

РЕГИОНАЛЬНАЯ ТУРИСТСКАЯ ДЕСТИНАЦИЯ И ЕЁ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

ЛЕОНТЬЕВА Ю. Ю., ТИМОЩЕНКОВА О. А.

УДК 332.14 : 338.48

Леонтьева Ю. Ю., Тимощенко О. А. Региональная туристская дестинация и её социально-экономическое развитие

В статье рассмотрены теоретические проблемы социально-экономического развития региональной туристской дестинации, а именно: дано современное понятие туристской дестинации с использованием имеющихся в научной и практической литературе наработок по этой проблеме, определена её сущность, характеристики и особенности формирования. Рассмотрен исторический подход к определению дестинации как главного элемента системы туризма. Обозначены цели, задачи и направленность социально-экономического развития региона в целом и роли, которую играет в этом процессе региональная туристская дестинация, в частности. Затронута проблема управления региональной туристской дестинацией.

Ключевые слова: дестинация, социально-экономическое развитие, регион, туризм.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 14.

Леонтьева Юлия Юрьевна – кандидат экономических наук, доцент, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А. Н. Бекетова (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: catjj@yandex.ru

Тимощенко Ольга Александровна – студентка, Харьковский национальный университет городского хозяйства им. А. Н. Бекетова (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: olga-timoshchenkova@ya.ru

УДК 332.14 : 338.48

Леонтьева Ю. Ю., Тимощенко О. А. Регіональна туристична дестинація та її соціально-економічний розвиток

У статті розглянуто теоретичні проблеми соціально-економічного розвитку регіональної туристичної дестинації, а саме: дано сучасне поняття туристської дестинації з використанням наявних у науковій та практичній літературі напрацювань з цієї проблеми, визначено її сутність, характеристики та особливості формування. Розглянуто історичний підхід до визначення дестинації як головного елемента системи туризму. Окреслено мету, завдання і спрямованість соціально-економічного розвитку регіону в цілому і ролі, яку відіграє в цьому процесі регіональна туристична дестинація, зокрема. Порушено проблему управління регіональною туристичною дестинацією.

Ключові слова: дестинація, соціально-економічний розвиток, регіон, туризм.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 14.

Леонтьева Юлия Юрьевна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: catjj@yandex.ru

Тимощенко Ольга Олександрівна – студентка, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: olga-timoshchenkova@ya.ru

UDC 332.14 : 338.48

Leontyeva Y. Y., Timoshchenkova O. A. Regional Tourist Destination and its Socio-Economic Development

The article considers theoretical problems of socio-economic development of regional tourist destination, namely: it gives a modern notion of tourist destination with the use of achievements available in scientific and practical literature on this subject and identifies its essence, characteristics and specific features of formation. It considers a historic approach to identification of destination as the main element of the system of tourism. It marks goals, tasks and direction of socio-economic development of the region in general and the role of regional tourist destination in this process. It also touches the problem of managing regional tourist destination.

Key words: destination, socio-economic development, region, tourism.

Pic.: 1. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 14.

Leontyeva Yuliya Yu. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Kharkiv National University of Urban Economy named after O. M. Beketov (vul. Marshala Bazhanova, 17, Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: catjj@yandex.ru

Timoshchenkova Olga A. – Student, Kharkiv National University of Urban Economy named after O. M. Beketov (vul. Marshala Bazhanova, 17, Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: olga-timoshchenkova@ya.ru

Слово *дестинация* в переводе с английского языка (*destination*) означает место назначения или цель поездки. Поэтому с точки зрения фразеологии появление термина «туристская дестинация» стало закономерным. В настоящее время эта дифиниция является достаточно часто употребляемой в современной зарубежной литературе, посвященной исследованиям в сфере туризма. В последнее время украинские специалисты также часто используют её в своих исследованиях как элемент понятийного аппарата. Это вызвано принятием приемлемого для нашей экономики зарубежного опыта организации управления сложной социо-эколого-экономической системой, которой является туризм.

В научной и практической литературе, касающейся сферы туризма, нет единого подхода к определению сущности дестинации как экономического явления, что обуславливает возникающие в связи с этим различия в обосновании ее функций, составляющих элементов и назначения в современной экономической системе. Такое положение сохраняется, несмотря на то, что проблемами определения дестинации как ключевой детерминанты современной сферы туризма занимались И. Балабанов, В. Боголюбов, Д. Гильберт, С. Ванхилл, А. Коль, Н. Купер, Н. Лейпер, Е. Макарычева, М. Морозов, С. Николаев, Т. Румянцев, Д. Суорбрук, Т. Ткаченко, Д. Флетчер и др. [1, 2, 6, 8, 9, 11 – 13]. К тому же из области их научного интереса выпал

такой, на наш взгляд, очень важный аспект изучения проблемы, как социально-экономическое развитие дестинации. Заполнение этого пробела – цель данной статьи.

Для лучшего понимания сути проблемы необходимо вначале рассмотреть историю формирования и развития понятия «туристская дестинация».

Впервые туристская дестинация, как определяющий компонент системы туризма, была рассмотрена датским ученым Н. Лейпером в 1979 г. и идентифицировалась им как «определенная географическая территория, привлекательная для путешественников» [4].

На основе общей теории систем Н. Лейпер разработал модель системы туризма, элементами которой определил собственно туристов, географические элементы и туристскую индустрию [4]. Целью развития туристской инфраструктуры, как важнейшего элемента индустрии в целом, несомненно, является стремление к максимальному удовлетворению имеющихся потребностей туристов путем предложения услуг по перемещению, размещению, питанию, развлечениям и др.

В качестве географических элементов в своей системе Лейпер выделил такие образования, как:

- ✦ регион, где формируется спрос на туристский продукт, который является местом начала и окончания путешествия и где происходят основные маркетинговые процессы стимулирования спроса;
- ✦ транзитный регион, который посещается туристом, когда место жительства уже оставлено, но выбранной дестинации он еще не достиг;
- ✦ регион, посещение которого является основной целью поездки туриста, то есть, туристская дестинация как таковая.

Указанные выше территориальные образования находятся в тесной взаимосвязи, причём только при условии их единства туристская деятельность становится возможной.

Развивая эту мысль, можно утверждать, что туристская дестинация представляет собой существенную компоненту системы туризма ещё и потому, что именно в ней становится возможным достижение цели путешествия, так как только на ее территории расположены

ресурсы, привлекающие туристов, мотивируя их путешествие. Таким образом, именно туристская дестинация активизирует всю систему туризма, формируя и удовлетворяя туристский спрос, причём эти процессы идут параллельно и одновременно.

Таким образом, появилось понятие туристской дестинации как региона, на территории которого становится возможным достижение цели туристского путешествия.

Туристская дестинация – это доминирующий элемент системы. Ее можно охарактеризовать как центр (территорию) со всевозможными удобствами, сферой обслуживания и услугами для удовлетворения потребностей туристов. Иными словами, туристская дестинация является основной составляющей туризма [2].

За время своего существования понятие «туристская дестинация» активно развивалось, благодаря усилиям многих исследователей, и итогом стало определение, которое даёт современный Оксфордский словарь. Он толкует это понятие как «страны, регионы, города и другие территории, которые привлекают туристов, являются главными местами локализации туристской деятельности, потоков туристов и их расходов» [14].

В последующие годы понятие «туристская дестинация» детализировалось. Изучение её элементов позволило их систематизировать (табл. 1).

Первые четыре элемента следует отнести к первому и второму уровням инфраструктуры туризма. Считается, что первый уровень охватывает производственные объекты, которые непосредственно не связаны с туристской деятельностью, но необходимы для предоставления туристских услуг (например, средства связи, энергетика, коммунальное хозяйство, финансы, страхование и т. д.).

Второй уровень представляет собой совокупность структур, которые потенциально способны эффективно функционировать без туристского спроса, но их деятельность существенно расширится при условии размещения их в местах туристского интереса (например, предприятия по прокату автомобилей, проживания, питания, почтовые, спортивные, развлекательные и лечебные учреждения) [13].

Таблица 1

Система элементов дестинации

Наименование элемента	Сущность элемента
Аттракция (<i>attractions</i>)	Природные, культурно-исторические, архитектурные и другие туристские ресурсы, которые привлекают туристов, побуждают к осуществлению путешествия
Доступность (<i>accessibility</i>)	Наличие в дестинации налаженных транспортных и коммуникационных связей как внешних, так и внутренних
Комфорт (<i>amenities</i>)	Совокупность предприятий, предлагающих качественные туристские услуги и товары
Посредники и вспомогательные службы (<i>ancillary services</i>)	Рекламные агентства, маркетинговые компании, банки, теле- и радио-коммуникации, почтовые объекты, больницы
Организация деятельности туристов (<i>activities</i>)	Организация деятельности туристов согласно целью их путешествий (отдых, рекреация, деловой туризм, конференции и др.)
Наличие подготовленного туристского продукта (<i>available packages</i>)	Предложение сформированного и подготовленного к продаже туристского продукта в соответствии со спросом туристов

Следовательно, такие элементы туристской дестинации, как «аттракция», «доступность», «комфорт», «посредники и вспомогательные службы» не являются специфичными для туристской деятельности, хотя и делают ее более эффективной, но отсутствие туристской деятельности в местах их расположения не поставит под угрозу их функционирование.

Такие элементы, как «организация деятельности туристов» и «наличие подготовленного туристского продукта» относят к третьему уровню туристской инфраструктуры, который представляет собой комплекс предприятий, деятельность которых главным образом ориентирована на создание и удовлетворение туристского спроса – это туроператоры и агенты, производители отдельных туристских услуг (например, экскурсионные бюро и любители) [1]. Именно эти элементы являются специфическими для туристской деятельности. Они превращают любую географическую территорию с развитой экономической системой в туристскую дестинацию.

В работах отечественных и зарубежных ученых К. Купер, М. Морозова, С. Николаева, Т. Румянцевой, Дж. Суорбрук, Т. Ткаченко [6, 9, 11 – 13] туристская дестинация рассматривается как объект интегрированного управления, поскольку оно способно объединить все элементы в единую систему для создания и реализации туристского продукта. Именно такой способ управления позволяет туристской дестинации интенсивно развиваться, но на этом мы остановимся чуть позже.

Теоретические и практические исследования проблем туристской дестинации позволили специалистам Европейской Комиссии (2000) определить её как «территорию, которая отдельно идентифицируется и поддерживается для туристов как место посещения и в рамках которой туристский продукт координируется одним или несколькими заведениями или организациями» [14]. Всемирная туристская организация (UNWTO), в свою очередь, выделила «местную туристскую дестинацию» и определила её, как «физическое пространство, в котором посетитель проводит не менее одной ночи [3].

Но, несмотря на кажущуюся простоту этих определений, необходимо учитывать тот факт, что не всякая территория может стать дестинацией. Для этого существует необходимость выполнения следующих условий:

- ✦ наличие на этой территории мест для размещения, питания, развлечений (должен быть определенный уровень качества услуг) и высокоразвитой транспортной системы;
- ✦ наличие достопримечательностей, которые интересуют туристов;
- ✦ наличие информационных (например, глобальных информационных систем «Amadeus», «Galileo», «Worldspan», «Sabre») и коммуникационных систем, так как они – необходимый инструмент информирования туристского рынка о дестинации [1].

В 2010 г. соавтором этой статьи было обосновано понятие «региональная туристская дестинация». В прикладном смысле эта дестинация трактуется автором как территория в административных границах региона, привлекательная для пребывания туристов и включающая ресурсы категорий «аттракция», «доступность», «комфорт», «посредники», являющаяся целью путешествия и доступная с точки зрения транспортных коммуникаций [7].

Региональная туристская дестинация, как элемент сферы туризма, предлагает и реализует туристский продукт, но уже конкретный и специфичный, свойственный региону, с которым она совпадает по ряду параметров. Это с одной стороны. С другой стороны – как объект управления туризмом, каковым региональная туристская дестинация и рассматривается отечественными и зарубежными учеными, она является примером эффективности интегрированного управления, потому что именно за счёт этой интеграции обеспечивается производство и реализация качественного комплексного туристского продукта.

Интегрированное управление региональной туристской дестинацией охватывает систему объектов, обслуживающих туристов, что отражено на рис. 1.

Таким образом, мы проследили, как менялось со временем понятие «дестинация», сокращаясь в объёме и обогащаясь в своей содержательной части.

Что касается проблемы социально-экономического развития региональной туристской дестинации, обозначенной в теме данной статьи, то здесь необходимо подчеркнуть, что этот процесс сложен, многогранен, идёт, как и любое другое развитие, по пути от простого

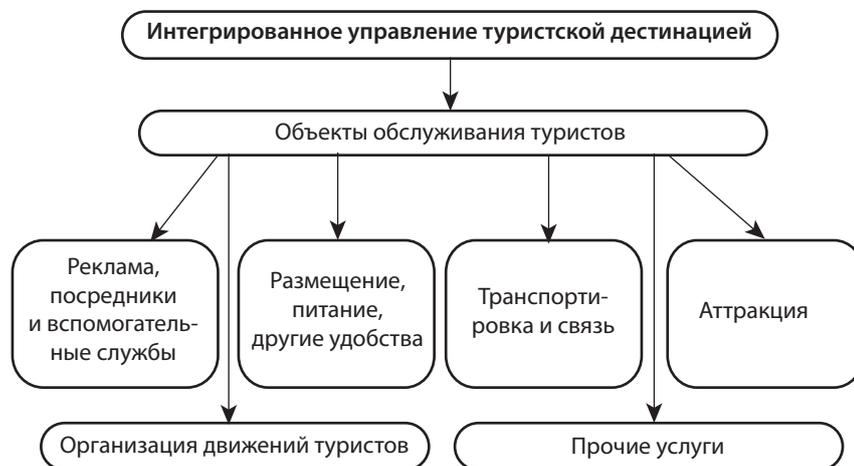


Рис. 1. Интегрированное управление туристской дестинацией

к сложному, включая в себя переходы из одного качественного состояния в другое, более совершенное.

Если брать термин «развитие» в широком смысле, то зачастую имеется в виду экономическое и социально-экономическое развитие страны, региона, или, как в нашем случае, региональной туристской дестинации. И здесь под развитием страны подразумевают прогрессивные изменения, социальные параметры в ряде исследований которых в последнее время начинают доминировать над экономическими. Более того, социальные характеристики становятся полноправными показателями, оценивающими степень развития любого региона [2]. Это справедливо и по отношению к региональной туристской дестинации.

Нужно учитывать, что любое развитие всегда имеет направленность, обусловленную целью или системой целей. Развитие отдельно взятой региональной туристской дестинации также предполагает определенную цель или несколько целей. И поэтому оно (развитие) представляет собой многомерный и многоаспектный процесс, который обычно рассматривается с точки зрения совокупности различных социальных и экономических целей [2].

Таким образом, исходя из вышеизложенного, развитие региональных туристских дестинаций может быть полноценным только в том случае, если в нём гармонично сочетаются как экономические, так и социальные составляющие.

В настоящее время основной целью экономического развития регионов, стоящей перед государством, а также перед бизнесом в рамках его ответственности перед обществом, является улучшение качества жизни населения. Эта цель достигается в процессе социально-экономического развития, которое включает также и развитие региональных туристских дестинаций. Оно включает в себя важнейшие составляющие, такие как:

- ✦ рост производства, доходов населения, развитие социальной сферы (образование, здравоохранение и т. д.);
- ✦ назревшие и оправданные изменения в институциональной, социальной и административной структурах общества;
- ✦ конструктивные изменения в общественном сознании;
- ✦ положительные изменения в традициях и обычаях регионов в рамках общечеловеческих ценностей.
- ✦ создание условий, способствующих росту самоуважения людей в результате формирования социальной, политической, экономической и институциональной систем, ориентированных на уважение человеческого достоинства;
- ✦ увеличение степени свободы людей, в том числе и экономической.

Последние две составляющие качества жизни не всегда учитывались при оценках степени социально-экономического развития, однако в последнее время в социальной науке и политической практике им придается все большее значение.

Для любого процесса, чтобы он был конструктивным, необходимо эффективное управление. И в этом смысле управление социально-экономическим развитием региональной туристской дестинации – важная функция органов власти региона.

Поддержка туризма со стороны органов самоуправления региона становится особенно актуальной во время кризиса и постоянных структурных изменений [2], так как в этот период без заинтересованности и помощи со стороны властей деятельность в сфере туризма, являющейся производственной, становится наиболее рискованной. И такая поддержка может быть оправдана тем, что в кризисной ситуации именно средства, ввозимые туристами в регион, могут помочь пережить временные трудности или вообще стать основным источником развития.

Для оценки развития важен такой показатель, как темп. Темпы социально-экономического развития региональных туристских дестинаций зависят от их положения, которое определяется как объективными (макроэкономические условия, положение в общественном разделении труда, отраслевая структура, географическое положение, природные ресурсы), так и субъективными факторами, такими как методы регионального управления. Экономические реформы последних лет показали, что те региональные туристские дестинации, в которых постоянно совершенствуются методы управления, в меньшей степени подвержены кризисным тенденциям. В сложных условиях выхода из кризиса относительное преимущество имеют, прежде всего, те региональные туристские дестинации, которые используют комплексные методы и инструменты управления, интегрированного в общую государственную и региональную системы.

Объективно, что конечной целью социально-экономического развития региональной туристской дестинации является повышение качества жизни. Но ещё одной особенностью этого развития является нехватка средств. Одинаково полное финансирование во всех направлениях невозможно в принципе, поэтому и власти, и бизнес вынуждены прибегать к лавированию при определении стратегического направления приложения усилий. Поэтому финансы и другие ресурсы распределяются в зависимости от того в каком состоянии находятся определённые элементы региональной туристской дестинации.

Также необходимо отметить, что от того, насколько организация функционирования региональной экономической системы обоснована с научных позиций, зависит результат социально-экономического развития региональной туристской дестинации в целом.

Таким образом, региональную туристскую дестинацию можно охарактеризовать как географическое пространство (место, регион), который выбирает гость с целью поездки, как территории, которые привлекают туристов и являются главными местами локализации туристской деятельности. Это, как правило, места максимальной концентрации туристских достопримечательностей, средств размещения, питания, развлечений, других услуг, экономического, социального и физического воздействия туризма.

Региональная туристская дестинация рассматривается как взаимосвязь таких элементов, как аттракция, доступность, комфорт, посредники и вспомогательные службы, организация деятельности туристов, наличие подготовленного туристского продукта.

Главным аспектом развития региональной туристской дестинации является ее социально-экономическая составляющая – многомерный и многоаспектный процесс, который обычно рассматривается с точки зрения совокупности различных социальных и экономических целей.

Развитие региональных туристских дестинаций представляет собой реализацию общегосударственной и региональной стратегии управления этим процессом и предполагает не просто упорядочение отдельных элементов и свойств организованной региональной системы, но и внедрение в эту систему новых рыночных звеньев при ликвидации старых административных образований.

Также результативность функционирования региональной туристской дестинации и её развитие связывается с тем, насколько она удачно вписывается в природно-экологическую, экономическую, научно-техническую и социально-политическую окружающую среду.

При наличии общих целей развития региональных туристских дестинаций, общей заданности этого процесса должны реально учитываться существующие стоящие перед регионом специфические задачи. Только в этом случае можно ожидать социально-экономического развития региональных туристских дестинаций, исторически сформировавшихся в Украине.

ВЫВОДЫ

Из всего вышеизложенного можно сделать следующие выводы:

- ✦ социально-экономическое развитие региональных туристских дестинаций Украины способствует оздоровлению экономической ситуации страны в целом;
- ✦ социально-экономическое развитие региональных туристских дестинаций возможно только при согласовании действий представителей бизнеса и власти;
- ✦ управление социально-экономическим развитием региональных туристских дестинаций должно быть интегрировано в общую систему управления в масштабе региона, страны и носит комплексный характер;
- ✦ проблематика социально-экономического развития региональных туристских дестинаций в теоретическом и практическом смысле является эвристической и требует дальнейшего изучения.

ЛИТЕРАТУРА

1. Балабанов И. Т. Экономика туризма / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 176 с.
2. Боголюбов В. С. Экономика туризма / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. – М. : Академия, 2005. – 192 с.
3. Всемирная туристская организация (UNWTO). UNWTO World Tourism Barometer [Электронный ресурс]. – Режим доступа : / <http://www.world-tourism.org>

4. Головчан А. І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/2009_27/24.pdf

5. Державне управління регіональним розвитком України: визначення основних понять / За ред. О. Б. Коротича // Вісник економічної науки України. – 2010. – № 2(18). – С. 57 – 63.

6. Купер К. Экономика туризма: теория и практика. – Т. 1 / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт, С. Ванхилл, Е. Богданов. – СПб. : Омега, 1998. – 200 с.

7. Леонт'єва Ю. Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації / Ю. Ю. Леонт'єва : автореф. дис. ... канд. екон. наук / ХНАМГ. – Х., 2010. – 24 с.

8. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М. А. Морозов. – М. : Изд. «Академия», 2007. – 288 с.

9. Николаев С. С. Стратегия формирования единого туристского пространства / С. С. Николаев : автореф. дис. ... канд. екон. наук / СПбГУЭФ. – СПб., 2000. – 20 с.

10. Ожегов С. И. Словарь русского языка / С. И. Ожегов / Под ред. д-ра филол. наук, проф. Н. Ю. Шведовой. – 14-е изд., стереотип., 22-е изд., 1990. – 78 с.

11. Румянцева Т. В. Перспективы развития дестинаций культурного туризма : Препринт / Т. В. Румянцева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2003. – 16 с.

12. Суорбрук Дж. Маркетинг туристских дестинаций / Дж. Суорбрук [Электронный ресурс]. – Режим доступа : / <http://www.amazon.com/Sustainable-Tourism-Management-J-Swarbrooke/dp/0851993141>

13. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – 2-е вид., випр. та доп. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.

14. Цибух В. І. та ін. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В. І. Цибух та ін. / Передмова В. М. Литвина. – Л. : Видавничий Дім «Слово», 2006. – С. 56, 58, 84.

REFERENCES

- Balabanov, I. T., and Balabanov, A. I. *Ekonomika turizma* [Tourism economy]. Moscow: Finansy i statistika, 2003.
- Bogoliubov, V. S., and Orlovskaja, V. P. *Ekonomika turizma* [Tourism economy]. Moscow: Akademiia, 2005.
- “Derzhavne upravlinnia rehionalnym rozvytkom Ukrainy: vyznachennia osnovnykh poniat” [The government regional development in Ukraine: definition of basic concepts]. *Visnyk ekonomichnoi nauky Ukrainy*, no. 2(18) (2010): 57-63.
- Holovchan, A. I. “Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyznachennia sutnosti turystychnykh destynatsii ta upravlinnia nymy” [Theoretical and methodological approaches to determining the nature of tourist destinations and management]. http://www.nbu.gov.ua/2009_27/24.pdf
- Kuper, K., Fletcher, D., and Gilbert, D. *Ekonomika turizma: teoriia i praktika* [Tourism economy.: theory and practice]. St. Petersburg: Omega, 1998.
- Leont'ieva, Yu. Yu. “Formuvannia ta realizatsiia stratehii rozvytku rehionalnoi turystychnoi destynatsii” [Formulation and implementation of strategies for regional tourism destinations]. *Avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk*, 2010.
- Morozov, M. A. *Ekonomika i predprinimatelstvo v sotsialno-kulturnom servise i turizme* [Economics and entrepreneurship in the social and cultural services and tourism]. Moscow: Akademiia, 2007.

Nikolaev, S. S. "Strategiia formirovaniia edinogo turist-skogo prostranstva" [The strategy of a single tourist space]. Av-toref. dis. ... kand. ekon. nauk, 2000.

Ozhegov, S. I. *Slovar russkogo iazyka* [Dictionary of Russian language], 1990.

Rumiantseva, T. V. *Perspektivy razvitiia destinatsiy kulturnogo turizma* [Prospects for the development of cultural tourism destinations.]. St. Petersburg: Izd-vo SPbGUEF, 2003.

Suorbruk, Dzh. "Marketing turistskikh destinatsiy" [Marketing of tourist destinations]. <http://www.amazon.com/Sustainable-Tourism-Management-J-Swarbrooke/dp/0851993141>

Tkachenko, T. I. *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities]. Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t, 2009.

Tsybukh, V. I. *Entsyklopedychnyi slovnyk-dovidnyk z turyzmu* [Encyclopedic Dictionary of tourism]. Lviv: Slovo, 2006.

"Vsemirnaia turistskaia organizatsiia (UNWTO). UNWTO World Tourism Barometer" [The World Tourism Organization (UNWTO). UNWTO World Tourism Barometer]. <http://www.world-tourism.org>

УДК 338.45:663/664

ВЛИЯНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ СТАБИЛЬНОСТИ И РОСТА ПОКАЗАТЕЛЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРНОГО ОБЪЕДИНЕНИЯ

ПУЛИНА Т. В.

УДК 338.45:663/664

Пулина Т. В. Влияние показателей стабильности и роста показателя эффективности деятельности предприятия на процесс создания кластерного объединения

В статье показана необходимость развития кластерного подхода, доказавшего свою эффективность во многих странах мира. Одной из проблем внедрения данного подхода является отсутствие универсального метода отбора предприятий в состав кластерного объединения. Целью публикации является разработка подхода к отбору предприятий в состав кластерного объединения. Для достижения поставленной цели рассмотрены три структуры вектора, построенного на основе процесса изменений численных значений показателя эффективности финансово-экономической деятельности предприятия в течение определенного промежутка времени. Даны характеристики показателей стабильности, эффективности деятельности предприятия и роста эффективности. Обоснована необходимость введения показателя стабильности роста эффективности деятельности предприятия, с помощью которого анализируется деятельность предприятия в условиях рыночной экономики. Учитывая одинаковую направленность показателей роста эффективности и стабильности роста показателя эффективности обоснован показатель кластера, с помощью которого определяется возможное претендентство предприятия на вхождение в состав кластерного объединения. Окончательное решение принимает руководство кластера на основании анализа имеющихся значений показателей по каждому предприятию и стратегии развития кластера.

Ключевые слова: кластерный подход, оценка эффективности, кластерное объединение предприятий

Рис.: 6. **Табл.:** 5. **Формул.:** 11. **Библ.:** 9.

Пулина Татьяна Вениаминовна – кандидат экономических наук, доцент, докторант, кафедра менеджмента, Национальный университет пищевых технологий (ул. Владимирская, 68, Киев, 01601, Украина)
E-mail: tanya-pulina@yandex.ru

УДК 338.45:663/664

Пулина Т. В. Вплив показників стабільності і зростання показника ефективності діяльності підприємства на процес створення кластерного об'єднання

У статті показано необхідність розвитку кластерного підходу, який довів свою ефективність у багатьох країнах світу. Однією з проблем впровадження цього підходу є відсутність універсального методу відбору підприємств до складу кластерного об'єднання. Метою публікації є розробка підходу до відбору підприємств до складу кластерного об'єднання. Для досягнення поставленої мети розглянуто три структури вектора, побудованого на основі процесу змін чисельних значень показника ефективності фінансово-економічної діяльності підприємства протягом певного проміжку часу. Надано характеристики показників стабільності, ефективності діяльності підприємства і зростання ефективності. Обґрунтовано необхідність введення показника стабільності зростання ефективності діяльності підприємства, за допомогою якого аналізується діяльність підприємства в умовах ринкової економіки. Враховуючи однакову спрямованість показників зростання ефективності та стабільності зростання показника ефективності, обґрунтовано показник кластера, за допомогою якого визначається можливе претендентство підприємства на входження до складу кластерного об'єднання. Остаточне рішення приймає керівництво кластера на підставі аналізу наявних значень показників по кожному підприємству та стратегії розвитку кластера.

Ключові слова: кластерний підхід, оцінка ефективності, кластерне об'єднання підприємств.

Рис.: 6. **Табл.:** 5. **Формул.:** 11. **Бібл.:** 9.

Пулина Татьяна Вениаминовна – кандидат экономических наук, доцент, докторант, кафедра менеджмента, Национальный университет харчових технологій (вул. Володимирська, 68, Київ, 01601, Україна)
E-mail: tanya-pulina@yandex.ru

UDC 338.45:663/664

Pulina T. V. Influence of Indicators of Stability and Growth of the Indicator of Effectiveness of Company Activity upon the Process of Creation of a Cluster Union

The article shows a necessity of development of cluster approach, which proved its effectiveness in many countries of the world. One of the problems of introduction of this approach is absence of a universal method of selection of companies into a cluster union. The goal of the article is to develop an approach to selection of companies into a cluster union. The article considers three structures of the vector built on the basis of the process of changes of numeric values of the indicator of effectiveness of the financial and economic activity of a company during a certain period of time. It gives characteristics of indicators of stability, effectiveness of company activity and growth of effectiveness. It justifies a necessity to introduce an indicator of stability of growth of effectiveness of company activity, which the help of which company activity in market economy is analysed. Taking into account similar orientation of indicators of growth of effectiveness and stability of growth of the indicator of effectiveness, the article justifies the cluster indicator, with the help of which it identifies a possibility for a company to enter into a cluster union. The final decision is made by the cluster management on the basis of the analysis of existing indicators by each company and strategy of cluster development.

Key words: cluster approach, assessment of effectiveness, cluster union of companies.

Pic.: 6. **Tabl.:** 5. **Formulae:** 11. **Bibl.:** 9.

Pulina Tatyana V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Candidate on Doctor Degree, Department of Management, National University of Food Technology (vul. Volodymyrska, 68, Kyiv, 01601, Ukraine)
E-mail: tanya-pulina@yandex.ru