по туризму и курортам)), так же отмечена неразвитость инфраструктуры, сложность функционирования предприятий СКК в условиях рыночной экономики и другое. В качестве решения этих проблем, в пределах данной концепции предложено рациональное использование природных лечебных ресурсов, перестройка или создание новой инфраструктуры, повышение квалификации персонала и другое [9].

Существующая ситуация ставит остро проблему совершенствования координирующих основ механизма функционирования санаторно-курортного комплекса.

По данным Главного управления статистики [11] АРКрым, период санаторно-курортной активности в республике составляет не более четырех месяцев (середина мая – середина сентября), что зависит от многих факторов, а именно:

- материально-техническая база предприятий санаторно-курортного комплекса ориентирована на климатические условия летнего периода;
- время года выбранное потребителями;
- отпуска;
- и другое.

В период с июня по сентябрь максимальную загрузку имели не все (по данным главного управления статистики - 543) предприятия. В период 2010-2011г. 13% данных предприятий не предоставляли своих услуг, 29% не работали по причине отсутствия средств на эксплуатацию[11].

Из всего объема предприятий санаторно-курортного комплекса Крыма на современном этапе круглогодично функционируют около 30%, как правило это санатории, пансионаты с лечением и дома отдыха. Треть из них находится в Большой Ялте.

В летний период предприятия санаторно-курортного комплекса обременены следующими проблемами:

- формирование основных ресурсов для эффективного функционирования и развития;
- наполнение бюджетов регионов;
- отчисления и платежи в социальные фонды государства и вышестоящие бюджеты;
- и другое.

Все это и многое другое зависит от ряда факторов: сфера функционирования, масштабы, сезонность, востребованность, то есть элементов, причин и условий, которые могут рассматриваться как движущие силы происходящих экономических явлений и процессов [10, с. 273]. Данные факторы предопределяют ресурсную базу источников финансирования, объем построения доходной и расходной части, а так же привлечение в оборот заемных средств.

Анализ финансовой деятельности санаторно-курортного комплекса, свидетельствует о том, что существенное влияние на поток денежных средств оказывают масштабы основной деятельности в течении года и именно эти факторы предопределяют условия реализации санаторно-курортных продуктов.

Формирование цены на санаторно-курортные услуги имеет ряд особенностей и зависит во-первых от государственного регулирования через фиксированные размеры дотаций на путевки, колебания налоговых льгот; негибкое предложение и значительную величину постоянных издержек; разрыв во времени между установлением цен, моментом купли-продажи и фактическим потреблением санаторно-курортного продукта и другое [1, с.173].

Во-вторых, от набора и качества реабилитационных услуг, а так же от сезона оказания данных услуг потребителям.

Рассматривая Крымский регион, как один из ведущих в Украине курортных местностей необходимо отметить, что цены на санаторно-курортные услуги по всей территории не однородны. Лидирующим районом является Большая Ялта, здесь цены превышают на 30-50% средних цен по курортам региона. Из этого следует, что существенное влияние на ценообразование предприятий санаторно-курортного комплекса оказывает региональный уровень цен.

Данный уровень цен формируется под влияние местных факторов, формирующих позиционирование курорта. Существует такое социально-психологическое, возможно информационное или иное поведение потребителя санаторно-курортных услуг, когда он выбирая место отдыха в первую очередь выбирает курорт, а затем санаторий, пансионат или другой тип санаторно-курортного предприятия.

Проанализировав научные работы отечественных и зарубежных ученых можно сделать следующие выводы: на эффективность работы санаторно-курортного комплекса влияют следующие факторы: экономические, социально-демографические, политические, экологические, религиозные, природно-географические и инновационно-технологические [4], региональные факторы, организационные, рыночные и информационные факторы. В свою очередь эти факторы можно подразделить на внутренние и внешние; позитивные и негативные факторы.

В рыночных условиях на процесс формирования цены влияют следующие факторы:

- потенциальные возможности предприятия, а именно конкурентоспособность товаров и услуг и объемы их производства;
- характер и особенности конъюнктуры рынка и конкурентной среды;
- поведение потребителей товаров и услуг во время приобретения товаров и услуг – психологический фактор;
- государственное регулирование экономики;
- затраты на производство;
- вид продукции;
- и другие [10, с. 25]

Рассматривая предприятия санаторно-курортного комплекса АРКрым их целесообразно разделить на две группы:

- группа I: предприятия с высокой базовой ценой на услуги (предприятия наивысшей категории; максимально высокий уровень предоставления услуг);
- группа II: предприятия с низкой базовой ценой на услуги (предприятия низкого уровня сервиса, имеющие неудобное расположение и другое).

Группа I предприятий предпочитает два вида тактики: тактику «монотонно высоких цен» и тактику «снятия сливок» [1, с. 182].

Тактика «монотонно высоких цен» опирается на пакетную реализацию с целью равномерного заполнения предприятий и уравнивания стоимости услуг в разные периоды. В Крыму к таким предприятиям санаторно-курортного комплекса можно отнести санатории или пансионаты «верхних эшелонов» власти.

Тактика «снятия сливок» подразумевает поддержку при реализации своих продуктов за счет ведомственных организаций в разгар сезона.

Предприятия группы II придерживаются тактики «монотонно низких цен» и тактики «выраженной сезонной дифференциации» [1, с. 182] (стремление в высокий сезон максимально реализовать санаторно-курортные услуги и за счет этого перекрыть негативные явления межсезонья).

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие санаторно-курортного комплекса занимает фактор сезонности. Его воздействие проявляется в загрузке предприятий в различные периоды года, в формировании и использовании финансовых ресурсов предприятий.

Под сезонностью понимается свойство миграционных потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении небольшого периода времени. Фактор сезонности в деятельности предприятий санаторно-курортного комплекса обусловлен объективными причинами. Они возникают в сфере потребительского спроса, а специфические черты самого продукта – санаторно-курортной услуги - и технологии его производства оказывают на последствия сезонных колебаний мультипликативный эффект. Большая часть потребителей санаторно-курортных услуг стремится отдыхать и восстанавливать здоровье в летний период и осенью.

Снижение уровня влияния фактора сезонности в СКК осуществляется за счет диверсификации услуг и сезонных скидок на услуги, что проявляется в увеличении сроков эксплуатации материально-технической базы. Повышению доходности курорта и уровня занятости персонала в течении года [1, с. 182].

В связи с влиянием фактора сезонности на финансово-хозяйственную деятельность предприятий санаторно-курортного комплекса, данная категория закладывается в цену санаторно-курортной услуги, так же как и покрытые текущих затрат, возмещение будущих издержек, связанных с колебанием спроса на услуги и простоем санаторно-курортных организаций.

Таким образом фактор сезонности проявляется и влияет на формирование денежных потоков и соответственно должен быть учтен в составлении финансового плана.

Для определения сезонной компоненты и прогноза необходимых будущих показателей, то есть оценки трендовой связи по которой они изменятся используем корреляционно-регрессионный анализ.

Данный прогноз проведем по цене реализуемой услуги конкретным санаторно-курортным объектом (А). Исследования проведем по поквартальной динамик данного показателя предприятия «А».

На основе поквартальных показателей цены «А» за определенный период необходимо определить параметры линии тренда (парной линейной регрессии) и далее построить график линейной регрессии.

Что бы определить параметры линии тренда необходимо рассчитать показатели линейной регрессии (таблица 1).

**Таблица 1.** Расчет показателей линейной регрессии

год	X	Y	X <sup>2</sup>	X*Y
1	1	Y1	1	1* Y1
	2	Y2	4	2* Y2
	3	Y3	9	3* Y3
	4	Y4	16	4* Y4
2	5	Y5	25	5* Y5
	6	Y6	36	6* Y6
	7	Y7	49	7* Y7
	8	Y8	64	8* Y8
итого	36	$\sum Y$	204	$\sum X*Y$

где X – период (квартал);  
Y – цена.

Важнейшей и неотъемлемой в корреляционно-регрессионном анализе является линейная функция :

$$y = ax + b$$

Параметр «а» - коэффициент регрессии, показывающий на сколько единиц собственного измерения в среднем изменяется значение признака «у» при увеличении признака «х» на единицу, то есть на какую сумму увеличится цена услуги в следующем квартале.

Параметр «b» - значение параметра «у» при x=0. В ситуации если «х» не может набрать нулевого значения – «b» не интегрируется и как свободный член уравнения регрессии является лишь расчетным значением.

Для определения параметров уравнения регрессии можно использовать один из базисных методов регрессионного анализа - метод наименьших квадратов, основанным на минимизации суммы квадратов отклонений от теоретических, что предоставляет возможность получить оценку параметров «а» и «b».

Для расчетов используем метод детерминантов:

$$a = \frac{n \sum_{i=1}^n xy - \sum_{i=1}^n x \cdot \sum_{i=1}^n y}{n \sum_{i=1}^n x^2 - \left( \sum_{i=1}^n x \right)^2} \quad (1)$$

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n y \cdot \sum_{i=1}^n x^2 - \sum_{i=1}^n xy \cdot \sum_{i=1}^n x}{n \sum_{i=1}^n x^2 - \left( \sum_{i=1}^n x \right)^2} \quad (2)$$

Теперь методом подстановки значений показателей линейной регрессии можно найти значение параметров «а» и «b».

Следующий этап нашего прогноза – решение уравнения тренда динамики цены методом подстановки, где вместо переменной X ставится порядковый номер квартала, в нашем случае 9, 10 и другие.

Данный тренд с приведенными параметрами может быть использован для прогнозирования цены будущих периодов, но без учета фактора сезонности, так в данном случае модель мультипликативная, необходимо будет рассчитать индексы сезонности, для чего необходимы данные тренда.

Индекс сезонности рассчитывается путем соотношения фактической цены (P) к трендовой (Pt):

$$S = \frac{P}{Pt} \quad (3)$$

Расчет проводится по каждому из периодов, но полученные индексы не могут быть использованы для прогнозирования цены будущего периода, так как они призваны показывать сезонное отклонение от тренда для конкретного периода в исходном ряду. Для более точного прогноза, по нашему мнению необходимо найти средние сезонные компоненты.

Первый период (квартал):

$$S_{i1} = \frac{S1 + S5}{2} \quad (4)$$

Второй период:

$$S_{i2} = \frac{S2 + S6}{2} \quad (5)$$

По аналогии рассчитываются компоненты для третьего и четвертого квартала, где S1, S2, S3... индексы сезонности соответствующего квартала. Далее эти компоненты необходимо сложить, получившаяся сумма должна быть равна периодам в цикле. Так как у нас их четыре – соответственно сумма значений сезонной компоненты должна быть равна четырем.

При отклонениях определяется сумма значений корректирующего компонента с помощью соотношения количества кварталов к суммарному значению сезонных компонент.

Итогом нашего прогноза является определение цены с учетом фактора сезонность. Методом подстановки в линейное уравнение умноженное на средний индекс сезонности.

**Выводы.** Современные темпы экономического развития в Украине обнажают необходимость на уровне каждого предприятия осуществлять прогнозную деятельность основных финансовых показателей в финансовом планировании.

В санаторно-курортном комплексе АРКрым при формировании и прогнозировании цены крайне важным является учет и оценка фактора «сезонность». Это обусловлено рядом веских причин связанных с функционированием предприятий комплекса, о чем свидетельствует статистика последних лет.

Выбранный нами метод количественного прогнозирования посредством анализа временных рядов обусловлен тем, что факторы влияющие на исследуемый объект «А» в прошлом и настоящем, будут влиять на него и в будущем. Данный метод применим не только к прогнозированию цены с учетом фактора сезонности, его можно применить к прогнозированию будущей выручки по периодам, к планированию загрузки основных мощностей предприятий СКК – койко-дни, и к другим показателям функционирования предприятий.

#### Источники и литература

1. Ветитнев А. М. Маркетинг санаторно-курортных услуг : учеб. Пособие для вузов / А. М. Ветитнев. – М. : Издательский центр «Академия», 2008. – 368 с.
2. Гейвандова И. Медицинское страхование в Швейцарии // Врач. – 1992. – №5. – С. 38-39
3. Глебов В. П. О медицинском страховании во Франции // Финансы. – 1992. – №10. – С. 42-44
4. Герасімчук З. В., Шевчук І. Б. Регіональна політика розвитку ринків медичних послуг : напрямки формування та реалізації : Монографія. – Луцьк : Надстир'я, 2009. – 200 с.
5. Гнеушев М. И., Юновидов И. М., Кузнецов В. К. Новые организационные формы оказания медицинской помощи зарубежом // Фельдшер и акушерка. – 1991. – №7. – С. 60-63
6. Клозон М. К. и др. опыт медицинского страхования в Бельгии // Проблемы социальной гигиены и история медицины. – 1994. – №1. – С. 51-54
7. Корчагин В. П., Алексеева В. М., Семенов В. Ю. Реформа здравоохранения. – 1991 – №7. – С. 61
8. Корюкин В. Г., Семенов В. Ю. Медицинское страхование в Японии // Здравоохранение Российской Федерации. – 1993. – №1. – С. 26-27
9. Концепція Загальнодержавної програми розвитку санаторно-курортної галузі на період до 2017 року [Електронний ресурс] – Режим доступа : [http://moz.gov.ua/ua/portal/Pro\\_20090714\\_0.html#2](http://moz.gov.ua/ua/portal/Pro_20090714_0.html#2)
10. Продиус Ю. И. Экономика предприятия : учебное пособие / Ю. И. Продиус. – Харьков : «Одисей». – 2006. – 416 с.
11. Санаторно-курортне лікування, організований відпочинок та туризм в АР Крим у 2009/10 році : Статистичний збірник // За ред. Н. О. Полонської.– Сімферополь : Головне управління статистики в АРК, 2010 г.– 155 с.
12. Чорна М. В., Філіпшина Л. М. Формування цінової політики підприємств роздрібної торгівлі: Монографія / Харк. держ. університет харчування та торгівлі. – Харків, 2007. – 155 с.