

на основе совершенствования его внутренней организованности, а также изменения модели поведения для обеспечения устойчивого и эффективного развития предприятия.

Обозначим некоторые условия, необходимые для осуществления управления поведением предприятия.

Условие 1. Управление поведением предприятия является цепочкой неслучайных, связанных между собой управляющих воздействий. Это означает, что должна быть известна цель такого управления, чтобы изменения предприятия во времени не носили характер случайного блуждания.

Данная цель должна обладать двумя важными качественными характеристиками: адаптивностью к происходящим внешним изменениям, что позволяет рассматривать цели управления поведением предприятия как цели адаптации и достижимостью.

Условие 2. Состояние системы представляет собой совокупность количественных значений определяющих ее параметров в фиксированный момент времени. В каждом конкретном случае, сформировав перечень параметров, которые характеризуют поведение предприятия, определяем многомерное пространство состояний, в котором оно может пребывать.

Состояние системы в пространстве состояний определяется так называемой отображающей точкой. Следовательно, изменением состояний системы соответствует перемещение отображающей точки в пространстве состояний. Задав ограничения для возможных состояний каждого из независимых параметров системы, определяют область состояний, в которой может находиться отображающая точка области допустимых состояний. В этом случае управление поведением предприятия состоит в таком влиянии на него, чтобы осуществить переход из одного состояния в другое в области допустимых состояний.

Условие 3. Система управления поведением предприятия должна быть способна реально изменить состояние объекта управления в рамках выбранной цели. При этом данная способность обеспечивается, прежде всего, ресурсными возможностями, соответствующими стадии и фазе цикла развития предприятия. Это связано с тем, что именно стадия цикла развития предприятия определяет возможности предприятия (ресурсы, гибкость, потенциал предприятия). В соответствии с этими возможностями предприятие выбирает тип, вид и форму адаптации.

Условие 4. Система управления поведением должна иметь возможность выбирать решения из определенного набора возможных решений. В условиях жестких ограничений наиболее эффективные решения часто остаются за пределами допустимой области. Если система имеет лишь одно возможное решение, т.е. лишена возможности выбора, она фактически не осуществляет управление.

Для правильного выбора характера и меры управляющих воздействий система управления поведением предприятия должна обладать информацией о текущем его состоянии. Только тогда она может выбрать правильную траекторию развития предприятия и выработать решения, позволяющие ее поддержать. При отсутствии информации о состоянии управляемой системы процесс управления становится невозможным или как минимум неэффективным.

Условие 5. Особенностью управления поведением предприятия является то, что объект управления находится не только под влиянием системы управления, но и окружающей среды, на которую и само поведение предприятия в определенной мере воздействует. Эти воздействия могут отклонять движение системы от выбранной траектории. Естественно, что чем более детально изучена реакция предприятия на внешние воздействия и чем более полная имеется информация об этих флуктуациях, тем эффективнее будут управленческие решения.

Таким образом, в данной статье рассмотрен механизм поведения предприятия как системы, состоящей из двух множеств факторов, характеризующих внутреннее состояние предприятия и внешнее окружение предприятия; выделены основные условия, необходимые для управления поведением предприятия. Выделение данных условий является необходимым этапом для формирования методологических принципов управления поведением предприятия.

Источники и литература

1. Клебанова Т.С., Раевнева Е.В., Михайленко В.Г. Проблемы адаптации социально-экономических систем в условиях трансформационной экономики / Экономика и кибернетика в начале XXI века. / Под общ. ред. Задорожного Г.В., Михайленко В.Г. Монография. – Харьков: ХНУ, 2005. – 260с.
2. Пресняков В.Ф. Модель поведения предприятия. – М.: Наука, 1991. – 190 с.
3. Саймон Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении // Теория фирмы. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – С. 54 – 72.

Лагодієнко В.В.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА ТА ОЦІНКА ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Постановка проблеми. Сучасна перебудова і формування нової економічної ситуації в аграрному секторі України змінили не тільки форми і способи руху продукції, але і форми взаємодії господарських суб'єктів. Тепер особливого значення набуває якісне оновлення всієї системи економічних відносин через створення ринку по всій вертикалі АПК. Без ринку харчової продукції неможливо сформувати продовольчу безпеку країни, досягти збалансованої структури виробництва і потреб, вирішити вікову проблему відставання сільського господарства від промисловості в темпах розвитку, забезпечити високу та стійку ефективність аграрного виробництва та поступово зняти гострі соціальні питання села. З огляду на це, виникає по-

потреба у вивченні особливостей формування і функціонування ринку продовольства.

Стан вивчення проблеми. Зазначені аспекти формування і функціонування продовольчого ринку АПК знаходяться постійно в полі зору науковців та досліджувались в роботах Андрійчука В.Г., Біттера О.А., Бугуцького О.А., Гайдучького П.І., Дем'яненка М.Я., Лузана Ю.Я., Макаренка П.М., Мельника Л.Ю., Рижука С.М., Саблука П.Т., Шпичака О.М., Юрчишина В.В. та багатьох інших.

Разом з тим, не всі аспекти цієї багатопланової проблеми всебічно досліджені.

Завдання і методика досліджень. Мета досліджень полягає у визначенні особливостей формування і функціонування ринку продовольства та оцінки його потенціалу. Теоретичною та методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання і системний підхід до вивчення економічних процесів; монографічний; законодавчі, нормативно-правові акти.

Результати досліджень. Першою і визначальною особливістю формування продовольчого ринку України слід вважати спонтанний, тобто позбавлений зовнішнього цілеспрямованого впливу, характер його формування та функціонування. Фактично він все ще перебуває в рамках ліберально-ринкової моделі. З неї починали перехід до ринку всі країни Центральної та Східної Європи (ЦСЄ), а також Російська Федерація. Проте якщо країни ЦСЄ відмовились від неї ще на початку 90-х років і почали застосовувати державне регулювання аграрного ринку, створюючи відповідні установи, то Україна ще й нині не має дієвих засобів попередження деструктивних проявів ринкової стихії. В Росії ще в 1997 році було прийнято закон "Про державне регулювання агропромислового виробництва", а в Україні Закон аналогічного спрямування з'явився значно пізніше – у січні 2001 року і, крім того, його дія мала обмежені часові рамки ("Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001–2004 років") [1]. Негативні наслідки недостатньої уваги до регулювання аграрного ринку досить відчутно проявили себе в Україні у 2003 році.

Другою суттєвою особливістю формування ринку продовольства України є його обмежена "прозорість". Органи офіційної державної статистики вичерпно цієї проблеми не розв'язують. Наприклад, у статистичному бюлетені "Реалізація продукції сільськогосподарськими підприємствами за січень – листопад 2003 року" вказується, що за "іншими каналами" реалізовано 59% зерна, 74% – насіння соняшнику, 61% – картоплі, 68% – птиці, 60% – яєць та цукру, 46% – овочів і навіть 12% молока та 23% цукрових буряків. Інші канали – це переважно прямі угоди купівлі-продажу між покупцем і продавцем. Перелік груп покупців за прямими угодами дуже широкий – від іншого господарства до зарубіжної країни, але ніяких даних про склад таких операторів ринку з боку попиту бюлетень не містить. Ринок деяких продуктів (соняшник, птиця та ін.) виявляється практично інформаційно недоступним. Недосконалими залишаються і методи поширення ринкової інформації. Відомчі галузеві інформаційні Центри аграрного ринку належним чином не функціонують, хоча завдання їх створення було поставлено перед галузевим міністерством (Мінсільгоспродом) та міністерствами економічного блоку уряду ще в 1995 році.

Третьою особливістю формування продовольчого ринку України є вкрай недостатнє інституціональне забезпечення. До цього часу не створено установ чи організацій персоніфікації продуктових секторів сільськогосподарського ринку та установ практичної реалізації заходів державної підтримки виробників.

Тому на нашу думку особливості функціонування продовольчого ринку такі:

1. Безперервність функціонування продовольчого ринку, що викликано необхідністю щоденного задоволення потреб у харчуванні. Ця особливість дає сільгосптоваровиробникам значну перевагу порівняно з промисловістю та іншими галузями, що потерпають від більшої невизначеності збуту своїх товарів. Дану перевагу продовольчого ринку сільськогосподарські товаровиробники повинні використовувати з більшою ефективністю. З цієї метою їм слід більш гнучко пристосовуватися до ринку, виробляючи продукцію, що користується попитом. Такі дії товаровиробників дозволять їм успішно боротися з конкурентами і отримувати нові джерела доходів за рахунок виробництва нових видів продукції.

2. Особливістю конкуренції на ринку продовольства є те, що на ньому усі продавці є конкурентами, оскільки кожен з них займає незначну частку ринку; продукція усіх є відносно однорідною; покупці добре інформовані про ціни продавців; продавці діють незалежно один від одного; товаровиробники можуть вільно виходити і заходити в галузь. Таким чином, продовольчий ринок найбільш наближений до ринку досконалої конкуренції, однак не є таким повністю і для ефективного функціонування вимагає державної підтримки.

3. Поеднання спеціалізації та диверсифікації виробництва сільськогосподарської сировини та продовольчих товарів, що реалізуються на продовольчому ринку. Виробництво різномірних видів продукції створює для товаровиробників, з одного боку, додаткові труднощі як виробничого, так і збутового характеру, пов'язаних частю з принципово різними вимогами до різних видів продукції, на яких спеціалізується виробник (наприклад, зерно і м'ясо свиней). Однак, з іншого боку, комбінація різних виробництв у значній мірі страхує від великих збитків, оскільки в нашому прикладі при низькому урожаї зерна товаровиробник отримає додатковий дохід у свилярстві. Таким чином, спрацьовує правило диверсифікації, яке стверджує, що "не можна класти всі яйця в один кошик".

4. Недовготривалість зберігання продовольчих товарів, що вимагає швидкого збуту після їх виробництва і впливає на обсяги втрат вирощеної продукції, а, отже, доходність. Дана особливість продовольчого ринку обумовлює існування відпрацьованої системи майбутніх поставок, або так званих ринків ф'ючерсів, як важливого інструменту у вирішенні проблеми невизначеності цін на продовольчому ринку у майбутньому періоді. З точки зору доцільності, ринки ф'ючерсів дозволяють сільгосптоваровиробникам знизити рівень ризику, пов'язаного з невизначеністю майбутній продаж виробленої продукції та цін на матеріально-технічні і фінансові ресур-

си.

5. Зосередження основного споживача сільськогосподарської продукції в містах, що обумовлює використання різного роду посередників. Це означає втрату певної частки доходу товаровиробника і є додатковим фактором зростання цін на продукцію кінцевого споживача. При не відпрацьованості механізмів збуту сільськогосподарської сировини і продовольства посередники перехоплюють канали товароруку продовольства і забезпечення кредитними ресурсами, що негативно впливає на економічний стан товаровиробників і не сприяє становленню цивілізованого ринку продовольства.

Встановлено, що найважливішими елементами ринку продовольства є попит, пропозиція, ринкова ціна та конкуренція, які характеризують кон'юнктуру ринку. При цьому попит на продовольчу продукцію визначається не потребою взагалі, а базується на наявності відповідних фінансових ресурсів платоспроможного попиту. Платоспроможний попит на продовольчого ринку виражає сукупну потребу в товарній продукції при даному рівні ринкових цін на продовольство та сировину і визначається на основі аналізу динаміки обсягів і структури товарної продукції та середнього рівня цін.

Іншим важливим елементом ринку продовольства є пропозиція, під якою розуміється сукупність продовольчих товарів, яка при даному рівні цін може бути пред'явлена до реалізації на даному ринку всіма товаровиробниками, включаючи і можливий ввіз-вивіз за межі країни, тобто кількість товарів, яку приданій ціні згодні виробити і запропонувати до продажу товаровиробники.

Закон попиту і пропозиції виражає єдність і об'єктивну спрямованість до відповідності попиту і пропозиції. При порушенні цієї відповідності закон спонукає ринкових суб'єктів до зміни пропорцій виробництва, ринкових цін, тим самим відновлюючи рівновагу між попитом і пропозицією [2, с.3-8].

Відомо, що узгодженість попиту і пропозиції відбувається, в першу чергу, під впливом конкуренції. Конкуренція є ключовим поняттям, що відтворює суть ринкових відносин, яку можна визначити як тип взаємовідносин між виробниками при визначенні цін і об'ємів пропозиції товарів на ринку.

В широкому розумінні конкуренція має місце не лише між виробниками, а й між споживачами за придбання продуктів харчування, а також між виробниками, з одного боку, і споживачами, з іншого, за придатну для них ціну. Разом з конкуренцією, з метою запобігання значного підвищення цін – необхідне і їх державне регулювання за допомогою проведення товарних інтервенцій та інших заходів.

Продовольчий ринок, як особливий вид ринку, являє собою складну економічну систему, стан і можливості розвитку якої визначаються чинниками, що охоплюють комплекс природно-кліматичних, організаційно-економічних, науково-технічних, соціальних та політичних умов функціонування продуктивних сил. До найважливіших з них відносяться: платоспроможний попит населення; економічний потенціал агропромислового виробництва; рівень вітчизняного виробництва сільськогосподарської продукції; рівень розвитку ринкової інфраструктури; міжрегіональний поділ праці; характер зовнішньоекономічних зв'язків; рівень захисту внутрішнього ринку тощо.

Дослідження показують, і наша думка співпадає з думкою Ю.С. Коваленка, що у країнах з ринковою економікою реалізація сільськогосподарської продукції складається з таких ланок: оптові поставки з ферм переробним підприємствам, торговельним комплексам чи посередникам; роздрібну мережу сільськогосподарської продукції, яка споживається у натуральному вигляді; роздрібний продаж готових продуктів безпосередньо споживачам населенню; постачання підприємствам громадського харчування [3, с.22].

Відомо, що на ринку продовольства споживачі, товаровиробники та держава відповідно до своїх інтересів мають певні цілі. Споживачам важливо, щоб вони могли отримувати необхідну кількість продуктів харчування, якісних та різноманітних за асортиментом. Для цього співвідношення цін на продовольчі товари мають бути такими, які б дозволяли з урахуванням бюджету споживача вибрати оптимальний раціон, що найбільше відповідав би принципам раціонального харчування. Виробники продовольчої сировини та харчових продуктів зацікавлені в найбільш ефективній реалізації своїх виробничих програм і отриманні запланованих фінансових результатів. Державна продовольча політика акцентує увагу на такі аспекти, як ефективно виробництво і споживання якісного продовольства, реалізація принципу самозабезпечення вітчизняними продовольчими товарами, на забруднення навколишнього середовища відходами сільськогосподарського виробництва та переробної промисловості тощо. Продовольчий ринок має особливості, які слід враховувати для успішної діяльності на ньому.

Продовольчий ринок – неоднорідний за своєю структурою і характеристиками. Він поділяється за територіальними ознаками, суб'єктами ринкових відносин (оптовий, роздрібний); товарними групами (асортимент); розвитком кон'юнктури; економічним і правовим впливом (регульований, нерегульований, офіційний, неорганізований, тінвовий); доступністю і достатністю.

В загальному вигляді потенціал ринку продовольства (V) може бути розрахований наступним чином:

$$V = \sum (Ni \times Mi \times Ei) + Cj, \quad (1)$$

де Ni – одиниці виробництва чи споживання;

Mi – показники потужності одиниць (виробничої чи споживачької);

Ei – еластичність попиту;

Cj – сукупність інших факторів потенціалу.

При загальній оцінці потенціалу ринку продовольства важливо визначити його споживачький потенціал, який характеризується ємністю цього ринку:

$$Q = \sum (K \times b \times E) + R - A, \quad (2)$$

де Q – потенціал ринку, тобто кількість товарів, які можуть бути куплені в певний період;

K – кількість споживачів;

**ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА
ТА ОЦІНКА ЙОГО ПОТЕНЦІАЛУ**

b – рівень або норматив споживання в базовому періоді;
 E – коефіцієнти еластичності по ціні і доходу;
 R – обсяги страхового резерву;
 A – альтернативні ринку форми задоволення потреб (самозабезпечення).

Важливим індикатором кон'юнктури ринку тваринницької продукції є показник насичення. Він показує ступінь забезпечення споживачів товарами і розраховується за такою формулою:

$$P = Tn + B + Z - F - Tk, \quad (3)$$

де P – насиченість ринку продовольчими товарами;
 Tn – запаси продукції на початок року;
 B – виробництво продукції;
 Z – імпорт;
 F – експорт;
 Tk – запаси продукції на кінець року.

Оцінка продовольчого ринку не обмежується сферою обміну (реалізації), так як усі його елементи тісно зв'язані з виробничим процесом. Виробництво формує пропозицію, а розподіл і споживання – попит. Ринкові ціни складаються під впливом витрат виробництва, співвідношення попиту і пропозиції. Тому оцінка продовольчого ринку і його кон'юнктури – неможлива без глибокого системного вивчення умов виробництва сільськогосподарської продукції, її зберігання, збуту і переробки, всебічної оцінки відтворювального процесу в агропромисловому виробництві і в його окремих галузях.

Висновок. Узагальнення вітчизняного досвіду, нам дозволяє сформулювати наступні основні принципи функціонування продовольчого ринку: головними постачальниками продукції на ринку продовольства і сировини для його виробництва мають бути вітчизняні товаровиробники; продукція, що пропонується на ринку, повинна бути конкурентоспроможною; товарні ресурси регіональних продовольчих ринків формуються на основі територіального поділу праці в агропромисловому виробництві країни і регіонів. Встановлено, що найважливішими елементами ринку продовольства є попит, пропозиція, ринкова ціна та конкуренція, які характеризують кон'юнктуру ринку.

Для оцінки ринку продовольства вивчаються: кількісні та якісні характеристики товарної продукції, джерела її надходження, виявляються споживачі та обсяги споживання агропромислової продукції; особливості попиту і пропозиції основних видів продовольства, їх якість та асортимент, ціни реалізації; дається оцінка рівня виробництва агропромислової продукції; аналізуються рівні споживання продуктів харчування і самозабезпечення агропромисловою продукцією; внутрішньо регіональні, міжрегіональні та міждержавні продовольчі зв'язки – з урахуванням витрат виробництва та транспортних витрат, а також рівня ринкових цін по видам товарної продовольчої продукції.

Джерела та література

1. Закон України "Про стимулювання розвитку сільського господарства на період 2001–2004 рр."
2. Бурковський І. Теорія міжнародної торгівлі. – К.: Основи, 1996. – 260с.
3. Коваленко Ю.С. Наукові засади та основні тенденції формування аграрного ринку в Україні // Економіка АПК. – 2004. – №3. – С.19–27.

Логунова Н.А.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ КРУИЗНОГО СУДОХОДСТВА В УКРАИНЕ

Постановка проблемы. Туризм является одной из ведущих отраслей экономики и за быстрые темпы развития признан экономическим феноменом прошлого столетия. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового национального продукта, активизации внешнеторгового баланса, создании дополнительных рабочих мест и обеспечения занятости населения. Уступая место только страховому и банковскому делу, международный туризм даёт 10–12 % годовой мировой прибыли, что составляет более 600 млрд. долларов, причём ежегодное приращение этих сумм – 7–9 %.

Интенсивность развития отрасли диктует необходимость поиска новых ресурсов, способных обеспечить не только увеличение доходности отрасли, но и развитие наиболее перспективные виды туризма, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности туристической индустрии как на внутреннем, так и на мировом рынках.

Одним из наиболее динамично развивающихся видов туризма в мире является морской круизный туризм. Согласно данным Всемирной туристской организации (ВТО), за последнее десятилетие темп роста числа круизных туристов почти в 2 раза превышал прирост международных туристских прибытий в мире. С 1990 года число круизных пассажиров увеличилось более чем на 50 % и в 1995 году составило 6 млн. чел., в 1997 году – 8,3 млн. чел., в 2004 – 13,7 млн. чел., по прогнозам экспертов к 2010 году их количество может превысить 17 млн. человек. Прямой оборот морского туризма в Европе в 2004 году достиг 72 млрд. евро. Более того, по прогнозам Irish Marine Institute, сделанным по заданию Еврокомиссии, именно круизное судоходство названо первым среди морских секторов с наиболее высоким потенциалом развития на ближайшее столетие.