

*Журнал основан в 1918 г.*

**УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ**  
**ТАВРИЧЕСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО**  
**УНИВЕРСИТЕТА им. В. И. ВЕРНАДСКОГО**

Научный журнал

**Том 24 (63). № 3**

***Экономика и управление.***

Симферополь, Таврический национальный университет им. В. И. Вернадского, 2011

**Редакционный совет журнала «Ученые записки ТНУ»:**

1. Багров Н.В. – д.г.н, проф., член-корр. НАНУ (председатель)
2. Бержанский В.Н. – д.ф.-м.н., проф. (зам. председателя)
3. Дзедолик И.В. – д.ф.-м.н., доц. (секретарь)

**Члены совета (редакторы серий):**

- |                                           |                                         |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------|
| 4. Богданович. Г.Ю. – д.филол.н., проф.   | 11. Копачевский Н.Д. – д.ф.-м.н., проф. |
| 5. Берестовская Д.С. – д. филос.н., проф. | 12. Лазарев Ф.В. – д.филол.н., проф.    |
| 6. Вахрушев Б.А. – д.г.н., проф.          | 13. Подсолонко В. А. – д.э.н., проф.    |
| 7. Габриелян О.А. – д. филос.н., проф.    | 14. Темурьянц Н.А. – д.б.н., проф.      |
| 8. Казарин В.П. – д.филол.н., проф.       | 15. Ротань В. Г. – д.ю.н., проф.        |
| 9. Кальной И.И. – д.филол.н., проф.       | 16. Шульгин В.Ф. – д.х.н., проф.        |
| 10. Климчук С.В. – д.э.н., проф.          | 17. Петрова Э. Б. – д.и.н., проф.       |

**Редколлегия серии «Экономика и управление»**

Климчук С.В. – д.э.н. проф. (редактор по разделу «Экономика»);  
 Подсолонко В.А. – д.э.н., проф. (редактор по разделу «Управление»);  
 Апатова Н.В. – д.п.н., проф.;  
 Бузни А.Н. – д.э.н., проф.;  
 Василенко В.А. – д.э.н., проф.;  
 Вожжов А.П. – д.э.н., проф.;  
 Крамаренко В.И. – д.э.н., проф.;  
 Нагорская М.Н. – д.э.н., проф.;  
 Наливайченко С.П. – д.э.н., проф.;  
 Никитина М.Г. – д.геогр.н., проф.

**Печатается по решению Ученого совета протокол № 11 от 22.11.2011 г.**

**"Учюниє запискі Таврієського національного університета імені В. І. Вернадського"**

Науковий журнал. Том 24 (63). № 3. Серія "Економіка і управління".  
 Сімферополь, Таврійський національний університет ім. В. І. Вернадського, 2011  
 Журнал заснований у 1918 р.  
 Адреса редакції: пр. академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007  
 Надруковано у інформаційно-видавничому відділі Таврійського національного університету  
 імені В. І. Вернадського. пр. академіка Вернадського, 4, м. Сімферополь, 95007  
<http://zapiski.lib.crimea.edu/>

**© Таврический национальный университет, 2011 г.**

Подписано в печать 23.11.2011. Формат 70x100 1/16  
 7,3 усл. п. л., 10,3 уч.-изд. л. Тираж 500. Заказ № 273/1.  
 Отпечатано в информационно-издательском отделе ТНУ.  
 пр. академика Вернадского, 4, г. Симферополь, 95007

УДК 303.722.4

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ

*Бузни А.Н., Доценко Н.А.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: tema@crimea.com*

В представленном аналитическом обзоре зарубежной и отечественной литературы рассмотрен генезис и основные подходы к толкованию сущности кластера, выделяются родовые и видовые признаки кластера, определена авторская позиция, приведен пример кластеризации гостиничных предприятий АР Крым.

**Ключевые слова:** кластер, кластерное образование, кластеризация, производственный кластер, региональный кластер, межотраслевая кластеризация

**Постановка проблемы.** Возникновение и бурный рост популярности концепции производственных систем на основе кластеров в 80-90 гг. XX века стал объективным отражением необходимости построения принципиально новых форм ведения бизнеса, связанных с развитием партнерских отношений, аутсорсинга, различных видов вертикальных и горизонтальных маркетинговых систем. Сегодня об актуальности темы может свидетельствовать хотя бы то, что в сети Интернет на слово «Кластер» только на русскоязычных сайтах можно найти несколько миллионов документов, а запросы по этой теме превышают несколько тысяч. Отсюда и различные подходы к определению кластера, отсутствие однозначных критериев к его выделению и нередко отнесение к кластеру в целом лишь одного из его видов. В частности распространенным является представление о концепции производственного кластера как социального института, основанного на согласовании интересов и сотрудничестве различных предприятий в противовес их конкуренции, слияниям и поглощениям вместо конкурентно-индивидуалистической парадигмы. Такая концепция реализовывалась в научно-производственных объединениях (НПО), получивших развитие в конце XX в., в частности в бывшем Советском Союзе, а также в научно-производственных и технологических парках, распространенных во многих развитых странах, в транснациональных компаниях (ТНК) и др. Такой подход делает понятие «кластер» синонимичным понятию «объединение», что очевидно не соответствует подлинным задачам кластеризации.

**Цель** статьи состоит в том, чтобы на основе генезиса теории кластерных образований и тенденций их развития уточнить концептуальный подход к понятийно-категориальному аппарату данной проблемы.

**Актуальность проблемы.** В экономике Украины, формирующей уже более 20 лет рыночные отношения, все больший размах принимает конкуренция, дотоле фактически не известная отечественным предприятиям и потому оказавшаяся не под силу многим начинающим предпринимателям, основывающим свои бизнес-стратегии на самостоятельном развитии. В условиях же тенденции глобализации, характерной для мирового рынка, наиболее конкурентоспособными оказываются

объединения усилий отдельных производств, принимающие различные формы: трестов, синдикатов, концернов, альянсов, ассоциаций, финансово-промышленных групп (ФПГ), акционерных кампаний и т.п., отличительной особенностью которых является продвижение собственного дела, через достижение общего результата. В ряде случаев эти и все другие формы производственных объединений стали называть кластерами. При таком расширительном понимании кластера размывается его сущность и сам смысл определения, а значит, и его применения. Актуальность выявленной проблемы и необходимость углубленного изучения отдельных ее элементов, обусловили постановку цели и основных задач исследования.

**Анализ публикаций по теме исследования.** В экономике кластер рассматривается в основном в двух ипостасях: как объединение элементов в подобные, сопоставимые группы (их выявление или формирование) и как метод анализа групповых объединений. К каждому из этих вариантов в научной литературе имеются различные концептуальные подходы (табл. 1).

Таблица 1

Подборка некоторых определений кластера

№ п/п	Определение	Источник
1.	Кластер – совокупность однородных элементов, идентичных объектов, образующих группу единиц	Райзберг Б.А. Современный экономический словарь / Б.А.Райзберг, Л.Ш.Лозовский, Е.Б.Стародубцева. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
2.	Кластер (от англ. cluster — рой, скопление) – компактная группа связанных друг с другом атомов, молекул или ионов, которая обладает свойствами, отличными от свойств составляющих ее элементов	Электронный энциклопедический словарь нанотехнологий [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://dic.academic.ru/dic.nsf/">http://dic.academic.ru/dic.nsf/</a>
3.	Кластер – сконцентрированная на некоторой территории группа взаимосвязанных компаний: поставщиков оборудования, комплектующих и специализированных услуг; инфраструктуры; научно-исследовательских институтов; ВУЗов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества отдельных компаний и кластера в целом	Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki/">http://ru.wikipedia.org/wiki/</a>
4.	Кластер – объединение в систему однородных единиц. При этом данная система может считаться самостоятельным элементом, обладающим определенными свойствами	Электронный словарь [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://www.businessvoc.ru/">http://www.businessvoc.ru/</a>
5.	Кластер – группа объектов, выделенная с помощью одного из методов анализа кластерного по формальному критерию их близости друг к другу. При таком анализе переменных – группа переменных, выделенных по критерию высокой корреляции друг с другом. Структурная часть генеральной совокупности, выделяемая при построении выборки кластерной (гнездовой). Может обследоваться полностью, если выборка является серийной, или выборочно	А.А. Грицанов. Социология: Энциклопедия / Сост. А.А. Грицанов, В.Л. Абушенко, Г.М. Евелькин, Г.Н. Соколова, О.В. Терещенко. – Минск: Книжный Дом, 2003. — 1312 с.

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ  
КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

Продолжение таблицы 1

6.	Кластеры - это географически близкие группы взаимосвязанных компаний и ассоциированных учреждений в отдельной отрасли, которые связаны общими технологиями и навыками. Это сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных компаний, специализированных поставщиков, поставщиков услуг, фирм в соответствующих отраслях, а также связанных с их деятельностью организаций в определенных областях, конкурирующих, но вместе с тем и ведущих совместную работу	Портер М. Международная конкуренция / Портер М. - М.: Междунар. отношения, 1993. С. – 51
7.	Кластер – это система взаимосвязанных технологической и территориальной общностью предприятий, организаций, инфраструктуры объектов, финансовых институтов, научно-исследовательских, внедренческих и инвестиционных фирм, обеспечивающая оптимальное функционирование всех структурных элементов на основе инновационных продуктов и технологий	Дукова Д. Инновационный кластер. Начинает Одесский регион / Д. Дукова // Вечерняя газета, 2010.- № 89 (9220) [Электронный ресурс] Режим доступа <a href="http://vo.od.ua/rubrics/ehkonomika-i-finansy/14494.php">http://vo.od.ua/rubrics/ehkonomika-i-finansy/14494.php</a>
8.	Кластер – это сеть поставщиков, производителей, потребителей, элементов промышленной инфраструктуры, исследовательских институтов, взаимозависимых в процессе создания дополнительной стоимости	Кластерный подход к экономическому развитию территорий / Практика экономического развития территорий: опыт ЕС и России / Я.Н. Дранев // КОМПАС промышленной реструктуризации. - 2001. - № 12, с. 32-36.
	Кластер – организационная форма региональных научно-производственных систем, создаваемых на условиях государственно-частного партнерства и совместного использования научного, образовательного, производственного, ресурсного, инфраструктурного потенциала, привлечения административных ресурсов в целях освоения новых технологий и повышения конкурентоспособности производимой продукции	Кластеры в региональной экономике [Электронный ресурс]: электронный журнал ВлГУ / А.С.Арсентьев. — 2007. — №18 (2). — Режим доступа: <a href="http://journal.vlsu.ru/index.php?id=842">http://journal.vlsu.ru/index.php?id=842</a>
9.	Кластер географическая концентрация подобных, смежных или дополнительных предприятий с активными каналами для бизнес транзакций, коммуникаций и диалога, которые имеют общую специализированную инфраструктуру, рабочие рынки и услуги, и общие возможности или проблемы	Пособие по кластерному развитию. [Электронный ресурс] – Режим доступа к журн.: <a href="http://www.docme.ru/doc/1696/smeua_cluster_hanbook_rus-ukrain">http://www.docme.ru/doc/1696/smeua_cluster_hanbook_rus-ukrain</a>
10.	Кластер – концентрация подобных или дополнительных предприятий с активными каналами для бизнес-транзакций, коммуникаций и диалога, которые разделяют специализированную инфраструктуру, рабочие рынки и услуги, и имеют общие возможности или угрозы	Кластеры и кластерные стратегии в развитии экономики региона [Электронный ресурс] : электронный журнал / Е.В. Маркушина // Проблемы современной экономики. — 2009. — № 2 (34). — Режим доступа <a href="http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=27517">http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=27517</a> .

Продолжение таблицы 1

11.	Кластер – группа сконцентрированных по географическому признаку взаимосвязанных компаний (производителей, поставщиков, потребителей), научно-исследовательских учреждений, образовательных организаций, местных органов государственной власти, инфраструктурных элементов, которые взаимодействуют, взаимообуславливают и взаимодополняют друг друга, обеспечивая на конкурентной основе синергетический эффект региональной агломерации	Стеблякова М. Кластерный подход к решению проблемы модернизации экономики: системный и социальный аспекты / М.Стеблякова / Человек и труд. - 2010. - № 3.
12.	Кластер – территориально локализованная, обособленная в отрасли группа предприятий, сочетающая формальную самостоятельность и внутреннюю конкуренцию с кооперацией, наличием единого центра и системы сервисных услуг, цель функционирования которой заключается в реализации наиболее эффективным способом ключевых компетенций территории присутствия и достижения синергетических эффектов от взаимосвязанного и взаимодополняющего функционирования	К вопросу о формировании инновационных кластеров в региональной экономике // Научный вестник . – 2010. – № 2(11)
	Кластер – это тенденция фирм из родственной сферы бизнеса концентрироваться по географическому признаку. Кластер или сетевая промышленная группа – это группа близких географически взаимодействующих комплексов и сотрудничающих с ними организаций, совместно действующих в определенном виде бизнеса и характеризующихся общностью направлений деятельности и взаимодополняющих друг друга	Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры / С.И. Соколенко // Украинский контекст. – К.: Логос, 2002. – 645 с.
13.	Кластер – это группа расположенных на территории поселения или вблизи него взаимосвязанных предприятий и организаций, взаимодополняющих и усиливающих преимущества друг друга	Илларионов А.Е. Стратегические кластеры в муниципальной экономике / А.Е. Илларионов. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: /http://www.vlsu.ru/
14.	Под экономическим кластером ... будем понимать структуру предприятий, объединенных едиными материальными, финансовыми и информационными потоками. ... Кластеры не имеют четких границ. Они все время находятся в движении. Основная конкуренция на глобальных рынках происходит через формирование структур эффективных кластеров	Никольский Ю.А. Понятие экономического кластера / Ю.А. Никольский. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: /http://4plus5.ru
15.	Кластер – сеть независимых производителей и сервисных фирм, включая их поставщиков, а также – создателей технологий и ноу-хау (университеты, НИИ, инжиниринговые центры), связующих их рыночных институтов (брокеры, консультанты) и потребителей, взаимодействующих между собой в рамках единой цепочки добавленной стоимости	Афанасьев М. Мировая конкуренция и кластеризация экономики / Афанасьев М., Мясникова Л. // Вопросы экономики. – 2005. – №4. – С. 75-86.

Важным в экономике локализации Маршалла А. является то, что все формы и виды коммерческой деятельности принадлежат к одному сектору

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

---

промышленности и близость фирм увеличивает инновационные возможности всех индустрий данной местности [1]. Таким образом, одним из прототипов кластерной теории можно считать тезис Маршалла о локализованной промышленности – концентрации специализированных отраслей в отдельных местностях.

В начале 80-х годов XX в. Пол Ромер разработал теорию, показывающую роль производства знаний в экономическом развитии, доказав преимущество кластерной модели при создании наукоемких высоких технологий.

Понятие «кластер» по отношению к отраслям и компаниям было введено в научный оборот Портером М. в 1990 году в рамках его концепции «национального ромба» (рис. 1).

Концепция раскрывает четыре главных свойства экономики, формирующие конкурентную сферу действия изучаемой единицы. По утверждению Портера М., при формировании кластера возникает взаимная поддержка всех отраслей внутри созданного образования. В «национальном ромбе» им отражена система детерминантов, которые, находясь во взаимосвязи и взаимодействии, создают благоприятную или неблагоприятную среду для реализации возможных конкурентных преимуществ государства. Как подчеркивает автор концепции «национального ромба», при образовании определенного рода агломерации наибольшего эффекта удастся добиться тем компаниям, которые определяют уровень развития не одной отрасли, а группы отраслей, формируя межотраслевые кластеры. В этом заключается сущность методологического подхода к кластерному образованию Портера. При этом Портер М. определял кластер как географическую группу взаимозависимых компаний и ассоциированных с ними институтов в определенной отрасли, которые связаны общими целями и дополняют один другого [2].

В дальнейшем проблемой формирования и функционирования кластеров занимались многие исследователи: Арженовский И.В., Битунов В.В., Брижань И., Бурак П.И., Бухвальд Е.М., Воронов А.А., Виленский А.В., Гасслер Х., Гранберг А.Г., Дахмен Е., Дранев Л.Н., В.В. Кистанов, Е. Лимер, М.Б. Мазанова, А.А. Мигранян, Ю.А. Морозов, А.А. Пилипенко, Раммер С., Соколенко С. И, Солье Д., Сторпер М., Толенадо И., Фельдман Ф., Ферова И.С., Чевганова В., Чистяков Е.Г., Энрайт М.и др.

Вслед за Портером М. многие исследователи к отличительному признаку кластерного образования относят его территориальную (географическую) локализованность. Так по утверждению Чевгановой В.и Брижань И., «концепция кластера создает новую картину национальных, региональных и локальных экономических конфигураций и объясняет, какие новые задачи появляются у предприятий, правительств и других учреждений. Существование кластеров показывает, что конкурентные преимущества не обязательно появляются у какого-либо отдельного предприятия или отрасли, а зависят от местонахождения его деловых единиц» [3].

К одной из теоретических основ развития кластерных образований относят концепцию «полюса конкурентоспособности», зародившуюся во Франции, в

основе которой лежит повышение инновационной составляющей экономики. Данная концепция объединяет в пределах какой-либо территории производственные ячейки любых размеров, исследовательские лаборатории, учебные заведения и предприятия сферы услуг для развития синергетики и отношений сотрудничества. При этом, могут привлекаться и другие партнеры, например, государственные органы, как национальные, так и местные. Характерной чертой данного концептуального направления можно считать роль и место государства в процессе кластерообразования. Государство в данной концепции выступает партнером, помощником в развитии производственных, культурных, рекреационных связей.

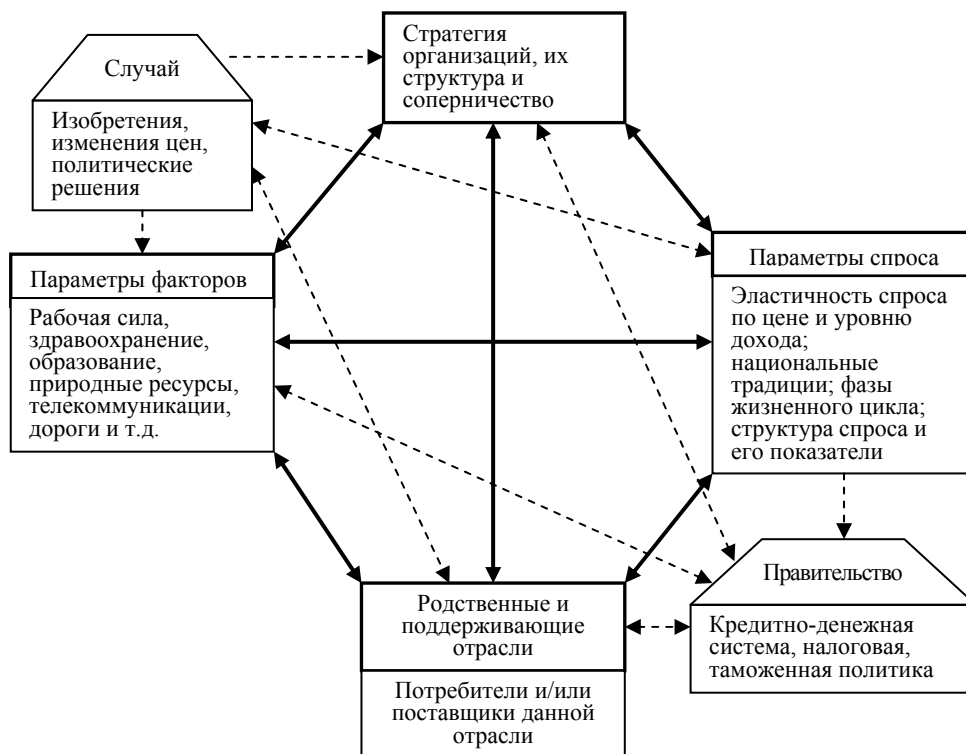


Рис. 1. Детерминанты конкурентоспособности («национальный ромб» по М.Портеру)

Под полюсом конкурентоспособности подразумевается индустриально-технологический комплекс, ограниченный географическими пределами. На определенной территории над каким-то общим проектом, отвечающим требованиям инновационного развития, работают вместе предприятие или группа предприятий, центр обучения и повышения квалификации и исследовательский центр (государственный или частный). Это партнерское объединение должно функционировать в определенной технологической и научной области и ориентироваться на конкретный сегмент рынка. Цель заключается в том, чтобы



## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

---

«полюс» набрал достаточную «критическую массу», повысил производительность и стал полноценной конкурентоспособной единицей на международной арене [4].

Существует также эпистемотехнологический подход к образованию кластеров. Центральным моментом формирования кластера при этом подходе является не просто территориально-географическое сближение, резиденциальное объединение производств нескольких разных отраслей, между которыми возможны синергия и взаимно функциональные отношения (по типу поставщик-потребитель, разработка смежных решений и т.д.). Задача состоит в том, чтобы довести ряд принципиально новых лабораторных технологий, действие которых основано на новых физических принципах и эффектах до новых систем деятельности и практики. На основе сформировавшихся новых систем деятельности и практики возможно перевооружение всего массива отраслей предшествующего техно-промышленного уклада [5].

Таким образом, основными признаками кластера в научной литературе, определены: 1. Объединение производственных единиц в какой-либо комплекс;

2. Географическая локализованность;

3. Инновационность;

4. Высокая степень конкурентоспособности.

Но являются ли указанные признаки идентифицирующими кластер как специфическую экономическую категорию? Совершенно очевидно, что не являются.

Во-первых, объединения предприятий в зависимости от их формы, типа, вида отнесены в экономике к определенным категориям: товарищества, общества, ассоциации, объединения, корпорации и т.п.

Во-вторых, они далеко не всегда имеют географическую локализованность. Указываемые Портером М. межотраслевые кластеры могут не концентрироваться на отдельной территории.

В-третьих, инновационность, свойственна самым разным экономическим объектам и может не являться отличительным признаком образования, относимого к кластеру. Это же относится и к четвертому признаку, поскольку любая группа производственных единиц и отдельно взятый субъект хозяйствования имеют определенную конкурентную позицию, объективно высокую с точки зрения тех или иных рассуждений.

В связи с этим для определения понимания кластера в экономике считаем необходимым обратиться к родовому определению кластера, пришедшего из математики, с понимаем его как группы объектов с подобными (идентичными) свойствами, как соединение двух и более относительно однородных объектов какой-либо связью.

В астрономии – это группа звезд, связанных друг с другом силами гравитации; в лингвистике – группа близких языков или диалектов; в ядерной физике кластерами называют коррелированные группы элементарных частиц; в информационных технологиях Грегори Пфистер определил кластер как группу компьютеров, объединенных высокоскоростными каналами связи и

представляющую, с точки зрения пользователя, единый аппаратный ресурс; в химии и материаловедении под кластерами чаще всего имеют в виду одно из промежуточных по размерам состояний вещества между атомом (молекулой, ионом) и твердым телом (наночастицей).

Отсюда и в экономике в самом общем плане кластеризацию следует понимать как объединение однородных субстанций в некое единство (кластер), смысл которого проявляется в свойстве целостности, характеризуемой новыми качествами и свойствами, не присущими отдельным частям (элементам), но возникающим в результате их взаимодействия в определенной системе связей. Кластер выступает как звено определенного рода цепи производственных, научно-технических, инновационных и других единиц, система которых дает синергию. Исходя из этого положения, есть смысл говорить о кластерных системах, как экономической категории, где кластер выступает как элемент, часть целого. Сегодня понятие кластерных систем применяется по отношению к информационным технологиям в широком диапазоне: от расчетов, анализа данных до создания системы управления базами данных. Процесс формирования кластерной системы применительно к экономике можно представить графически (рис. 2).

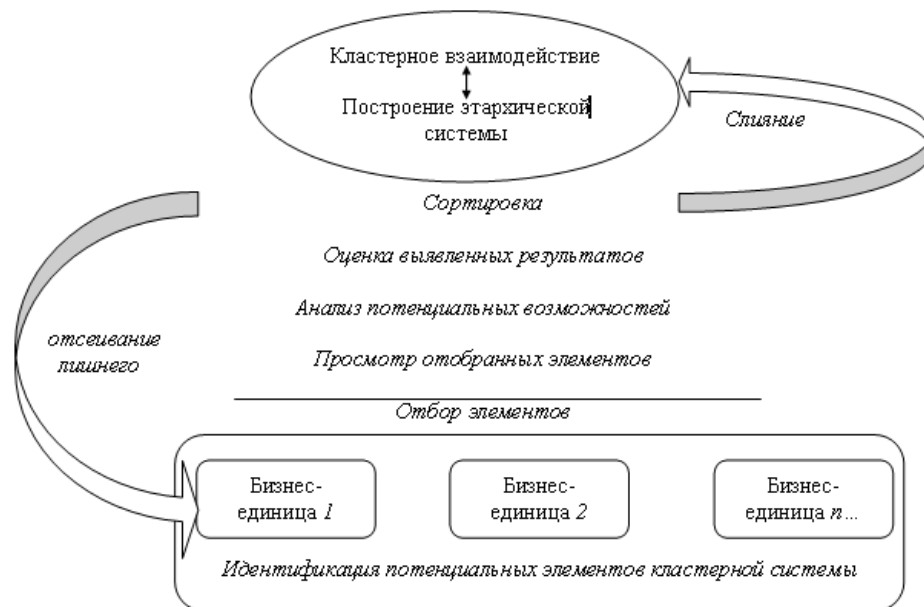


Рис. 2. Процесс формирования кластерной системы

Сущность кластеризации состоит в выделении из множества объектов одной природы некоторого количества относительно однородных групп – сегментов или кластеров. Объекты распределяются по группам таким образом, чтобы внутригрупповые отличия были минимальными, а межгрупповые –

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

максимальными. По сути это задача многомерной классификации данных. Так в маркетинге сегментация рынка по потребителям по существу является кластеризацией, т.е. процессом выделения групп покупателей по их потребительским предпочтениям.

Определенным понятие кластера становится, если рассматривать его не как единичный объект объединенных элементов, а в системе сопоставительного анализа. Кластерный анализ предназначен для разбиения совокупности объектов на однородные группы (кластеры или классы), где кластер приобретает смысл лишь в сопоставлении с другими аналогичными группировками по тем или иным критериям. Так, нами при исследовании эффективности деятельности гостиничных предприятий АР Крым они были объединены в региональные кластеры (по 25 административным зонам), интегральную оценку которых проводили по 9 показателям: количество гостиничных предприятий, суммарная в регионе емкость средств размещения, количество гостиничных номеров и их общая площадь, количество принятых туристов и общее время их пребывания, полученные доходы, произведенные операционные затраты и балансовая стоимость основных фондов. В целях сопоставимости данных нормирование осуществлялось путем деления абсолютного значения признака для административного района на значение этого же признака в целом по Крыму. В результате построили гистограмму (рис. 3), позволившую наглядно сопоставить параметры функционирования гостиничных предприятий по административным районам.

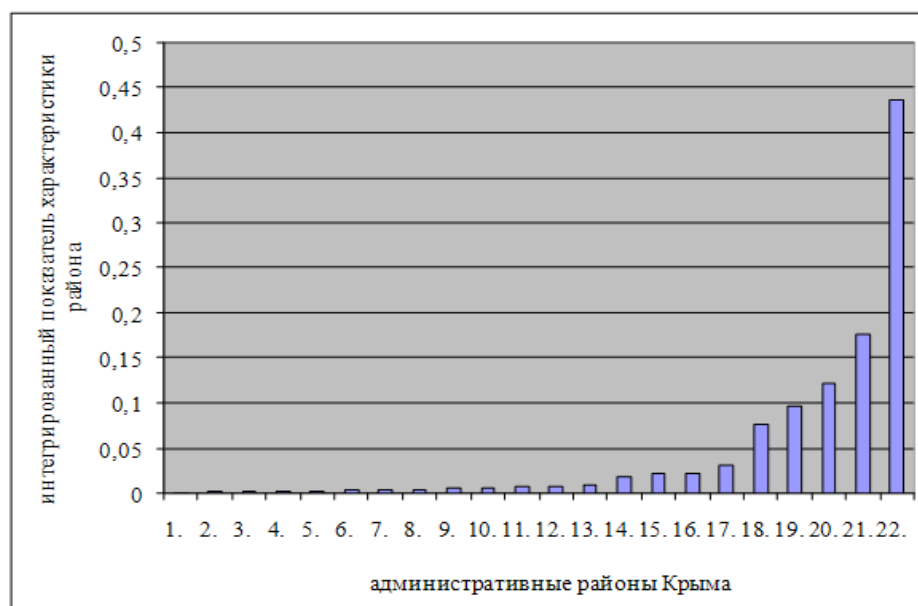


Рис. 3. Распределение районов по интегрированному показателю, характеризующему деятельность регионов АР Крым по предоставлению гостиничных услуг в 2004 г.

Расположение районов: 1 – Симферопольский р-н, 2 – Красногвардейский р-н, 3 – Нижнегорский р-н, 4 – Раздольненский р-н, 5 – Сакский р-н, 6 – г. Армянск, 7 – Первомайский р-н, 8 – Кировский р-н, 9 – г. Саки, 10 – Белогорский р-н, 11 – г. Джанкой, 12 – г. Красноперекоск, 13 – Черноморский р-н, 14 – Бахчисарайский р-н, 15 – г. Керчь, 16 – Советский р-н, 17 – г. Судак, 18 – г. Евпатория, 19 – г. Феодосия, 20 – г. Алушта, 21 – г. Симферополь, 22 – г. Ялта

Логическим продолжением стало построение дендограммы (рис. 4) для наглядного определения степени сходства районов по всем показателям и выделения группировок (кластеров) административно-хозяйственных единиц. Как видно из рисунка, возникновение региональных кластеров по признаку интегрированного показателя эффективности предоставления гостиничных услуг отнюдь не обязательно связано с географическим положением. Например, в кластеры объединяются Евпатория и Алушта, Бахчисарайский район и г. Керчь и т.д.

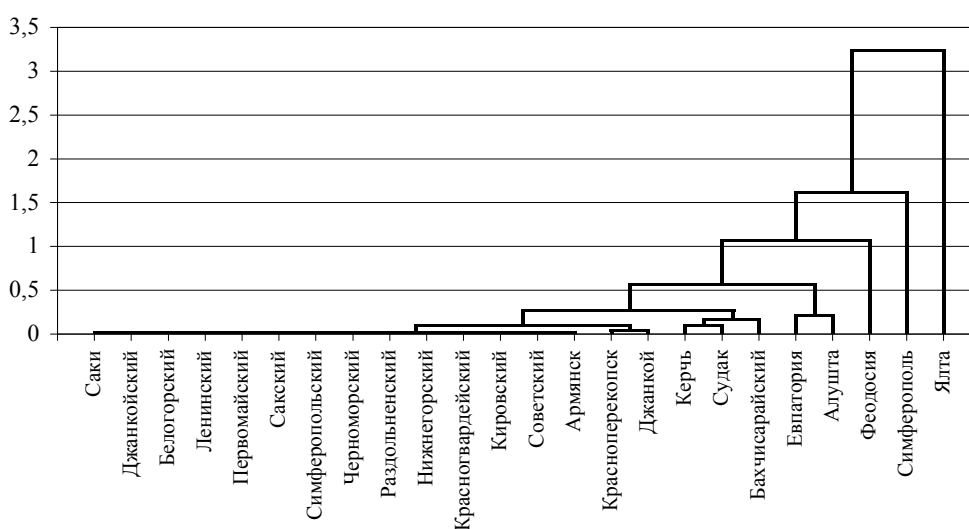


Рис. 4. Дендограмма сходства районов Крыма по функционированию гостиничных предприятий в 2004 г.

Процесс кластеризации может возникать объективно на основе рыночных, межотраслевых взаимосвязей (например, туристские потоки и транспорт; овцеводство и текстиль и т.п.), а может быть искусственным, когда для целенаправленного взаимодействия формируется кластер того или иного назначения (например, научно-технические парки, гостиничная цепь и др.). В первом случае кластеры можно выявлять для экономического анализа и регулирующего воздействия, а во втором – они формируются как новые экономические образования. И в том и другом случае цель состоит в повышении

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ  
КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

эффективности и конкурентоспособности экономической деятельности. Кроме того, кластеризация как процесс может включать компоненту государственного регулирования, а иногда можно говорить и о государственной кластеризации.

Различие определений, даваемых кластеру, чаще всего связано с тем, что то или иное определение касается лишь какого-то вида кластера. Так, например, определение Портера касается производственных кластеров в довольно пространственных границах. По этому определению к кластеру можно отнести и отдельное предприятие, объединяющее в себе различные подразделения, и группу предприятий, а также группу отраслей. Совершенно очевидно, что это различные по своим свойствам виды кластеров. Определение кластера можно дифференцировать по самым различным признакам (табл. 2).

Таблица 2

Дифференцирование некоторых определений кластера по различным признакам

№ п/п	Признак	Определение	Источник
1.	Кластерная политика	Комплекс мероприятий, который может способствовать решению главной задачи: повышению конкурентоспособности экономики через развитие высокотехнологичных рынков, повышение инновационности различных отраслей экономики, в том числе и оборонного назначения, стимулирование инициативы, активизации взаимодействия между государством, бизнесом и научным сообществом	Бирюков А.В. Кластерная политика как фактор повышения конкурентоспособности предприятий оборонных отраслей промышленности / А.В. Бирюков // Транспортное дело России. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://www.morvesti.ru/archiveTDR/element.php?IBLOCK_ID=66&amp;SECTION_ID=1389&amp;ELEMENT_ID=4783">http://www.morvesti.ru/archiveTDR/element.php?IBLOCK_ID=66&amp;SECTION_ID=1389&amp;ELEMENT_ID=4783</a>
2.	Кластеризация	Способ организации производительной системы, характеризующейся географической концентрацией экономических единиц и других организаций, специализирующихся в общей области деятельности, развивающих взаимосвязи рыночной и нерыночной природы и делающих вклад в инновации, собственную конкурентоспособность и конкурентоспособность соответствующих территорий	Nesta L., Patel P., Arundel A. Background Paper on Methods for Cluster Analysis for the Trend Chart Policy Workshop «Innovative Hot Spots in Europe: Policies to promote trans-border clusters of creative activity». – Luxembourg, 2003. – 33 p.
3.	Кластерный анализ	Это многомерная статистическая процедура, выполняющая сбор данных, содержащих информацию о выборке объектов, и затем упорядочивающая объекты в сравнительно однородные группы (кластеры)	Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://ru.wikipedia.org/wiki">http://ru.wikipedia.org/wiki</a>

Продолжение таблицы 2

4.	Промышленный кластер	Группа коммерческих предприятий и некоммерческих организаций, для которых членство в группе является важным элементом индивидуальной конкурентоспособности каждого участника	Броншпак Г.К. Модель Леонтьева в микроэкономике: стратегия управления деятельностью кластера молочного профиля / Г.К. Броншпак, С.И.Чернышов // монография – Режим доступа: <a href="http://www.ttr.com.ua/images/362.pdf">http://www.ttr.com.ua/images/362.pdf</a>
5.	Кластерные инициативы	Как отдельные, так и совместные организованные усилия кластерных фирм, правительственных, образовательных и исследовательских организаций, направленные на увеличение роста и конкурентоспособности конкретного кластера на определенной территории	Официальный сайт компании Регионально будущее [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://regclusters.ru/">http://regclusters.ru/</a>
6.	Межотраслевой кластер	неформальное объединение отраслевых и смежных организаций, способных к взаимному усилению конкурентных преимуществ независимо от их местонахождения в условиях транснационализации производства и глобализации. Проект создания межотраслевого кластера предполагает использование не только привычных принципов иерархического управления, но и этархического, в основе которого лежит процесс координации всех участников кластерного образования	Рубинштейн Е.И. Этархическая система управления в межотраслевом кластере / Е.И.Рубинштейн, В.А.Наумов // Региональная экономика: теория и практика. – 2007. - № 2(41).
7.	Региональный кластер	регионально ограниченные объединения вокруг научного или промышленного центра	Четырбок Н.П. Кластерная политика как метод активизации инновационных процессов в регионах // Н.П. Четырбок [Научно-инновационная политика в регионах Беларуси. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <a href="http://belisa.org.by/ru/izd/other/Gr2005/r33_gr2005.html">http://belisa.org.by/ru/izd/other/Gr2005/r33_gr2005.html</a>
8.	Вертикальный кластер	объединения внутри одного производственного процесса, например, цепочка «поставщик – производитель – сбытовик – клиент	- // -
9.	Горизонтальный кластер	объединение различных отраслей промышленности в один мегакластер, например, «химический кластер» или «агропромышленный кластер»	- // -
10.	Кластерный подход	объединение для достижения общей цели самых разных структур - от вуза и органов власти до академического и бизнес-сообщества	О. Шевцов. Традиции и инновации / О. Шевцов // Будни. – 2007 г. - № 2

## **ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

---

Кроме того, кластеры можно классифицировать по множеству признаков, таких как: масштаб, способ образования, географическое положение, назначение, емкость затрат (научеёмкие, капиталеёмкие, энергоеёмкие и др.). Также к классификационным признакам можно отнести: степень влияния государственных органов на кластерное образование (уровень государственного регулирования), содержание деятельности кластера (производственный процесс), вовлечение в процесс производства инноваций и т.д.

### **Выводы.**

1. Анализ приведенных в экономической научной литературе определений кластера показывает, что в большинстве из них дается односторонняя характеристика какого-либо вида кластера с выделением не основных детерминирующих признаков родового понятия, характеристика которого в четкой дефиниции пока отсутствует.

2. Кластер можно идентифицировать как группу относительно однородных по содержанию, функциям или иным характерным признакам или связям, взаимозависимых двух или более элементов, целостность которой по принципу синергии создает новое качество, проявляющееся в сопоставлении с другими подобными формированиями (кластерами).

3. Многообразие различных определений кластера свидетельствует о видовом многообразии кластерных образований, систематизация которых еще требует выполнения определенных исследований.

### **Список литературы**

1. Marshall A. Principles of Economics. Variorum edition overseen by C.Guillebaud. L.: MacMillan Press, 1961. — 450 p.
2. Porter M.E. Clusters and the New Economics of Competition / M.E. Porter // Harvard Business Review. — 1998. — Issue 6, Vol. 76. — P. 72-84.
3. Чевганова В. Кластеры и их экономическое значение / В.Чевганова, И.Брижань // Экономика Украины. — 2002. — № 11. — С. 35.
4. Стратегия полюсов: регионы повышают конкурентоспособность страны [Электронный ресурс] // AllDocs - коллекция электронных журналов. — Режим доступа: <http://www.alldocs.ru/download/index.php?id=3731>
5. Громько Ю.В. Что такое кластеры и как их создавать / Громько Ю.В. [Электронный ресурс] // Электронный журнал «Альманах «Восток» — Режим доступа: [http://www.situation.ru/app/j\\_art\\_1178.htm](http://www.situation.ru/app/j_art_1178.htm)
6. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт / [авт.-сост С.Ф. Пяткин, Т.П. Быкова]. — Минск: Тесей, 2008. — 72 с.
7. Подсолонко М. В. Происхождение кластерных инициатив в Украине / М. В. Подсолонко [Сборник научных трудов «Вестник национального технического университета «ХПИ» / Национальный технический университет «ХПИ»]. — Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. — № 18. — С. 12-15. — (Тематический выпуск: Технический прогресс и эффективность производства).
8. Подсолонко М.В. Государственное регулирование развития кластеров в Украине / М. В. Подсолонко, Е.Г. Басиладзе // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 3, Т. 1 (129). Економічні науки. — С. 34-39.
9. Стеблякова М. Кластерный подход к решению проблемы модернизации экономики: системный и социальный аспекты / М. Стеблякова / Человек и труд. — 2010. — № 3.
10. НПО: формирование, развитие, эффективность / Ф.М.Русинов, В.А.Покровский, В.И.Бусов и др. — М.: Экономика, 1981. — 263 с.

11. Весманов С.Б. Параллельно-последовательный метод планирования научно-исследовательских, конструкторских и производственных работ в НПО / С.Б. Весманов // Вопросы оценки эффективности научных исследований, разработок и новой техники. – 1984. – С. 31-35.
12. Экономика и управление в отраслевых НТО: [справочное пособие] / [П.Н. Завлин, А.К. Казанцев, Л.С. Бляхман, В.С. Кабаков и др.]; под ред. П.Н. Завлина, А.Н. Казанцева. – М.: Экономика, 1990. – 447 с.
13. Бузни А.Н. Инновационная стратегия в научных организациях / А.Н. Бузни – К.: Нива, 1998. – 167 с.
14. Coase R. The Nature of the Firm / R Coase // *Economica*. – 1937. – Vol. 4, No. 16. – P. 386-405.
15. Tolenado J.A. Propis des Filieres Industrielles / J.A. Tolenado // *Revue d'Economie Industrielle*. – 1978. – V.6, № 4. – P. 149-158.
16. Soulie D. Filieres de Production et Integration Vertical / D. Soulie // *Annales des Mines*. – Janvier 1989. – P. 21–28.
17. Рубинштейн Е.И. Этархическая система управления в межотраслевом кластере / Е.И. Рубинштейн, В.А. Наумов // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2007. – № 2(41). – 23 с
18. Турганбаев Е.М. Идентификация региональных индустриальных кластеров и оценка их структурного воздействия на экономику региона (на примере ВКО) / Е.М. Турганбаев, М.В. Козлова // *Управление большими системами*. – 2009. – Вып. 25. – С. 139-178.
19. Соколенко С.И. Производственные системы глобализации: сети, альянсы, партнерства, кластеры: Украинский контекст: [монография] / С.И. Соколенко. – К.: Логос, 2002. – 645 с.
20. Апраушева Н.Н. Новый подход к обнаружению кластеров: научное издание / А.Н.Апраушева. – М.: ВЦРАН, 1993. – 632 с.
21. Пилипенко А.А. Стратегія розвитку кластерно-сітьових структур / А.А.Пилипенко // Теория и практика предпринимательской деятельности: материалы международной научно-практической конференции / Министерство образования и науки Украины, ТНУ им. В.И.Вернадского, Харьк. нац. экон. ун-т «Теория и практика предпринимательской деятельности», межд. н.-пр. конф. учёных и специалистов (окт. 2006 г.; Симферополь) – Симферополь: ТНУ, 2006. – С. 186-188.
22. Каніщенко Н. Г. Інституціональні засади розвитку кластерних систем / Н.Г. Каніщенко // Теоретичні та прикладні питання економіки: зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, Київ. Нац. ун-т ім. Т.Шевченка, ін.-т конкурент. сусп.-ва; відп. ред.. А. В.Шегда. – К.: ВПЦ „Київський університет”, 2003. – Вип. 16. – 2008. – 326 с.
23. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации: Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры / С.И. Соколенко // Украинский контекст. – К.: Логос, 2002. – 645 с.
24. Броншпак Г.К. Модель Леонтьева в микроэкономике: стратегия управления деятельностью кластера молочного профиля / Г.К. Броншпак, С.И. Чернышов // монография – Режим доступа: <http://www.ttr.com.ua/images/362.pdf>

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Бузни А.М. Теоретико-методологічні підходи до ідентифікації кластера і диференціації його видів / А.М. Бузни, Н.О. Доценко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 3-17.**

У представленому аналітичному огляді закордонної і вітчизняної літератури розглянуті генезис і основні підходи до тлумачення сутності кластера, виділяються родові і видові ознаки кластера, визначена авторська позиція, приведений приклад кластеризації готельних підприємств АР Крим.

**Ключові слова:** кластер, кластерне утворення, кластеризація, виробничий кластер, регіональний кластер, міжгалузєва кластеризація

**Buzni A.N. Theoretical and methodological approaches to cluster identification and differentiation of cluster types. /A.N. Buzni, N.A. Dotsenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 3-17.**

In the present analytical review of foreign and domestic literature the genesis and the main approaches to the interpretation of the essence of a cluster are discussed, generic features and species of the cluster are



**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ИДЕНТИФИКАЦИИ  
КЛАСТЕРА И ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ ЕГО ВИДОВ**

---

distinguished, and supported by the author's position. Clustering of the Crimea hotel enterprises is given for example.

**Keywords:** cluster, cluster formation, clustering, industrial cluster, regional cluster, inter-industry clustering.

УДК 338.48

## ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА

*Дихтярь А.И.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: dadicy@i.ua*

Анализируются, отвечающие мировым вызовам и национальным интересам, проблемы приоритетного развития индустрии туризма в Украине и АР Крым.

**Ключевые слова:** информация, тенденции, инновации, управление знаниями

**Постановка и анализ проблемы.** Мировое сообщество вступило в новый период своего развития, характеризующийся нестабильностью и возможностью перерастания рисков глобальных в социальные кризисы. Модели мировой динамики показывают, что предшествующая траектория развития теряет устойчивость: человечество уже живет «не по средствам», потребляя ежегодно углеводородов больше, чем природа создавала за 2 миллиона лет. Тем не менее, синергетический подход к развитию доказывает, что решения и действия, предпринятые в нужное время, могут изменить будущее системы, ее судьбу.

По прогнозу ВТО, к 2020 году количество международных туристических прибытий достигнет 1,6 млрд. человек, а наибольшее значение в мировой торговле услугами будут иметь туризм и транспорт.

Принятая «Стратегия экономического и социального развития Крыма на 2011-2020гг.» за счет концентрации и эффективного использования основных ресурсов территории нацелена на амбициозные для Крыма цели достижения социально-экономического лидерства в Черноморском регионе, наращивание социального и культурного капитала и актуализации интеллектуального потенциала населения, обеспечивающие повышение уровня и качества его жизни.

Исходя из этого, **целью исследования** является анализ новых задач и туристических возможностей ребрендинга Крыма в процессе посткризисной модернизации Украины.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Мировая экономика постепенно восстанавливается, но риски нового падения в пучину кризиса все еще остаются. Ответственность за стабильность в мире, во многом, лежит на странах BRICS как локомотиве мирового развития. Происходящие глобальные трансформации взаимосвязаны благодаря трем основным факторам, определяющим процесс изменений, – демографическим сдвигам, изменению расстановки сил на мировой арене и революционным инновациям. В мире постоянно растет потребность в инновационно мыслящих кадрах. Социологический институт Гэллага ключевыми факторами качества жизни определяет функционирование законов, доступность продовольствия и жилья, развивающуюся инфраструктуру и занятость полный рабочий день. Украина в очередной раз подтвердила свой выбор в пользу европейской интеграции и стремления приблизиться к европейским стандартам жизни. Главная

стратегическая задача Украины и Крыма – «европеизация» населения через инновационное развитие и экологизацию экономики, ИКТ-компетенции, толерантность и развитие социально-культурного потенциала населения [1]. В международных бизнес-рейтингах Украина держится за счет большого количества рабочей силы и потенциальных потребителей.

Верховная Рада Украины намерена информационно усилить туристическую индустрию внесением изменений в Закон "О туризме", где предлагается дополнить функции государства по регулированию в сфере туризма заданиями по информационному обеспечению отечественной туристической отрасли и формированию имидж Украины как привлекательной для туризма страны.

По официальным источникам, Украину в 2010 году посетили 21,1 млн. зарубежных туристов, что на 381 тыс. больше, чем в 2009 году. В связи с событиями в Египте в нынешнем году ожидается увеличение туристических потоков в Крым на 20%-30%, хотя лидером продолжит оставаться Турция, которая еще в 2002 году по числу отдыхающих находилась лишь на 17-м месте в мире. В 2009 году Турция поднялась на 7-е место. К 2023 году перед страной стоит цель привлекать на свои курорты ежегодно не менее 50 млн. туристов с доходом от сферы туризма в \$50 млрд. Согласно прогнозам Государственной службы туризма и курортов, летом 2011 года в Крыму ожидается на 20% больше туристов, чем в прошлом, в первую очередь, из-за притока гостей из России. Одновременно из-за увеличения тарифов на коммунальные услуги, специалисты прогнозируют рост цен и стоимости отдыха примерно на 10-15%.

**Изложение основных результатов исследования.** В мире происходят глубокие трансформационные процессы и качественные преобразования. Определенным тестом на способность решать задачи государственного масштаба, сопряженные с желанием интегрироваться в Европу, станет для Украины организация и проведение Евро-2012. Достижение этих целей требует консолидированных усилий не только внешнеполитического ведомства страны, но и существующей сегодня системы научных центров, институтов и фондов, которые занимались бы опережающим прогнозированием и моделированием ситуации на основных направлениях внешней политики. Особенно тех, где есть возможность наиболее полно реализовать потенциал страны и отстоять ее национальные интересы. Успешная сдача этого экзамена позволит Украине претендовать и на проведение зимней Олимпиады 2022г.

На законодательном уровне в Украине предусматривается формирование сети туристических информационных центров, создание банка данных туристических ресурсов и туристических продуктов, использование маркетинговых инструментов создания, позиционирования и продвижения туристического бренда Украины.

В докризисный период Украина мало внимания уделяла инновациям в целом и в туризме в частности, поскольку в экономике страны преобладали ориентированные на экспорт сырьевые отрасли. Экспортно-ориентированные отрасли Украины являются наиболее платежеспособными, но по своей природе менее требовательны к инновациям, поскольку их технологии относительно

стабильны, а продукция достаточно однообразная. На начало 2010 года в Украине более 270 тыс. патентов на изобретения и более 300 тыс. изобретений, не реализованных на практике. Малый и средний бизнес, которые в мировой практике считаются более инновационными, в Украине страдают не только от мирового экономического кризиса, но и от налогового давления. В частности, по данным Мирового банка, Украина занимает лишь 147 место среди 183 стран по критерию ведения бизнеса[2].

Туристский бизнес – это предпринимательская деятельность туристских предприятий как самостоятельных хозяйствующих субъектов, рискующих своим капиталом ради возможной прибыли. В условиях несовершенного правового поля предприниматель должен иметь возможность своевременно спрогнозировать пакет возможных рисков. Существенную нестабильность в планы предпринимателей вносит неизвестность относительно упрощенной системы налогообложения, определившая за месяц чуть ли не 50%-е сокращение процесса создания субъектов предпринимательства в Украине. Данный факт лишь подчеркивает актуальность квалифицированного менеджмента изменений и управления знаниями для обеспечения позитивного эффекта управленческих решений. Среди самых губительных для предпринимателей факторов исследователи называют громоздкую налоговую систему и высокий уровень бюрократии. А свои надежды связывают главным образом с количеством населения – это и потенциал потребительского рынка, и источник рабочей силы. Образование украинцев, их здоровье и готовность перенимать инновации социологи оценивают достаточно высоко.

В настоящее время в рамках проекта «Курс: Освіта» презентованы итоги работы пилотной группы в Крыму по созданию единого информационного портала и одновременно – информационного окна отчетности и контроля для образовательных учреждений.

Мир определяется с новой экономической моделью – не сырьевой, а информационной. Эксперты рекомендуют компаниям не экономить на повышении информационной защищенности. Количество вредоносных программ, предназначенных для кражи персональных данных, в 2010 году впервые превысило 100 тысяч, увеличившись за год на 87%. По сравнению с 2006 годом количество “тroyан-вирусов” возросло в 7,5 раз. Между тем сегодняшний дефицит IT-специалистов в Украине в 30% уже к 2015 году возрастет почти до 80% [3].

Украине еще предстоит совершить переход от пассивного созерцания к активному управлению информацией через компьютерную грамотность и ИКТ-компетенции, реализовав жизнеспособную, нацеленную на перспективу инновационную стратегию в качестве неотъемлемой составляющей национальных планов развития и стратегий преодоления бедности.

По результатам рейтинга World Economic Forum, отражающего степень ИКТ-развития и готовность их внедрения за 2010 год Украина по сравнению с прошлым годом опустилась на восемь пунктов, заняв 90-е место. Опыт лидеров (Швеции, Сингапура и Финляндии) показывает: для успешного развития ИКТ

необходимо создать условия, благоприятные для формирования и развития в стране инновационной системы. Ее важными составляющими являются прозрачные рыночные отношения, простые и понятные правила ведения бизнеса, свободный обмен информацией и доступ к Интернет, а также регуляторная система (включая защиту авторских прав), способствующая развитию инноваций и основного источника их финансирования – венчурного бизнеса.

Для туристических компаний пятого поколения характерны следующие черты:

- незначительная физическая структура с распределенными географически и объединенными сетями материальными активами и все возрастающим значением виртуальных или нематериальных активов (сайтов, электронных бирж, брендов);
- максимальное доверие ИКТ, ставших ядром корпоративной концепции и инструментом выполнения работы с существенным упрощением ее организации;
- мобильность работы сети коммуникаций существенно сокращают значение фактора физического места расположения и придают туристической корпорации черты глобального офиса, одновременно предоставляя возможность экономии средств на аренде или приобретении большого количества офисных площадей;
- отсутствие границ и возможность тесного стратегического сотрудничества или партнерства с поставщиками или партнерами, а иногда и конкурентами;
- гибкость и оперативное реагирование – возможность практически мгновенно формировать структурные или проектные группы, взаимодействие в которых необходимо для достижения актуальных в конкретный момент времени корпоративных целей, а впоследствии и демонтировать их функционирование с низкими эксплуатационными издержками и связанными с подобной реструктуризацией рисками;
- появление принципиально новой сферы своего присутствия – виртуальной (гипер-присутствие корпорации), создающей условия для возрастающей способности к творчеству, инновационности и гибкости, вытекающих из сетевого стиля организации.

Ежегодно в Крыму выделяются бюджетные средства для участия и доведения информации, содействующей популяризации отдыха в автономии, на выставках международного значения. Между тем, ставший уже международным молодежный фестиваль «Казантип» вышел в лидеры рейтинга Топ-20 среди украинских брендов в социальной сети Facebook. Количество зарегистрированных пользователей на официальном сайте «Казантипа» и участников в социальной сети «Facebook» уже превысило 250 тыс. человек. Помимо интернет-ресурсов, находящихся в прямом управлении «Казантипа», о Республике Z делают передачи, выпускают новости все европейские молодежные теле- и радиоканалы, аудитория которых исчисляется миллионами. Кроме того, более 500 информационных изданий по всему миру являются аккредитованными партнерами проекта, что положительно сказывается в позиционировании Крыма

не только как туристического центра, но и как инвестиционно привлекательного региона. Это пример успешной реализации ценного креативного инструмента “внебюджетной” рекламы Крыма на международном туристическом рынке посредством, созданного инновационного бренда “снизу”, без чрезмерного государственного регулирования. Между тем, в глобальном аспекте инновационный процесс требует сотрудничества ученых, разрабатывающих науку, и предпринимателей, заказывающих разработку и выводящих ее на рынок. Поэтому инновации рождаются там, где есть условия для общения науки и бизнеса. Около года Госкомпредпринимательства Украины работает над идеей создания кластеров – группы взаимосвязанных видов коммерческой деятельности, сконцентрированных территориально, которые дополняют друг друга и усиливают конкурентные преимущества. Мировой опыт показывает, что реальные выгоды от развития кластера появляются только через 5-7 лет упорного продвижения к поставленной цели, однако этот процесс невозможен без следующих «пяти И»: интереса и инициативы, информации и инноваций, плюс интеграции кластерных технологий сотрудничества.

Генеральной целью предприятия индустрии туризма, которая детализирует его общественный статус, является интеграция инновационной туристической услуги в мировой туристический рынок. Основными заданиями предприятия туризма на основании этого являются:

- обеспечение необходимого уровня финансовой стабильности предприятия и получения прибыли на вложенный капитал не ниже 12% ежегодно;
- поддержка и развитие необходимого профессионального уровня кадрового потенциала для обеспечения уровня мировых стандартов туристических услуг;
- постоянное повышение имиджа предприятия у потенциальных потребителей туристической услуги в туристическом регионе.

Кластерная концентрация фирм в пределах одной местности способствует распространению как накопленных явных и неявных знаний, которые не могут быть легко формализованы и переданы, и тесно привязаны к их носителям. Через проведение тренингов стимулирующей инновационной направленности это способствует созданию рынка квалифицированной рабочей силы, позволяющий в процессе организации передачи знаний вовлекать в процесс деятельности кластера нужных специалистов, экспертов и носителей знаний.

Украинский бизнес после кризиса стал осторожнее и дальновиднее и больше не ориентируется на «корочку» диплома с модной специальностью, а требует умений выполнения вполне конкретных задач. Кроме того, получая образование, нужно стремиться быть максимально мобильным, гибким и готовым к дополнительной специализации, необходимости получения практический опыт и работать в схожей, но не полностью соответствующей полученной специальности области. Специалисты кадрового рынка считают, что владение несколькими иностранными языками – базовое требование для многих компаний, однако этого мало для развития в бизнесе. Весьма желательно, чтобы молодые люди проходили эффективное “производственное обучение”, будучи еще студентами. В

любом случае, карьера в компании строиться не в одночасье. И чем раньше и творчески начать этот процесс, тем лучший результат можно получить в будущем.

Компании осознали: чтобы восстановить и укрепить свои позиции на рынке, нужно сделать рывок, что невозможно без обучения сотрудников. Предприятия снова готовы тратить деньги на профессиональные программы обучения персонала. Если на волне кризиса расходы на тренинги упали на 60%, то за прошлый год они увеличились на треть, и, судя по всему, будут расти и в нынешнем сезоне. Заказчики интересуются новыми программами, инновационными подходами к обучению, которые бы позволили “встряхнуть” сотрудников. На волне популярности – программы личностного роста, управлению изменениями, которые начали заказывать как корпоративные заказчики, торгово-производственные предприятия и ресторанные сети для топ-менеджеров и управленцев среднего звена, так и предприниматели и рядовые украинцы, планирующие свое будущее. Везде и всегда были и будут востребованы менеджеры «точечного» действия: по продажам, по работе с клиентами, которые непосредственно приносят прибыль компании. В тройку самых перспективных профессий на ближайшие 10-15 лет можно отнести IT-специалистов, маркетологов и инженеров-технологов пищевой отрасли.

Все более актуальным становится вопрос о поддержке и сопровождении готового продукта и всевозможных кампаний, в частности, в Интернете. Уже сейчас востребованы специалисты, которые будут поддерживать эти технологии как стратегически, с точки зрения маркетинга и продвижения, так и технически. Лучшими трендами современного туризма за последние 10 лет признаны возможности он-лайн бронирования туров, он-лайн регистрации на борт воздушного судна и доступ к скидкам и другим специальным акциям поставщиков туристических услуг при сохранении первенства фактора цены. Значительное улучшение качества путешествий основано на внедрении новых интернет-технологий. Так, 61% путешественников считают, что появившаяся возможность сравнения цен, отелей и авиакомпаний посредством интернет-магазинов – лучшая информационная инновация туристической индустрии [4].

Главными жизненными ценностями украинцы считают: здоровье (78,7%) и материальную обеспеченность (72,4%). Около половины опрошенных респондентов (49,2%) наиболее важной ценностью считают счастливую семейную жизнь, а около трети – интересную работу (37,2%) и хорошую обстановку в стране (34,8%). Приблизительно пятая часть респондентов назвала наиболее важными ценностями приятное времяпрепровождение (21,5%) и независимость в поступках и действиях (19,2%), а каждый шестой (15,3%) поставил во главе жизненных ценностей познание и интеллектуальное развитие. Все указанные ценности тесно коррелируют с целями функционирования и развития индустрии туризма и Украины, и Крыма.

В настоящее время наблюдается постепенный подъем в сфере научных исследований, высоких и нанотехнологий, поддерживаемый международными организациями. Индустрия туризма, всемерно опираясь на информационные

ресурсы и технологии продвижения и реализации туристических услуг, одновременно предоставляет все более диверсифицированные возможности кастомизированной рекреации и релаксации, требующие инновационных подходов или в организации, или в технологиях предоставления туристско-рекреационных услуг.

Крым является пилотным регионом, где при участии Торгово-Промышленной Палаты АРК уже 2 года совместно с деловыми кругами Германии реализуется проект «Содействие экономическому развитию и занятости», который будет продолжен еще на 2 года с приоритетом на инновационно-кластерное развитие. Начал свою деятельность аграрно-туристический кластер «Бакальская коса» в Раздольненском районе, объединивший предпринимателей туристической отрасли, аграрного и транспортного секторов, ремесленников для реализации потенциала развития региона. Создана инициативная группа по подготовке документов для государственной регистрации формирующегося кластера «Джангуль» в Черноморском районе АРК.

Курортно-рекреационная отрасль, оздоровление населения и туризм являются приоритетным направлением реализации принятой Стратегии развития Крыма на ближайшую перспективу. Более 20 объектов размещения уже прошли категоризацию на "звездность". В частности, 15 объектов размещения получили категорию 3 звезды, 4 гостиницы - 4 звезды, а клуб-отель "Вилла Елена" – 5 звезд. К функционированию готовы 232 туроператора, 656 санаторно-курортных и оздоровительных учреждений, более 2 тыс. гостиниц и мини-пансионатов, шесть аквапарков, 74 спа-комплексов. Из действующих 504 пляжей, как минимум, 207 будут бесплатными. В Крыму находится 11,5 тыс. памятников истории, культуры и архитектуры, 154 объекта природно-заповедного фонда общей площадью 146,2 тыс. га, а также около 850 карстовых пещер, шахт, колодцев, 50 из которых признаны специалистами пригодными для обустройства и посещения. Кроме того, в Крыму начнет работать горячая линия Министерства курортов и туризма АРК, по которой можно будет круглосуточно и бесплатно получить информацию или оставить претензию. После Евро-2012 на западном побережье Крыма предполагается переориентировать до тысячи гектаров земель Минобороны для развития туристического бизнеса, построив 100 гостиниц, туристических и развлекательных центров. Рассматривается инвестиционный проект по строительству нового терминала в аэропорту Бельбек.

В Крыму для привлечения отдыхающих в осенне-зимний период крупнейшие туроператоры и 50 здравниц полуострова намерены одновременно снизить стоимость своих услуг на октябрь–декабрь, что позволит добиться максимальной наполняемости здравниц в указанный период. 255 объектов размещения способны работать круглый год с одновременным размещением свыше 50 тыс. человек [5].

**Выводы.** Туризм – это активное погружение в неоднозначно изменяющуюся действительность вместе с конкурентной составляющей. Ключ к успеху – анализ и прогнозирование тенденций и автоматизация упреждающей ответной реакции



рынка, позволяющие устранить «разрыв» между покупкой и продажей, спросом и предложением.

Мировая туристическая отрасль развивается очень быстрыми темпами. Дефицит ресурсов при колоссальном росте мирового объема информации (на 15 петабайт ежедневно) и определяемые этими факторами глобальные трансформации обуславливают необходимость инновационного развития всех отраслей экономики.

В мире наблюдается вторая волна моды на турбизнес. Но украинский рынок не растет по причине экономической ситуации в стране: достаток далек от того, чтобы люди тратили много на путешествия и отдых. Тенденция снижения рентабельности заставляет туркомпании инновационно развиваться – открывать новые проекты, направления, погружаться в Интернет. Успешное проведение Евро-2012 может стать переломным рубежом в украинском туризме.

Эффективное противостояние новым рискам и вызовам возможно лишь через самоорганизацию и конструктивное взаимодействие государства, регионов и местного самоуправления в инновационно-экологическом, сервисно-инфраструктурном развитии кластера туристической индустрии и диверсификации управленческих решений по эффективной деятельности предприятий туристско-рекреационного комплекса, их ассоциаций и объединений.

Госкомпредпринимательства Украины, как и правительство и научная общественность АРК, работают над идеей создания кластеров – группы взаимосвязанных видов предпринимательской деятельности, сконцентрированных территориально, которые дополняют друг друга и усиливают конкурентные преимущества. Кластеры способны улучшить и социальную ситуацию в том или ином регионе развитием рынка труда, что подтверждает и международный опыт. Глобальный дефицит ресурсов жизнеобеспечения и истощение экспортно-сырьевой модели экстенсивной экономики определяют необходимость скорейшего эффективного разрешения продовольственной и энергоресурсной проблем.

Крым имеет все основания для признания основных природных территорий автономии курортами государственного значения при условии квалифицированного менеджмента, развития инноваций и эффективного использования ресурсов лесного, оздоровительного, рекреационного, заповедного и других природоохранных фондов в целях стратегического развития региона. Крыму поставлена сложная задача – увеличить доходы от курортно-рекреационной отрасли в сведенный бюджет республики на 50%, а план туристического сбора увеличен шестикратно. Решение предполагает расширение рамок курортного сезона, усовершенствование нормативно-правовой базы и работу по выводу туристического рынка из “тени” путем создания условий, которые сделают выгодными качественную, эффективную работу на результат и добросовестную конкуренцию. Ключ к достижению эффективности турбизнеса – развитие цивилизованных рыночных институтов с акцентом на существующий человеческий потенциал, стимулируемый через взаимовыгодное партнерство между государством, бизнесом и гражданским обществом в созидании

диалогового и информационно-инновационного пространства эффективного управления для развития позитивного имиджа Крыма как будущей туристической здравницы и курорта европейского статуса и уровня услуг.

**Список литературы**

1. Дихтярь А.И. Туризм – приоритет европейского развития Крыма / А.И.Дихтярь // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского – 2010. – Т. 23 (62), № 3. Серия «Экономика и управление». – С. 101-110.
2. Украина по уровню благополучия / [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.focus.ua/society/181213>
3. Дефицит квалифицированных специалистов / [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.focus.ua/economy/179477>
4. Мировой туризм: итоги 10-летия / [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tourua.com/ru/tournews/info-51713.html>
5. Крым будет привлекать ценами / [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://www.tourua.com/ru/tournews/info-51974.html>

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

***Діхтярь О.І. Інноваційний розвиток підприємств туристсько-рекреаційного комплексу /***  
*О.І. Діхтярь // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 18-26.*

Аналізуються відповідні світовим тенденціям і національним інтересам проблеми інноваційного розвитку підприємств туризму та рекреації в Україні та АР Крим.

***Ключові слова:*** інформація, тенденції, інноваційний розвиток, управління знаннями.

***Dikhtyar A.I. Innovative development of enterprises of tourism-recreation complex /***  
*A.I. Dikhtyar // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 18-26.*

Answering is analysed world tendencies and national interests of problem of innovative development of tourism and recreation complex in Ukraine and Crimea.

***Keywords:*** information, tendencies, innovative development, knowledge management.

**УДК 330.15:504**

## **РЕНТНА ОЦІНКА ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ**

*Жулавський А.Ю., Гордієнко В.П.*

*Сумський державний університет, Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», м. Суми, Україна  
E-mail: gordienkovp@mail.ru*

В статті наведений аналіз методичних підходів до вартісної оцінки земельних ресурсів. Обґрунтовано, що найбільш об'єктивним для оцінки земель сільськогосподарського призначення в ринкових умовах господарювання є метод капіталізації рентного доходу від їх використання. Доведено, що забруднення навколишнього середовища негативно впливає на фінансові результати сільськогосподарського виробництва і зменшує грошову оцінку земельних ресурсів. Пропонуються напрями удосконалення методичних підходів до вартісної оцінки сільськогосподарських земель на основі урахування екологічно обумовлених втрат рентного доходу.

**Ключові слова:** земельні ресурси, екологічні обмеження, грошова оцінка землі, еколого-економічний результат.

**Постановка проблеми.** У сільськогосподарському виробництві використовуються різні за якістю земельні ресурси, від чого значною мірою залежить ефективність господарювання. На кращих землях крім необхідного утворюється додатковий дохід, тоді як на гірших – навіть не відшкодовуються виробничі витрати. Всі відмінності у якості земельних ресурсів необхідно враховувати при визначенні їх вартості. У першу чергу це стосується показників екологічного стану земельних ділянок. Після скасування мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення виникне потреба в її ринковій оцінці. У той же час існуючі методичні підходи до ринкової оцінки земель не завжди дозволяють визначити їх реальну вартість. Це обумовлює необхідність удосконалення рентного підходу до оцінки земельних ресурсів з урахуванням їх екологічного стану.

**Аналіз публікацій за темою дослідження.** Проблема оцінки землі досліджувалась в наукових працях таких вчених: Веденічева П. В., Гнатковича Д. І., Горлачука В. В., Карнаухова Є. С., Маракуліна П. П., Мельника Л. Г., Месель-Веселяка В. Я., Новаковського Л. Я., Третяка А. М., Федорова М. М. та інших. Результати їх досліджень охоплюють широке коло питань зазначеної проблеми. У той же час залишаються не вирішеними питання врахування впливу екологічних факторів при грошовій оцінці земельних ресурсів сільськогосподарського призначення.

**Метою дослідження** є розвиток теоретичних та науково-методичних підходів до рентної оцінки земельних ресурсів в умовах екологічних обмежень.

**Виклад основних результатів дослідження.** Статтею 19 Закону України «Про оцінку земель» визначений порядок проведення оцінки земельних ділянок на основі таких методичних підходів, як: врахування витрат на земельні поліпшення; зіставлення цін продажу подібних земельних ділянок; капіталізація

чистого операційного або рентного доходу від використання земельних ділянок [1].

Наведені методичні підходи до ринкової оцінки земель не завжди дозволяють визначити їх реальну цінність. Так, витратний підхід базується на врахуванні витрат на господарське освоєння земельних ресурсів. Тому його краще використовувати при оцінці земель сільськогосподарського призначення. Проте витратний підхід має суттєвий недолік: більш якісні землі сільськогосподарського призначення потребують менших витрат на їх освоєння, а відповідно мають меншу вартість.

Другий підхід базується на зіставленні цін продажу подібних земельних ділянок і передбачає їх порівняння за схожими якісними характеристиками. Вартість земельної ділянки визначається на основі ціни вже проданої ділянки з урахуванням коригувальних коефіцієнтів, у першу чергу рівня інфляції. В умовах відсутності інформаційної бази щодо проданих земельних ділянок цей метод використовувати неможливо.

Найбільш обґрунтованим методичним підходом до визначення ринкової вартості земельних ресурсів сільськогосподарського призначення у сучасних умовах є метод капіталізації рентного доходу від їх використання. Згідно з ним грошова оцінка земельної ділянки визначається як відношення диференційної земельної ренти до ставки капіталізації. В офіційній методиці грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення ставка капіталізації дорівнює трьом відсоткам, що відповідає терміну капіталізації 33 рокам. [2].

Поняття “грошова оцінка земель” як капіталізований рентний дохід вперше вжито 1992 року у Законі України “Про плату за землю” [3], в якому передбачалося, що нормативна ціна земельної ділянки встановлюється у кратному розмірі від земельного податку на неї, а останній визначається за офіційно встановленими нормативами.

Грошова оцінка земельних ресурсів проводиться з метою: створення умов для регулювання земельних відносин при зміні власності на землю; визначенні ставок земельного податку; визначенні розмірів внеску до статутних фондів суб’єктів господарювання; ціноутворенні на землю. Згідно з існуючими нормативно-правовими документами [4] в основі грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення лежить рентний дохід, який утворюється при виробництві зернових культур і визначається за такими економічними показниками як ціни реалізації, виробничі витрати, середня норма рентабельності. Проте в умовах ринкових відносин ці показники потребують суттєвого уточнення. Як показує практика не завжди земельні ділянки приносять дохід. У цих випадках ринкова оцінка земельних ділянок на основі методу капіталізації рентного доходу буде мати від’ємне значення. Крім цього, держава тільки частково може впливати на закупівельні ціни на сільськогосподарську продукцію. У більшості випадків ціна на неї встановлюється під впливом попиту та пропозиції. У сучасних умовах землевласники та землекористувачі самостійно визначають напрямки спеціалізації своєї діяльності і структуру посівних площ, а відповідно від цього залежать витрати на виробництво продукції. Середня норма

**РЕНТНА ОЦІНКА ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ  
В УМОВАХ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ**

рентабельності також утворюється під впливом ринкових чинників. Проведений аналіз статистичних даних показав, що між існуючою грошовою оцінкою земельних ресурсів регіонів України та показниками рентабельності сільськогосподарського виробництва не завжди є прямий зв'язок (табл. 1, 2).

Таблиця 1

Групування регіонів України за грошовою оцінкою земель  
сільськогосподарського призначення у 2009 році, тис. грн./га

до 9	9 – 10,0	10,0–11,0	11,1-12,0	12,1-14,0
Житомирська Закарпатська Луганська Львівська Чернігівська	Волинська Івано- Франківська Миколаївська Одеська Сумська	Дніпропетровська Кіровоградська Рівненська Тернопільська Харківська	Донецька Запорізька Київська Полтавська	АР Крим Вінницька Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька

Таблиця 2

Групування регіонів України за рівнем рентабельності  
сільськогосподарського виробництва у 2009 році, %

до 5	6 - 10	11 - 15	16 - 20	20 - 25
Волинська Донецька Житомирська Закарпатська Сумська	Івано- Франківська Київська Луганська Полтавська Рівненська	АР Крим Вінницька Харківська Чернігівська	Дніпропетровська Запорізька Тернопільська Херсонська Хмельницька Черкаська Чернівецька	Кіровоградська Львівська Миколаївська Одеська

Отже, проведений аналіз законодавчо встановлених методичних підходів до грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення показав що вони не достатньо відображають їх дійсну вартість. Так, існуюча грошова оцінка сільськогосподарських земель не може бути взята за основу при визначенні ринкової оцінки, оскільки: по-перше, в її основу покладено рентний дохід, що визначається на підставі економічних показників 1988 року; по-друге, вона не враховує специфічних властивостей ґрунтів природно-кліматичних зон для вирощування різних сільськогосподарських культур; по-третє, вона не враховує впливу екологічних факторів на ефективність використання земельних ресурсів.

Як доводять багаточисленні дослідження зарубіжних і вітчизняних науковців забруднення навколишнього середовища, викликане викидами промислових підприємств, автотранспорту, житлово-комунального господарства, а також хімізацією сільського виробництва є значним фактором, що негативно впливає на

якість земельних ресурсів, а відповідно і на величину фінансових результатів господарювання. Це пов'язано з тим що забруднення ґрунтів шкідливими речовинами змінює перебіг процесу ґрунтоутворення, суттєво знижує їх родючість, викликає накопичення забруднювачів у рослинах. Так, у зоні впливу промислових підприємств врожайність зернових культур зменшується на 20- 30%, соняшника – 15- 20%, овочів – 25- 30%, кормових – 23-28% [5]. Крім того, на якість землі негативно впливають антропогенно обумовлені перезволоження, заболоченість, засолення, підкислення, водна та вітрова ерозії тощо.

З метою врахування екологічних факторів при грошовій оцінці земельних ділянок сільськогосподарського призначення пропонується застосовувати показник еколого-економічного результату ( $E_{ee}$ ), який визначається як економічний результат, зменшений на величину втрат, обумовлених екодеструктивним характером господарювання і розраховується за формулою:

$$E_{ee} = \left[ \sum_{i=1}^n E_{ei}^{nom} \cdot P(E_{ei}) \right] \cdot (1 - k_{ek}) \quad (1)$$

де:  $E_{ei}^{nom}$  – потенційно можливий економічний результат використання земельних ресурсів за  $i$ -им сценарієм розвитку подій за умови забезпечення екологічних вимог;

$P(E_{ei})$  – об'єктивна/суб'єктивна ймовірність реалізації  $i$ -го сценарію розвитку подій;

$n$  – кількість сценаріїв розвитку подій (в найпростішому випадку розглядаються песимістичний, оптимістичний та найбільш ймовірний сценарії);

$k_{ek}$  – коефіцієнт що враховує екологічно обумовлені втрати рентного доходу від використання земельних ресурсів внаслідок екодеструктивного впливу.

Це трансформує формулу вартісної оцінки земель сільськогосподарського призначення, визначену діючими нормативними документами, наступним чином ( $O_{EE}$ ):

$$O_{EE} = \frac{E_{ee} - 3 \times K_p}{K_k} \quad (2)$$

де:  $E_{ee}$  – еколого-економічний результат від використання земельних ресурсів;

$3$  – виробничі витрати на вирощування сільськогосподарських культур у розрахунку на гектар земельної площі;

$K_p$  – середня норма рентабельності сільськогосподарського виробництва;

$K_k$  – коефіцієнт капіталізації.

Удосконалений рентний підхід до вартісної оцінки земельних ресурсів дозволяє об'єктивно визначити їх вартість, оскільки показники еколого-економічного результату розраховуються на основі фактичної статистичної інформації щодо доходів і витрат на вирощування сільськогосподарських

**РЕНТНА ОЦІНКА ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ  
В УМОВАХ ЕКОЛОГІЧНИХ ОБМЕЖЕНЬ**

---

культур, показників урожайності та існуючих цін на сільськогосподарську продукцію. Крім того, показник еколого-економічного результату враховує фактори екологічного впливу на земельні ресурси такі як рівень водного та атмосферного забруднення, наявність важких металів у ґрунті та антропогенно обумовлену еродованість землі.

Проведені розрахунки показують що рентна оцінка землі, отримана на основі показника еколого-економічного результату менша на 11 – 15% від оцінки, розрахованої на основі показника економічного результату від використання земельних ресурсів. Так, екологічно обумовлені втрати рентного доходу при виробництві зернових культур складають 1100 грн/га, кукурудзи – 2440 грн/га, цукрових буряків – 1439 грн/га. Таким чином земельні ділянки, які розміщені в регіонах, що потерпають від надмірного антропогенного забруднення, будуть мати значно менший еколого-економічний результат і, відповідно, меншу ринкову вартість.

Використовуючи формулу 2 можна визначити середньозважену оцінку землі сільськогосподарського призначення по окремому господарству за формулою:

$$O_j^{EE} = \frac{\sum_{i=1}^n O_{EEi} \times P_i}{\sum_{i=1}^n P_i} \quad (3)$$

де:  $O_j^{EE}$  – середньозважена оцінка одного гектара земель сільськогосподарського призначення з урахуванням екологічних факторів по  $j$  – му господарству;

$P_i$  – площа земельних ресурсів зайнята  $i$ -тою сільськогосподарською культурою;

$O_{EEi}$  – оцінка земель сільськогосподарського призначення, зайнятих  $i$ -тою сільськогосподарською культурою, з урахуванням екологічних факторів;

$n$  – кількість досліджуваних сільськогосподарських культур.

Удосконалений рентний підхід до вартісної оцінки земель сільськогосподарського призначення, який, на відміну від існуючих, враховує показники еколого-економічного результату, дозволяє більш об'єктивно визначити ціну земельних ділянок в ринкових умовах господарювання з урахуванням екологічних обмежень.

**Висновки.**

1. Найбільш обґрунтованим методичним підходом до визначення ринкової вартості земельних ресурсів сільськогосподарського призначення у сучасних умовах є метод капіталізації рентного доходу від їх використання.

2. Забруднення навколишнього середовища негативно впливає на якість земельних ресурсів, а відповідно і на величину фінансових результатів сільськогосподарського виробництва і на величину їх грошової оцінки.

3. З метою врахування впливу екологічних факторів на грошову оцінку земельних ділянок сільськогосподарського призначення доцільно використовувати показник еколого-економічного результату, який враховує екологічно обумовлені втрати рентного доходу.

**Список літератури**

1. Про оцінку земель: Закон України від 11.12.2003 № 1378-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/>. – 14.10.2011.
2. Природно-ресурсна сфера України: проблеми сталого розвитку та трансформації / ред. Б.М. Данилишин. – К.: ЗАТ “Нічлава”, 2006. – 704 с.
3. Про плату за землю: Закон України від 03.07.1992 № 2535-XII [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.zakon1.rada.gov.ua/> – 14.10.2011.
4. Земельні відносини в Україні: законодавчі акти і нормативні документи / Державний комітет України по земельним ресурсам. – К.: Урожай, 1998. – 816 с.
5. Екологія: підручник / [Дорогунцов С.І., Коценко К.Ф., Хвесик М.А. та ін.]; за ред. С.І. Дорогунцова. – К.: КНЕУ, 2005. – 371 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2011 г.*

**Жулавский А.Ю. Рентная оценка земельных ресурсов в условиях экологических ограничений / А.Ю. Жулавский, В.П. Гордиенко // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 27-32.**

В статье приведен анализ методических подходов к стоимостной оценке земельных ресурсов. Обосновано, что наиболее объективным для оценки земель сельскохозяйственного назначения в рыночных условиях хозяйствования является метод капитализации рентного дохода от их использования. Доказано, что загрязнение окружающей среды отрицательно влияет на финансовые результаты сельскохозяйственного производства и уменьшает денежную оценку земельных ресурсов. Предлагаются направления совершенствования методических подходов к стоимостной оценке сельскохозяйственных земель на основании учета экологически обусловленных потерь рентного дохода.

**Ключевые слова:** земельные ресурсы, экологические ограничения, денежная оценка земли, эколого-экономический результат.

**Zhulavskiy A.U. Rental assessment of land resources in conditions of environmental limitations / A.U. Zhulavskiy, V.P. Gordiienko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 27-32.**

In the article the analysis of the methodological approaches to the land resources value estimation is given. It is grounded that the most objective for the land resources value estimation under the market economic management is the method of plowing-back of the rental income from their usage. It is proved that the environmental pollution influences the financial results of the farming industry in the negative way, and reduces the pecuniary valuation of the land resources. The ways of the methodological approaches improvement of the land resources value estimation, which takes into consideration ecologically based losses of the rental income is given.

**Keywords:** land resources, ecological limitations, the pecuniary valuation of the land, ecological-economic result.



УДК 338/24 (477.75):338.48

## РОЛЬ АНТРОПОГЕННЫХ РЕСУРСОВ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМИ ПОТОКАМИ

*Карташевская И.Ф.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: kar.inessa@i.ua*

Предложен новый подход к определению антропогенных ресурсов, влияющих на распределении туристских потоков. На примере музеев приведена методика расчета потенциальных возможностей антропогенных объектов.

**Ключевые слова:** антропогенные ресурсы, туристские потоки, потенциал музеев.

**Актуальность** выбранной темы связана с тем, что в настоящее время в отечественной науке и практике отношение к туризму и его роли в экономике государства неоднозначно. С одной стороны, в политических кругах, законе Украины «О туризме» декларируется приоритетность развития туризма, разрабатываются концепции стратегического развития туристского комплекса, принимаются программы развития. А с другой стороны, экономических успехов от внедрения этой стратегии мы не наблюдаем. Противоречия между нормативными документами, принятыми программами и практической их реализацией остаются нерешенными. Одной из главных причин является отсутствие у лиц, в чьих руках находятся финансовые ресурсы, понимания глубинных процессов самой сущности туризма, способного стать одним из основных источников формирования внутреннего валового продукта (ВВП).

**Цель исследования** – определить роль антропогенных ресурсов в управлении туристскими потоками, так как от количества и периода пребывания туристов зависит пополнение местных бюджетов того или иного региона.

### **Задачи:**

- провести анализ существующих подходов к исследуемой проблеме;
- предложить классификацию антропогенных туристских ресурсов;
- показать взаимозависимость туристских потоков от наличия антропогенных ресурсов;
- разработать методику расчета потенциала одного из видов антропогенных ресурсов.

**Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме.** Туристские потоки находятся под пристальным вниманием руководителей предприятий индустрии туризма. Причина проста – от количества денег, привозимых туристами, зависит успех их экономической деятельности. Целый ряд ученых в своих научных работах рассматривают понятия и суть туристских потоков. Авторы дают определение термину «туристские потоки», под которыми понимается число туристов, совершающих путешествие в те или иные туристские регионы в течение определенного времени. Александрова А.Ю. рассматривает туристские потоки как неотъемлемую часть статистической науки, включающей два основных раздела: статистику туристских потоков и статистику туристских

расходов [2]. Группа ученых во главе с Вороновой Л.П. считает, что изучение туристских потоков позволяет судить о величине и сезонных колебаниях туристской миграции, анализировать социально-демографический состав туристов, прогнозировать развитие туризма [3]. Английские ученые Холлоуей Дж.К. и Тейлор Н. справедливо считают, что наибольшие поступления, которые связаны с заработной платой, доходами, местными налогами, будут там, где больше посетителей, где они остаются на более длительный срок, где отдыхают состоятельные, не склонные к экономии люди, а также там, где есть, на что тратить деньги [4]. Что касается «управляемости» туристских потоков вопрос рассматривался впервые только автором данной работы [5-8].

**Основные результаты исследования.** Автором доказано, что к туристическим ресурсам относятся объекты, природного и антропогенного происхождения, обладающие аттрактивностью, пропускной способностью, эстетической, познавательной ценностью, способные стимулировать формирование туристских потоков и приносить реальный экономический эффект при эксплуатации [9]. Кроме того, ресурсы в туристском бизнесе можно сгруппировать в пять блоков.

Первый блок включает ресурсы, определяющие специализацию туристского предприятия.

Второй – ресурсы, необходимые для создания туристского продукта.

Третий – представляют ресурсы экскурсионного бизнеса.

Четвертый – ресурсы, необходимые для создания непосредственно экскурсий.

Пятый – группу ресурсов, необходимых для существования и функционирования самого предприятия.

Новый подход понимания экономической сущности туристских ресурсов в зависимости от происхождения и целевого назначения, позволяет предложить и новый подход классификации антропогенных (созданных человеком) туристских ресурсов:

- антропогенные природные ресурсы: памятники садово-паркового искусства, оборудованные пещеры, рекреационные тропы, ботанические сады, водохранилища;

- исторические: курганы, пещерные города, археологические раскопки городов, сохранившиеся исторические центры городов;

- военно-исторические: места боевых сражений, фортификационные сооружения, боевые машины, обелиски, братские кладбища;

- архитектурные: здания, построенные по проектам известных архитекторов, мосты, культовые сооружения, стадионы;

- производственные: винодельческие заводы, ткацкие фабрики, магазины, шахты, соляные копи, гидроэлектростанции, атомные станции, метрополитены, рестораны;

- объекты современного научно-технического прогресса: «Диснейленд», аквапарки, океанариумы, интерактивные музеи, парки отдыха и развлечений, аттракционы типа «Человек-паук», «Острова приключений».

Главной особенностью туристских ресурсов является то, что к их числу могут относиться многочисленные объекты, которые не используются в других отраслях народного хозяйства. Например, в Польше в заброшенной свиноферме успешно занимается семья сельским туризмом, обустроив свинарники под туристскую гостиницу и кафе. В пригороде Симферополя заброшенные здания коровников предприниматели приспособили под ослиную и страусиную фермы.

Туризм является основным источником доходов для трети развивающихся стран. Туристы привозят с собой деньги и тратят их по месту отдыха, в результате чего генерирующие страны (откуда приехали туристы) терпят убытки, а принимающие – получают доходы. Передвижение туристских потоков между генерирующими и принимающими зонами отражаются на четырех основных сферах: поступлениях, занятости, платежном балансе, а также инвестициях и развитии.

В Британии туризм является приоритетным для территорий, где отсутствует промышленность. Хотя в этой местности туризм считается малооплачиваемой и, к тому же, сезонной работой, во многих случаях он гарантирует постоянную занятость. Тот, кто говорит о скромной оплате, должен учитывать, что если бы не туризм, местные жители вообще не имели бы средств к существованию, ведь, как правило, туристический бизнес развивается как раз там, где очень мало другой работы и трудоспособное население вынуждено покидать родные места [4, с.130]. На туристские потоки при их стихийном формировании в настоящее время сильное влияние оказывают такие факторы как мода и научно-технический прогресс.

Мода – непродолжительное господство определенного вкуса в какой-либо сфере жизни или культуры. В отличие от стиля, мода характеризует кратковременные и поверхностные изменения внешних форм бытовых предметов и художественных произведений. Мода проходит в своем развитии четыре этапа. На этапе яркой индивидуальности некоторые потребители стремятся интересоваться какой-то новинкой, стремясь выделиться тем самым из среды окружающих. На этапе подражания новинкой начинают интересоваться другие потребители, движимые желанием подражать лидерам моды. На этапе массового распространения туристский маршрут становится популярным. И, наконец, на стадии упадка потребители переключаются на другие новинки [5]. В настоящее время для многих состоятельных туристов модно отдыхать в Анталии, Тайланде, на Кипре, у элиты – в Монтэ-Карло, Каннах, Ницце.

Что касается научно-технического прогресса, то этому фактору туризм фактически обязан своим появлением: именно туристы стали первыми пользователями последних достижений науки и техники, а именно, поездов, самолетов, ракет, подводных субмарин. Туристов влекут новые антропогенные объекты. Например, в Санкт-Петербурге был построен по последнему слову науки и техники «Океанариум», стоимость входного билета в который составляет порядка 250-300 гривен. Однако, несмотря на очень высокую для музея цену, поток туристов к этому объекту растет с каждым днем. Его посещают не только туристы, но и практически все жители города и его пригородов.

На окраине Парижа в 1986 году был открыт крупный центр коммуникаций – Город науки и техники Ла Виллет. Его постоянные экспозиции раскинулись на территории в 30 тыс. кв.м. Тематическая организация пространства, методы экспозиционного показа, основанные на активном участии посетителей и приемах, позволяют сделать сложную информацию доступной для восприятия. Широко использованы все новинки информатики, предоставлена возможность получать любую информацию, приводить в движение «взаимодействующие» машины. В этом уникальном музее можно «побывать» в макете космического корабля, получить образные картины геологических эпох Земли, самому снять и смонтировать фильм, побывать в кинотеатре будущего, в котором демонстрация фильма сопровождается многочисленной гаммой запахов. Облик и содержание города дополняют многочисленные тематические залы, Планетарий и «Жеорда» – зрительный зал в виде шара диаметром 36 м, где с помощью новейшей проекционной и звуковоспроизводящей системы на полусферическом экране поверхностью в 1000 кв.м. демонстрируются аудиовизуальные программы [10, с. 307].

Музейные учреждения в Крыму имеются в каждом городе и почти в каждом крупном населенном пункте. Они располагают большими и интересными коллекциями, которые начали комплектоваться еще в конце XIX века подлинниками из первых крымских научных обществ: Таврической ученой архивной комиссии и Крымского общества естествоиспытателей и любителей природы. Старейшим в Крыму является Феодосийский краеведческий музей, основанный еще в 1811 году для хранения древностей. В настоящее время в экскурсионной практике используется не более 20% от общего количества музеев, имеющих в Крыму. Максимальную нагрузку в летний сезон испытывают не более 10-ти: Алушкинский, Ливадийский, Массандровский (г. Ялта), Бахчисарайский дворцы-музеи, музей героической обороны и освобождения Севастополя (панорама, диорама), картинная галерея им. К. И. Айвазовского (г. Феодосия), Царский курган (г. Керчь).

Все перечисленные категории музеев обладают туристским потенциалом. «Потенция» – возможность, то, что существует в скрытом виде и может проявиться в известных условиях. Таким образом, потенциал музея – это его предельная возможность при определенных условиях принимать (обслуживать) максимальное количество туристов. Предельное количество групп, имеющих возможность побывать в музеях, рассчитывается исходя из режима работы музея, продолжительности экскурсии по экспозиции музея, интервала времени, через который может войти для осмотра экспозиции следующая группа (что, в свою очередь, зависит от количества комнат, которым располагает музей). Например, 8 залов Алушкинского дворца-музея и 50-минутный экскурсионный рассказ позволяет установить интервал входа между группами 10 минут. Экспозиция музея А. Грина в Феодосии, располагающая очень тесными комнатами, и насыщенным по информации экскурсионным рассказом, может установить интервал посещения между группами в 30 минут при численности группы в 20 человек. Потенциал музеев рассчитывается по формуле:

## РОЛЬ АНТРОПОГЕННЫХ РЕСУРСОВ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМИ ПОТОКАМИ

$$P_{\text{муз}} = \frac{t}{J} \cdot K \cdot n,$$

где:  $t$  - время работы музея в течение суток (в минутах);

$J$  - время, необходимое для осмотра экспозиции;

$K$  - количество дней работы музея в течение года;

$n$  - наполняемость групп (в чел.).

Потенциальные экскурсионные возможности Алуштинского дворца-музея, рассчитанные по данной формуле, за год составляют 576 тыс. экскурсантов. Экскурсионный потенциал музея А. Грина в Феодосии в год равен 96 тыс. экскурсантов. Лимитирующими факторами при эксплуатации музеев, являются: время года, продолжительность светового дня. От времени года зависят эксплуатационные экскурсионные возможности музеев. Продолжительность светового дня лимитирует режим работы музеев под открытым небом. Необходимо добавить, что на территории Крыма постоянно появляются небольшие, как правило, частные музеи и экспозиции, которые не оказывают серьезного влияния на туристские потоки, их интенсивность и географию. Функция государства заключается в систематическом повышении цен на входные билеты государственных музеев, большинство из которых нуждается в значительных капитальных затратах, необходимых для реставрационных работ. Государством на полуострове ни в годы плановой экономики, ни после перестройки не построено ни одного музея нового поколения. Зарубежный опыт доказывает высокую рентабельность таких объектов, которые фактически являются мощным рычагом, позволяющим менять и регулировать туристские потоки, привлекать туристов на территории, которые нуждаются в экономическом развитии. Для Великобритании – это местность, где фактически нет промышленности, для Польши – это сельская территория.

Согласно статистическим данным Министерства курортов и туризма Автономной Республики Крым интенсивность туристских потоков на полуострове неравномерна, что можно наглядно увидеть на приведенной ниже таблице (данные по состоянию на 2008 год).

Таблица 1

### Интенсивность туристских потоков по регионам АРК

Города, районы АРК	Доля региона по количеству обслуженных туристов в санаторно-курортных учреждениях (%)	Распределение обслуженных туристов (%)	Распределение экскурсантов (%)
г. Симферополь		45,5	2,7
г. Алушта	18,7	5,1	13,3
г. Джанкой			
г. Евпатория	21,4	15,6	14,1
г. Керчь	0,7	0,6	1,6
г. Саки	3,9	4,1	4,9
г. Судак	4,3		11,1

Продолжение таблицы 1

г. Феодосия	5,7	5,4	8,9
г. Ялта	35,8	19,6	16,5
Бахчисарайский	2,6		
Ленинский	0,9		
Раздольненский	1,0		
Сакский	0,7		
Симферопольский	2,9	1,6	21,0
Черноморский	1,2		
Другие		2,5	4,9

Источник: составлено автором с использованием данных [11].

Из таблицы следует, что максимальные потоки туристов приходятся на Ялту, Алушту, Евпаторию. Среднюю нагрузку испытывают Феодосия, Судак, Саки, Бахчисарай, Симферополь и Симферопольский район. Что касается Черноморского, Раздольненского, Ленинского районов, имеющих прекрасные песчаные пляжи, их смело можно отнести к территориям перспективного освоения и использования в туристских, рекреационных целях. Особо следует сказать о депрессивных, с экономической точки зрения, городах Белогорске и Джанкое. Эти территории обладают ресурсами и потенциалом, необходимым для формирования туристских центров.

**Выводы.** Антропогенные туристские ресурсы предлагается классифицировать в зависимости от происхождения и целевого назначения, на :

- антропогенные природные ресурсы: памятники садово-паркового искусства, оборудованные пещеры, рекреационные тропы, ботанические сады, водохранилища;
- исторические: курганы, пещерные города, археологические раскопки городов, сохранившиеся исторические центры городов;
- военно-исторические: места боевых сражений, фортификационные сооружения, боевые машины, обелиски, братские кладбища;
- архитектурные: здания, построенные по проектам известных архитекторов, мосты, культовые сооружения, стадионы;
- производственные предприятия: винодельческие заводы, ткацкие фабрики, магазины, шахты, соляные копи, атомные станции, метрополитены, пивоварни, старинные аптеки;
- объекты современного научно-технического прогресса: «Диснейленд», аквапарки, океанариумы, интерактивные музеи, парки отдыха и развлечений, аттракционы типа «Человек-паук», «Острова приключений».

Научно-технический прогресс позволяет создавать ресурсы, представляющие наибольший интерес у туристов. Но для создания таких ресурсов необходимы государственные целевые программы, а также условия для инвестиций, свободных рекреационные земли. К таким перспективным территориям следует отнести Черноморский, Ленинский, Раздольненский, Джанкойский районы, а также г. Белогорск.

## **РОЛЬ АНТРОПОГЕННЫХ РЕСУРСОВ В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКИМИ ПОТОКАМИ**

---

Зарубежный опыт доказывает высокую рентабельность музеев нового поколения, которые фактически являются мощным рычагом, позволяющим менять и регулировать туристские потоки, привлекать туристов на территории, которые нуждаются в развитии. Формула, предложенная автором, позволяет рассчитывать потенциальные возможности музеев.

### **Список литературы**

1. Туристский терминологический словарь: Справочно-методическое пособие / И.В. Зорин, В.Н. Квартальнов. – М.: Советский спорт, 1999.– 664 с.
2. Александрова А.Ю. Международный туризм: [учебник] / А.Ю. Александрова.– М: АСПЕКТ-Пресс, 2002. – 470 с.
3. Туризм, гостеприимство, сервис: словарь-справочник / [Г.А. Аванесова, Л.П. Воронкова, В.И. Маслов, А.И. Фролов]; под. Ред. Л. П. Воронковой. – М: АСПЕКТ-Пресс, 2002 – 367с.
4. Холловой Дж.К. Туристический бизнес / Дж. Холловой, Н. Тейлор; [пер. с 7-го англ. изд.] – К.: Знання, 2007. – 798 с.
5. Карташевская И.Ф. Географические аспекты познавательного туризма. Рынок экскурсионных услуг / И.Ф. Карташевская. – Симферополь: Издательство «Пирамида-Крым», 2000. – 146 с.
6. Карташевская И.Ф. Методические принципы статистики и первичного учета составляющих блоков территориальной рекреационной системы / И. Ф. Карташевская //Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. – 2002. – Т. 15(54). – С. 38-44.
7. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристскими ресурсами на региональном уровне / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья – 2003. – № 45. – С. 46-49.
8. Карташевская И.Ф. Музеи как составляющий блок индустрии туризма, их роль в географии управления туристскими потоками / Инесса Филипповна Карташевская // – Культура народов Причерноморья. – 2006. – № 82. – С.7-11.
9. Карташевская И.Ф. Новые подходы в методике определения понятия «туристские ресурсы» / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. – 2006. – С.11–14.
10. Юренева Т.Ю. Музееведение: [учебник для высшей школы] / Т.Ю. Юренева. – М.: Академический проспект, 2003. – 560 с.
11. Крым. Курорты. Туризм. Статистический бюллетень Министерства курортов и туризма АРК. – Симферополь, 2008. – 29 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Карташевська І.П. Роль антропогенних ресурсів в управлінні туристськими потоками** / І.П. Карташевська // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 33-39.

Запропоновано новий підхід у визначенні антропогенних ресурсів, що впливають на розподіл туристських потоків. На прикладі музеїв дана методика розрахунку потенційних можливостей антропогенних об'єктів.

**Ключові слова:** антропогенні ресурси, туристські потоки, потенціал музеїв.

**Kartashevskaya I.F. Role of anthropogenous resources in management of tourist streams** / I.F. Kartashevskaya // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 33-39.

The new approach in definition of the anthropogenous resources influencing on distribution of tourist streams is offered. On an example of museums the design procedure of potential possibilities of anthropogenous objects is given.

**Keywords:** anthropogenous resources, tourist streams, potential of museums.

**УДК: 338.48.02**

## **СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

*Куницин С.В.*

*Таврійський національний університет ім. В.І. Вернадського, Сімферополь, Україна  
E-mail: sc@sctavriya.com*

На основі проведених досліджень здійснено оцінку конкурентоспроможності туристичного продукту на основі системи індикаторів, визначення складу та структурної побудови, які ґрунтуються на комплексному охопленні предметної сфери формування та споживання туристичного продукту. Застосування поданого підходу удосконалює визначення складу та рівнів виявлення елементів туристичного продукту.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність туристичного продукту, оцінка, показники

**Вступ.** Життєдіяльність людини в умовах сучасного глобалізованого суспільства з високим рівнем урбанізації та індустріалізації, що виступають джерелами посилення антропогенного екодеструктивного тиску на природне середовище, пов'язана з безперервним збільшенням кількості та підвищенням розмаїття стресових ситуацій, вплив яких, в свою чергу, є причиною неухильного зростання психофізіологічного навантаження на здоров'я та свідомість особистості. Тому задоволення людських потреб у релаксації, рекреації, оздоровленні та відпочинку стає важливим соціально-економічним завданням, від успішності вирішення якого, значною мірою, залежить не тільки забезпечення належної якості життя населення, але й відновлення продуктивного потенціалу суспільства у цілому. З іншого боку, прискорення процесів світової економічної інтеграції, розширення сфер міжнародного культурно-просвітницького обміну, глобалізації системи транспортного та інфраструктурного забезпечення туризму у більшості економічно розвинених країн світу призводить до підвищення масової мобільності та свободи переміщення широких верств населення з метою змістовного проведення дозвілля.

Розвиток національного туристично-рекреаційного комплексу за таких умов стає важливим джерелом інтенсифікації економічного зростання держави та покращення платіжного балансу, підвищення добробуту населення, а також запорукою збереження й відновлення унікальних вітчизняних природно-рекреаційних ресурсів тощо.

Різні аспекти організації та управління туристичним господарством розглядалися в працях багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: Алейнікова Г. [1], Алексєєв А. [2], Бабарицька В. [10], Біржаков М. [3], Букерль Ф. [5], Дайан А. [5], Ісмаєв Д. [7], Квартальнов В. [8], Латипова Е. [9], Любіцева О. [10], Мальська М. [11], Мунін Г. [12], Скобкін А. [13], Скобкін С. [13], Смолій В. [14], Ушаков Д. [15], Федорченко В. [14], Худо В. [11], Цибух В. [14] та ін. Проте через складний міжгалузевий характер господарської діяльності в сфері туризму в більшості випадків увага дослідників зосереджується на вивченні окремих специфічних особливостей маркетингового дослідження ринку, ресурсного



## **СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

---

забезпечення та технології створення туристичного продукту, організації готельного обслуговування, ціноутворення і т. і., а, отже, не охоплює в повній мірі усього цілісного комплексу проблем формування попиту на послуги з рекреації та відпочинку. Тому на додаткове вивчення та поглиблення наукового обґрунтування вимагають, насамперед, комплексної оцінки та всебічного забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту. Особливої актуальності вирішення зазначених теоретичних та методичних завдань набуває в сучасних умовах неухильного зростання глобального конкурентного суперництва між виробниками в туристичній сфері.

**Метою дослідження** є узагальнення теоретичних підходів та розробка рекомендацій щодо формування системи показників оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту.

У якості загальних і спеціальних методів дослідження у роботі використовувалися: теоретичне узагальнення – для вивчення існуючих підходів до визначення змісту та встановлення складових туристичного продукту; аналізу і синтезу – для диференціації і узагальнення складу факторів оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту; графічний – для наочного зображення і схематичного представлення результатів досліджень.

**Основні результати.** Стрижневим елементом господарської діяльності в туристичній сфері є створення та надання споживачам комплексу послуг з рекреації та відпочинку (туристичного продукту), характерною ознакою якого є надзвичайне розмаїття специфічних умов формування попиту, використовуваних технологій виробництва, особливостей обслуговування клієнтів та ін. Наявність такого роду неоднорідності закономірно обумовлює виникнення серед науковців суттєвих розбіжностей щодо встановлення природи походження туристичного продукту (ТП) та визначення кола елементів, які входять до його складу.

Звичайно [6, с.241; 7, с.52; 11, с.10] туристичний продукт розглядається як сукупність послуг, тобто низка дій (благ, що на платній основі надаються в формі діяльності та прямо не пов'язані з утворенням нових матеріально-речовинних цінностей), спрямованих безпосередньо на споживача під час його подорожі. До складу такого роду послуг в Законі України «Про туризм» [6, с.241] віднесено, наприклад, перевезення та розміщення туристів, організація відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізація сувенірної продукції та ін. Характерними особливостями набору послуг, які формують певний туристичний продукт, при цьому слід вважати комплексність обслуговування клієнтів, неречовинну форму, невідчутність, одночасність вироблення та споживання, непостійність параметрів якості та ін.

Проте інші дослідники [8, с.106; 14, с.315] звертають увагу на те, що здійснення процесу відпочинку, оздоровлення туриста безпосередньо пов'язано і з використанням широкого кола матеріальних благ (предметів споживання), які спеціально виробляються для підвищення якості задоволення потреб покупців туристичного продукту. Таким чином, до складових ТП слід віднести також сукупну пропозицію різних видів продукції і товарів, призначення яких полягає у полегшенні вжитку або сприянні підвищенню якості надання послуг з відпочинку

та рекреації. Крім того, визначальними факторами і передумовами вибору маршруту туристичної подорожі, насамперед, виступають певні природно-кліматичні (характеристики довкілля – клімат, ландшафт, акваторії) та антропогенні (історичні, культурні, архітектурні та ін.) ресурси (часто – унікальні й неповторні), наявність доступу до яких стає неодмінною вимогою щодо формування якісного ТП, привабливість якого здатна надати туристу стимули до подорожі [5, с.292; 10, с.16]. Дайан А. та Букерель Ф. [5, с.292] пропонують також доповнити визначення антропогенної складової ресурсної бази утворення ТП через виокремлення комплексу інфраструктурних факторів (засоби розміщення, заклади харчування, транспортні підприємства та інші об'єкти матеріально-технічного забезпечення туризму), що задовольняють нагальні потреби людини, яка подорожує, та в цілому сприяють досягненню мети подорожі.

З точки зору організації ринкового механізму туристично-рекреаційної діяльності, як вважають Смолій В., Федорченко В., Цибух В. [14, с.315], важливе значення для формування ТП відіграє форма юридичного закріплення прав і відносин сторін – учасників туристичної діяльності – стосовно обов'язків, які вони приймають на себе у зв'язку із наданням і користуванням туристичними послугами («право на тур»). До складу найбільш значущих характеристик такого роду прав і відносин слід віднести як загальні вимоги щодо дотримання діючих в межах певних територій митних, візових, торговельних режимів (з урахуванням відмінностей, що існують в правових системах різних країн, у разі здійснення організаційно-правових відносин з нерезидентами), так і конкретні додаткові умови угод про надання туристичних послуг (у т.ч. – страхування відповідальності, порядок оплати, відшкодування можливих збитків і втрат, механізм урегулювання суперечностей між сторонами та ін.).

З точки зору автора, до кола важливих елементів формування туристичного продукту слід віднести також додаткові можливості і обмеження інституціонального та соціокультурного характеру (політичні, релігійні, гендерні та ін.), пов'язані із особливостями адміністративного устрою та умовами суспільного розвитку певної держави або території. Крім того, конкретний зміст та особливості прояву різних елементів, які в комплексі визначають асортимент туристичних послуг, обов'язково слід розглядати з урахуванням територіально-географічних відмінностей споживання ТП, що виникають на міжнародному, національному, регіональному, підприємницькому (в межах діяльності певного суб'єкту господарювання) рівнях.

Таким чином, туристичний продукт являє собою складну сукупність параметрів задоволення споживчих вимог щодо забезпечення на платній основі відпочинку, оздоровлення та інших потреб, прямо пов'язаних із географічним переміщенням (подорожжю), на основі спільного використання комплексу товарів і послуг (дії з безпосереднього сервісного обслуговування туристів), надання яких відбувається на наявній природно-ресурсній, інфраструктурній, інституціональній, соціокультурній базі з урахуванням економічних характеристик (цінові параметри), а також можливостей і обмежень міжнародного, національного, регіонального, підприємницького характеру

**СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

(табл. 1).

Таблиця 1

Характеристика складових формування туристичного продукту за рівнями прояву

Складові формування ТП	Характеристики прояву складових ТП за рівнями формування			
	міжнародний	національний	регіональний	підприємницький
Сервісна	Дотримання державами умов міжнародних угод та стандартів якості товарів і послуг	Дотримання державою умов національних стандартів якості сервісного обслуговування і забезпечення прав споживачів	Формування інтегрованого регіонального туристично-рекреаційного комплексу	Безпосереднє сервісне обслуговування туристів
Товарна				Формування належного асортименту товарів
Економічна	Укладання та дотримання угод про уникнення подвійного оподаткування	Визначення певного рівня природної ренти. Встановлення режиму оподаткування туристичної діяльності	Встановлення розміру місцевих податків і зборів, пов'язаних із туристичною діяльністю	Визначення цінових параметрів користування товарами і послугами
Природно-ресурсна	Реалізація заходів щодо збереження глобального природного середовища (ПС)	Забезпечення захисту природного середовища та запобігання поширенню екодеструктивних впливів	Забезпечення доступу туристичних підприємств до користування ресурсами ПС	Забезпечення доступу туристів до користування ресурсами ПС
Антропо-генно-ресурсна	Укладання угод про захист об'єктів культурно-історичної спадщини	Реалізація заходів щодо збереження об'єктів культурно-історичної спадщини (ОКІС)	Забезпечення доступу туристичних підприємств до ознайомлення з ОКІС	Забезпечення доступу туристів до ознайомлення з ОКІС
Інфра-структурна	Реалізація проектів розвитку інфраструктури (туристичної, транспортної, комунікаційної, культурно-освітньої)		Забезпечення доступу туристичних підприємств до користування об'єктами туристичної інфраструктури	Забезпечення доступу туристів до користування інфраструктурним і послугами та зручностями
Інститу-ціональна	Укладання угод про митний, візовий, торговельний та інші режими регулювання міждержавних переміщень	Визначення національних умов митного та візового режимів, встановлення вимог до страхування відповідальності учасників туристичної діяльності	Формування механізму регіонального управління розвитком інтегрованого туристично-рекреаційного комплексу	Визначення умов користування туристичними послугами

Продовження таблиці 1

Соціо-культурна	Забезпечення дотримання прав людини, організація міждержавного культурного обміну	Встановлення вимог щодо реалізації прав людини, збереження культурної ідентичності різних груп населення, захист прав меншин	Встановлення вимог щодо збереження культурної ідентичності населення території, захист прав меншин	Забезпечення комфортних умов комунікації туристів з персоналом підприємства
-----------------	-----------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------

Конкурентоспроможність ТП, який пропонується споживачеві певним учасником (або групою учасників) ринку, стає відбиттям наявності відносних переваг цього продукту над іншими доступними альтернативами задоволення потреб у проведенні дозвілля та відпочинку, рекреації й оздоровлення. Рівень конкурентоспроможності туристичного продукту (КСТП) виявляється в певних умовах ринкового конкурентного суперництва, тобто не може вважатися незмінною або такою, що заздалегідь задана, характеристикою.

Розмаїття особливостей утворення та неоднорідність елементів складного процесу задоволення потреб людей у проведенні дозвілля та відпочинку, рекреації й оздоровлення, обумовлює наявність широкого кола параметрів, які визначають якість і конкурентоспроможність ТП. Так, наприклад, у [4] та у інших міждержавних та національних стандартах здійснення туристичної діяльності, які діють на території України та інших держав СНД, до складу найважливіших напрямків оцінки якості послуг, що надаються туристам, віднесено великий комплекс параметрів інформаційного забезпечення (відомості про засоби розміщення, умови проживання і харчування, трансферу, програму туру, додаткові послуги, правила поведінки у місцевості перебування та ін.), а також низку обов'язкових вимог до організації діяльності туроператора, забезпечення безпеки туристів та екскурсантів, громадського харчування, дій та кваліфікації обслуговуючого персоналу та ін. Проте неодмінність характеру виконання зазначених правил для усіх учасників ринку, а також відсутність методичних підходів щодо формалізації й порівняння великої кількості відповідних оцінок, суттєво утруднюють використання наведеної системи показників для проведення конкурентного аналізу туристичних продуктів.

Мунін Г. [12, п.4.2] наполягає на доцільності розгляду широкого кола параметрів («атрибутів»), стан яких відображає порівняльні характеристики КСТП за такими критеріями: призначення туристичного продукту; надійність; ресурсо-ємність; ергономічність; естетичність; зручність і простота в експлуатації; відповідність естетичним вимогам; екологічна чистота; безпечність у користуванні; патентні чистота і захист; стандартизація і уніфікація; технологічність ремонту; транспортабельність; можливість вторинного використання або утилізації відходів. Слід, проте, відзначити, що для описаного комплексу критеріїв притаманною є орієнтація переважно на отримання оцінок КСТП матеріально-речовинної складової туристичного продукту, в той час як решта важливих аспектів задоволення потреб споживачів (зокрема, у ресурсній, інфраструктурній, інституціональній сферах) залишається за межами уваги дослідників.

## **СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

---

Латипова Е. [9] для розширення кола параметрів оцінювання КСТП пропонує застосування диференційованого підходу, згідно до якого вирішення цього завдання має здійснюватися у двох основних напрямках: споживчому, в рамках якого виокремлюються групи якісних та економічних показників; підприємницькому – тобто, для туроператора, стан діяльності якого визначається на основі вивчення низки якісних, економічних, динамічних показників. Але і в цьому випадку можливості забезпечення комплексного підходу до визначення КСТП (з урахуванням розмаїтого складу елементів туристичного продукту) є вкрай обмеженими. Крім того, узагальнення отриманих результатів оцінювання також буде утрудненим через різноспрямованість впливу певних факторів (насамперед, цінових) формування КСТП на, з одного боку, якість задоволення потреб споживачів, а з іншого – на ефективність діяльності туроператора. Аналогічні труднощі можуть виникати також при використанні методики, запропонованої Алексеевим А. [1, с.3.1] на основі моделі «МКОТС», що передбачає оцінювання КСТП за такими напрямками, як: залучення клієнтів; створення іміджу виробника; відповідність ціни продукту передбачуваному ціновому діапазону; естетико-етичні параметри споживання послуги.

Набагато більш об'єктивні результати можуть бути отримані при застосуванні розробленої Ушаковим Д. [15, с.76-94] статистичної моделі, сформованої на основі узагальнення значень коефіцієнту виявлених порівняльних переваг (RCA) за показниками діяльності учасників туристичного ринку з 77 країн світу, а також за 23 напрямками виїзного туризму у російській Федерації. Проте аналітична цінність і можливості практичного використання даної методики є вкрай обмеженими через необхідність накопичення і обробки величезних обсягів вихідної інформації, значний рівень трудоемності здійснення розрахунків та ін.

З огляду на наявність описаних методичних труднощів, які знаходять прояв в ході оцінювання КСТП, значного поширення серед дослідників отримав також підхід, орієнтований на проведення порівняльного аналізу окремих специфічних туристичних продуктів або роз'єднаних елементів, що входять до їхнього складу (насамперед, місць проживання). Наприклад, Алейнікова Г. [2, с.95-96] для вирішення цього складного завдання пропонує використання процесного підходу, в якому послідовно розглядається порівняльна ефективність здійснення певних робіт за стадіями циклу виробництва і споживання туристичного продукту. На думку Біржакова М. [3, с.137], об'єктом визначення КСТП слід вважати параметри певних туристичних стежок, тобто належно влаштованих та обладнаних маршрутів для надання обмежених у часі послуг рекреаційного або пізнавального характеру.

Скобкін С. та Скобкін А. [13, с.24-27], в свою чергу, розробили розгалужену систему оцінки якості функціонування та встановлення конкурентних переваг підприємств, які надають готельні послуги. Слід, проте, відзначити, що аналітичний потенціал такого роду підходів, незважаючи на перспективні можливості їхнього використання для вирішення специфічних завдань визначення КСТП, залишається обмеженим – відповідно до кола факторів, частково залучених до процесу оцінювання.

З точки зору автора, для оцінки конкурентоспроможності туристичного

продукту доцільним є використання системи індикаторів за групами економічних, технічних, маркетингових, організаційно-управлінських, інноваційних і соціальних показників, що визначають динаміку змін ТП на підприємницькому рівні (табл. 2). Забезпечення переваг та порівняно більш високої продуктивності застосування даного підходу відносно до інших методик оцінки КСТП досягається за рахунок комплексного охоплення предметної сфери формування та споживання туристичних послуг, що базується на удосконаленні визначення складу та рівнів виявлення елементів туристичного продукту.

Таблиця 2

Система показників оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту  
(фрагмент)

Складові формування ТП	Група показників оцінки КСТП	Показники оцінки КСТП
Сервісна	Економічні	Прибутковість послуги, які надаються
		Рентабельність послуг, які надаються
		Ресурсоємність послуг, які надаються
		Витрати на 1 грн. отриманого доходу від реалізації
	Технічні	Комплексний показник рівня якості обслуговування клієнтів
		Виробнича потужність і рівень її використання
		Гнучкість виробничого профілю (витрати на перепрофілювання виробничої бази з надання послуг)
	Маркетингові	Ємність цільового ринку
		Обсяги продаж та ринкова частка підприємства
		Стадія життєвого циклу послуги (прогнозний термін припинення надання послуги)
		Гармонійність асортименту послуг (різниця між витратами щодо надання послуг різної якості та вартості)
		Гнучкість асортименту послуг (діапазон цін та споживчих характеристик послуг, які надаються)
		Співвідношення витрат на маркетинг, просування, рекламу та обсягів надання послуг
		Кількість конкурентів. Індекс "домінуючого положення на ринку", індекс ІХХ
		Розмір знижок та премій за користування послугами на особливих умовах
Прогнозні темпи змін цін на послуги, які надаються		
Товарна	Економічні	Прибутковість товару, який виробляється
		Рентабельність товару, який виробляється
		Ресурсоємність товару, який виробляється
		Витрати на 1 грн. отриманого доходу від реалізації
		Співвідношення норми обігових запасів до загального обсягу споживання ресурсів
	Технічні	Виробнича потужність і рівень її використання
		Експлуатаційна надійність товару
		Вартість переналадження обладнання на споживання інших видів ресурсів
		Комплексний показник рівня якості продукції, що виробляється

**СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

Продовження таблиці 2

		Гнучкість виробничого профілю (витрати на перепрофілювання виробництва на базі існуючого обладнання)
		Рівень уніфікації та стандартизації обладнання та продукції
		Рівень автоматизації, механізації виробництва та управління
	Маркетингові	Стадія життєвого циклу товару (прогнозний термін припинення випуску товару)
		Витрати на гарантійне обслуговування
		Витрати на сервісне обслуговування
		Діапазон витрат на збут товарів різних груп
		Кількість позицій асортиментних груп продукції (широта асортименту)
		Кількість номенклатурних позицій випуску продукції (глибина асортименту)
		Розмір знижок та премій у комерційних відносинах відносно реалізації продукції
		Співвідношення витрат на маркетинг та обсягів продажу товарів
		Прогнозні темпи зміни цін на продукцію, які виробляється
		Кількість конкурентів. Індекс “домінуючого положення на ринку”, ІХХ
Економічна	Економічні	Відношення обсягу інвестицій, необхідних для продовження діяльності до обсягу продажу
	Маркетингова	Вартість нематеріальних активів (гудвілу) підприємства
		Рівень прихильності і лояльності клієнтів (частка повторюваних контактів з клієнтами в структурі продаж)
	Організаційно-управлінські	Питома вага управлінських робітників у чисельності промислово-виробничого персоналу
		Коефіцієнт гнучкості апарату управління підприємством
Інноваційні	Кількість трудових конфліктів (за причинами виникнення)	
Природно-ресурсна	Економічні	Обсяги інвестицій у модернізацію та відновлення виробничої бази підприємства
		Витрати на захист довкілля, запобігання та відшкодування наслідків екодеструктивного впливу
Антропо-генно-ресурсна	Економічні	Обсяги отриманої державної допомоги на природоохоронні цілі та захист довкілля
		Витрати на захист та підтримку у належному стані об'єктів культурно-історичного надбання
Інфра-структурна	Економічні	Тарифи на оплату інфраструктурних послуг
Інститу-ціональна	Економічна	Вартість отримання ліцензій, дозволів на здійснення туристичної діяльності
		Витрати на забезпечення вимог державного регулювання туристичної діяльності
		Витрати на забезпечення вимог безпеки функціонування об'єктів
		Вартість запобігання та відшкодування порушень інтелектуальних прав
Соціо-культурна	Соціальні	Кількість міжнаціональних конфліктів (за причинами виникнення, в межах території)

Узагальнення отриманих результатів оцінювання КСТП за напрямками та

групами показників, а також у цілому для обґрунтування заходів щодо удосконалення економіки та організації діяльності підприємств, які виготовляють туристичний продукт, може здійснюватися на основі використання радарного методу або шляхом розрахунку відповідного таксономічного коефіцієнту.

**Висновки.** Туристичний продукт являє собою складну сукупність параметрів задоволення споживчих вимог щодо забезпечення на платній основі відпочинку, рекреації, оздоровлення та інших потреб, прямо пов'язаних із географічним переміщенням (подорожжю), на основі спільного використання комплексу товарів і послуг, надання яких відбувається на наявній природно-ресурсній, інфраструктурній, інституціональній, соціокультурній базі з урахуванням економічних характеристик (цінові параметри), а також можливостей і обмежень міжнародного, національного, регіонального, підприємницького характеру.

Конкурентоспроможність туристичного продукту, який пропонується споживачеві певним учасником (або групою учасників) ринку, стає відбиттям наявності відносних переваг цього ТП над іншими доступними альтернативами задоволення потреб у проведенні дозвілля та відпочинку, рекреації й оздоровлення. Рівень конкурентоспроможності туристичного продукту (КСТП) виявляється в певних умовах ринкового конкурентного суперництва, тобто не може вважатися незмінною або такою, що заздалегідь задана, характеристикою.

Для оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту доцільним є використання системи індикаторів, визначення складу та структурної будови якої ґрунтується на комплексному охопленні предметної сфери формування та споживання туристичного продукту на основі застосування поданого підходу щодо удосконалення визначення складу та рівнів виявлення елементів туристичного продукту.

На додаткове дослідження та методичне опрацювання вимагають питання узагальнення показників оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту та обґрунтування на цій основі стратегії зміцнення конкурентних переваг підприємств туристично-рекреаційного комплексу.

#### Список літератури

1. Алейникова Г. Системы технологий: общие положения, технология туристической деятельности / Г.М. Алейникова. – Донецк: Донец. ин-т турист. Бизнеса, 2005. – 174 с.
2. Алексеев А.А. Маркетинговые исследования рынка услуг: [учеб. Пособие]. – СПб.: Издательство СПбГУЭФ, 1998. – 87 с.
3. Биржаков М. Введение в туризм / М.Б. Биржаков. – Санкт-Петербург: Издательский дом Герда, 2002. – 320 с.
4. ГОСТ 28681.2-95 Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.standards.ru/>. – Заголовок з екрану
5. Дайан А. Маркетинг / А. Дайан, Ф. Букерль; [пер. с фран.; науч. редактор Е. Худокормов]. – М.: Экономика, 1993. – 572 с.
6. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1995. – № 31. – С. 241-242.
7. Исмаев Д. Международное гостиничное хозяйство, по материалам зарубежной публикации. Требования по проектированию и оформлению гостиничных предприятий / Д.К. Исмаев – М.: НОУ «Луч», 1998. – 180 с.



**СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ**

---

8. Квартальнов В. Туризм / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
9. Латыпова Э. Туристический продукт территорий и его конкурентоспособность / Э.Н. Латыпова // «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики». [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.vipstd.ru/nauteh/123/36-n01-11/202-a>.
10. Любичева О. Туризмознавство / О.О. Любичева, В.К. Бабарицька. – К.: ВПЦ "Київський університет", 2008. – 336 с.
11. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія і практика: [навч. пібник] / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2007 – 424 с.
12. Мунін Г. Маркетинг турпродукту / Г.Б. Мунін. – К.: Кондор, 2009. – 364 с.
13. Скобкин С. Как измерить конкурентоспособность гостиничных услуг / С.С. Скобкин, А.С. Скобкин // Парад отелей. – 2005. – № 3 (24). – С.24-27.
14. Смолій В. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. – К.: Видавничий Дім «Слово», 2006. – 372 с.
15. Ушаков Д. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития / Д.С. Ушаков; под ред. д.э.н. В.В. Бандурина. – М.: ИД «Граница», 2005. – 288 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Куницин С.В. Система показателей оценки конкурентоспособности туристического продукта / С.В. Куницин // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 1. – С. 40-49.**

На основе проведенных исследований рассмотрена оценка конкурентоспособности туристического продукта на основе системы индикаторов, определения состава и структурного построения, которые основываются на комплексном охвате предметной сферы формирования и потребления туристического продукта. Применение данного подхода совершенствует определение состава и уровней выявления элементов туристического продукта.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность туристического продукта, оценка, показатели

**Cunicyn S.V. System of indexes of estimation of competitiveness of tourist product / S.V. Cunicyn // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 1. – P. 40-49.**

On the basis of the conducted researches the estimation of competitiveness of tourist product is considered on the basis of the system of indicators, determinations of composition and structural construction, which are based on the complex scope of subject sphere of forming and consumption of tourist product. Application of this approach is perfected by determination of composition and levels of exposure of elements of tourist product.

**Keywords:** competitiveness of tourist product, estimation, indexes.

УДК 339. 138

## ЗНАЧЕННЯ СЕРВІСУ У ВИКОНАННІ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАЦІЙ

*Нехай В.В.*

*Запорізький національний університет, економіко-гуманітарний факультет у м. Мелітополі,  
Мелітополь, Україна  
E-mail: dflbv63@bk.ru*

У статті визначене місце сервісу у забезпеченні товароруху, виконанні логістичних операцій, його особливості, методи організації логістичного сервісу, галузеві особливості, напрямки його удосконалення.

**Ключові слова:** логістика, маркетинг, промисловість, сервіс, управління.

**Постановка проблеми.** Із поглибленням економічних взаємовідносин між Україною та країнами Європейського союзу збільшується необхідність удосконалення систем управління економічними процесами, відповідності вітчизняної продукції євростандартам, особливостям планування, руху матеріальних потоків та організації виробництва. У зв'язку із цим методи логістики, як дієвих складових процесу управління діяльністю підприємства, потребують вивчення та застосування на практиці. Особливої уваги потребує застосування сервісу у виконанні функцій логістики, як за окремими функціями, так і загалом логістичного сервісу для підприємства. Саме це і є задає проблему знаходження можливостей раціонального поєднання логістики зусиллями виробничого підприємства і професійного логістичного сервісу сторонніх фірм.

**Аналіз публікацій.** Значний внесок у рішення проблеми удосконалення управління підприємством на основі використання ринкової інформації внесли закордонні вчені Геллоуей Л. [5], Хершген Х., Корнаї Я., Амблер Т. і Кохінакі Ф. [6] і ін. У працях цих авторів обґрунтована необхідність вивчення сучасних ринкових важелів, впровадження їх на підприємствах. Серед вітчизняних і країн СНД вчених, які торкались проблем удосконалення логістики: Анікін Б.А. [1], Крикавський Є.В. [3,4], Миротина Л.Б. [6], Окландер М.А. [8], Пономарьова Ю.В. [9], Виханский О.С. [2]. Удосконалення логістики підприємства за рахунок сервісу має постійно бути у полі уваги науковців з питань удосконалення управління у сучасних умовах.

Так, професор Крикавський Є.В. [2,3] значну увагу у своїх розробках приділяє використанню новітніх методів аналізу ринку для цілей маркетингу та логістики, поєднанню завдань цих видів діяльності для промислових підприємств. Саме цей автор у своїх роботах акцентує увагу на галузевому аспекті логістики, побудові стратегій розвитку логістики підприємства, зокрема, на засадах сервісу.

**Метою** даного дослідження є визначення місця сервісу у процесі здійснення логістики.

**Основні результати дослідження.** Логістика є відносно новим напрямком у розвитку системи управління підприємством. Вона має на рахунок достатньо дієвих методів, але все ж потребує нових доробок. Для досягнення цілей фірми

життєво важливими є логістичні канали, якими потрібно вміти правильно управляти. Управління логістичним каналом можливо розглядати з різних позицій:

- 1) з точки зору виробника «згори до низу» при «огляді» ринку через канал;
- 2) з точки зору роздрібного торговця або іншого кінцевого продавця «знизу до гори», оглядаючись, так би мовити, на виробника та шлях товару від нього.

Більш звичним є розгляд каналу розподілу з позиції виробника у рамках логістичного шляху продукції.

В управлінні логістичним каналом, який розглядається з точки зору виробника, можна виділити такі основні напрямки:

- формування стратегії каналу розподілу;
- розробка структури каналу;
- вибір учасників каналу;
- мотивація учасників каналу;
- координація структури каналу з використанням інструментів маркетингу;
- оцінка роботи учасників логістичного каналу.

У зв'язку з переліченими напрямками набуває особливого значення участь у логістичному потоці посередників. При цьому, ланок, де вони можуть бути корисними, на логістичному «шляху» багато. Наприклад, виробник автомобілів, який хотів би підвищити якість обслуговування споживачів при закупці його продукції за рахунок сервісу, може звернутись до послуг незалежного дилера. Для цього йому можуть знадобитись значні капіталовкладення, зокрема, у навчанні персоналу фірми-дилера. При цьому, зусилля повинні бути направлені і на зміну культури поведінки, ведення бізнесу, що дозволить забезпечити повнішу направленість на споживача та його потреби.

Виробник, вирішивши цю задачу, може вважати, що сервіс силами незалежного дилера може принести більший прибуток. І це має сенс, тому що налагодження сервісу у логістичному каналі є ключовим стратегічним напрямком.

Загально відомо, що послуга це діяльність, направлена на задоволення потреб. Робота з надання послуг, тобто по задоволенню будь-яких потреб, називається сервісом.

Природа логістичної діяльності передбачає можливість надання споживачу матеріального потоку різноманітних логістичних послуг. Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний з процесом розподілу і представляє собою комплекс послуг, що надаються в процесі постачання товарів.

Об'єктом логістичного сервісу є споживачі матеріального потоку на різних етапах.

Роботи з логістичного обслуговування можна розділити на три основні групи:

- передпродажні, тобто роботи по формуванню системи логістичного обслуговування;
- роботи з надання логістичних послуг, що здійснюються в процесі продажу товарів;

– післяпродажний логістичний сервіс.

До початку процесу реалізації продукції робота в області логістичного сервісу включає в себе, в основному, визначення політики фірми в сфері надання послуг, а також їх планування.

Значення поняття «сервіс» визначає Лес Геллоуей: «Мабуть немає ні однієї ситуації, про яку можливо було б сказати: «це чисте виробництво» або «це виключно сервіс». Було б помилкою розглядати сферу виробництва і сферу послуг як дві різні або тим більше, як єдино можливі альтернативи. Таких існує багато. Серед них і транспортування і торгівля як окремі види діяльності» [5, с. 35].

Логістика покликана задовольнити сформований маркетингом попит з мінімальними витратами. Велика кількість основних понять є базою для маркетингу і логістики. Одне з них – канал розподілу.

Канал розподілу – це сукупність підприємств і організацій, через які проходить продукція від місця їх виготовлення до місця споживання. Іншими словами, канал розподілу – це шлях до місця споживання.

Рівень розподілу логістичного потоку – це будь-який посередник – учасник логістичної системи, який виконує розподільчі функції, трансформуючи матеріальні потоки в процес їх переміщення до кінцевого пункту призначення. Довжина каналу визначається за кількістю проміжних рівнів між виробником і споживачем [9, с. 95].

Проміжні рівні є об'єктами сервісу, а також об'єктами дистрибуції. Серед них – продукція, виробники, споживачі, розподільчі центри, установи транспортного сервісу, сервісу зв'язку, фінансового сервісу, інформаційного сервісу, страхового сервісу та ін.

Сервіс може здійснюватися самим підприємством – виробником або спеціалізованими у галузі сервісного обслуговування матеріального потоку.

Сервісне обслуговування продукції являє собою сукупність функцій та видів діяльності всіх підсистем підприємства, які забезпечують зв'язок «підприємство – споживач» у розрізі кожного матеріального і інформаційного потоку за показниками номенклатури, якості, кількості, ціни, місця та часу поставки продукції у відповідності до вимог ринку. У якості видів сервісного обслуговування виділяють [1, с. 331]:

1) Сервіс задоволення споживацького попиту, який представляє собою комплексну характеристику рівня обслуговування споживачів, визначається наступними показниками: час, частота, готовність безвідмовність і якість поставок, готовність забезпечення комплексності і проведення вантажно-розвантажувальних робіт. Метод замовлення, на відміну від всіх перелічених показників, є загальним для всіх підсистем підприємства;

2) Сервіс надання послуг виробничого призначення охоплює сукупність пропонованих видів сервісного обслуговування продукції, що виробляється, тобто набір послуг, які надаються споживачу з моменту укладання договору на купівлю до моменту поставки продукції;

3) Сервіс післяпродажного обслуговування включає сукупність послуг, що надаються та необхідні для забезпечення ефективного функціонування продукції у існуючих економічних умовах під час усього життєвого циклу. Сервіс післяпродажного обслуговування здійснюється як до, так і після продажу продукції і включає наступні основні заходи:

- визначення вимог до післяпродажного обслуговування продукції на стадії його розробки сумісно зі споживачем;
- визначення послуг, що надаються споживачеві після продажу продукції;
- встановлення порядку післяпродажного обслуговування продукції у процесі обговорення умов її поставки;
- підготовка кадрового складу для проведення експлуатаційних та ремонтних робіт;
- підготовка та випуск необхідної технічної документації;
- організація забезпечення запасними частинами та інструментами, які необхідні для здійснення післяпродажного обслуговування;
- управління післяпродажним обслуговуванням продукції;
- підготовка необхідної інфраструктури для забезпечення післяпродажного обслуговування;
- розробка системи заміни продукції на її сучасні модифікації і утилізація застарілої продукції.

4) Сервіс інформаційного забезпечення характеризується сукупністю інформації, що надається споживачеві про продукцію та її обслуговування, методів і принципів, а також технічних засобів, які використовуються обробки і передачі інформації;

5) Сервіс фінансово-кредитного обслуговування представляє собою сукупність усіляких варіантів оплати продукції, систему знижок та пільг, що надаються споживачеві. Тут необхідно розглядати різні форми кредиту:

- у залежності від позикової вартості (товарна, грошова, змішана);
- у залежності від того, хто є кредитором: банківська, комерційна, державна, міжнародна, громадська, виробнича, споживацька структури;
- у окремих випадках необхідно розглядати наступні форми кредиту (пряма, непряма, наявна, прихована, стара, нова, основна, додаткова тощо).

Логістичний сервіс фактично націлений на споживача, тому що, навіть якщо забезпечується самим підприємством та за наймом підприємства, метою його є якість, вища за ту, яка могла б бути при його відсутності. Логістичні плани розробляються з урахуванням високого рівня сервісу і мінімальної величини витрат. Встановити оптимальну відповідність між цими цілями є завданням логістики.

Раціональність сервісу визначається:

- часом;
- якістю;
- витратами на здійснення;
- доступністю;
- рівнем економії.

Якість сервісу, зокрема, визначається якістю інформації. Найефективнішою інформацією є маркетингова. Саме вона оптимально окреслює модель взаємодії «підприємство – ринок», і саме вона відповідає вимогам актуальності, точності у вимірах, можливості систематизації.

Маркетингова інформація для цілей логістичного сервісу за наповненістю надається у таких формах:

- у більшій частині така, що описує;
- у більшій частині така, що вказує на причини явищ, змін тощо;
- така, що вміщує прогнози;
- така, що вміщує прогнози та шляхи покращення стану.

У рамках транспортної логістики існує таке важливе поняття, як сервісний потік.

Сервісний потік являє собою пасажирські послуги, які надаються підприємствами громадського транспорту пасажиром для їх переміщення у часі та просторі. Цей потік у логістичній системі громадського транспорту характеризують наступні фактори [6, 26]:

- умови обслуговування різних соціальних груп населення;
- витрати часу на переміщення;
- регулярність руху транспортних засобів;
- комфортабельність проїзду;
- величина транспортного тарифу і ін.

Відміна пасажирського сервісу від вантажного полягає у структурі якості обслуговування. Для пасажирського транспорту істотне значення група авторів посібника «Логістика: громадський пасажирський транспорт» [6, 16] вбачає у комфортності поїздки, яка для вантажних перевезень не має значення. Ця особливість повинна бути врахована при розробці метода оцінки якості пасажирського сервісу.

Транспортні та сервісні операції на відміну від виробництва та поставок існують у наступних умовах:

1) споживач сам приймає участь у контролі якості безпосередньо під час споживання послуг;

2) послуги не можливо зберігати та накопичувати.

У відповідності до вказаного можна зробити висновок про те, що сервіс у логістичній діяльності є складним процесом, який вимагає зваженого підходу та особливої уваги.

Сервіс є складовою сфери послуг, тобто такої, в якій поняття «якість» пов'язане з поняттям «час». За цим зв'язком стоїть можливість економії витрат саме часу. Така економія є надзвичайно важливою для логістів.

Наведемо приклад: у довгому ланцюжку матеріального потоку сервіс з транспортування може надавати і фірма «А» і фірма «Б». Але різниця ці фірми те, що для керівників «А» проблемою є кількість робочих кадрів. Це може бути результатом економії на заробітній платі та неповною часовою завантаженістю робітників. Такої проблеми не існує для фірми «Б». Тому, час, який пройде за завантаженням при зверненні до «А» буде більший, ніж при зверненні до «Б».

При цьому цілком можливо, що витрати на виплату винагородження однакові. Приймаючи до уваги, що логістика по суті своїй направлена на оптимізацію витрат, характеристика якісних показників сервісу має важливе значення.

З сервісом у логістиці тісно пов'язане поняттям «аутсорсинг».

Словосполучення «логістичний аутсорсинг» означає придбання у третьої сторони послуг з управління запасами, транспортування товару, його складування й всі, пов'язані із цими операціями бізнес-процеси. Точніше, під аутсорсингом розуміють передачу підприємством неосновних для нього бізнес-процесів стороннім виконавцям, найчастіше, з метою зменшення витрат на ці бізнес-процеси або для покращення якості результату.

Головною вигодою аутсорсингу довгий час вважалося зниження витрат. Так, за рахунок виводу за кордон виробництва комплектуючих ціни на комп'ютери і телекомунікаційне устаткування в США в 1990-і роки знизилися на 10-30%. Це вивільнило засоби для інвестицій в ІТ-індустрію. Вивід за кордон робочих місць теж приносить прямий прибуток. Дослідження Mckinsey Global Institute показало, що з кожного долара, витраченого на аутсорсинг до Індії, американська економіка отримує прибуток в розмірі як мінімум \$1,12, з яких \$0,58 направляються компанії-працедавцеві. При цьому, на думку директора інституту Mckinsey Дайани Фаррелл, вивільняються засоби на наукові дослідження. Наприклад, посилаючи рентгенівські знімки своїх клієнтів на аналіз до Індії, медичні компанії із США змогли за рахунок зниження вартості медичного обслуговування збільшити інвестиції в наукові розробки [2, 93].

В рамках логістики, в руслі виконання її мети, аутсорсинг набуває великого значення, тому, що забезпечує ланки логістичного ланцюга професійними виконавцями. Особливо це важливо при забезпеченні міжнародного логістичного потоку.

В аутсорсингу логістики при зовнішньоекономічній діяльності потребують фірми, що представляють малий і середній бізнес. Обороти великих компаній, як правило, дозволяють мати власні логістичні підрозділи. Але й вони звертаються до такого рішення своїх проблем. Логістичний аутсорсинг необхідний зростаючим компаніям, у яких витрати часу на організацію внутрішньої логістики стають усе більш дорогими. Митні процедури є також тим каменем спотикання у зовнішньоекономічній діяльності, який дозволить «зрушити» на законних підставах професіонал.

**Висновки.** Як підтверджує досвід, логістика потребує сервісу.

Логістичний аутсорсинг потрібний тим великим компаніям, які розуміють, що можуть досягти максимальної ефективності тільки шляхом зниження собівартості продукції. «Власна» логістика найчастіше лягає тяжким тягарем на собівартість. Логістичні служби коштують дорого, особливо, якщо серед кадрів робітники, яких треба навчити багатьом тонкощам цієї діяльності. До того ж, якщо підприємство не має потреби у деякий час у логістичному забезпеченні, утримання такої служби є тягарем. Такі періоди не обов'язково пов'язані з невдачами у бізнесі. Це можуть бути періоди активної роботи над новим товаром, або період виконання довгострокового замовлення, коли базисні умови поставки

передбачають, що умови доставки продукції бере на себе покупець. Великі замовлення на таких умовах для багатьох підприємств є бажаними та очікуваними. Нажаль, у таких випадках підрозділ логістики хоча й знаходить роботу, але завантажена повністю не буває, а саме аутсорсинг дозволить тільки за необхідності та професійно вирішувати проблеми логістики.

#### **Список літератури**

1. Аникин Б.А. Логистика: [учеб. пособие] / Б.А. Аникин. – М.: Инфра-М, 2001. – 352 с.;
2. Виханский О.С. Стратегическое управление: [учебник] / О.С. Виханский. – М.: Гардарики, 2005. – 296 с.
3. Крикавський Є. Логістика. Для економістів: [підручник] / Є. Крикавський. – Львів: Вид. Національного університету «Львівська політехніка», 2004. – 448 с.;
4. Крикавський Є.В. Застосування філософії Кайзен у логістичному ланцюзі – як важливий чинник підвищення доданої вартості замінних частин / Є.В. Крикавський, Н.В. Фігун [зб.наук.пр. Економічні науки. Серія “Економіка та менеджмент” / Луцький національний технічний університет]. – Луцьк, 2010. – Випуск 7 (26), частина 2. – С. 5-8;
5. Гэлловэй Л. Операционный менеджмент / Лес Гэлловэй. – СПб: Питер, 2002.- 320 с
6. Логистика: общественный пассажирский транспорт [Учебник для студентов студентов экономических вузов] / Под общ. ред. Л.Б. Миротина.- М.: Издательство «Экзамен», 2003- 224 с.
7. Маркетинг; под ред. М. Бейкера. – СПб.: Питер, 2002. – 1200 с.
8. Окландер М.А. Логістика: [навч. посіб.] / М.А. Окландер. – К. : Зовнішня торгівля, 2005. – 234 с.
9. Пономарьова Ю.В. Логістика: навч. посіб. [вид-во 2-ге, перероб та доп.] / Ю.В. Пономарьова. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2011 г.*

**Нехай В.В. Значение сервиса в выполнении логистических операций** / В.В. Нехай // Ученые записки ТНУ им. В.И. Вернадского. Серия: Экономика и управление. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 50-56.

В статье определено место сервиса в обеспечении товародвижения, выполнении логистических операций, его особенности, методы организации логистического сервиса, отраслевые особенности, направления его совершенствования.

**Ключевые слова:** логистика, маркетинг, промышленность, сервис, управление.

**Nekhay V.V. Value of service of service in performance of logistical operations** / V.V. Nekhay // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 50-56.

In article the service place in maintenance goods movements, performance of logistical operations, its features, methods of the organization of logistical service, branch features, directions of its perfection is defined.

**Keywords:** logistics, marketing, the industry, service, management.



УДК 338.432

## МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕРОВ ПЛОЩАДИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ ЗЕРНО

*Онищенко К.Н.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
 E-mail: magnitikus@mail.ru*

В статье обоснованы методические подходы определения оптимальных размеров сельскохозяйственных предприятий, которые производят зерно.

**Ключевые слова:** оптимальный размер земельной площади, транспортные расходы, производственные затраты.

### Постановка проблемы.

За прошедшие двадцать лет под воздействием условий производства, и прежде всего, изменившихся транспортных затрат, ограничивающих рациональность ведения сельского хозяйства, произошел процесс деконцентрации производства, то есть уменьшилась земельная площадь, приходящаяся на одно предприятие. Так площадь сельхозугодий, приходящаяся на одно сельскохозяйственное предприятие (без фермерских хозяйств), сократилась в пять раз, пашни – в 4,3 раза. Этот процесс объективный и обусловлен во многом растущими транспортными расходами в связи с увеличением цен на горюче-смазочные материалы. Одновременно происходил процесс изменения форм хозяйствования на основе трансформации предприятий, существовавших в период командно-административной экономики, а так же перераспределения земельной собственности между новыми организационно-правовыми формами предприятий (табл. 1).

Таблица 1

Тенденции перераспределения земельной площади между  
 сельскохозяйственными предприятиями и предприятиями других форм  
 хозяйствования в АР Крым с 1991 по 2009 годы

Землевладельцы или землепользователи	Общая земельная площадь, тыс. га				в т.ч. площадь сельскохозяйственных угодий, тыс. га				в т.ч. пашня, тыс. га			
	Годы											
	1991	1995	2000	2009	1991	1995	2000	2009	1991	1995	2000	2009
Сельскохозяйственные предприятия	1992	1775	886	926	1729	1640	845	885	1191	1138	690	751
из них:												
земли негосударственных сельхозпредприятий	–	519	785	813	701	909	630	790	603	663	532	693
фермерские хозяйства	–	30	119	133	–	30	118	132	–	23	104	121
земли государственных сельскохозяйственных предприятий	1016	768	327	113	1028	701	97	96	588	452	54	58
Земли граждан	–	110	645	639	43	99	629	619	43	71	477	448

Из данных таблицы 1 видна тенденция сокращения земельной площади в сельскохозяйственных предприятиях почти в два раза, а в государственных предприятиях в 10 раз. И, тем не менее, сельхозпредприятия на сегодня являются самыми крупными землевладельцами. За период с 2000 года площадь земель сельскохозяйственных предприятий выросла на 9%, а площади граждан, получивших землю уменьшились.

Процесс уменьшения количества мелких ферм и предприятий, то есть процесс концентрации, продолжается и в настоящее время. Так, за последние 5 лет количество предприятий, имеющих сельскохозяйственные угодья, в АР Крым уменьшилось более чем на 20%, но, прежде всего, за счет мелких фермерских хозяйств с площадью сельскохозяйственных угодий до 50 га. Это можно объяснить тем, что производство зерна при размерах менее 50 га. на фермерское хозяйство экономически не оправдано.

**Целью статьи** является разработка методических подходов для определения оптимальных размеров земельной площади сельскохозяйственных предприятий с целью повышения экономической эффективности производства зерна.

**Анализ подходов к исследуемой проблеме.**

Проблема оптимизации размеров сельскохозяйственных предприятий изучается учеными на протяжении нескольких десятилетий. Первой работой в этой области общепризнана работа немецкого экономиста Й. Фон Тюнена «Изолированное государство в его отношении к сельскому хозяйству и национальной экономике» (1826 г.), в которой автор предположил существование изолированной хозяйственной области в виде круга с почвой абсолютно одинакового плодородия и с единственным источником спроса на сельскохозяйственную продукцию в центре этого круга. Исследуя эту модель, Тюнен пришел к выводу, что оптимальным будет размещение различных отраслей сельского хозяйства вокруг центра в виде колец по убывающей интенсивности. Расположение производств обусловлено стремлением каждого производителя максимизировать прибыль, технологиями производства и транспортировки, объемом и номенклатурой спроса на продукцию.

Выдающийся российский экономист Чаянов А.В. обосновал теорию дифференциальных оптимумов сельскохозяйственных предприятий, согласно которой оптимум имеет место там, где при «прочих равных условиях себестоимость получаемых продуктов будет наименьшей» [5]. В аграрном секторе экономики оптимальные размеры хозяйств сильно зависят от природно-климатических, географических условий, биологического характера процессов, а также других особенностей, поэтому учет регионального фактора здесь особенно необходим.

Чаянов А.В. выдвинул и весьма простую методику определения оптимальных размеров предприятия. Так, в земледелии все элементы себестоимости подразделяется им на три группы (в расчете на единицу площади хозяйства):

- уменьшающиеся при укрупнении хозяйств (административные расходы, издержки по использованию машин, оборудования, построек);

## **МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕРОВ ПЛОЩАДИ ПРЕДПРИЯТИЙ, ПРОИЗВОДЯЩИХ ЗЕРНО**

---

- увеличивающиеся при укрупнении хозяйств (транспортные издержки, потери, связанные с ухудшением надзора за качеством труда);
- не зависящие от размера хозяйств (стоимость семян, удобрений, погрузочно-разгрузочные работы).

По Чаянову А. В., задача нахождения оптимума сводится к нахождению точки, в которой сумма всех трех видов издержек будет минимальной.

Новиков Ю. Н. в 1961 году в статье «Оптимальные размеры животноводческих ферм» [3] впервые математически обосновал модель расчета, в которой определяется оптимум, как сумма снижающихся по мере укрупнения животноводческих ферм затрат на обслуживание скота  $Уз$  и, растущих транспортных затрат на подвозку кормов и вывозку навоза,  $Ут$ :

$$Уз = \frac{a}{x} + b, \quad (1)$$

$$Ут = C\sqrt{x}, \quad (2)$$

где:  $x$  – площадь сельхозугодий предприятия.

При нахождении оптимального размера данные формулы суммируются, дифференцируются и в результате оптимальный размер сельскохозяйственных угодий ( $X_{\text{опт}}$ ), соответствующий минимальной сумме затрат на единицу площади сельхозугодий, равен:

$$X_{\text{опт}} = \sqrt[3]{\left(\frac{2a}{c}\right)^2} \quad (3)$$

**Изложение основного материала исследования.** Для условий начала XXI века методику Новикова Ю. Н. можно уточнить и применить новые методические положения для расчета оптимизации сельскохозяйственного предприятия, производящего зерно.

В основе предлагаемого метода расчета лежит закономерное снижение всех внутрихозяйственных издержек производства (кроме транспортных расходов) на единицу площади при укрупнении хозяйства. На основании данных, представленных Кононенко М. П. [1], нами построен график снижающихся затрат на производство зерновых культур по мере увеличения площади тракторно-полеводческой бригады (рис. 1).

Проведенные расчеты дают следующее уравнение затрат на единицу площади при производстве зерновых культур:

$$Уз = \frac{56250}{x} + 60625 \quad (4)$$

Из анализа производственных затрат на возделывание зерновых (основной культуры полеводства) следует, что эти затраты весьма высоки, хотя и обеспечивают рентабельность производства зерна.

Если по мере укрупнения хозяйства происходит снижение производственных затрат, то транспортные расходы растут. Предприятие нуждается в транспортном

обслуживании по перевозке большого количества удобрений, семян, ГСМ, вывозке урожая.

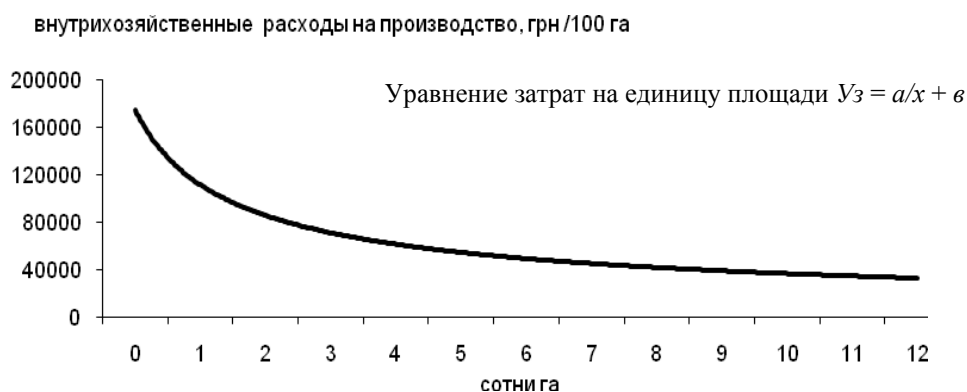


Рис. 1. Зависимость снижения производственных затрат по мере увеличения объемов производства сельскохозяйственными предприятиями.

Возможно рассчитать степень возрастания транспортных затрат по мере укрупнения земельного массива севооборотов по следующей формуле:

$$C = K_p \times K_{кр} \times D \times Z_{тн} \sqrt{П}, \quad (5)$$

где:  $C$  – степень возрастания транспортных затрат на 100 га, грн.;

$K_p$  – коэффициент расположения пункта доставки грузов (если расположен в центре  $K_p = 0,5$ );

$K_{кр}$  – коэффициент криволинейности сельских дорог транспортировки (в среднем 1,5);

$D$  – количество грузов, которые надо перевезти на и с площади в 100 га, т;

$Z_{тн}$  – себестоимость перевозки одного т×км, грн.

$П$  – площадь, на которую и с которой производятся транспортные работы, км<sup>2</sup>.

Коэффициент расположения пункта доставки грузов и коэффициент криволинейности сельских дорог принимаем без изменения (как они обозначены в пояснении к формуле:  $K_p = 0,5$ ;  $K_{кр} = 1,5$ ).

Количество грузов, которые надо перевезти тракторно-полеводческой бригаде при производстве зерновые культур составляет около 382 т на 100 га (семена – 0,3 т, удобрения – 0,1 т, ГСМ – 1 т, урожай – 250 т, солома – 130 т), т.е.  $D = 382$  т/км<sup>2</sup>.

Себестоимость перевозок автомобильным транспортом и тракторами составляет в среднем 1,5 грн. за 1 т×км ( $Z_{тн} = 1,5$  грн./(т×км)). Площадь, на которую и с которой производятся транспортные работы примерно 2000 га или 20 км<sup>2</sup> ( $П = 20$  км<sup>2</sup>).

Тогда степень возрастания транспортных затрат на 100 га зерновых определяется как:

**МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕРОВ ПЛОЩАДИ ПРЕДПРИЯТИЙ,  
ПРОИЗВОДЯЩИХ ЗЕРНО**

---

$$C = 0,5 \times 1,5 \times 382 \times 1,5 \times \sqrt{20} = 1921,9 \quad (6)$$

Подставляя найденные значения в формулу 3, находим оптимальный размер сельскохозяйственного предприятия:

$$X_{\text{опт}} = \sqrt[3]{\left(\frac{2a}{c}\right)^2} = \sqrt[3]{\left(\frac{2 \times 56250}{1921,9}\right)^2} = \sqrt[3]{3426,44} = 15,1 \text{ км}^2 = 1510 \text{ га}$$

Для сравнения определим себестоимость перевозок и оптимальный размер предприятия для периода административно-командной экономики, когда себестоимость перевозок автомобильным транспортом и тракторами составляла в среднем 0,12 руб. за 1 т×км.

$$C = 0,5 \times 1,5 \times 382 \times 0,12 \times \sqrt{20} = 153,75.$$

Тогда оптимальный размер хозяйства составлял:

$$X_{\text{опт}} = \sqrt[3]{\left(\frac{2a}{c}\right)^2} = \sqrt[3]{\left(\frac{2 \times 56250}{153,75}\right)^2} = \sqrt[3]{535395,6} = 81,2 \text{ км}^2 = 8120 \text{ га}$$

Таким образом, высокая концентрация земельной площади была обусловлена дешевыми транспортными расходами. Для наших условий оптимальным является предприятие с площадью – 1 510 га, а для того периода – 8 120 га.

Анализируя современное распределение предприятий по размерам земельной площади можно установить, что существуют очень крупные предприятия – производители зерна, имеющие более 10 тыс. га площади сельскохозяйственных угодий. Но есть и предприятия, имеющие площадь от 500 до 1000 га.

Определим величину производственных затрат на 100 га посевов зерновых для фермерского хозяйства с площадью сельскохозяйственных угодий 50 га:

$$U_z = \frac{56250}{0,5} + 60625 = 173127 \text{ грн./км}^2, \quad U_m = 1921,9 \sqrt{0,5} = 1359 \text{ грн./км}^2.$$

Суммарные затраты составляют 174 486 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий.

Для хозяйства в 100 га площади посевов суммарные затраты составляют 118 796,9 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий:

$$U_z = \frac{56250}{1} + 60625 = 116875 \text{ грн./км}^2, \quad U_m = 1921,9 \sqrt{1} = 1921,9 \text{ грн./км}^2$$

Для предприятия размером 500 га площади посевов суммарные затраты составляют 76 172,5 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий:

$$U_z = \frac{56250}{5} + 60625 = 71875 \text{ грн./км}^2, \quad U_m = 1921,9 \sqrt{5} = 4297,5 \text{ грн./км}^2.$$

Для предприятия размером 1 500 га площади посевов суммарные затраты составляют 71 818,5 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий:

$$U_z = \frac{56250}{15} + 60625 = 64375 \text{ грн./км}^2, \quad Um = 1921,9\sqrt{15} = 7443,5 \text{ грн./км}^2.$$

Для предприятия размером 2 500 га площади посевов суммарные затраты составляют 72 484,5 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий:

$$U_z = \frac{56250}{25} + 60625 = 62875 \text{ грн./км}^2, \quad Um = 1921,9\sqrt{25} = 9609,5 \text{ грн./км}^2.$$

Для предприятия размером 10000 га площади посевов суммарные затраты составляют 80 406,5 грн. на 100 га сельскохозяйственных угодий:

$$U_z = \frac{56250}{100} + 60625 = 61187,5 \text{ грн./км}^2, \quad Um = 1921,9\sqrt{100} = 19219 \text{ грн./км}^2.$$

Представим полученные расчеты графически:

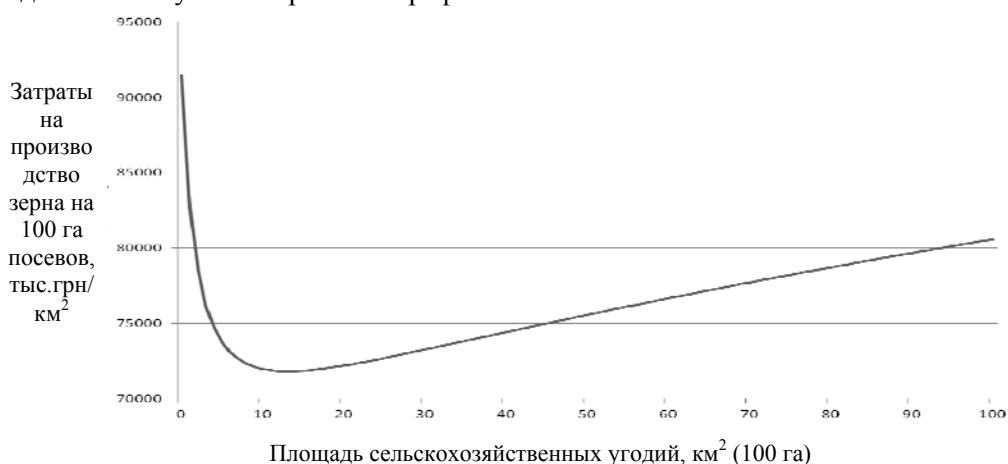


Рис. 2. Влияние размеров земельной площади сельскохозяйственных угодий предприятия на производственные затраты по выращиванию зерна (в расчете на 100 га посевов пшеницы).

Полученные с использованием предложенной нами методики расчета значения оптимального размера сельскохозяйственных угодий, расходятся с рекомендациями Сафоновой В. И. [4], представленными в таблице 2.

Данные таблицы 2 свидетельствуют, что оптимальный размер хозяйства очень сильно зависит от удельного веса орошаемых земель. Если хозяйство обладает полностью орошаемыми землями, то его оптимальный размер (при условии, что орошение удваивает урожайность сельскохозяйственных культур) должен составлять 667 га орошаемых земель.

Нами для расчетов в формуле 5 величина урожайности принималась 25 ц/га. Следовательно, при коэффициенте перевода орошаемых земель в богарные 2,4, урожайность зерновых культур должна составить на орошаемых землях 60 ц/га. Это в настоящее время обычная средняя урожайность риса, а сорт пшеницы «Обрий» на орошаемых землях давал до 80 ц/га.

**МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕРОВ ПЛОЩАДИ ПРЕДПРИЯТИЙ,  
ПРОИЗВОДЯЩИХ ЗЕРНО**

Таблица 2

Рекомендуемые размеры пашни оптимального хозяйства в зависимости от  
удельного веса орошения и коэффициента перевода орошаемых земель  
в богарные (2005 г.)

Коэффициент перевода орошаемой пашни в условную, К	при удельном весе орошаемой пашни, %				
	20	40	60	80	100
	рекомендуемые размеры пашни хозяйства, га				
1,0	1600	1600	1600	1600	1600
1,2	1530	1481	1428	1379	1333
1,4	1461	1408	1290	1212	1142
1,6	1428	1290	1176	1081	1000
1,8	1379	1212	1081	976	889
2,0	1333	1143	1000	889	800
2,2	1311	952	930	816	727
2,4	1250	909	869	755	667

Рассчитаем для этих условий оптимальный размер сельскохозяйственных угодий предприятия. Количество грузов, которые надо перевозить на площадь 100 га, увеличится до 752 т (семена – 0,3 т, удобрения – 0,1 т, ГСМ – 1 т, урожай – 600 т, солома – 130 т), т.е.  $D = 752 \text{ т/км}^2$ .

Себестоимость перевозок автомобильным транспортом и тракторами составляет в среднем 1,5 грн. за 1 т×км ( $Зтн = 1,5 \text{ грн.}/(\text{т} \times \text{км})$ ). Площадь, на которую и с которой производятся транспортные работы примерно 667 га или  $6,6720 \text{ км}^2$  ( $П = 6,67 \text{ км}^2$ ).

Тогда, С – степень возрастания транспортных затрат на 100 га зерновых определяется как:

$$C = 0,5 \times 1,5 \times 752 \times 1,5 \times \sqrt{6,67} = 2184,9$$

Для этих условий оптимальный размер сельскохозяйственных угодий предприятия составит:

$$X_{\text{опт}} = \sqrt[3]{\left(\frac{2a}{c}\right)^2} = \sqrt[3]{\left(\frac{2 \times 56250}{2184,9}\right)^2} = \sqrt[3]{2651} = 13,8 \text{ км}^2 = 1380 \text{ га}.$$

Расхождения с расчетами Сафоновой В. И. объясняются тем, что, взяв за основу урожайность культуры, она не учла, что хотя площадь перевозок оставалась прежней, а величина перевозимых грузов возросла вследствие роста урожайности на орошаемых землях. Поэтому рекомендуемая автором таблица и выведенные формулы расчета перевода орошаемых земель в богарные для целей оптимизации размеров площади сельскохозяйственных угодий не являются правильными.

Главной задачей процесса трансформации сельскохозяйственных предприятий в настоящее время должно быть сохранение или достижение ими оптимального размера в сложившихся условиях хозяйствования. Крупное хозяйство должно иметь в своем составе оптимальные по размеру подразделения. Это обусловлено свойством земли, которая обладает протяженностью в пространстве. В более крупных хозяйствах (при прочих равных условиях) она будет использоваться более длительное время, то есть коэффициент использования рабочих машин и механизмов здесь выше. Кроме того, снижается вероятность морального износа средств труда. Крупные хозяйства имеют большие возможности рационального использования земли.

В расчете на единицу земельной площади ее обработка, сбор урожая на больших земельных массивах обходятся дешевле. Но главный эффект состоит в том, что крупные хозяйства имеют намного больше возможностей для применения научно обоснованного ведения севооборотов.

Значение этого фактора в деле сохранения и приумножения плодородия почвы, следовательно, повышения урожайности трудно переоценить, благодаря рациональному плодосменному севообороту, даже без применения удобрений, урожайность зерновых по сравнению с монокультурой почти удваивается.

Из приведенных расчетов можно сделать следующие **выводы**.

1. Фермерское хозяйство, имеющее 50 га сельскохозяйственных угодий, расходует на производство зерна в расчете на 100 га посевов в 2,43 раза больше средств (на 98313,5 грн.), чем предприятие оптимального размера.

2. Фермерское хозяйство, использующее 100 га под посевы зерновых, расходует в 1,65 раза больше средств (на 49978,4 грн.), чем предприятие оптимального размера.

3. Среднее предприятие, использующее под зерновые культуры 500 га сельскохозяйственных угодий, на 6,1% больше средств, чем предприятие оптимального размера.

4. Предприятие, использующее под зерновые культуры 10 000 га сельскохозяйственных угодий, расходует на 100 га посевов на 11,2 % больше средств, чем оптимальное по размерам предприятие.

5. Повышение эффективности зернового производства за счет выбора новых рыночно-ориентированных форм и размеров экономической деятельности, адаптации к изменившимся условиям внешней и внутренней среды остается неперенной проблемой для большинства сельскохозяйственных предприятий. А именно это является экономической необходимостью, которая должна быть реализована и имеет своей целью формирования перспективных моделей сельскохозяйственных предприятий по выращиванию зерновых культур.

#### Список литературы

1. Кононенко М.П. Техніко-технологічні напрями підвищення ефективності виробництва продукції рослинництва / М.П. Кононенко // Економіка АПК. – 2008. – № 8. – С. 67-74.
2. Мельник Л.Е. Научные основы реформирования аграрного производства при переходе к рынку / Л.Е. Мельник, В.В. Радченко, В.Я. Олейник. – Днепропетровск : Пороги. – 1996. – 445 с.



**МЕТОД ОПТИМИЗАЦИИ РАЗМЕРОВ ПЛОЩАДИ ПРЕДПРИЯТИЙ,  
ПРОИЗВОДЯЩИХ ЗЕРНО**

---

3. Новиков Ю.Н. Методика расчета оптимальных размеров животноводческих ферм / Ю.Н. Новиков // Экономика сельского хозяйства. – 1961. – № 7. – С. 34-39.
4. Сафонова В.И. Трансформация аграрных земельных отношений в природопользовании Украины: [монография] / В.И. Сафонова – Симферополь: АРИАЛ, 2009. – 378 с.
5. Чаянов А.В. Избранные произведения : [избранные труды] / А.В. Чаянов – М. : Колос, 1993. – 215 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Онищенко К.М. Метод оптимізації розмірів площі підприємств, що виробляють зерно /**  
К.М. Онищенко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. –  
С. 57-65.

У статті обґрунтовані методичні підходи визначення оптимальних розмірів сільськогосподарських підприємств, які виробляють зерно.

**Ключові слова:** оптимальний розмір земельної площі, транспортні витрати, виробничі витрати.

**Onischenko K.M. The optimizing method of the size of the area of plants producing seed /**  
K.M. Onischenko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), №  
3. – P. 57-65.

In the article the methodological approaches determine the optimal size of farms that produce corn.

**Keywords:** optimal size of land area, transportation costs, production costs.

**УДК 338.48**

## **СУЩНОСТЬ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ**

*Падерин А.В.*

*Крымский инженерно-педагогический университет, Симферополь, Украина  
E-mail: alex\_pad@rambler.ru*

В статье излагаются составляющие эффективности управления, уделяется внимание эффективности управления туристической отраслью. Рассматривается эффективность управления на макро и микроуровнях, а также процесс взаимодействия государства и бизнеса.

**Ключевые слова:** эффективность, управление, туризм, туристическая отрасль, управление в туризме, управление туристической отраслью.

**Постановка проблемы.** Управление, во многом, обусловлено типом экономической системы, уровнем ее развития и достижениями в мире, типом политической системы в стране. На сегодняшний момент в стране сложилась такая ситуация, когда произошел практически полный отказ от сильных сторон управления советской системы. В тоже время за годы независимости не было создано собственной полноценной системы управления. Кроме того, необходимо учитывать, что современная система управления должна отражать переход от индустриального к информационному обществу. Таким образом, объективно складывается новая парадигма управления, которая должна учесть как общемировые тенденции, так и украинскую специфику.

**Анализ существующих подходов к исследуемой проблеме** позволяет выделить несколько подходов.

Западные авторы делают упор на психологические аспекты управления. В этом отношении интересны работы Друкера П. [1] и Эмерсона Г. [2]. Так, Друкер предлагает повысить эффективность труда управленцев следующим образом: “Эффективные управляющие должны знать, на что они расходуют свое время... Эффективные управляющие должны концентрироваться на достижениях, выходящие за рамки своих организаций. Им следует быть нацеленными не на выполнение работы как таковой, а на конечный результат... Эффективные управляющие должны строить свою деятельность на преимущественных, сильных качествах, как собственных, так и руководителей, коллег и подчиненных, а также обязаны отыскивать положительные моменты в конкретных ситуациях... Эффективные управляющие концентрируют свое внимание на нескольких важнейших участках, в которых исполнение поставленных заданий принесет наиболее ощутимые результаты... Наконец, эффективные управляющие должны принимать эффективные решения”[1, с. 34-35].

Эмерсон представляет 12 принципов, основываясь на достижениях специалиста в военных делах Мольтке, который при проведении военной реформы в Прусской армии при короле Вильгельме опирался на следующие

аспекты: “1. Отчетливый план, или идеал, образец. 2. Организация, способная по своей форме достигать идеалов (целей) и закреплять достигнутое путем применения определенных принципов. 3. Наличие людей, материалов, машин, денежных средств и методов, позволяющих организации применять принципы, с помощью которых достигаются цели и закрепляется достигнутое. 4. Компетентные и знающие руководители, которые сумели бы заставить организацию и оборудование достигать поставленных целей или идеалов и закреплять достигнутое” [2, с. 12]. Для Cummings L.L. [3] эффективной должна быть организация, предстающая в качестве арены, где ее участники могут выразить свои цели. Steers R. M. [4] рассматривает эффективные организации, в которых их члены согласны с целями организации. Для Goodman P. [5] эффективной является организация, если в ней есть доминирующая коалиция.

Разработки отечественных ученых по вопросу эффективности отличаются своей глубиной и ориентированы на оценку эффективности работы народного хозяйства в целом или отдельных его отраслей. Здесь выделяют математические модели поиска оптимальных решений Канторовича Л.В. [6] и нормативную систему показателей Сыроежкина И.М. [7]. Вот, что об этом пишет Канторович: “Управление всей экономикой и отдельными ее звеньями делается все более затруднительным из-за колоссального многообразия возможных производственных решений, принимаемых на различных уровнях. Особую важность в связи с этим приобретают вопросы научно обоснованного поиска оптимальных решений в различных экономических ситуациях... из математических методов наибольшее значение получили оптимальные решения, объединяемые названием математическое оптимальное программирование” [6, с. 5-6]. Принцип работы нормативной системы показателей выглядит следующим образом: “Нормативная система показателей... опирается на порядковое отношение мер движения показателей. Без изменения в порядке движения характеристик... действия любого звена равновыгодны... Однако едва действия любого агента начинают затрагивать порядок движения показателей, картина меняется. События вступают в зону меняющейся выгоды. Согласованность всех действий становится безусловной необходимостью, а выгодными признаются лишь те изменения, благодаря которым оценки конечных результатов идут вверх” [7, с. 144].

Российский вклад в проблему эффективности имеет социальную направленность. Среди российских авторов, необходимо отметить: Бондаренко Ю.Р., Маслова А.А., Удалова А.А., Атаманчука Г.В., Афанасьева А.А. Так, Бондаренко Ю.Р. [8] предлагает рассматривать эффективность в разрезе системы координат СУЭ, где выделяются: социальная эффективность, устойчивость, экономическая эффективность.

Для Маслова Д.В. [9] эффективность — инструмент обеспечения конкурентоспособного положения организации на рынке. Достигнуть этой эффективности можно при помощи функциональной модели оценки. Для Удалова Ф. [10] эффективность — это возможность в полной мере реализовать положения “управленческого четырехзвенника”: “знают” — “могут” — “хотят” —

“успевают”. Атаманчук Г.В. [11] говорит о том, что государство формирует ограничения в вопросе достижения эффективности управления. Эти ограничения называются синергетическим потенциалом государственного управления.

Афанасьев А.А. [12] полагает, что эффективность надо рассматривать в разрезе этапов развития организации — зарождение, самодостаточность, переосмысление своего развития и ставка на коллектив. При этом в первую очередь необходимо провести обследование эффективности работы высшего аппарата управления. Речь идет об оценке таких показателей, как: “качественный состав высшего руководства, степень его ответственности за достигнутые результаты; квалификация руководящих кадров, ее соответствие будущим потребностям...” [12, с. 279].

Украинские ученые сделали ставку на рассмотрение эффективности государственного управления. Здесь стоит упомянуть таких авторов, как Долишний М.И., Шаптала О.С., Биль М., Писаревский И.М., Иляшенко А.Х., Билецкая И. Долишний М.И. [13] пишет о необходимости эффективного регионального менеджмента со стороны государства. Для Шаптала О.С. [14] эффективность связана с управлением существованием и развитием рекреационной сферы. Биль М. [15] предлагает эффективный механизм государственного управления, основанный на методах, формах и функциях государственного управления. Писаревский И.М. [16] поднимает вопрос об эффективности управления в туризме, для чего необходимо усовершенствовать организационную структуру управления на базе региона. Иляшенко А.Х. [17] говорит о необходимости эффективной политики государства в сфере туризма и в связи с этим предлагает государству руководствоваться организационными, экономическими, институциональными и социально-психологическими механизмами. Билецкая И. [18] делает упор на синергетический эффект в стратегическом управлении туристического комплекса, основываясь на таких подходах, как рекреационный, экономический, маркетинговый, межотраслевой, инвестиционный.

**Целью работы** является анализ сущности понятия “эффективность управления туристической отраслью”.

**Основные результаты исследования** Разговор об эффективности управления следует начать с рассмотрения понятия «управление». В самом общем смысле под управлением следует подразумевать процесс воздействия субъекта на объект для достижения заданных целей. Вот как трактуют данное понятие Ансофф И., Мескон М. и Румянцев А.А.

Для Ансоффа И. “управление — это практическая деятельность, ориентирующаяся на результаты” [19, с. 28].

Мескон М. рассматривает управление как “процесс планирования, организации, мотивации и контроля, необходимый для того, чтобы сформулировать и достичь целей организации” [20, с. 10].

Румянцев А.А. полагает, что “управление — это совокупность принципов, методов, алгоритмов и способов мышления, с помощью которых лидеры используют человеческие возможности и другие ресурсы для достижения

стратегических и тактических целей организации”[21]. При таких подходах управление мало чем отличается от администрирования. Разница будет заключаться в том, что администрирование является формальным подходом, основанном на издании приказов и распоряжений. Другими словами, администрирование является бюрократической формой управления. Толкование понятия администрирование дается в Современном экономическом словаре, Советском энциклопедическом словаре. В Современном экономическом словаре, читаем: “Администрирование — преобладание в управлении формальных, чисто административных, приказных форм и методов”[22, с. 7]. В Советском энциклопедическом словаре администрирование трактуется, как “бюрократический метод управления, командование” [23, с. 24]. При регулировании важно достижение стабильности. Трактовка понятия регулирования дается в Современном экономическом словаре. Под регулированием экономики подразумевается “воздействие на экономику со стороны органов управления с целью поддержания протекающих в ней процессов на определенном уровне или предотвращения, подавления неблагоприятных явлений” [22, с. 41].

Говоря о процессе регулирования, нужно обратить внимание на высказывания двух авторов — Богданова А.А. и Шумпетера И. По мнению Богданова А.А. [24] любая организация заинтересована в обеспечении стабильности своего развития. Речь идет о поддержании подвижного равновесия, когда каждое возникающее в организации изменение уравнивается противоположным. Для Шумпетера И. [25] есть статическая и динамическая эффективность. Первая связана с административно-командной системой и заключается в адаптации к сложившемуся экономическим реалиям. Шумпетер считает, что развитию способствует исключительно деятельность предпринимателей с их инициативой и смекалкой. Поэтому для динамично развивающегося мира ориентация на некий постоянный уровень развития в средние и долгосрочной перспективе чревата серьезным отставанием от стран-конкурентов. Если страна хочет иметь конкурентоспособную отрасль или народное хозяйство в целом, оно должно ориентироваться на развитие. Развитие достижимо лишь только при осуществлении управления. Здесь следует обратить внимание на ряд сложностей, которые встречаются в научной литературе. Речь идет о двух моментах. Первый связан с выбором между управлением, регулированием и администрированием в пользу регулирования. Второй момент гласит, что управлять туристической отраслью нельзя.

В современной литературе рассматриваются два понятия — туристический рынок и туристическая отрасль. Туристический рынок — это механизм взаимодействия макро и микроуровня или, другими словами, государства и бизнеса. Такой механизм должен включать в себя требования к месту осуществления сделки, описание условий заключения сделки, а также отражать особенности проявления интереса к совершению сделки со стороны всех участников. В Современном экономическом словаре под рынком понимается: “Место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок; 2) процесс

купли-продажи, экономические отношения, связанные с обменом товаров и услуг, в результате которых формируются спрос, предложение и цена” [22, с. 210-211]. Условия заключения сделки — это условия выполнения процесса купли-продажи, а также описание их участников и предъявляемых к ним требований. Цена формирует интерес к совершению сделки. Спрос и предложение — это формы проявления интереса к заключению сделки. Таким образом, при рассмотрении значений понятия рынок уделяется внимание разным аспектам механизма взаимодействия государства и бизнеса.

Туристическая отрасль — это совокупность субъектов хозяйствования в сфере туризма. Обратимся к Современному экономическому словарю. Здесь найдем такую трактовку понятия отрасль: “Отрасль — совокупность предприятий, производств, обладающих общностью производимой продукции, технологии и удовлетворяемых потребностей” [22, с. 153-154]. Отсюда становится понятным, что управлять механизмом, то есть туристическим рынком, нельзя. В то же время управлять туристической отраслью не только можно, но и нужно. Когда речь идет об управлении туристической отраслью, то подразумеваются два отдельно протекающих процесса — на микро и макроуровне. На микроуровне управление туристической отраслью подразумевает управление отдельно взятыми туристическими компаниями — прежде всего туроператорами и турагентами. На макроуровне управление туристической отраслью включает в себя управление работой соответствующих министерств, комитетов в парламенте, различных постоянных и временных комиссий по туризму. Исходя из вышперечисленного, управление туристической отраслью есть процесс взаимодействия между отдельно протекающими процессами на микро и макроуровне. Гораздо больший интерес вызывает понятие эффективного управления туристической отраслью. Как же быть, если понятие эффективности имеет множество аспектов, таких как: экономический, бухгалтерский, социальный, управленческий. Так, экономический аспект подразумевает, что управление должно приводить к получению дохода. Бухгалтерский аспект акцентирует внимание не столько на самом факте получения дохода, сколько на сумме отчислений с этого дохода в виде налогов в бюджет. Социальный аспект обращает внимание на то, что результаты управления должны иметь социальную направленность. Управленческий аспект уделяет место правильности осуществления самого процесса управления с точки зрения науки. Важным является выявление взаимосвязей между этими составляющими и осуществление соответствующего ранжирования. Чтобы это сделать, необходимо обратить внимание на тот факт, что все аспекты имеют две направленности — ориентированность на получение выгоды и осуществление управления с научной точки зрения. Из этих двух типов направленностей первая будет являться более важной, так как связана с природой человека; его стремление извлекать выгоду из всего, что его окружает. Речь идет об экономическом, бухгалтерском и социальном аспектах. При этом именно экономический аспект будет являться первичным. Это связано с тем, что речь идет о получении ничем неограниченного дохода. Бухгалтерский и социальный

аспекты являются ничем иным как ограничением полученных доходов. Причем, если бухгалтерский момент является узаконенным сокращением первоначальных доходов, то социальный момент носит некие нравственные обязательства, которые хозяйствующие субъекты принимают на себя по собственному желанию. Однако, государство может простимулировать активное использование социальной составляющей посредством различных льгот и поощрений. В этом случае бухгалтерский и социальный аспекты как бы сливаются воедино. Разница будет лишь в том, что бухгалтерская составляющая обязательна к исполнению, социальная — нет. Однако, соблюдение последней становится выгодным прежде всего с позиции имиджа, который формируется у хозяйствующего субъекта в глазах государства и общества. Особое место отводится научному подходу к управлению или другими словами управленческому аспекту. Речь идет о том, что бездумное и случайное управление никогда не приведет к высоким конечным результатам, а тем более к эффективности. Однако, здесь возникает проблема поддержания баланса между выгодой и научным подходом. Наука должна быть надежным инструментом, обеспечивающим получение прибыли. Нужно всегда помнить, что краткосрочная прибыль ведет к долгосрочным убыткам. Выход может быть найден при использовании надежных инструментов прогнозирования, которые позволят с большой точностью определить, что произойдет в ситуации в средне и долгосрочном периодах.

На основании вышеперечисленного проранжируем аспекты по степени важности. Получается следующая последовательность: управленческий аспект — социальный — бухгалтерский — экономический. Такое ранжирование с одной стороны вызвано высокой ролью науки в достижении конечной эффективности, а с другой стороны, важностью государства в принятии решения о роли дохода для общества. Стоит отметить, что данная последовательность может видоизмениться в зависимости от типа экономической и политической системы в стране. Выделяют следующие типы экономических и политических систем — экономические системы рыночные (система совершенной конкуренции и современная система) и нерыночные (архаическая, административно-командная прочие); тоталитарная, авторитарная либеральная и демократическая политические системы. Для нерыночных экономических систем и политических систем с высокой централизованной ролью государства (тоталитаризм и авторитаризм) последовательность будет иметь вид: социальный — бухгалтерский — управленческий — экономический аспекты. Это вызвано тем, что повышается роль государства в решении социальных вопросов за счет централизованно собранных средств, и наоборот принижается важность получения доходов отдельными членами общества. При рыночной экономической системе и либеральной политической системе последовательность становится уже другой: экономический — бухгалтерский — управленческий — социальный аспекты. Такой набор вызван тем, что большую часть вопросов обществу приходится решать самому (экономический аспект). Но при этом для возможности существования самого государства не обойтись без бухгалтерского аспекта. Все остальное решается по остаточному принципу. Только для рыночной

экономической и демократической политической системы последовательность остается неизменной. Теперь непосредственно перейдем к вопросу эффективности управления. Управление туристической отраслью есть воздействие субъекта на объект, осуществленное наилучшим образом для достижения конечных целей. Эффективное управление туристической отраслью — это воздействие субъекта на объект управления, осуществленное наилучшим образом для достижения правильно сформулированных целей. Эффективное управление туристической отраслью включает в себя следующие составляющие: выбор соответствующей последовательности аспектов исходя из типов политической и экономической систем; определение направлений взаимодействия государства и бизнеса по вопросам управления; формулировка научного подхода к управлению, исходя из типа политической и экономической систем; наличие надежного математического аппарата как по осуществлению диагностирования текущей ситуации, так и возможных изменений в средне и долгосрочной перспективе; наличие организационно-экономического механизма, описывающего процессы, протекающие в туротрасли; создание благоприятных условий для осуществления эффективного управления; наличие практики осуществления эффективного управления; признание существующего подхода к эффективному управлению всеми участниками туристической отрасли.

Однако, эффективному управлению туристической отраслью мешает целый ряд проблем, среди которых отсутствие партнерских взаимоотношений между государством и бизнесом; наличие богатой практики использования силовых методов; неразвитость методов стимулирования; отсутствие благоприятных условий для занятия туристической деятельностью. Эффективное управление превращается в идею, под которую можно получить финансирование. Управление туристической отраслью со стороны государства сводится к регулированию.

У государства отсутствует действенная программа по управлению туризмом, а законодательство в сфере туризма неэффективно. Можно выделить следующие пути решения этих проблем: готовность государства к диалогу с бизнесом; ориентация на долгосрочные изменения; следование стабильности в проводимой политике; ориентация на устранения противоречий и двойного толкования законодательства. При осуществлении эффективного управления в туристической отрасли очень важно определиться с временным периодом, на который будет ориентироваться государство, а также разработкой соответствующей программы действий, то есть стратегии и тактики. Здесь следует обратить внимание на такие моменты, как цикличность развития экономики, увеличение конкуренции в отрасли со временем, изменение предпочтений потребителей, увеличение расходов других государств на туристическую отрасль, усиление с их стороны агрессивной рекламы. Нужно учитывать падение доходов туристов, необходимость формирования у государства туристического имиджа, сложности государства с позиционированием себя на международном туристическом рынке. При разработке стратегии и тактики необходимо обратить внимание на следующее. Выделяют краткосрочные планы — до 1 года, среднесрочные — 3-5



лет, долгосрочные — свыше 3-5 лет. Сроки планов устанавливаются в зависимости от типа отрасли, подвижности ее внутренней и внешней среды, других моментов. Важным является тот факт, что на сегодняшний момент практически все страны с рыночной экономикой занимаются стратегическим планированием, а посему обращаются к разработке соответствующих планов. Для динамически развивающихся отраслей экономики составление планов позволяет добиться устойчивого развития. Однако, для этого необходимо быть обеспеченным соответствующими ресурсами, прежде всего, трудовыми и финансовыми. Когда государство останавливается на тактике, то выбор следует сделать в пользу активного внедрения положений стратегии на практике. С другой стороны, тактика должна обеспечить реализацию стратегического плана. Этого можно добиться, если управлением туристической отраслью занимаются профессионалы, обладающие еще соответствующими финансовыми ресурсами. Проблему эффективности управления туристической отраслью следует рассматривать как на макро, так и на микроуровне. На макроуровне проблема эффективности управления сводится к эффективному управлению работой министерства по туризму и его региональных представительств, соответствующей комиссии Верховной Рады. Эти ведомства отвечают за создание благоприятного климата в туристической сфере, организацию практики эффективного управления. Инициатива, в данном случае, должна исходить от комиссии Верховной Рады, которая обладает всеми необходимыми полномочиями для инициирования принятия новых или пересмотра действующих законов в сфере туризма, которая может и должна проверять правильность расходования средств Министерством туризма, утверждать направления деятельности ведомства; в случае необходимости корректировать туристическую политику, проводимую министерством. Эффективное управление туристической отраслью со стороны комиссии Верховной Рады можно обеспечить за счет правильно организованной структуры. Такая структура за рубежом включает в себя множество отделов, отвечающих за развитие разных аспектов туристической сферы, таких как прогнозирование ситуации в туризме, изучение спроса и предложения на мировом туристическом рынке, осуществление целенаправленной рекламной компании, управление вопросами подготовки специалистов в сфере туризма, поиск источников финансирования проектов в туристической сфере. Так, принято в большинстве стран с развитой туристической отраслью, например, в той же Венгрии. При этом министерство по туризму выступает проводником туристической политики комиссии Верховной Рады. Таким образом, осуществляется связь между принятием решений в туристической сфере и их исполнением. В то же время это позволяет посредством подотчетности министерства комиссии Верховной Рады получать оперативную информацию о том, что происходит в туристической отрасли. Такой тандем комиссии Верховной Рады и министерства по туризму призван обеспечить ориентацию туристической отрасли на развитие. Однако, поступательному развитию могут помешать различные экономические и политические процессы, происходящие в стране. Речь идет об уровне развития страны; стадии ее

экономического цикла; типе управления (централизованном и децентрализованном); ситуации с коррупцией; наличии средств на осуществление туристической политики; бюджетному дефициту; активному использованию практики применения силовых методов. К политическим процессам относят борьбу за власть между различными партиями, неготовность последних заняться проблемами в обществе и обеспечить развитие туристической отрасли страны. Способствовать гармоничному взаимодействию между комиссией Верховной Рады и министерства туризма можно посредством наличия общей заинтересованности в достижении эффективности в управлении туристической отраслью; присутствия механизма контроля и наличие ведомства или организации, которые бы осуществляли контроль. К таким ведомствам или организациям может относиться Совет при Президенте, отвечающий за различные национальные проекты, разные туристические ассоциации, страховые компании. Так, Совет при Президенте, который им назначается, им руководится и ему подчиняется призван выявлять наиболее важные проекты в народном хозяйстве страны и заниматься их реализацией. Такие советы хорошо себя зарекомендовали во многих странах с рыночной экономикой, например, в европейских государствах. Совет координирует работу всех ведомств, имеющих отношение к туризму. В случае обнаружения отклонения между поставленными задачами и процессами их выполнения осуществляется корректировка. Туристические ассоциации вносят предложения по повышению эффективности управления туристической отраслью на основании практических проблем, с которыми сталкиваются члены этих объединений. Страховые компании также неплохо осведомлены о проблемах, существующих в управлении туристической отрасли. Это связано с тем, что они накапливают информацию по осуществленным страховым выплатам, а затем ее анализируют. Такой анализ позволяет устранить появляющиеся проблемы. Таким образом, добиться эффективного контроля за работой туристической отрасли можно путем совместной работы Совета при Президенте, ассоциаций и страховых компаний. Совместная работа возможна посредством проведения различных туристических форумов, выставок, конференций, круглых столов. Не менее важным является обеспечение эффективности управления на микроуровне. Достижение такой эффективности зависит как от факторов на макроуровне (создание благоприятного предпринимательского климата, установление взаимопонимания между государством и бизнесом, наличие экономических стимулов к осуществлению эффективного управления), так и от умения компаний осуществлять эффективное управление. На последнем следует остановиться подробнее. Неумение компаний осуществлять эффективное управление может быть вызвано такими причинами, как: отсутствие профессионального менеджмента, непонимание учредителей организации необходимости эффективности управления, ориентация на оптимизацию издержек любой ценой, существующие разработки в сфере эффективности являются трудо и финансово затратными, ориентация на эффективное управление не является прибыльной в средне и долгосрочной перспективе.

Рассмотрим теперь эффективное управление туристической отраслью как процесс взаимодействия государства и бизнеса. В основе такой совместной работы должны лежать следующие принципы:

1. Принцип партнерства, заключающийся в уважении интересов друг друга и готовности к совместной работе.
2. Любые решения принимаются только после совместных обсуждений.
3. Уход от конфронтации, когда государство признает нормальным ориентацию компаний на получение прибыли.
4. Выбор направлений сотрудничества должен быть интересным как государству, так и бизнесу.
5. Форма сотрудничества и способы обсуждения результатов выбираются с учетом удобства для обеих сторон.
6. Ориентация на долгосрочное сотрудничество.

**Выводы.** Эффективное управление туристической отраслью является сложным процессом, в ходе которого приходится сталкиваться со множеством проблем. Часть из них возникает на микроуровне, другие имеют отношение к макроуровню. При этом они тесно взаимосвязаны. Значительное место в работе отводится рассмотрению организации эффективного управления туристической отраслью на уровне государства. Не устранив проблемы на уровне государства, нельзя ожидать улучшения эффективности работы туристических компаний. А неэффективность управления на микро и макроуровне приводят к неэффективности работы всей туристической отрасли. Чтобы изменить ситуацию, предлагается разобраться в понятиях “управление”, “администрирование”, “регулирование”, “туристический рынок” и “туристическая отрасль”. В результате акцент будет смещен в сторону управления туристической отраслью. При этом обращается внимание на два отдельно протекающих процесса — на макро и микроуровне.

Вопрос достижения эффективности управления туристической отраслью рассматривается с позиции тесного сотрудничества государства и бизнеса через призму выгоды, которую должна получить каждая из сторон. При этом речь идет об экономическом, бухгалтерском и социальном аспектах эффективности. Важность каждой из этих составляющих зависит от типа политической и экономической систем. При этом все аспекты эффективности находят отражение при разработке стратегии и тактики управления туристической отраслью.

К основным составляющим эффективного управления туристической отраслью относятся: наличие организационно-экономического механизма взаимодействия государства и бизнеса, присутствие научного подхода к управлению, существование благоприятного предпринимательского климата. Наличие этих составляющих позволит повысить эффективность управления туристической отраслью.

### **Список литературы**

1. Друкер П. Эффективный управляющий / П. Друкер. – М.: Бук Чембэр Интернэшнл, 2004. – 268 с.

2. Эмерсон Г. Двенадцать принципов производительности / Г. Эмерсон. – М.: Экономика, 1992. – 224 с.
3. Cummings L.L. The Emergence of the Instrumental Organization in New Perspectives on Organizational Effectiveness / L.L. Cummings. – Jossey-Bass.: San Francisco, 1977. – P. 56–62.
4. Steers R. M. Organizational Effectiveness: A Behavioral View / R. M. Steers. – Goodyear.: California, 1977. – 204 p.
5. Goodman P. New Perspectives on Organizational Effectiveness / P. Goodman. – Jossey-Bass.: San Francisco, 1977. – 275 p.
6. Канторович Л.В. Оптимальные решения в экономике / Л.В. Канторович. – М.: Наука, 1972. – 231 с.
7. Сыроежкин И.М. Совершенствование системы показателей эффективности и качества / И.М. Сыроежкин. – М.: Экономика, 1980. – 191 с.
8. Бондаренко Ю.Р. Методологические подходы к оценке эффективности / Ю.Р. Бондаренко // Сборник научных трудов СевКавГТУ. – 2005. – №14. – С. 108-117.
9. Маслов Д.В. Функциональная оценка менеджмента: новая модель для совершенствования системы управления / Д.В. Маслов // Качество. Инновации. Образование. – 2005. – № 2. – С. 15-22.
10. Удалов Ф. Управленческий четырехзвенник / Ф. Удалов // Проблемы теории и практики управления. – 2003. – № 3. – С. 78-82.
11. Атаманчук, Г.В. Синергетические аспекты государственного управления в Глобализация: синергетический подход / Под ред. В. К. Егорова. – М.: РАГС, 2002. – С. 220-229.
12. Афанасьев А.А. Механизмы управления развитием региона / А. Афанасьев. – М.: Луч, 2001. – 336 с.
13. Долишний М.И. Рыночные механизмы регионального управления / М.И. Долишний // Региональная экономика. – 2001. – № 1. – С. 7-17.
14. Шаптала О.С. Государственное управление сферой рекреационного обслуживания в Автономной Республики Крым / О.С. Шаптала // Весник Хмельницкого института регионального управления и права. – 2003. – № 1 (5). – С. 250-254.
15. Биль М. Механизм государственного управления туристической отраслью / М. Биль. – К.: Национальная академия государственного управления при Президенте Украины, 2009. – 40 с.
16. Писаревский И.М. Туризм как национальный приоритет / И.М. Писаревский. – Харьков: ХНАМГ, 2010. – 284 с.
17. Иляшенко А.Х. Государственная политика в сфере туристических услуг / А.Х. Иляшенко // Государство и регионы. – 2010. – № 2. – С. 93-100.
18. Билецкая И. Формирование системы подходов к управлению туристическим комплексом региона / И. Билецкая // Сборник тезисов докладов третьей международной научно-практической конференции молодых ученых “Экономическое и социальное развитие Украины в 21 столетии: национальная идентичность и тенденции глобализации”, Тернополь, 23-24 февраля 2006 г. Ч. 1, С. 168-170
19. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 303 с.
20. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон. – М.: Дело, 1999. – 800 с.
21. Румянцев А. А. Главная цель управления – оптимальный структурный синтез. – 2008. – [Электронный ресурс]. –  
Режим доступа: [www.instm.narod.ru](http://www.instm.narod.ru)
22. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б.А. Райзберг. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 495 с.
23. Советский энциклопедический словарь [пред. Прохоров А.М.]. – М.: "Советская Энциклопедия", 1981. – 1600 с.
24. Богданов А.А. Тектология. Всеобщая организационная наука: в 2 т. / А.А. Богданов. – М.: Экономика, 1989 –  
Т.1: Тектология. Всеобщая организационная наука.– 1989.– 304 с.  
Т.2: Тектология. Всеобщая организационная наука.– 1989.– 351 с.
25. Шумпетер И. Теория экономического развития / И. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Падерін О. Суть ефективності управління в туристичній галузі / О. Падерін // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 66-77.**

У статті викладаються складові ефективності управління, приділяється увага ефективності управління туристичною галуззю. Розглядається ефективність управління на макро і мікрорівнях, а також процес взаємодії держави і бізнесу.

**Ключові слова:** ефективність, управління, туризм, туристична галузь, управління в туризмі, управління туристичною галуззю.

**Paderin A. The essence of management efficiency in tourist branch / A. Paderin // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 66-77.**

The constituents of management efficiency are expounded in the article. It is payed attention to the efficiency of tourist industry management. Management effectiveness on macro and microlevels and the process of co-operation between state and business are examined in the article.

**Keywords:** efficiency, management, tourism, tourist industry, management in tourism, tourist industry management.

УДК 330.35:338.24

## ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ

*Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: epodsolonko@gmail.com*

Рассмотрены показатели, характеризующие эффективность числа наемных работников, занятых у юридических лиц, в Украине по регионам и видам экономической деятельности. Дана оценка эффективности уровня занятости населения в регионах через величины их денежных доходов. Сформированы рекомендации по укрупнению регионов на основе увеличения числа проживающего в них населения и более эффективного их использования в региональной экономике.

**Ключевые слова:** занятость населения, благосостояние населения, эффективность региональной экономики.

Оценку степени эффективности развития экономики можно выполнять как на основе сравнения регионов внутри одной страны по выработке Валового регионального продукта на душу населения, так и в сравнении с другими странами.

В Украине состав регионов существенно отличается как по численности проживающего в них населения, так и по числу наемных работников, занятых у юридических лиц. Например, в 2009 г. наименьшая численность населения из всех регионов 0,9 млн. Чел. проживает в Черновицкой области, а наибольшая 4,47 млн. Чел. – в Донецкой. Разница в численности населения в этих областях – в 5 раз. Число наемных работников, занятых у юридических лиц, в этих областях составило 167 тыс. человек и 1355 тыс. человек, то есть отличалось в 8 раз. При почти одинаковой численности населения в г. Киеве 2785 тыс. чел. и в Харьковской области – 2769 тыс. чел., число наемных работников, занятых у юридических лиц, в них существенно отличалось – 1206 тыс. чел и 814 тыс. чел соответственно. В Днепропетровской области при численности населения в 3356 тыс. чел., большей почти на 0,5 млн. чел., чем в г. Киеве, число наемных работников было существенно ниже, чем в г. Киеве – 1095 тыс. чел.

Сравнительная визуализация этих количественных характеристик по нисходящей величине численности проживающего в регионах населения и соответствующих величин занятых у юридических лиц наемных работников в этих же регионах позволяет выделить отдельные несоответствия в соотношении этих величин (рис. 1), [1, с. 110, 145]. На основе этого сравнения видно определенное опережение г. Киева и Киевской области всех других регионов в соотношении величин наемных работников и общей численности населения. Однако, такой информации по реальным данным о населении явно недостаточно для каких-либо определенных выводов и подготовки предложений для каждого региона об изменении занятости его населения для обеспечения более эффективного развития экономики.

**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

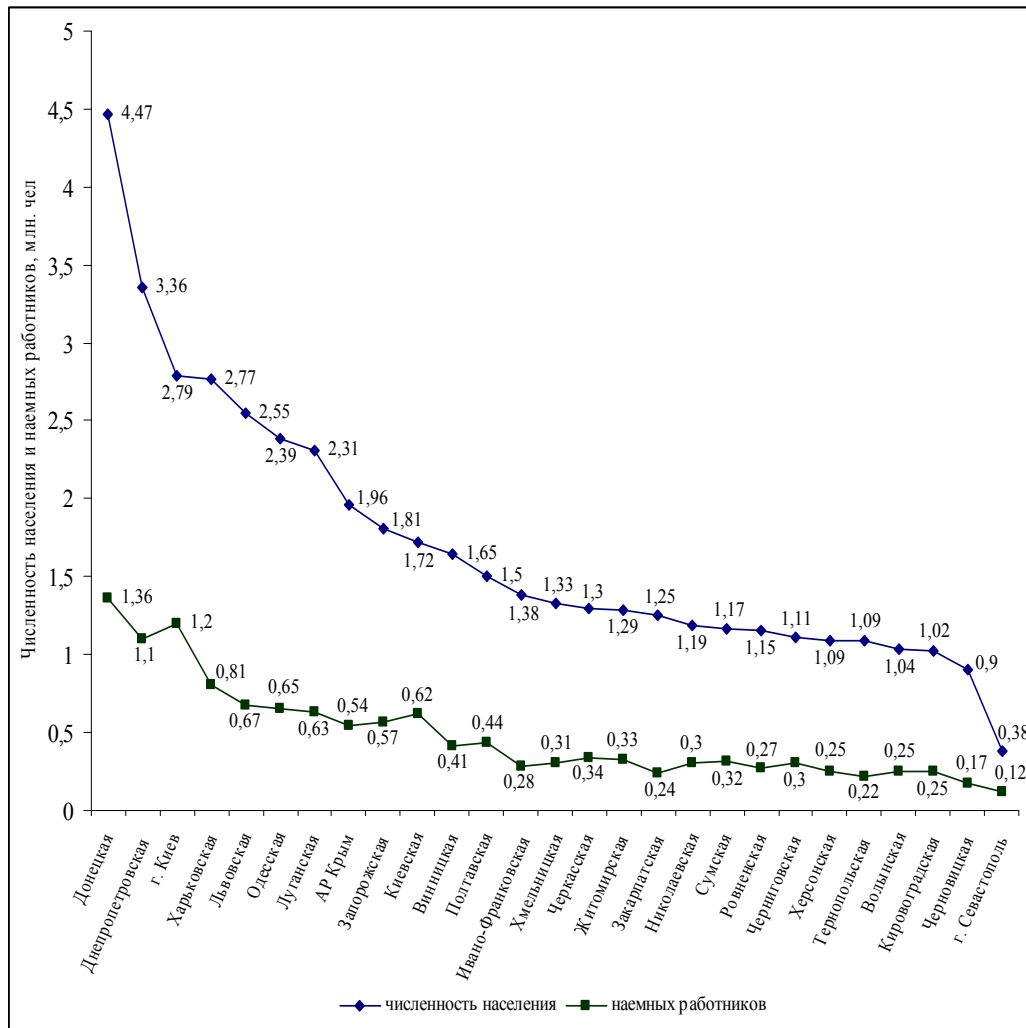


Рис. 1. Сравнительная численность населения регионов Украины (45,96) в 2009 г с числом наемных работников, занятых у юридических лиц (12,95), млн. чел. [1, с. 110, 145]

В какой-то степени более объективную информацию дает исчисление на основе рассматриваемых числовых рядов удельного веса числа наемных работников, занятых у юридических лиц, в общей численности населения, проживающего в регионах (табл. 1). На этой основе, упомянутое опережение г. Киева и Киевской области материализуется в 43,3% и 35,9%, на фоне достаточно передовых 30,3% в Донецкой, 32,6% в Днепропетровской, 31,5% в Запорожской, 29,4% в Харьковской областях и совсем «клинических» 18,4% в Черновицкой, 18,8% в Закарпатской, 20,1% в Ивано-Франковской и 20,5% в Тернопольской областях (рис. 2).

Таблица 1  
Оценка резерва вовлечения населения регионов Украины в число наемных работников (до уровня лучшего в Украине региона в 2009 г. по удельному весу наемных работников – Киевской области), [1, с. 110, 145]

№ п/п	Регион	Удельный вес в % наемных работников в общей численности населения		Резерв приращение наемных работников до лучшего результата в регионах Украины		Численность населения в регионах		Число наемных работников в регионах, тыс. чел		Соотношение численности населения в регионе к числу наемных работников в нем	Индикатор отставания регионов по числу наемных работников от эталонной нагрузки трудоспособного населения страны, число раз
		в регионе	в Украине	%	тыс. чел	тыс. чел	% от Украины	фактически	по расчету с использованием резерва		
1	Черновицкая	18,4	1,3	17,5	156,4	904	2	167	323,4	5,4	3,4
2	Закарпатская	18,8	1,9	17,1	210,4	1245	2,7	235	445,4	5,3	3,3
3	Ивано-Франковская	20,1	2,2	15,8	218,2	1381	3	277	495,2	5	3,1
4	Тернопольская	20,5	1,7	15,4	166,6	1089	2,4	223	389,6	4,9	3,1
	<b>Итого по группе I</b>	<b>19,5</b>	<b>7,1</b>	<b>16,4</b>	<b>751,6</b>	<b>4619</b>	<b>10,1</b>	<b>902</b>	<b>1683,6</b>	<b>5,1</b>	<b>3,2</b>
5	Херсонская	22,5	1,9	13,4	145,4	1093	2,4	246	391,4	4,4	2,8
6	Хмельницкая	23,1	2,4	12,8	168,1	1334	2,9	309	477,1	4,3	2,7
7	Ровненская	23,4	2,1	12,5	142,8	1152	2,5	270	412,8	4,3	2,7
8	Волынская	24,4	1,9	11,5	118,2	1037	2,3	253	371,2	4,1	2,6
9	Винницкая	24,8	3,2	11,1	181,6	1651	3,6	409	590,6	4	2,5
10	Кировоградская	24,9	1,9	11,0	111	1018	2,2	253	364	4	2,5
11	Николаевская	25	2,3	10,9	128,5	1190	2,6	297	425,5	4	2,5
	<b>Итого по группе II</b>	<b>24</b>	<b>15,7</b>	<b>11,9</b>	<b>995,6</b>	<b>8475</b>	<b>18,5</b>	<b>2087</b>	<b>3032,6</b>	<b>4,2</b>	<b>2,6</b>
12	Житомирская	26	2,5	9,9	128,6	1286	2,8	334	460	3,9	2,4
13	Львовская	26,4	5,2	9,5	239,7	2550	5,5	673	912,7	3,9	2,4
14	Черкасская	26,6	2,6	9,3	119,1	1295	2,8	344	463,1	3,8	2,4
15	Черниговская	26,8	2,3	9,1	100	1110	2,4	298	398	3,7	2,3
16	Луганская	27,2	4,8	8,7	198,8	2312	5	630	828,8	3,7	2,3
17	Одесская	27,4	5	8,5	200	2391	5,2	654	854	3,7	2,3



**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

Продолжение таблицы 1

18	АР Крым	27,5	4,2	8,4	163,1	1965	4,3	541	704,1	3,6	2,3
19	Сумская	27,6	2,5	8,3	96,1	1172	2,6	323	419,1	3,6	2,3
	<b>Итого по группе III</b>	<b>26,9</b>	<b>29,1</b>	<b>9,0</b>	<b>1242,8</b>	<b>14081</b>	<b>30,6</b>	<b>3797</b>	<b>5039,8</b>	<b>3,7</b>	<b>2,3</b>
20	Полтавская	29,2	3,4	6,7	100	1500	3,3	437	537	3,4	2,1
21	Харьковская	29,4	6,3	6,5	177	2769	6	814	991	3,4	2,1
22	Донецкая	30,4	10,5	5,5	246	4467	9,7	1355	1601	3,3	2,1
	<b>Итого по группе IV</b>	<b>29,7</b>	<b>20,2</b>	<b>6,2</b>	<b>523</b>	<b>8736</b>	<b>19</b>	<b>2606</b>	<b>3129</b>	<b>3,4</b>	<b>2,1</b>
23	Запорожская	31,5	4,4	4,4	78	1812	4	570	648	3,2	2
24	Днепропетровская	32,6	8,5	3,3	107	3356	7,3	1095	1202	3,1	1,9
25	Киевская	35,9	4,8	-	-	1722	3,7	617	617	2,8	1,8
	<b>Итого по группе V</b>	<b>33,1</b>	<b>17,7</b>	<b>2,8</b>	<b>185</b>	<b>6890</b>	<b>15</b>	<b>2282</b>	<b>2467</b>	<b>3</b>	<b>1,9</b>
26	г. Севастополь	31	0,9	4,9	18	381	0,8	118	136	3,2	2
27	г. Киев	43,3	9,3	+7,4	-	2785	6,1	1206	1206	2,3	1,4
	<b>Всего по Украине</b>	<b>28,2</b>	<b>100</b>	<b>8,1</b>	<b>3716</b>	<b>45967</b>	<b>100</b>	<b>12948</b>	<b>16564</b>	<b>1,6*</b>	<b>3,6</b>

\* Статонный индикатор соотношения общей численности населения в Украине и числа трудоспособного населения

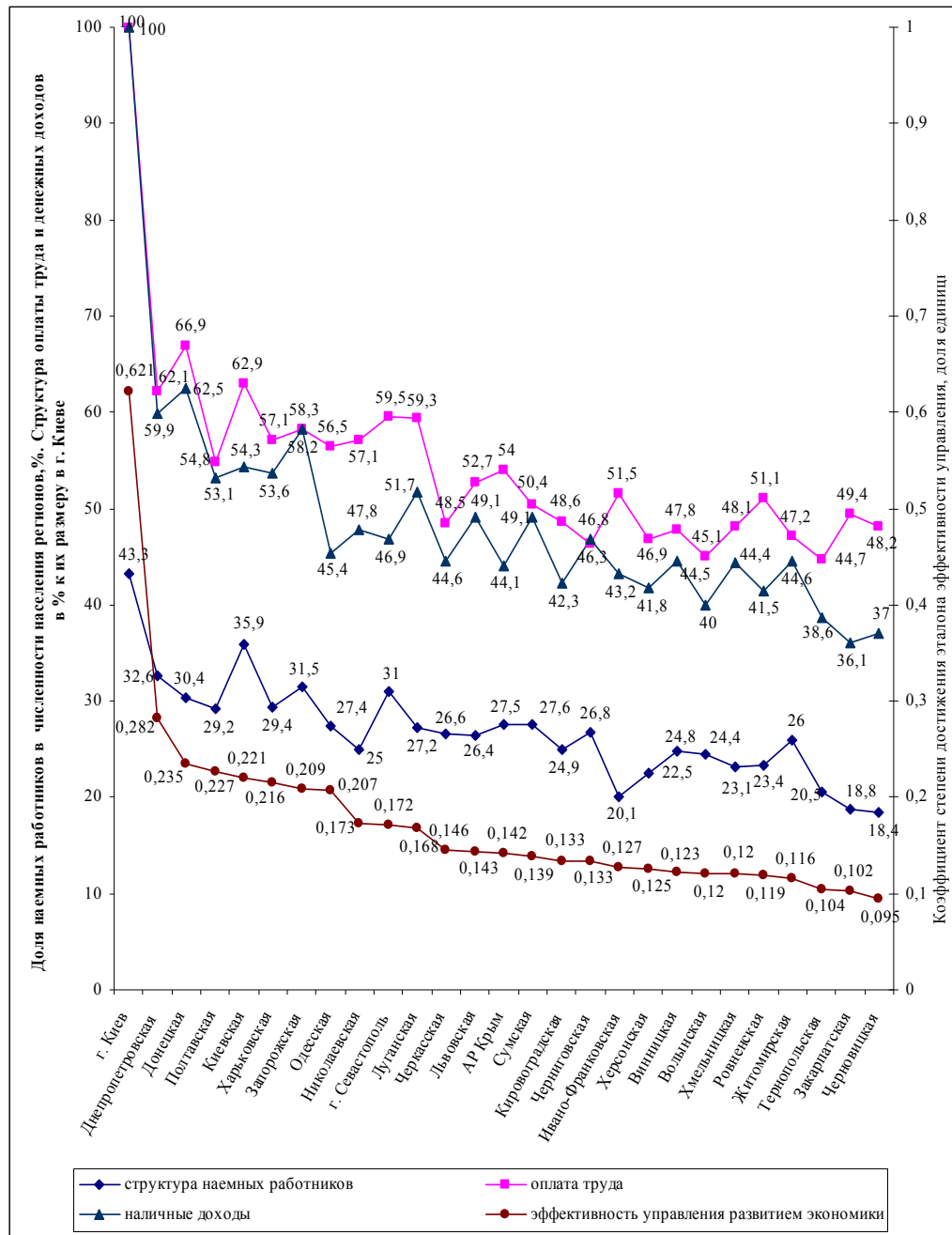


Рис. 2. Сравнительные резервы регионов в росте эффективности управления развитием экономики на основе улучшения структуры наемных работников, оплаты труда и наличных доходов в 2009 г в Украине

**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

---

Следует подчеркнуть, что последние 4 области имеют в приведенной последовательности удельный вес наемных работников от всей Украины 1,3%, 1,9%, 2,2% и 1,7% (табл. 1), а суммарно – 7,1% со средней долей наемных работников в общей численности населения в этих регионах – 19,5%. В интервале 22,5 – 25% доли наемных работников находятся 7 областей – Херсонская – 22,5% (1,9%), Хмельницкая – 23,1% (2,4%), Ровненская – 23,4% (2,1%), Волынская – 24,4% (1,9%), Винницкая – 24,8% (3,2%), Кировоградская – 24,9% (1,9%), Николаевская – 25% (2,3%) с суммой всех 7 областей – 15,7% в общем их числе в Украине и средней долей их в общей численности населения в этих областях – 24%.

В интервале 26 – 27,6% доли наемных работников находятся 8 регионов – Житомирская – 26% (2,5%), Львовская – 26,4% (5,2%), Черкасская – 26,6% (2,6%), Черниговская – 26,8% (2,3%), Луганская – 27,2% (4,8%), Одесская – 27,4% (5%), АР Крым – 27,5% (4,2%), Сумская – 27,6% (2,5%) с суммой всех 8 регионов – 29,1% наемных работников в общем их числе в Украине и средней долей их в общей численности населения в этих регионах – 26,9%. В интервале 29,2 – 30,4% наемных работников в регионах находятся 3 области – Полтавская – 29,2% (3,4%), Харьковская – 29,4% (6,3%) и Донецкая – 30,4% (10,5%) с суммарным числом наемных работников в Украине – 20,2% и средней величиной их на одну область – 29,7%. В интервале 31,5 – 35,9% - также 3 области – Запорожская – 31,5% (4,4%), Днепропетровская – 32,6% (8,5%), Киевская – 35,9% (4,8%) с суммой 17,7% наемных работников от Украины и их средней величиной на одну область – 33,1%. Оставшиеся из 27 регионов Украины города Киев – 43,3% (9,3%) и Севастополь – 31% (0,9%) несопоставимы ни между собой, ни с остальными регионами, а потому требуют постоянно отдельного рассмотрения.

Выполненная группировка областей по величинам доли наемных работников, занятых у юридических лиц, позволяет дать количественную оценку резервов вовлечения населения каждого региона и их групп в число наемных работников, в сравнении с лучшим регионом в этих вопросах – Киевской областью. Из приведенных оценок следует, что резервы, исчисленные на основе внутренних сравнений в Украине между ее регионами, колеблются от 3,3% для Днепропетровской области до 17,5% - для Черновицкой (табл. 1). Соответственно и по группам регионов это колебание находится в интервале от 2,8% в группе V до 16,4% в группе I. Конечно, цена 1% здесь совершенно разная. Если в группе I в Черновицкой области на 1% приходится всего лишь 9 тыс. человек, то в группе V – в Днепропетровской области – 33,5 тыс. чел, а в группе IV – в Донецкой области – 44,7 тыс. чел. Названные ранее «клиническими» 4 области I группы, между прочим, при доведении до уровня Киевской области 35,9% доли наемных работников от общей численности населения в них, могут дать приращение числа наемных работников в год до 751,6 тыс. человек в сравнении с 995,6 тыс. чел в относительно благополучных 7 областях II группы и 1242,8 тыс. чел в 8 областях III группы. Как ни странно, но в среднем на 1 область в I группе приходится 187,9 тыс. человек резерва возможного прироста в наемных работниках, тогда как в

группе II – 142,2 тыс. чел, в группе III – 155,35 тыс. чел, в группе IV – 174,3 тыс. чел и в группе V – 61,7 тыс. человек.

Приведенные сравнения свидетельствуют с одной стороны о большей организованности в управлении экономикой регионов в группах II, III и IV, существенно использовавших свои резервы, а с другой стороны – о слабой организации управления экономикой в областях в группах I и IV. Однако эти отличия не дают оснований относиться к каким-то из ранее перечисленных областей (табл. 1) как к второстепенным в решении вопросов улучшения их экономического развития.

В целях решения задачи оценки степени приближения каждого региона к лучшему показателю, достигнутому по величине удельного веса наемных работников в общей численности населения региона, в нашем примере – в Киевской области, вычислены индикаторы фактической нагрузки наемных работников общей численностью населения, а также индикаторы отставания регионов по числу наемных работников от эталонной нагрузки трудоспособного населения страны (табл. 1).

Следует подчеркнуть, что число наемных работников и их доля в общей численности населения регионов во многом определяют размер наличных денежных доходов в расчете на душу населения. Если в г. Киеве наивысший в Украине удельный вес наемных работников – 43,3%, то и размер наличных денежных доходов на душу населения также наивысший среди всех регионов. Приняв его за 100% и соотнеся с ним денежные доходы во всех остальных регионах, визуализируем полученные результаты для всех регионов в сравнении с г. Киевом (рис. 2). На втором месте после г. Киева в Украине по денежным доходам на душу населения находится Донецкая область – 62,5%, а на последнем – Закарпатская область – 36,1%. При этом, если в Донецкой области величина оплаты труда, исчисляемая также в процентах к наивысшей в Украине – в г. Киеве, составила 66,9%, что обеспечило отмеченный размер денежных доходов 62,5%, то в Закарпатской области 49,4% в оплате труда дали только отмеченные 36,1% денежных доходов.

Эти примеры красноречиво свидетельствуют о четком влиянии уровня занятости наемных работников на величину денежных доходов на душу населения и о возможной тесной связи структуры видов деятельности в этой занятости с величиной средней заработной платы в регионе, оказывающей непосредственное воздействие на средние величины денежных доходов на душу населения. Однако, визуальное сравнение этих трех величин по регионам Украины (рис. 2) показывает отсутствие тесной связи между их количественными значениями, что требует соответствующего анализа по регионам структуры наемных работников в регионах по видам экономической деятельности.

В целях обеспечения сопоставимости между регионами была вычислена по каждому региону доля численности наемных работников в общей численности их населения в каждом виде экономической деятельности (табл. 2).

**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

Таблица 2  
Удельный вес числа наемных работников, занятых у юридических лиц в регионах по видам экономической деятельности в Украине в 2009 г., в % к численности населения регионов [1, с. 145-147]

Регион	Виды экономической деятельности											всего
	промышленность	сельское хозяйство	строительство	торговля, ремонт, отели, рестораны	транспорт и связь	услуги	финансовая деятельность	операции с недвижимостью	государственное управление	образование	охрана здоровья	
<b>Украина</b>	<b>6,93</b>	<b>1,97</b>	<b>1,24</b>	<b>3,08</b>	<b>2,26</b>	<b>1,02</b>	<b>0,74</b>	<b>2,04</b>	<b>2,35</b>	<b>3,67</b>	<b>2,88</b>	<b>28,17</b>
Автономная Республика Крым	4,21	2,23	1,43	2,99	2,57	1,26	0,54	1,87	2,28	3,6	4,52	27,5
<b>области</b>												
Винницкая	4,48	3,51	0,87	1,94	2,19	0,78	0,47	1,07	2,44	3,93	3,1	24,8
Волынская	4,59	2,29	1,12	3,09	1,56	0,74	0,54	1,35	2,23	4,18	2,74	24,4
Днепропетровская	11,7	1,37	1,17	3,77	2,45	0,75	1,05	2,33	1,88	3,48	2,69	32,6
Донецкая	12,2	1,15	1,26	2,77	2,47	0,94	0,56	1,87	1,68	2,83	2,62	30,4
Житомирская	5,87	2,89	0,79	2,21	1,77	0,82	0,48	1,29	2,87	3,99	3,03	26
Закарпатская	3,97	0,88	0,72	1,68	1,57	0,82	0,44	0,63	1,94	3,72	2,47	18,8
Запорожская	10,6	2,23	1,11	3,5	2,13	0,81	0,69	2,2	1,98	3,39	2,85	31,5
Ивано-Франковская	4,24	0,88	0,91	1,72	1,53	0,88	0,49	1,09	1,73	3,87	2,69	20,1
Киевская	7,37	3,47	2,29	4,79	3,6	1,28	0,95	2,99	2,43	3,44	3,28	35,9
Кировоградская	5,07	3,16	0,75	1,74	2,48	1,01	0,47	1,16	2,53	3,59	2,95	24,9
Луганская	10,9	1,12	1,02	2,02	1,87	0,76	0,49	1,42	2,12	2,9	2,59	27,2
Львовская	5,7	0,88	1,36	3,11	2,42	1	0,55	1,91	2,24	4,08	3,15	26,4
Николаевская	5,76	2,7	1,13	2,36	1,89	0,87	0,52	1,23	2,44	3,57	2,53	25
Одесская	3,45	2,3	1,16	3,09	4,04	1,15	0,72	2,23	2,38	3,96	2,86	27,4
Полтавская	7,99	3,69	1,25	2,45	2,29	0,78	0,62	1,36	2,23	3,5	2,95	29,2
Ровненская	4,98	1,83	1,1	2,44	1,55	0,94	0,43	1,08	2,1	4,05	2,94	23,4
Сумская	7,33	3,04	1,06	2,14	2,18	0,94	0,56	1,42	2,45	3,63	2,86	27,6

Продолжение таблицы 2

Тернопольская	3,44	1,62	0,86	1,61	1,41	0,97	0,42	1	2,25	4,26	2,66	20,5
Харьковская	7,26	1,55	1,17	3,43	2,41	1,11	0,65	2,95	2,24	3,92	2,7	29,4
Херсонская	3,94	3,28	0,72	2,01	1,66	0,98	0,42	0,88	2,17	3,75	2,67	22,5
Хмельницкая	4,89	2,55	1	1,95	1,39	0,83	0,45	0,88	2,49	3,97	2,73	23,1
Черкасская	5,53	4,1	0,91	2,49	2,04	0,86	0,57	1,2	2,15	3,81	2,92	26,6
Черновицкая	2,85	1,32	0,98	1,84	1,06	0,9	0,4	0,71	2	3,75	2,61	18,4
Черниговская	5,46	3,72	1,02	2,5	1,65	0,99	0,63	1,18	2,88	3,63	3,22	26,8
<b>города</b>												
Киев	5,56	0,1	2,77	8,51	2,59	2,17	2,84	7,46	4,34	4,31	2,67	43,3
Севастополь	4,91	0,92	1,66	3,55	2,26	1,68	0,63	2,63	6,07	3,84	2,89	31

## **ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

---

Во всех регионах Украины кроме г. Киева и Одесской области, наибольший удельный вес наемных работников сосредоточен в промышленности. При этом можно выделить наиболее индустриальные регионы – Донецкая область (12,2%), Днепропетровская (11,7%), Луганская (10,9%), Запорожская (10,6%), Полтавская (7,99%), Харьковская (7,26%), Киевская (7,37%) и Сумская (7,33%). Нельзя не обратить внимание на тот факт, что именно эти 8 областей имеют наибольшие величины денежных доходов на душу населения в сравнении с наибольшей их величиной по Украине в г. Киеве (рис. 2). Именно на этой основе приходится утверждать, что пока в отечественной экономике уровень благосостояния населения зависит от степени его занятости в промышленности. Естественно, что промышленность является основой материальной экономики в индустриальном периоде ее развития. Однако известно, что в мире все большее звучание получает постиндустриальная экономика, в которой происходит все большее уменьшение удельного веса промышленности в ее структуре и соответственно – занятых там наемных работников. Замещение в экономически развитых странах мира часто происходит за счет расширения объемов деятельности населения по оказанию услуг населению. Самый большой удельный вес численности наемных работников, занятых в этой сфере деятельности в Украине в 2009 г был достигнут в г. Киеве – 2,17%, а самый маленький – в Волынской (0,74%), Днепропетровской (0,75%) и Луганской (0,76%) областях (табл. 2).

Известно, что виды экономической деятельности группируют в самые разные сочетания в зависимости от целей. К примеру, промышленность, сельское хозяйство и строительство именуют реальным сектором экономики или материальными отраслями. В варианте нашего исследования предложены две условные группы – производственных и непроизводственных видов экономической деятельности. В состав первой из них кроме отмеченных выше 3-х материальных отраслей включены еще три нематериальные вида: транспорт и связь; торговля, ремонт, гостиничная и ресторанная деятельность; оказание услуг (рис. 3). Следует отметить, что в этой группе 6 видов деятельности в большинстве регионов наряду с промышленностью преобладает занятость наемных работников в сельском хозяйстве. Исходя из наибольшей занятости в нем наемных работников условно к аграрным регионам можно отнести Черкасскую (4,1%), Черниговскую (3,72%), Полтавскую (3,69%), Винницкую (3,51%), Киевскую (3,47%), Херсонскую (3,28%), Кировоградскую (3,16%) и Сумскую (3,04%) области.

Как видно из перечней областей по наиболее активным в промышленности и сельском хозяйстве (по 8 в каждом перечне) три из них повторились. Полтавская, Киевская и Сумская, претендуя на определение аграрно-промышленных областей.

В третьем материальном виде экономики – в строительстве – в лидерах по занятости наемных работников только г. Киев (2,77%) и Киевская область (2,29%), далее идут г. Севастополь (1,66%), АР Крым (1,43%), Львовская (1,36%), Донецкая (1,26%) и Полтавская (1,25%) области.

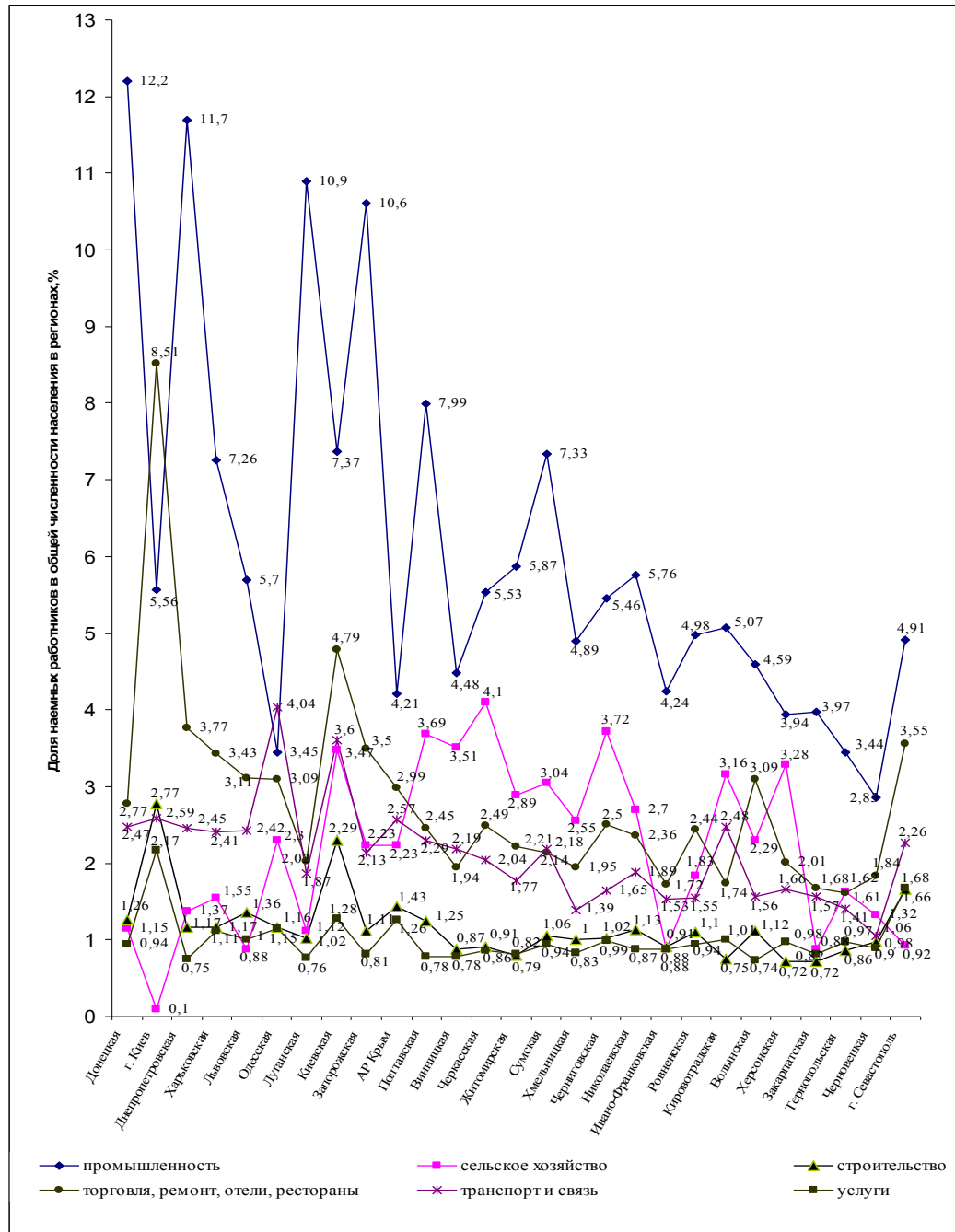


Рис. 3. Сравнительная доля численности наемных работников по производственным видам экономической деятельности в регионах Украины в 2009 г., %



## **ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

---

Суммарно по трем материальным видам экономики 8 регионов имеют лучшие показатели занятости наемных работников: Донецкая область – 14,61%, Днепропетровская – 14,24%, Запорожская – 13,94%, Киевская – 13,13%, Луганская – 13,04%, Полтавская – 12,93%, Сумская – 11,43% и Черкасская – 10,54%. Среди наименьших результатов по занятости наемных работников в трех материальных видах деятельности можно выделить также 8 регионов: Черновицкая область – 5,15%, Закарпатская – 5,57%, Тернопольская – 5,94%, Ивано-Франковская – 5,97%, Одесская – 6,91%, АР Крым – 7,87%, Ровненская – 7,88% и Херсонская область 7,94%.

Сравнивая с суммой упомянутых трех материальных видов деятельности из группы производственных видов оставшиеся тоже три вида нематериальной деятельности по приведенным двум группам 8 и 8 регионов, можно проанализировать и выявить варианты улучшения использования их населения в производственной экономике (табл. 3).

Отличительной особенностью этого сравнения можно считать достаточно яркое отставание в большинстве из 8 областей в первой их группе числа наемных работников занятого населения в нематериальных видах деятельности от материальных видов. В Донецкой области это отставание составило 57,7% (доля наемных работников в нематериальных видах 42,3% от материальных), в Днепропетровской эта доля составила 48,9%, в Запорожской – 46,2%, в Луганской – 35,7%, в Полтавской – 42,7%, в Сумской – 46%, в Черкасской – 51,1% и только в Киевской области – 73,6%. Суммарная величина удельного веса наемных работников в материальных и нематериальных видах деятельности, наибольшая из всех регионов, включая даже г. Киев, оказалась в Киевской области – 22,8%, за счет преобладания в ней в сравнении со всеми остальными регионами за исключением г. Киева (табл. 3) деятельности в нематериальных видах – 9,67%.

Во второй группе 8 регионов, отстающей от первых 8 по занятости населения в материальных видах деятельности в 1,5-2-3 раза, вполне заметна интуитивно ожидаемая компенсация по занятости в нематериальных видах деятельности. Так, доля наемных работников в нематериальных видах в сравнении с материальными видами деятельности составила: в Херсонской области 58,6%, в Ровненской – 62,6%, в Ивано-Франковской – 69,2%, в Тернопольской – 67,2%, в Закарпатской – 73,1%, в Черновицкой – 73,8%, в АР Крым – 86,7%, в Одесской области – 119,8% в сравнении с г. Киевом, имеющим 157,4%.

Может ли в данном случае максимальный уровень занятости в наемных работниках в нематериальных видах деятельности в г. Киеве 13,27% (табл. 3) служить эталоном для всех остальных регионов Украины? Как цифра удельного веса – безусловно да, поскольку почти во всех регионах Украины эта цифра меньше в 2-3 раза, составляя в частности от 3,8% в Черновицкой области и 3,99% в Тернопольской до 6,82% в АР Крым, 6,97% в Днепропетровской области, 8,28% в Одесской и 9,67% в Киевской. Однако структурное соотношение ее составляющих, как и по Украине в среднем (табл. 2,3), не может устраивать население всех регионов Украины, особенно имеющих низкие результаты по

уровню наличных денежных доходов населения (рис. 2). Поскольку удельный вес наемных работников, занятых в сфере услуг, ниже в 2-3 раза чем в остальных двух видах нематериальной деятельности в среднем в Украине, а в отдельных регионах – в 2,5-5 раз (в Запорожской, Днепропетровской и др. областях), именно за счет его роста в 2-5 раз и может улучшаться это упомянутое структурное соотношение.

Таблица 3

Сравнительные данные по группам регионов об удельном весе наемных работников в общей численности их населения в материальных и нематериальных видах производственной деятельности, % в 2009 г.

Области	Удельный вес наемных работников в регионе по видам производственной деятельности		
	материальные	нематериальные	итого
Донецкая	14,61	6,18	20,79
Днепропетровская	14,24	6,97	21,21
Запорожская	13,94	6,44	20,38
Киевская	13,13	9,67	22,8
Луганская	13,04	4,65	17,69
Полтавская	12,93	5,52	18,45
Сумская	11,43	5,26	16,69
Черкасская	10,54	5,39	15,93
Херсонская	7,94	4,65	12,59
Ровненская	7,88	4,93	12,81
АР Крым	7,87	6,82	14,69
Одесская	6,91	8,28	15,19
Ивано-Франковская	5,97	4,13	10,1
Тернопольская	5,94	3,99	9,93
Закарпатская	5,57	4,07	9,64
Черновицкая	5,15	3,8	8,95
г. Киев	8,43	13,27	21,7
в том числе			
торговля		8,51	
транспорт и связь	-	2,59	-
услуги		2,17	
по Украине	10,14	6,36	16,5

Возможно, здесь нельзя умалчивать о сложной структуре и роли торговли как вида деятельности в экономике Украины, преобладающего в нематериальных видах вдвое - втрое над остальными в регионе. С одной стороны, торговля

позволила населению регионов Украины получить доступ к любым продовольственным и непродовольственным товарам стран мира и полностью устранить дефицит в отдельных из них. С другой стороны, изобилие привозных, импортных товаров послужило основой для уничтожения национального машино- и приборостроения, легкой и пищевой промышленности, сельского хозяйства, вместо ожидавшегося в них конкурентоспособного подъема производства. В результате стоимость основных средств, материальной основы любой экономики, существенно изменилась в составе их в экономике Украины в целом только за последние 10 лет, составив в 2009 г. против 2000 г.: в сельском хозяйстве – 2,64% против 11,76%, в перерабатывающей промышленности – 15,75% против 20,04%, в строительстве – 1,7% против 1,87%, в торговле – 2,53% против 2,37%, в деятельности отелей и ресторанов – 0,72% против 0,6%, в транспорте и связи – 35,02% против 13,69% [1, с. 59-71].

Необходимо подчеркнуть, что даже за эти десять лет состав отмеченных основных средств изменился по видам экономической деятельности в разных направлениях. Если в сельском хозяйстве основных средств стало существенно меньше, но степень их износа тоже уменьшилась с 47,3% до 39,6%, то есть здесь явно произошло обновление количественно уменьшившегося парка оборудования. В перерабатывающей промышленности в основных средствах произошли несущественные изменения, и на этом фоне существенно повысилась степень их износа – с 52% в 2000 г. до 64,9% в 2009 г. В строительстве, при отмеченном выше небольшом спаде его доли основных средств в Украине, видны положительные следы обновления оборудования и снижение его износа с 49,2% до 46%. В торговле наблюдается на фоне роста доли стоимости основных ее средств в Украине и довольно ощутимое их обновление, где степень их износа снизилась с 38,8% в 2000 г до 28,7% в 2009 г. Особого внимания заслуживают изменения на транспорте и связи ввиду их достаточно больших значений в стоимости основных средств и высокой роли для материальной экономики и для населения непосредственно. Рост износа основных средств с 50,5% в 2000 г. до 83,9% в 2009 г. (самом высоком из всех видов деятельности) вызывает вполне обоснованную тревогу на фоне участвовавших случаев аварий на водном, воздушном, автомобильном и железнодорожном транспорте [1, с. 84-96]. К числу первоочередных регионов в этом вопросе следует отнести Харьковскую область, где этот износ составил 95,1% и Винницкую – 91,3% (табл. 4).

Очевидно, обновление основных средств может потребовать новых знаний обслуживающего персонала, новой его расстановки вплоть до привлечения новых работников. Это – специфическая проблема, требующая отдельного исследования.

Пока же динамика изменения числа работников в Украине отрицательна: 24615 тыс. человек в 1985 г., 23367 – в 1990 г., 18252 – в 1995 г., 13678 – в 2000 г. [2, с. 364], 11388 – в 2005 г., 10653 тыс. чел – в 2009 г. [3, с. 377].

Таблица 4  
 Степень износа основных средств в регионах Украины по видам экономической деятельности в сравнении 2000 и 2009 гг. [1, с. 84-107]

Наименование регионов Украины	Степень износа основных средств																											
	Виды экономической деятельности																											
	Всего		сельское хозяйство		промышленность		строительство		торговля ремонт		отели и рестораны		транспорт и связь		операции с недвижимостью		образование		охрана здоровья		государственное управление		финансовая деятельность					
годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы	годы				
	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009	2000	2009		
<b>Украина</b>	<b>43,7</b>	<b>60</b>	<b>47,3</b>	<b>39,6</b>	<b>61,8</b>	<b>49,2</b>	<b>46</b>	<b>38,8</b>	<b>28,7</b>	<b>36</b>	<b>42,1</b>	<b>50,5</b>	<b>83,9</b>	<b>30,1</b>	<b>42,3</b>	<b>40,5</b>	<b>62,4</b>	<b>37,8</b>	<b>46,7</b>	<b>47</b>	<b>46,7</b>	<b>47</b>	<b>23,1</b>	<b>26,1</b>	<b>34,1</b>	<b>51,7</b>	<b>33,2</b>	<b>36,8</b>
Автономная Республика Крым	41,8	64,8	47,8	44,7	46,7	59,2	38,8	45,9	41,7	30,8	32,7	38,4	56,4	85,3	27,2	46,2	42	65,7	38,8	55,3	34,1	51,7	33,2	36,8				
<b>области</b>																												
Винницкая	45,4	70,7	48,5	35,2	52,7	69,9	54,5	41,3	42,2	27,8	37,7	50,8	54,2	91,3	24,1	33,9	41,8	62,1	42,1	60,1	36,5	52,2	29,2	34,7				
Волынская	41,8	45,4	48,7	39,5	50	44,8	54,5	46,6	36,3	28	28,1	26,5	49,4	60,3	28,8	37,2	32,5	62,5	32,9	62,4	21,7	55,5	21	36,6				
Днепропетровская	47,4	58,1	42,6	47,7	53,6	60,7	52,7	45,9	39,1	26,2	38,9	49	55,8	74,9	31,2	47,7	42,2	66,5	40,9	65,8	59,4	52,8	31	29,4				
Донецкая	45,1	63,4	43,8	34,8	46,9	70,5	51,6	79,3	32,6	30,1	43,4	46,8	55,3	72,5	37,9	46,5	44,7	52,7	46,4	31,2	73,2	48,4	22,5	31				
Житомирская	42	50,2	45,5	44,6	51,4	48,3	55,6	36,2	43,8	37,8	34,7	48,8	41,4	65,5	26,4	41	33	61,2	36,4	58,7	60,1	54,1	18,5	34,3				
Закарпатская	41,3	52,2	55,6	21	44,2	53,7	49,6	43,6	35,1	34,7	36,9	36,3	49,4	65,7	24	36,4	49	55,1	32,7	47	24,1	52,7	25	29				
Запорожская	43,5	60,3	46,5	52	47,3	63,6	42,8	50,2	41,5	33,9	35,3	45,4	52,2	83,9	29,1	39	30,2	68,5	37	63,3	70	61,9	26,6	35,3				
Ивано-Франковская	38,8	50,2	50,4	21,7	49,9	62	40,4	43,2	36,6	28,7	37,6	27,8	38,2	67,8	19,6	31	29,7	48,3	37,7	45	53,7	55,7	18	27,2				
Киевская	39,5	37,5	47,2	34,7	39,2	44,9	49,7	25,7	38,5	21,8	30,1	31,1	39,4	46,9	32,6	29,3	33,3	47,7	49,7	53,9	39,1	49,5	41,5	18,1				
Кировоградская	46,5	73,8	50,8	33,3	50,3	54,9	50,8	60	47,3	32	41,3	55,4	56,9	88,3	28,9	48,9	46,8	66,7	47	63,7	36,6	58,6	22,3	35				
Луганская	46,6	54,8	46,5	40,7	44	48,1	57,5	43,9	41,7	33,9	44,8	55,1	58,8	77,4	33,1	51,8	90,3	67,7	84,6	62,6	97,3	60,2	25,2	31,8				
Львовская	43,1	60,9	49,9	33,7	52	59,5	49	48,8	35	28,7	32,1	42,8	49,1	82,5	29,7	41,7	33,9	57,4	33,3	54,6	33,6	51,7	16,3	32,9				
Николаевская	42,9	67,3	48,4	48,2	48,4	61,4	47,7	46,8	42,6	42,9	32,5	39,1	43,5	85,6	28,7	42,4	35,3	59,3	31,7	63	56,3	52,7	27	32,2				
Одесская	44,2	51,2	50,6	45	52,3	51	52,9	38,2	39	38,8	34	36,3	51,8	58,9	30	41,8	36,6	85,5	34,6	51,3	49,6	46,3	26,9	21,3				
Полтавская	43,1	70,1	41,5	37,5	48,4	73,1	50,7	54,5	39,3	36,8	36,3	50,6	49,4	86,3	26,9	42,2	36,1	64,5	38,2	62	67,1	60,2	22,7	35,8				

**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

Продолжение таблицы 4

Ровненская	41,9	50,1	54,5	40,9	44,6	52,1	55,4	42,3	41,4	31,2	35,2	57,8	48	71	23,7	36,2	30,6	59,6	40,8	61,7	47,3	58,2	27,1	35,6
Сумская	43,6	60,9	45,3	39,6	49,8	60,4	43,9	49,1	40,6	35,1	36,7	42,4	47,1	76	27,7	51,4	39,9	60,9	43,3	61	35,8	61,8	24,7	30,3
Тернопольская	44,5	44,5	48,5	26,8	47,1	47,8	54,1	47,5	42,2	25,8	36,4	23,2	60,9	60,6	25,7	38,3	32,1	55	33,6	58,6	42,3	59,9	32,5	30
Харьковская	45,6	80,6	45,8	38,9	53,8	64,8	38,5	49	41,2	30,6	40,6	56,6	51,2	95,1	30,8	49,2	36,9	59,6	39,2	60,4	48,7	41,3	25,9	26,8
Херсонская	48	66,8	55,2	54,6	51,2	61,6	55,2	33,6	42,4	23,1	40,7	47,3	54,4	87,1	24	37,7	47	63,1	43,1	50,7	49	55,3	33,1	31,8
Хмельницкая	42	51,8	44,7	29,7	48,8	48,1	54,8	55,2	42	37,6	36	49,3	48,6	81,9	25,6	35,3	37	54,3	22,8	54,7	59,8	44,3	25	35,2
Черкасская	42,5	60,6	44	38	50,1	70,9	58	52,2	46,4	25	32,6	49,8	46,2	72,2	26,1	41,4	39	63,3	33,9	66,6	24,1	55	22,6	31,7
Черновицкая	39,9	37,4	45,7	22,3	47,1	42	51,9	8,1	37,3	12,9	36,1	45,6	44,2	62,8	37,2	34	31	65,6	44,3	66,3	30	49,8	30,5	43,2
Черниговская	45	52,4	49	41,6	51,1	70,6	58,4	45,7	47,2	39,5	37	66,7	53,9	72,5	25,3	36,8	31,2	68,8	47,1	66,4	44,4	60,8	19	23,2
<b>Города</b>																								
Киев	37,4	53,4	39,6	28,4	46,2	47,3	45,8	28,7	28,3	26,8	29,2	28	45	88,1	29,1	39,3	51,5	48	18,2	34,2	28,4	32,7	18,4	22,8
Севастополь	44,7	47,9	52,5	38,5	53,7	61,2	63,7	35,6	38	28	35,4	30,7	61,3	36,5	32,4	50,4	46,8	43,6	35,5	47,5	49	55,6	14,4	31,8

В непроизводственных видах деятельности во всех регионах кроме г. Киева, Севастополя и АР Крым преобладает доля наемных работников, занятых в образовании (рис. 4). Вместе с тем эта занятость достаточно неравномерна, от 2,83% в Донецкой и 2,9% в Луганской областях до 4,08% в Львовской, 4,18% в Волынской, 4,26% в Тернопольской и 4,31% в г. Киеве. Разница этой доли занятости между Донецкой, Луганской и Волынской, Тернопольской областями в 30-33% на фоне отличий величин наличных денежных доходов на душу населения в этих областях в сравнении с г. Киевом 62,5%, 51,7% и 40%, 38,6% (рис. 2), (в порядке предыдущего перечисления), т.е. на 22-38%, показывает, что чем больше населения в регионе занято в образовании, тем меньший уровень благосостояния оно имеет. Этот неутешительный вывод свидетельствует с одной стороны о низком уровне оплаты труда работников образования, а с другой стороны – о низкой отдаче в реальной экономике регионов образовательной деятельности их населения. Вторая из отмеченных проблем напрямую связана с необходимостью расширения в образовании обучения пониманию и применению инновационных путей развития общества и его экономики, находящихся на Украине в основном на уровне пустых деклараций как в государственной, так и в региональной политике.

Количество наемных работников, занятых в государственном управлении, по удельному весу в общей численности населения регионов, также имеет значительные колебания от 1,68% в Донецкой, 1,73% в Ивано-Франковской областях до 2,87% в Житомирской, 2,88% в Черниговской (разница на 40-42%), (рис. 4).

Безусловно, численность населения в регионах, структура их экономики могут влиять на эти величины. Однако, почти одинаковый удельный вес этих работников в Харьковской и Львовской областях (2,24%) с Тернопольской областью (2,25%), а также в Днепропетровской (1,88%) и Запорожской (1,98%) с Закарпатской (1,94%), позволяет не считать влияние общей численности населения в регионах в числе факторов, определяющих число наемных работников, занятых в регионе государственным управлением. Поэтому в числе резервов улучшения структуры занятости наемным трудом населения в каждом регионе можно считать необходимость выравнивания доли их занятости в государственном управлении до уровня лидирующих в этом направлении областей – Донецкой и Ивано-Франковской, к примеру установив для всех областей норматив в 1,7%.

Занятость наемным трудом в операциях с недвижимостью в регионах колеблется от 2,99% в Киевской, 2,95% в Харьковской областях до 0,71% в Черновицкой и 0,63% в Закарпатской (разница на 76-79%), не учитывая г. Киева, где эта величина составляет 7,46% (рис. 4). В этом специфическом виде деятельности для подготовки управленческих решений по резервам улучшения занятости населения требуются дополнительные исследования.

Анализ сравнительной доли численности наемных работников в общей численности населения регионов в целом в Украине по двум отмеченным укрупненным группам производственных и непроизводственных видов

**ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ  
РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

экономической деятельности (рис. 5) позволяет визуально определить возможности каждого региона в реализации резервов роста числа наемных работников, рассчитанных ранее в целом для каждого региона (табл. 1), с учетом имеющегося потенциала для каждой их 2-х укрупненных групп видов деятельности.

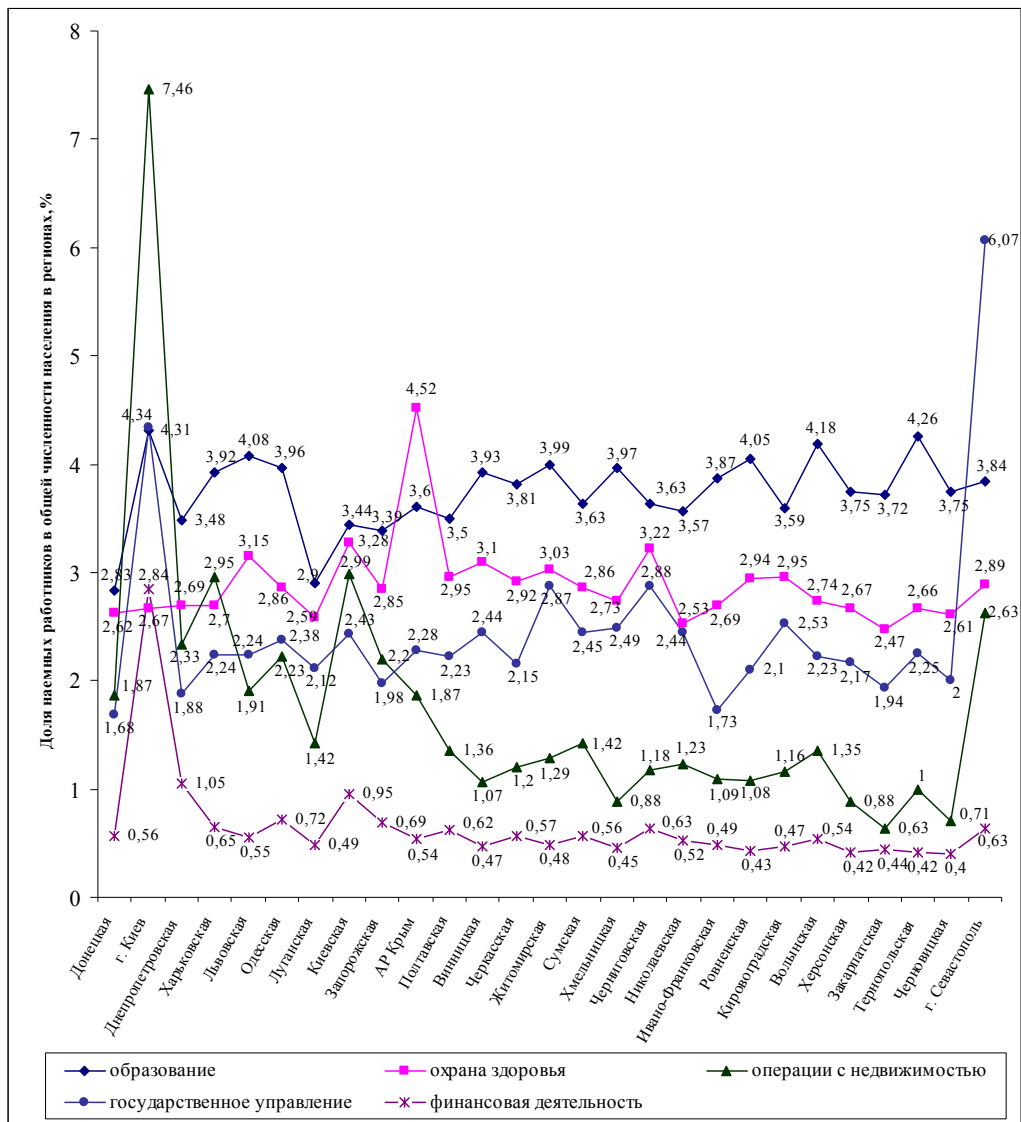


Рис. 4. Сравнительная доля численности наемных работников по видам непродуцственной экономической деятельности в регионах Украины в 2009 г.

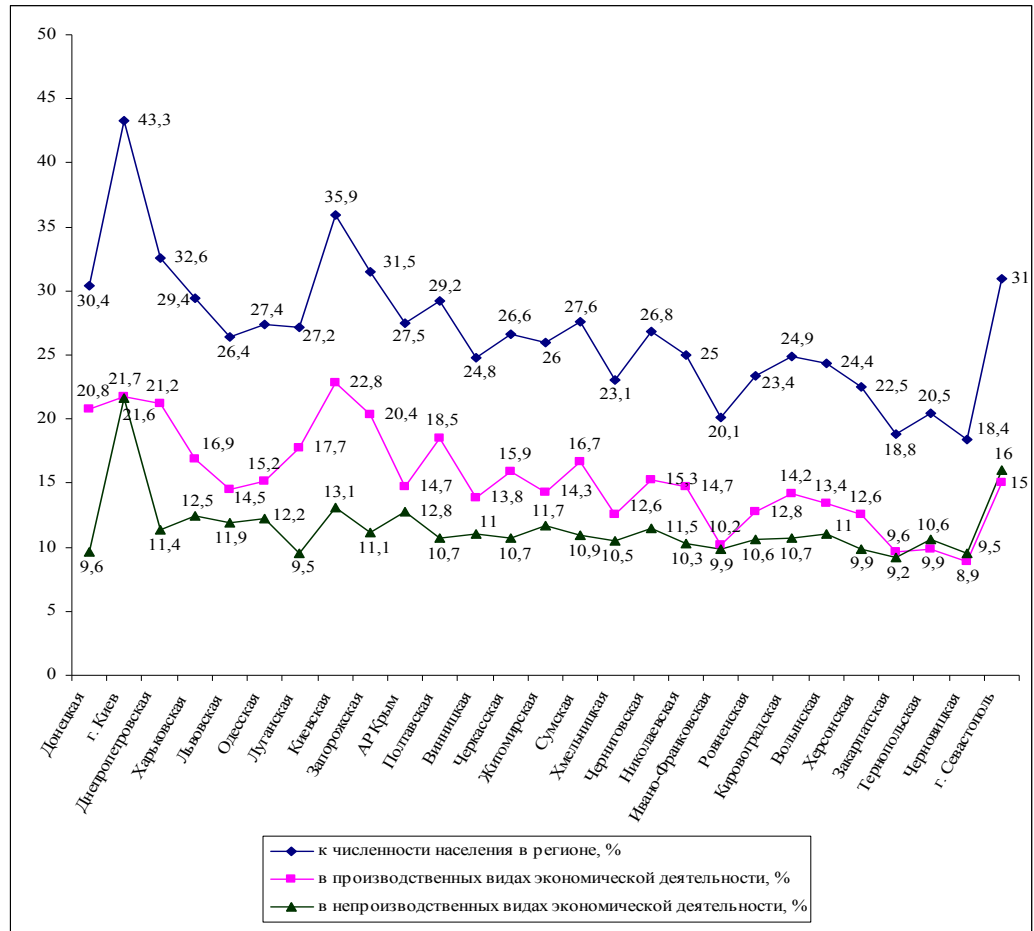


Рис. 5. Сравнительная доля численности наемных работников в регионах Украины

Из сравнения видно, что взятый за эталон для всех регионов (кроме г. Киева) результат Киевской области 35,9% (табл. 1) сформирован в большей степени в производственных видах деятельности, а в меньшей степени – в непроизводственных (рис. 5). Здесь эти группы соотносятся как 63,5% и 36,5%. В других областях – это другие соотношения, к примеру, в Донецкой области – 68,4% и 31,6%, в Днепропетровской – 65% и 35%, в Харьковской – 57,5% и 42,5%, в Львовской – 54,9% и 45,1%, в АР Крым – 53,5% и 46,5%, в Ивано-Франковской области – 50,7% и 49,3%, в Тернопольской – 48,3% и 51,7%, в Черновицкой – 48,4% и 51,6%.

Ответ на вопрос «какие пути следует искать для выхода регионов Украины из состояния низкой занятости наемным трудом» можно найти совершенно количественно определенный в сведениях о степени износа основных средств в регионах по видам экономической деятельности (табл. 4): усиление



## **ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

---

инновационной деятельности в направлении ускорения процессов замены устаревших технологий и техники более современными. Очевидно, после упоминавшегося критического состояния этой проблемы в транспорте и связи, в первую очередь эти процессы должны охватить промышленность, где средняя степень износа основных средств составила в 2009 г 61,8%, повысившись с 48,8% в 2000 г. Приоритеты в регионах должны исходить из необходимости устранения чрезвычайно высоких показателей износа (более 50-60%). В промышленности в число таких областей в порядке убывания этой величины входят: Полтавская – 73,1%, Черкасская – 70,9%, Черниговская – 70,6%, Донецкая – 70,5%, Винницкая – 69,9%, Харьковская – 64,8%, Запорожская – 63,6%, Ивано-Франковская – 62%, Херсонская – 61,6%, Николаевская – 61,4%, Днепропетровская – 60,7%. Из этого перечня видно, что в него попали области, преимущественно с высоким и средним уровнем занятости наемным трудом в промышленности (рис. 3). Именно эти работники довели до высокой степени износа существующее на предприятиях оборудование и именно они становятся все более уязвимыми для своего здоровья на устаревшей и изношенной физически технике. Очевидно здесь нужны централизованные решения на уровне Министерства чрезвычайных ситуаций, запрещающие эксплуатацию оборудования с износом выше 50 или 60%. Возможно такие решения смогут заставить собственников постоянно заниматься инновационной деятельностью, развивая соответствующие службы и своевременно обновляя технику и технологии производства. Выигрыш в повышении их конкурентоспособности превысит понесенные затраты на осуществление такой деятельности.

Если распространить такие требования на транспорт и связь, то в число регионов с износом основных средств менее 60% войдут только Одесская – 58,9% и Киевская – 46,9% области и г. Севастополь – 36,5%, в интервале 60-70% будут 6 областей – Волынская – 60,3%, Тернопольская – 60,6%, Черновицкая – 62,8%, Житомирская – 65,5%, Закарпатская – 65,7%, Ивано-Франковская – 67,8%; в интервале 70-80% - 7 областей – Ровненская – 71%, Черкасская – 72,2%, Черниговская – 72,5%, Донецкая – 72,5%, Днепропетровская – 74,9%, Сумская – 76%, Луганская – 77,4%; в интервале 80-90% - 9 регионов и свыше 90% - 2 области – Винницкая – 91,3% и Харьковская – 95,1% (табл. 4). Поскольку за пределами зоны риска находятся только г. Севастополь и Киевская область, во всех остальных регионах требуется срочное усиление инновационной деятельности в направлении обновления состава всех транспортных средств и инфраструктуры по обеспечению их безопасной эксплуатации. Вся эта обширная деятельность потребует вовлечения во всех 25 регионах дополнительных наемных работников, обеспечивающих реализацию всех этих процессов и безопасность пользования транспортом как для обслуживающего персонала, так и для населения в качестве как пассажиров, так и проживающего в зоне действия транспортных средств.

Как ни странно, но в системе образовательной деятельности сформировалась ситуация с высоким износом основных средств. Здесь только в 4-х регионах степень износа в 2009 г была ниже 50%, в 8-ми – в интервале 50-60%, в 14-ти –

60-70% и в Одесской области – 85,5%. В основном этот износ проявляется в общеобразовательных школах, не имеющих, в отличие от высшей школы, возможностей для дополнительного финансирования своей деятельности и содержания основных средств. В 2011 г со стороны Министерства образования и науки, молодежи и спорта Украины была массивная попытка отремонтировать все ветхие школы до 1 сентября. Это частично улучшило показатели износа зданий в школьном фонде. В отдельных случаях улучшение условий для обеспечения обучения бывших старшеклассников (10-11 классов) произошло на основе их поступления в платные колледжи на 1-ый курс, иногда базирующиеся в зданиях школ, в которых уменьшилась численность школьников. Вместе с тем есть ряд других вариантов легального привлечения финансовых средств для обновления всех основных фондов в школах регионов, в их городах и селах. Одним из таких путей является сдача в аренду ряда школьных помещений на выходные дни для проведения разнообразных платных курсов переподготовки населения к инновационной предпринимательской деятельности на условиях полного обновления этих помещений и их оснащения за счет арендаторов.

### **Основные результаты исследования, выводы и рекомендации.**

#### *Результаты.*

Выполнен сравнительный анализ по регионам Украины численности проживающего в них населения и числа наемных работников, занятых у юридических лиц (табл. 1), (рис. 1).

Выполнена оценка доли наемных работников, занятых у юридических лиц, по регионам и осуществлена их группировка (табл. 1).

Осуществлена количественная оценка резервов вовлечения населения регионов в число наемных работников до уровня передового в Украине региона – Киевской области (табл. 1).

Определены индикаторы резервов вовлечения населения регионов в число наемных работников, занятых у юридических лиц (как разность величин удельного веса наемных работников в общей численности населения региона, имеющего наибольшую в Украине его величину, с любым другим регионом), (табл. 1).

Вычислены индикаторы фактической нагрузки наемных работников регионов общей численностью их населения (табл. 1).

Вычислены индикаторы отставания регионов по числу населения в них, приходящегося на одного наемного работника, от эталонной нагрузки всего населения страны на одного трудоспособного человека в населении страны (табл. 1).

Выявлено влияние удельного веса наемных работников в общей численности населения регионов на размер наличных денежных доходов в расчете на душу населения (рис. 2) как на индикатор благосостояния населения.

Высказана гипотеза о связи структуры видов экономической деятельности в регионах с величиной средней заработной платы и денежных доходов на душу населения в них (табл. 2), (рис. 2).

## **ИНДИКАТОРЫ ВЛИЯНИЯ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ В РЕГИОНАХ**

---

Исследована динамика изменения структуры стоимости и износа основных средств в регионах по видам экономической деятельности (табл. 4).

### *Выводы.*

Максимальные отличия областей по численности проживающего в них населения составили в 5 раз, а по числу наемных работников – в 8 раз. При этом на одного наемного работника в Донецкой области с максимальной численностью населения приходится 3,3 чел. общей его численности, в Черновицкой, с минимальной численностью населения, - 5,4 чел. общей его численности, а в г. Киеве – 2,3 чел. в сравнении с 3,4 чел. в Харьковской и 3,1 чел. – в Днепропетровской областях (табл. 1), с 1,6 - общей численности населения в Украине, отнесенной к числу трудоспособного населения, как условным эталоном. Меньшая численность населения, проживающего в регионах, как правило, порождает меньшую долю числа работников, занятых наемным трудом. При численности населения в областях менее 5% от Украины, доля наемных работников в основном меньше 2-3% (табл. 1).

В городах, и прежде всего в г. Киеве, соотношение численности проживающего там населения с числом наемных работников ниже, чем в областях, характеризуя более высокую степень занятости населения наемным трудом.

В регионах с низкой общей численностью и долей населения, занятого наемным трудом, количественные резервы населения для их вовлечения в наемный труд выше, чем в ряде регионов, имеющих более высокую общую численность населения и более высокий удельный вес в ней наемных работников (табл. 1).

Индикаторы резервов вовлечения населения регионов в число наемных работников в сравнении с лучшей в Украине Киевской областью отличаются в 5,3 раза, от 3,3% - в Днепропетровской до 17,5% в Черновицкой области (табл. 1).

Индикаторы отставания регионов по числу населения в них, приходящегося на одного наемного работника, от величины эталонного соотношения общего числа населения в Украине к численности трудоспособного населения – в размере 1,6, находятся в интервале 1,4 раза в г. Киеве, 1,8 раза – в Киевской области, 2,1 раза – в Донецкой и в 3,4 раза – в Черновицкой (табл. 1).

Внутренним для Украины индикатором эталонного фактического благосостояния населения принят максимальный размер денежных доходов на душу населения в Украине, достигнутый в 2009 г в г. Киеве и принятый за единицу (или за 100%). Лучший результат из всех регионов по этому показателю в сравнении с г. Киевом составил в Донецкой области 0,625 (62,5%), а худший – 0,361 (36,1%) в Закарпатской области (рис. 2).

Наивысший уровень благосостояния населения достигнут в регионах (рис. 2), имеющих наибольший удельный вес наемных работников, занятых в промышленности (табл. 2), (рис. 3).

Преобладанию удельного веса наемных работников в материальных видах производственной деятельности, в сравнении с нематериальными, вдвое и более

раз (табл. 3) сопутствует, как правило, более высокий уровень наличных денежных доходов населения (на 15-20%) в регионах (рис. 2).

Стоимость основных средств в материальных отраслях за десять лет снизилась в структуре Украины: в сельском хозяйстве в 4,5 раза, в перерабатывающей промышленности – на 20%, в строительстве – на 11% (табл. 4).

Наибольший износ основных средств зафиксирован в 2009 г в транспорте и связи – 84%, в промышленности и в образовании – по 62% (табл. 4).

Отставание доли числа наемных работников в производственной деятельности в ряде областей (Черновицкая, Закарпатская, Тернопольская) на 32-38%, к примеру, от Львовской (рис. 5), влечет к отставанию в них размера денежных доходов на душу населения на 21-25% (рис. 2).

Основной резерв приращения доли числа наемных работников в регионах Украины сосредоточен в производственных видах экономической деятельности и составляет около 60% в Черновицкой, Закарпатской, Тернопольской и Ивано-Франковской областях, в сравнении с Киевской, около 45% в Херсонской и Хмельницкой, около 40% - в Волынской и Винницкой, около 35% - в Кировоградской, Житомирской, Львовской, Одесской, Николаевской, Черниговской и в АР Крым, около 30% - в Черкасской, Сумской, около 25% - в Харьковской, Луганской, Полтавской, около 10% в Запорожской и Донецкой, около 7% - в Днепропетровской области (рис. 5).

*Рекомендации.*

Для повышения эффективности развития экономики в регионах и в Украине в целом необходимо повысить долю населения, занятого наемным трудом, в большинстве регионов Украины, что преимущественно положительно повлияет на рост уровня благосостояния населения (рис. 2).

Основным резервом роста эффективности экономики в большинстве регионов следует рекомендовать обновление техники и технологий на инновационной основе в промышленности, транспорте и связи, а также в образовании (табл. 2, 4).

Укрупнение численности населения областей до его доли в Украине от 5% и выше, за счет слияния граничных областей, может послужить основой более рационального вовлечения населения в число наемных работников, что позволит повысить уровень благосостояния населения. К примеру, можно объединить Закарпатскую, Ивано-Франковскую и Черновицкую области в одну Карпатскую с численностью населения 7,7% от общеукраинского; Львовскую и Волынскую – в Западно-Украинскую – с 7,8% населения; Тернопольскую, Ровненскую и Хмельницкую – в Подольскую – с 7,8% населения; Житомирскую и Винницкую – в Тетеревскую – с 6,4% населения; Одесскую и Николаевскую – в Южно-Бугскую – с 7,8% населения; Кировоградскую, Черкасскую и Полтавскую – в Среднеднепровскую – с 8,3% населения; Херсонскую и Запорожскую – в Нижнеднепровскую (или Азово-Черноморскую) – с 6,4% населения; Черниговскую и Сумскую – в Северо-Украинскую – с 5% населения. Остальные области с большой численностью населения укрупнения пока не требуют.

**Список литературы**

1. Статистичний збірник «Регіони України» 2010. Частина 1. – К.: ДКСУ, 2010. – 368 с.
2. Статистичний щорічник України за 2000 рік. – К.: Техніка, 2001. – 600 с.
3. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К.: ІАА, 2010. – 567 с.

*Поступила в редакцію 01.06.2011 г.*

**Подсолонко В.А.** Індикатори впливу зайнятості населення на ефективність розвитку економіки в регіонах / В.А. Подсолонко, О.А. Подсолонко, М.В. Подсолонко // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 78-101.

Розглянуто показники, що характеризують ефективність числа найманих працівників, зайнятих у юридичних осіб, в Україні по регіонах і видах економічної діяльності. Дана оцінка ефективності рівня зайнятості населення в регіонах через величини їх грошових доходів. Сформовано рекомендації щодо укрупнення регіонів на основі збільшення числа населення, що проживає в них і більш ефективного їх використання в регіональній економіці.

**Ключові слова:** зайнятість населення, добробут населення, ефективність регіональної економіки

**Podsolonko V.A.** Employment indicators of influence on the efficiency of economic development in the regions / V.A. Podsolonko, E.A. Podsolonko, M.V. Podsolonko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 78-101.

Indicators of employees effectiveness employed in legal entities in Ukraine by regions and by type of economic activity are considered. The estimation of the efficiency level of employment in the regions through the value of their cash income is made in the article. Recommendations as for regions consolidation on the basis of increasing population number living in the regions and how to use them more effectively in the regional economy are formed.

**Keywords:** employment, welfare, efficiency of the regional economy

УДК 339.924

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНЫ

*Твердохлебов Н.И.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: tverdohlebov-nikolay@rambler.ru*

Проанализированы динамика и структура рейтинга международной конкурентоспособности Украины на основе ежегодных докладов Всемирного экономического форума. Проведен сравнительный анализ показателей конкурентоспособности с шестью странами (Россия, Казахстан, Болгария, Румыния, Турция и Хорватия). Сделаны выводы о конкурентных преимуществах и проблемах, тормозящих повышение конкурентоспособности Украины.

**Ключевые слова:** конкурентоспособность страны, индекс глобальной конкурентоспособности, Всемирный экономический форум.

**Постановка проблемы.** Уровень конкурентоспособности является синтетическим показателем социально-экономической ситуации в стране, уровня научно-технического развития и эффективности экономики в целом. Оценкой уровня конкурентоспособности национальных экономик занимаются ряд международных организаций и исследовательских центров. Наиболее авторитетными и репрезентативными считаются ежегодные доклады Всемирного экономического форума (ВЭФ), содержащие рейтинги стран мира по уровню конкурентоспособности. Анализ данных, представленных в докладах ВЭФ, позволяет не только определить степень конкурентоспособности страны по сравнению с другими государствами, но и выявить ее конкурентные преимущества и проблемы, тормозящие экономическое развитие.

**Анализ публикаций по теме исследования.** В публикациях отечественных авторов позиции Украины в рейтинге международной конкурентоспособности ВЭФ рассматриваются, как правило, в сравнении с ее местом в других рейтингах (страновых рисков, условий ведения бизнеса, экономической свободы) [1; 2]. Специальных работ по сопоставлению оценок Украины в рамках данного рейтинга с оценками других стран нами не обнаружено.

**Целью** данного исследования является сравнительный анализ позиций Украины в рейтинге международной конкурентоспособности ВЭФ, выявление ее конкурентных преимуществ и слабых сторон.

**Основные результаты исследования.** Для сравнения были выбраны наиболее развитые страны СНГ, являющиеся крупными торгово-экономическими партнерами Украины — Российская Федерация и Казахстан (Беларусь в доклады ВЭФ не включается). Целесообразно проведение сравнительного анализа с Болгарией и Румынией как наиболее близкими к Украине по уровню социально-экономического развития странами ЕС, а также Хорватией и Турцией, имеющими с ЕС договоры об ассоциации. Переговоры о заключении подобного договора Украина ведет в настоящее время.

**СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГА МЕЖДУНАРОДНОЙ  
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНЫ**

ВЭФ публикует каждый год осенью доклад о глобальной конкурентоспособности — "Global Competitiveness Report" (GCR, до 2006 г. — Growth Competitiveness Report). Интегральная оценка (Index) в 2011 году рассчитана для 142 стран. Для оценки конкурентоспособности экономики каждой из них использовались открытые статистические показатели за 2010 год, а также результаты специального опроса более 14 тыс. работающих в этих странах менеджеров различных компаний (в Украине свыше 100) [3].

Рейтинг основан на Индексе глобальной конкурентоспособности (GCI), разработанном для ВЭФ и, внедренном в 2004 году GCI включает 110 показателей, разделенных на 12 категорий: институты (1), инфраструктура (2), макроэкономическая среда (3), здравоохранение и начальное образование (4), высшее образование и профессиональная подготовка (5), эффективность товарного рынка (6), эффективность рынка труда (7), развитие финансового рынка (8), технологическая готовность (9), размер рынка (10), возможности ведения бизнеса (11) и развитие инноваций (12). Оценки по данным категориям для семи стран сравнения приведены в таблице 1.

В 2011 году по сравнению с 2010 годом среди выбранных стран наиболее высокие позиции рейтинга имели: Турция (59 место), Россия (66) и Казахстан (72). Украина заняла последнее среди семи стран 82 место, хотя еще в 2008 году опережала Болгарию (соответственно 72 и 76 места) [3;6]. Несмотря на незначительное ухудшение показателя индекса Украины в 2009-11 годы, за 6 лет его суммарный прирост составляет 0,70 баллов, что является наивысшим показателем среди анализируемых стран (таблица 2).

Таблица 1

Бальные оценки Украины и сравниваемых стран по 12 категориям  
Индекса глобальной конкурентоспособности 2011 г.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Болгария	3,32	3,62	5,13	5,80	4,16	4,08	4,49	3,99	4,11	3,80	3,55	2,94
Казахстан	3,54	3,70	5,86	5,46	4,18	4,07	4,86	3,30	3,44	4,12	3,42	2,67
Россия	3,08	4,52	5,16	5,70	4,54	3,60	4,40	3,21	3,66	5,73	3,34	3,14
Румыния	3,49	3,37	4,52	5,72	4,42	3,96	4,10	3,91	3,76	4,39	3,48	2,91
Турция	3,69	4,39	4,76	5,62	4,02	4,38	3,51	4,26	3,95	5,19	4,09	3,15
Украина	2,95	3,87	4,21	5,64	4,58	3,58	4,44	3,39	3,47	4,54	3,48	3,11
Хорватия	3,59	4,73	4,75	5,96	4,41	3,81	3,89	3,87	4,50	3,57	3,66	3,09

Источник: доклад GCR [3, с.18-22].

Примечательно, что основной причиной повышения рейтинга Украины в 2011 году стало улучшение макроэкономической стабильности — после падения в 2010 году на 26 пунктов, в нынешнем страна поднялась сразу на 20 (с 132 до 112 места). Это явилось результатом улучшения основных макроэкономических показателей в 2010 году после кризисного 2009 года. В остальных сферах прогресс гораздо скромнее: на три позиции вырос рейтинг страны в индексе развития финансового рынка (116 место), и на одну позицию — в индексе технологической готовности (82). В то же время продолжается падение в индексе

качества инфраструктуры (на 3 пункта до 71 места), высшего образования (на 5 пунктов до 51 места), здравоохранения и среднего образования (на 7 пунктов до 74 места), а также в развитии рынка труда (на 7 пунктов до 61 места) и инноваций (на 11 пунктов до 74 места). Несмотря на рост в индексе качества институтов на три позиции, в этом индексе Украина занимает одно из худших мест в рейтинге (131). Также Украина находится в числе стран с наихудшей ситуацией в рейтинге эффективности товарных рынков, где она сохранила 129 позицию [3, с.18-22].

Таблица 2

Общие оценки Украины и стран сравнения в рейтингах ВЭФ в 2005-2011 гг.

	Global Competitiveness Index						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Болгария	3,83	3,96	3,93	4,03	4,02	4,13	4,16
Казахстан	3,77	4,19	4,14	4,11	4,08	4,12	4,18
Россия	3,53	4,08	4,19	4,31	4,15	4,24	4,21
Румыния	3,67	4,02	3,97	4,10	4,08	4,16	4,08
Турция	3,68	4,14	4,25	4,15	4,16	4,25	4,28
Украина	3,30	3,89	3,98	4,09	3,95	3,90	4,00
Хорватия	3,74	4,26	4,20	4,22	4,03	4,04	4,08

Источник: годовые доклады GCR [3-7].

Анализ данных, представленных в таблице 2, позволяет сделать следующие выводы. Украина значительно отстает от сравниваемых стран по качеству институтов (категория 1), что обусловлено, прежде всего, низким уровнем защиты прав собственности, в том числе интеллектуальной, недостатками судебной системы, неэффективным расходованием бюджетных средств, а также коррупцией. Также самую низкую оценку Украина имеет по качеству макроэкономической среды (3) в результате большого дефицита госбюджета и высокой инфляции. Последнее место по категории эффективность рынка товаров (6) обусловлено неэффективной системой налогообложения и высоким уровнем налогов, отсутствием действенной антимонопольной политики, сложностью открытия бизнеса и прохождения таможенных процедур. Развитие финансового рынка Украины (8) сдерживают низкая доступность финансовых услуг, прежде всего займов, ненадежность банков, неразвитость фондового рынка и его неэффективное регулирование. Невысокий уровень технологической готовности (9) обусловлен низким притоком прямых иностранных инвестиций и технологий в наукоемкие отрасли, недоступностью новейших технологий и невысокой долей пользователей интернета в населении страны (23% в Украине, около 40% в Турции, Румынии и России, 60% в Хорватии) [3,с.357].

Более приемлемо выглядит позиция Украины по категории развития инфраструктуры (2), хотя по одному из основных показателей в этой области – качеству автодорог – она занимает одно из последних мест в мире (138). Невысокий показатель по категории здравоохранение и начальное образование (4) обусловлен высокой заболеваемостью туберкулезом и СПИДом, низкой



## **СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГА МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УКРАИНЫ**

---

продолжительностью жизни и недостаточным охватом детей начальным образованием. По категории высшее образование и профессиональная подготовка (5) Украина является лидером среди семи стран, однако она отстает по таким составляющим как распространение обучения персонала, качество подготовки менеджеров и доступность услуг по исследованиям и подготовке.

Достаточно позитивно можно оценить эффективность рынка труда (7), развитию которого мешает «утечка мозгов», а также низкий уровень менеджмента и сотрудничества работников и работодателей. По возможности ведения бизнеса (11) Украина значительно уступает только Турции, хотя занимает по этому показателю лишь 103 место, а по развитию инноваций (12) не сильно отстает от лидеров – Турции и России.

Опрос работающих в Украине менеджеров выявил четыре главных проблемы развития экономики – коррупция (16,0), налоговое регулирование (14,4), доступ к финансированию (13,6), неэффективная государственная бюрократия (10,3) [3, с.356].

### **Выводы.**

По общей оценке индекса конкурентоспособности ВЭФ Украина в 2011 году занимает достаточно скромное 82 место среди 142 стран мира и отстает по этому показателю от всех стран сравнения, среди которых лидируют Турция, Россия и Казахстан. Вместе с тем, за последние шесть лет она демонстрирует наибольший среди этих стран прирост величины индекса, что свидетельствует о постепенном повышении уровня ее конкурентоспособности.

Согласно докладу ВЭФ, Украина демонстрирует ряд конкурентных преимуществ. Хорошо образованное население, гибкие и эффективные рынки труда, а также большой размер внутреннего потребительского рынка остаются привлекательной основой для роста производительности страны.

С другой стороны, никакого реального улучшения не наблюдается в слабой институциональной базе и в неэффективных рынках товаров и услуг, что подавляет конкуренцию и сдерживает развитие предпринимательства. Приоритетным остается стабилизация и развитие финансового сектора. По-прежнему требуют внимания проблемы борьбы с коррупцией, совершенствование налогового и таможенного регулирования.

Исходя из данных доклада ВЭФ, можно сделать вывод, что анонсированные нынешним правительством экономические реформы пока не повлияли на конкурентоспособность страны. А учитывая, что новая волна кризиса приведет к торможению роста ВВП и повышению цен, уже в следующем отчете рейтинг Украины может снова упасть.

### **Список литературы**

1. Згуровский М. Украина в глобальных измерениях устойчивого развития / М. Згуровский // Зеркало недели.–2006.–№19 (568) [Электронный ресурс].– Режим доступа: <http://www.zn.ua/3000/3100/53397>.
2. Данилишин Б. Украина в международных рейтингах устойчивого развития / Б. Данилишин, О. Веклич // Экономика Украины. – 2008. – №7. – С.13-23.
3. The Global Competitiveness Report 2011-2012. – The World Economic Forum, 2011. – 527 p.

4. The Global Competitiveness Report 2006-2007. – The World Economic Forum, 2006. – 570 p.
5. The Global Competitiveness Report 2007-2008. – The World Economic Forum, 2007. – 519 p.
6. The Global Competitiveness Report 2008-2009. – The World Economic Forum, 2008. – 500 p.
7. The Global Competitiveness Report 2009-2010. – The World Economic Forum, 2009. – 479 p.

*Поступила в редакцію 01.06.2011 з.*

**Твердохлебов М.І. Порівняльний аналіз рейтингу міжнародної конкурентоспроможності України** / М.І. Твердохлебов // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 102-106.

Проаналізовані динаміка і структура рейтингу міжнародної конкурентоспроможності України на основі щорічних доповідей Всесвітнього економічного форуму. Проведено порівняльний аналіз показників конкурентоспроможності з шістьма країнами (Росія, Казахстан, Болгарія, Румунія, Туреччина і Хорватія). Зроблені висновки про конкурентні переваги і проблеми, що гальмують підвищення конкурентоспроможності України.

**Ключові слова:** конкурентоспособность країни, індекс глобальної конкурентоспроможності, Всесвітній економічний форум

**Tverdohlebov N.I. Ukraine international competitiveness rating: Comparative analysis** // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 102-106.

A dynamics and structure of rating of international competitiveness of Ukraine is analysed on the basis of annual reports of the World economic forum. The comparative analysis of indexes of competitiveness is conducted with six countries (Russia, Kazakhstan, Bulgaria, Romania, Turkey and Croatia). Conclusions are done about competitive advantages and problems, braking the increase of competitiveness of Ukraine.

**Keywords:** country competitiveness, index of global competitiveness, World Economic Forum.

**УДК 330.322.5**

## **КРИТЕРИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

***Храпко В.Н.***

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина*

*E-mail: vkhrapko@yahoo.com*

В статье предложен комплексный критерий конкурентоспособности предприятия, приведены примеры его расчета для конкретного предприятия

**Ключевые слова:** конкурентоспособность, конкуренция.

**Актуальность.** При оценке инвестиционных проектов большое внимание инвесторов уделяется не только оценке финансового положения ее, но и общей оценке хозяйственной деятельности, менеджменту, его квалификации, компетентности, умению вести конкурентную борьбу.

Конкуренция – это категория тесно связанная рыночной экономикой. Она возникла уже при простом товарном производстве, когда многие производители старались создать себе более выгодную ситуацию. Способов создания особых условий много, часть из них имеет экономическую основу, часть законодательную, а часть может иметь противоправный характер. С появлением новых технологий и методов организации производства, конкуренция стала одним из главных рычагов активизации развития экономики. Ей обычно приписывают такие функции, как: определенный баланс между производителями и потребителями, регулирование спроса и предложения, регулирование рынка труда, стимулирование в различных формах, улучшение технологии и управления. Тем самым увеличивая продажи и уменьшая затраты, что в конце концов увеличивает прибыльность предприятия и его устойчивость к негативным внешним воздействиям.

Один из ведущих инвесторов – Уоррен Баффит особое внимание уделяет так называемой марже устойчивости (safety margin), то есть возможности компании при необходимости поднимать цены на свои продукты, без потери своей доли рынка и без существенного снижения рентабельности компании. Это обеспечивается так называемым оборонительным рвом (moat), долгосрочным конкурентным преимуществом, которое помогает выдерживать давление конкурентов.

**Анализ литературы.** Многие крупные ученые изучали конкуренцию, в частности: Маршал Альфред, Милль Джон, Портер Майкл, Тироль Жан. Из отечественных ученых следует отметить: Базилевича В. Д., Гееца В. М., Лысенко Ю.Г. и др.

Для описания и моделирования и измерения конкуренции используется три подхода [1]. Первый индикатор ориентирован на использование конъюнктурной вариации. При совершенной конкуренции предприятия имеют нулевую конъюнктурную вариацию. Экономический смысл этого показателя заключается в том, что его высокое значение означает высокую степень связи с другими предприятиями через цены и количество продаваемого товара.

Второй индикатор описывает распределение долей рынка (уровень рыночной концентрации) и называется критерием Хиршмана-Херфиндала и представляет собой сумму квадратов долей предприятий на рынке. В случае монополии этот критерий равен 1, а в случае совершенной конкуренции – близок к нулю. В случае большой доли на рынке предприятие обладает и большей рыночной силой, которой и пользуется.

Третий вариант измерения уровня конкуренции - использование индекса Лернера, равного разнице цены и предельных издержек отнесенной к цене, этот индекс указывает на степень отклонения данного предприятия от монополии. При совершенной конкуренции он равен нулю, при монополии индекс равен единице.

**Целью** данной работы является конструирование нового индекса-измерителя конкуренции, обоснование его выбора, используя микроэкономическую методологию, и определение его связи с другими индикаторами измерения уровня конкуренции.

**Основные результаты исследования.** В качестве основы для данного исследования проанализируем основные концепции конкуренции, изложенные Майклом Портером [2].

Если рассмотреть ближайшее окружение предприятия, видно, что с ним взаимодействуют поставщики и потребители, поставщики поставляют ресурсы и комплектующие, а потребители приобретают произведенный продукт. Изменение цен на ресурсы, их увеличение вызывает негативное влияние на прибыль предприятия. С другой стороны, потребители могут, если имеют достаточную рыночную силу, требовать и добиваться снижения цены на товар. Они могут также приобретать аналогичные товары у других предприятий, т.е. у конкурентов, вызывая тем самым снижение выручки у данного предприятия, что ведет к снижению прибыли. Современная ситуация в экономике характеризуется постоянными обновлениями технологии, что заставляет предприятия для защиты от появления новых товаров-заменителей тратить на НИОКР из прибыли дополнительные средства, что также снижает прибыльность предприятия с точки зрения его владельцев. Эти соображения Портер М. выразил термином «конкурентные силы». Схематически взаимодействие этих сил представлено на рис.1.

Из вышесказанного следует несколько выводов. Во-первых, все факторы Портера, перечисленные выше, воздействуют отрицательно на прибыль предприятия, во-вторых, для адекватного описания конкурентной ситуации и конкурентной позиции предприятия, необходимо учесть взаимодействие с потребителями и взаимодействие с другими предприятиями.

В качестве первого шага рассмотрим поведение производителя [3]. За основу возьмем стремление предприятия получить максимальную прибыль  $\pi$ , которая в свою очередь зависит от цены на продукцию, сложившуюся на рынке  $p$ , от количества произведенной продукции  $x$  и от предельных затрат  $c$ , эта зависимость имеет такой вид:

$$\pi = p \cdot x - c \cdot x \quad (1)$$

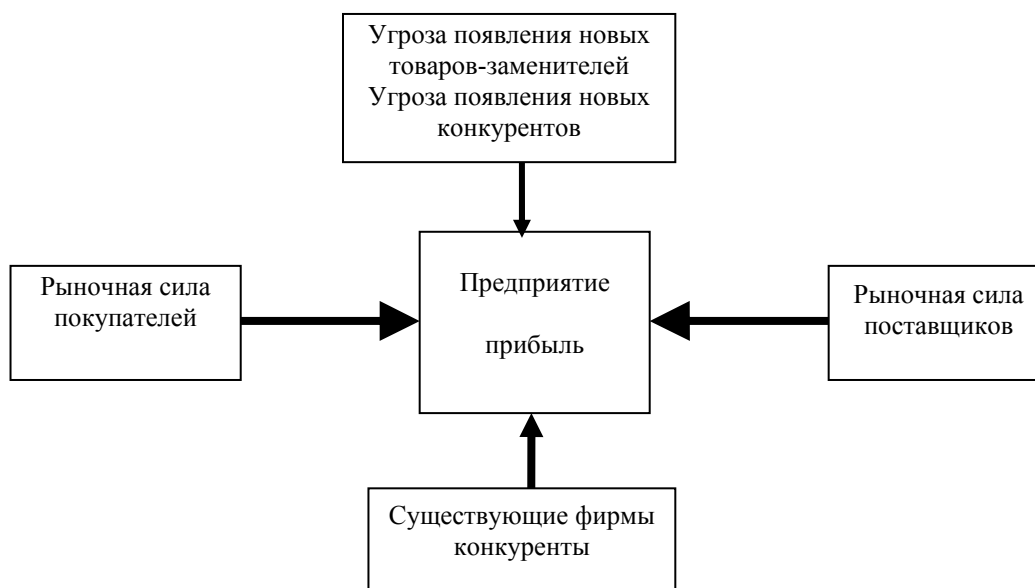


Рис. 1. Конкурентные силы по М. Портеру

Условие равновесия (условие максимума прибыли) для производителя имеет форму:  $MC = p$ ,

где:  $MC$  – предельные затраты, т. е. предельные затраты равны цене.

Учитывая вид прибыли в нашем случае (см. соотношение(1)), получим:

$$c = p \tag{2}$$

Именно это соотношение имеет место в условиях совершенной конкуренции.

Как отмечалось выше, индекс Лернера  $l$  описывает относительное отклонение цены от предельных затрат (2) и определяется так:  $l = \frac{p - c}{p}$ .

Ясно, что в условиях совершенной конкуренции на рынках этот индекс равен нулю, так как в этом случае цена совпадает с предельными издержками.

На конкурентном рынке действуют несколько предприятий, их продукция более или менее одинакова, поэтому они и являются конкурентами, а, следовательно, продукция относительно взаимозаменяема. Обозначим общее количество такой продукции как  $X$ , эта величина представляет собой сумму продукции всех предприятий конкурентов. Если  $x_i$  выпущенная и реализованная продукция на рынке предприятия с номером  $i$ , то доля этого предприятия на

рынке будет  $\alpha_i = \frac{x_i}{X}$ .

Используя это соотношение и определение индекса Лернера, получим выражение для прибыли предприятия (с номером  $i$ ). Из (1) следует:

$$\pi = x \cdot p - x \cdot c = (p - c)x = \frac{p(p - c)x}{p} = p \cdot l \cdot x = X \cdot p \cdot l \cdot \frac{x}{X} = (X \cdot p \cdot l)\alpha$$

или

$$\pi = M \cdot \alpha \quad (3)$$

В формуле (3) номер предприятия опущен для простоты. Откуда и получим базовое соотношение:

$$\alpha_i = \frac{\pi_i}{M_i}, \quad (4)$$

где  $M_i = X \cdot p \cdot l_i$

Экономический смысл полученного соотношения (4) заключается в том, что доля предприятия на рынке  $\alpha$  прямо зависит от результативности самого предприятия, которая выражается в его прибыльности, с одной стороны, а с другой, зависит от структуры конкуренции на рынке, которая отражена в индексе Лернера. Таким образом, полученное соотношение связывает два индекса интенсивности конкуренции – критерий Хиршмана-Херфиндаля, равный:  $\alpha_1^2 + \alpha_2^2 + \alpha_3^2 + \dots + \alpha_n^2$ , и индекс Лернера  $l$  и прибыльность предприятия.

Это последнее соотношение дает нам основание получить новый критерий  $K$ , для которого критерий (4) будет частным случаем при линейной функции затрат предприятия.

$$K = \frac{px - c(x)}{p - c'(x)} = \frac{\pi(x)}{p \cdot l(x)} \quad (5)$$

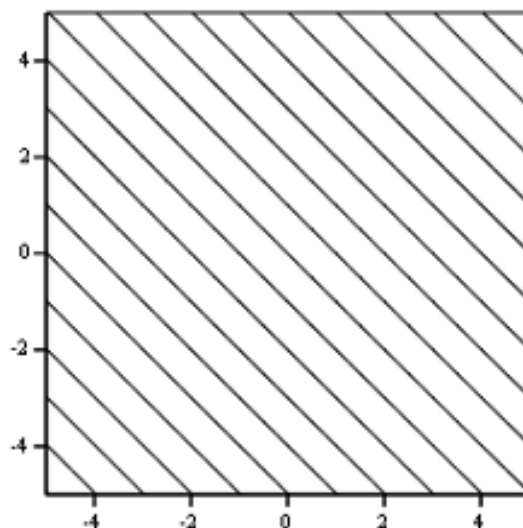
здесь  $c(x)$  функция затрат, а  $c'(x) = MC(x)$  – предельная функция затрат предприятия, а  $X$  нормировано к единице. При небольших отклонениях от линейности полученное выражение  $K$  приблизительно равно доле на рынке данного предприятия и описывает его конкурентное положение. Исходя из этого, можно сделать вывод, что чем выше прибыльность предприятия, тем больше индекс, тем выше доля на рынке, тем выше конкурентоспособность предприятия. Как писал Уоррен Баффит, постоянная борьба с издержками важный элемент оценки менеджмента предприятия, и положительно сказывается на его инвестиционной привлекательности.

На втором шаге построения критерия мы включим в это соотношение (5) влияние потребителей, это даст возможность изучить влияние на конкурентное положение фирмы отношения к нему покупателей, что соответствует одной из конкурентных сил Портера, действующих на рынке.

## КРИТЕРИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

---

Воспользуемся классической методологией, которая широко применяется в микроэкономике [4, 5]. Поведение потребителей описывается с помощью функции полезности  $U(x, y)$ , где  $(x, y)$  два блага в количестве  $x$  и  $y$ . Для анализа конкурентной ситуации, мы рассмотрим функцию полезности для товаров – совершенных заменителей. В этом случае графики линий безразличия будут иметь следующий вид (см. рис. 2)



z

Рис. 2. График линий безразличия для двух товаров – абсолютных заменителей

Для случая, когда блага не являются совершенными заменителями, кривые безразличия имеют вид изображенный на рисунке 3. Из сравнения рис. 2 и рис. 3 можно сделать вывод, во-первых, что для одного и того же индивида функция полезности зависит не только от особенностей (или типа) индивида, но и от пары благ, которые он сравнивает. Во-вторых, в качестве меры отклонения любых пар благ от пары совершенных субститутов можно взять отклонение линий безразличия функции полезности для любых пар от линий безразличия совершенных субститутов. Эта ситуация проиллюстрирована на рисунке 4.

В качестве количественной меры для описания отклонения гиперболической линии безразличия от прямой линии безразличия как разность площадей, ограниченных этими линиями, как это сделано, например, при расчете коэффициента Коррадо Джини.

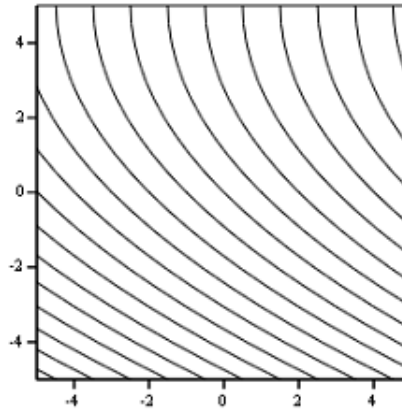


Рис. 3. График линий безразличия для товаров заменителей более далеких друг от друга, по сравнению с рис. 2

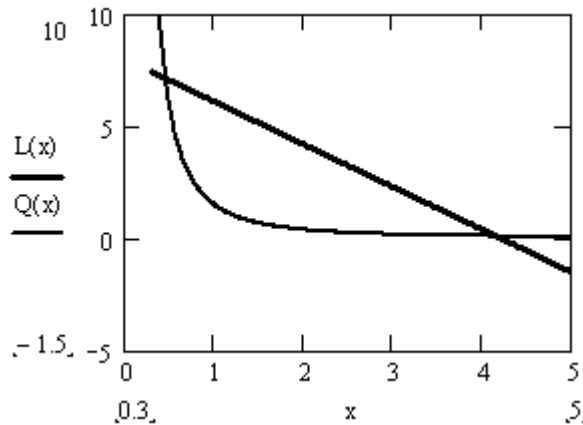


Рис. 4. Сравнение линий безразличия для совершенных субститутов (прямая) и для благ, не являющимися совершенными субститутами (гипербола)

Для определения вида функции полезности от нескольких конкурирующих благ, т. е. являющихся субститутами, в начале рассмотрим случай только одного блага. При учете естественного свойства уменьшения предельной полезности, функция полезности для одного блага выглядит так:

$$U(x) = a \cdot x - b \cdot x^2 \quad (6)$$

Здесь величина  $a$  определяет рост полезности при увеличении количества блага  $x$ , а величина  $b$  определяет уменьшение полезности при увеличении количества потребленного блага, и, если количество продукта превышает определенную величины (порог), полезность от потребления такого блага будет



падать. Это иллюстрируется на рис. 5, где изображен график функции полезности от одного товара, а сама функция полезности имеет вид (5).

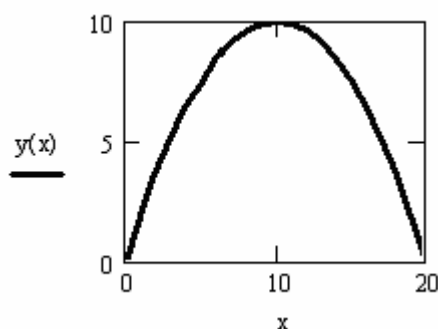


Рис. 5. График модельной функции полезности вида (1) для одного блага

Если потребитель имеет возможность выбора из нескольких товаров то, естественно, его полезность зависит от всех этих благ. В простейшем случае общая функция полезности имеет вид суммы полезностей каждого блага в отдельности. В виде формулы это можно выразить так:

$$U(x_1, x_2, \dots, x_n) = U_1(x_1) + U_2(x_2) + \dots + U_n(x_n) \quad (7)$$

Цена блага  $x_i$  равна  $p_i$ , тогда задача потребителя, которая выражается как поиск оптимального количества товара. Известно, что в случае достижения наилучшего состояния потребителя, цена должна быть равна предельной полезности этого потребителя, что можно записать так [4, 5]:

$$MU_i(x_1, x_2, \dots, x_n) = p_i \quad (8)$$

Возьмем функцию полезности от одного блага в виде (5), и если учесть затраты потребителя, то оптимизации подлежит выражение:

$$U(x) - p \cdot x = ax - 2bx^2 - px \quad (9)$$

Условие оптимума потребителя (8) имеет вид:

$$a - bx - p = 0$$

$$p = a - bx$$

Используем это выражение для цены в (5).

$$\bar{K} = \frac{\pi(x)}{M} = \frac{\pi(x)}{p \cdot l(x)} = \frac{\pi(x)}{(a - bx) \cdot l(x)} \quad (10)$$

В последнем варианте критерия конкурентоспособности  $\bar{K}$  учтено влияние на этот критерий структуры спроса на продукцию предприятия.

Пример расчета критерия конкурентоспособности:  $K = \frac{px - c(x)}{p - c'(x)}$ .

В качестве предприятия, для которого рассчитаем коэффициент  $K$ , мы возьмем Авдеевский коксохимический завод, принадлежащий финансово-промышленной группе Метинвест, входящей в холдинг СКМ. На Украине в 2009 году коксохимической промышленностью произведено 17 млн. тонн кокса, одним из этих предприятий является Авдеевский коксохимический завод. Его конкуренты на Украине – Алчевсккокс, Арселор Миттал Кривой Рог и завод «Азовсталь».

Как следует из анализа критерия конкурентоспособности (5), основной функцией, которую нужно знать для получения критерия  $K$  является функция затрат предприятия  $c(x)$ , и ее предельная функция  $MC(x) = c'(x)$ .

Используя данные из публичной финансовой отчетности Авдеевского коксохимического завода и цены на кокс, можно получить следующие показатели (см. табл. 1), которые отражают связь между выпущенной продукцией и операционные затраты. Выбор операционных затрат обосновывается тем, что в них исключено влияние фискальной политики в виде налогов и административные затраты, что дает возможность точнее оценить производственную эффективность.

Таблица 1  
Затраты и выпуск Авдеевского коксохимического завода с 2006 по 2009 годы

	2009 г.	2008 г.	2007 г.	2006 г.
Операционные затраты, млрд. грн.	3,989707	6,764952	4,383874	2,815977
Кокс, млн. тонн	1,478379	4,598941	2,962411	1,979300

На рисунке 6 представлена графически функциональная связь выпуска и затрат для анализируемого предприятия.

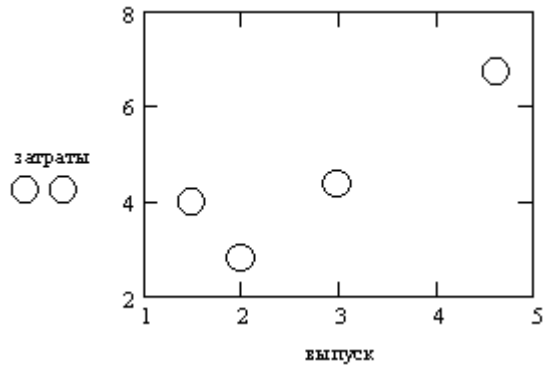


Рис. 6. Зависимость выпуск – затраты для Авдеевского коксохимического завода

Эту зависимость можно описать квадратичной функцией вида:

$$c(x) = A + B \cdot x^2 \quad (11)$$

Используя табличные данные, методом наименьших квадратов получаем  $A = 2,9$  и  $B = 0,18$ . Суммарное отклонение эмпирических данных от кривой  $c(x)$  равно 1,16, при этом предельная полезность представлена так:

$$MC(x) = 2B \cdot x$$

На рис. 7 кружками отмечены исходные реальные данные, а черными точками аппроксимация методом наименьших квадратов с использованием функции (11).

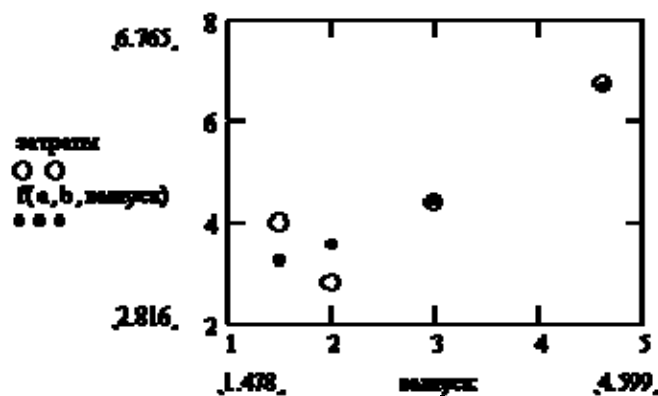


Рис 7. Аппроксимация функции затрат Авдеевского коксохимического завода  $c(x)$  методом наименьших квадратов с использованием исходных данных из таблицы 1

Полученные данные говорят о том, что функция затрат Авдеевского коксохимического завода  $c(x)$  нелинейная, поэтому можно исследовать поведение критерия конкурентоспособности  $K$  при различных ценах и различных количествах произведенной продукции.

Предположим, что цена равна 2 тыс. грн за тонну, что соответствует 2 млрд. гривен за 1 миллион тонн кокса, тогда зависимость от выпуска будет такая как на рисунке 8.

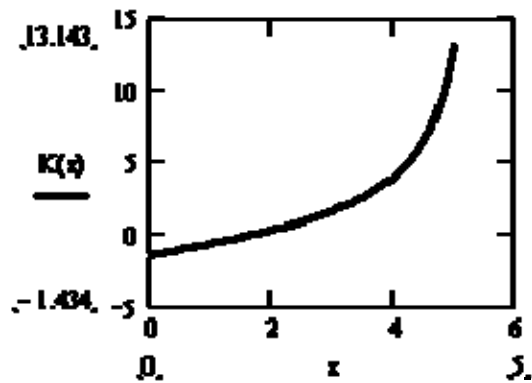


Рис. 8. Критерий конкурентоспособности  $K(x)$  Авдеевского коксохимического завода при цене 2000 гривен за тонну кокса. В этом случае есть критическая зона, когда выпуск находится в пределах 3 млн. тонн. В этом случае при прочих равных условиях может быть потеря конкурентоспособности для данного предприятия

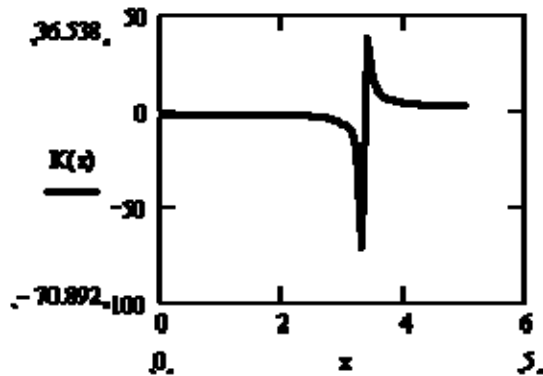


Рис. 9. Критерий конкурентоспособности  $K(x)$  Авдеевского коксохимического завода при цене 1200 гривен за тонну кокса

#### Выводы.

1. В работе получен новый критерий конкурентоспособности, который в частном случае при линейной функции затрат отражает рыночную долю предприятия на рынке. Этот критерий представлен в двух вариантах. Первый вариант использует сложившуюся на рынке цену продукции, а второй вариант учитывает функцию спроса.

2. Для расчета этого критерия в первом варианте, необходимо иметь информацию о цене и о функции затрат предприятия, Последняя функция отражает, в определенной мере, качество управления предприятием, а для

второго варианта нужно знать дополнительно функцию спроса потребителей, что описывает их отношение к покупаемой продукции.

3. При небольших отклонениях функции затрат от линейной, полученный критерий можно использовать в качестве приближенного значения доли предприятия на рынке.

4. Для инвесторов, учет прибыльности, и конкурентная позиция на рынке весьма важны. Если прибыльность является для инвесторов основной характеристикой, то конкурентная позиция, интегрированная в предложенный критерий, позволяет инвестору, в определенной мере, судить о стабильности денежных потоков и, следовательно, о риске, связанном с инвестициями в данное предприятие.

#### **Список литературы**

1. Van Leuvensteijn M. A New Approach to Measuring Competition in the Loan Markets of the Euro Area / Michiel van Leuvensteijn, Jacob A. Bikker, Adrian A.R.J.M. van Rixtel and Christoffer Kok Sørensen // European Central Bank, Working papers. – № 768. – JUNE 2007 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:  
<http://www.ecb.int/pub/pdf/scpwps/ecbwp768.pdf>
2. Портер М. Конкуренция / Майкл Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
3. Тироль Ж. Рынки и рыночная власть: теория организации промышленности / Жан Тироль. Библиотека Экономической школы, выпуск 31, Институт «Экономическая школа», С-Пб, Санкт-Петербургский госуниверситет экономики и финансов, Высшая Школа Экономики, Москва, 2000, Том 2. - 449. с
4. Нуреев Р.М. Курс микроэкономики / Р.М Нуреев. – М.: Норма, 2002. – 542 с.
5. Камаев В.Д. Учебник по основам экономической теории / В.Д.Камаев. – М.: Владос, 1995. – 380 с.
6. Goddard J. Measuring Competition in Banking: A Disequilibrium Approach November 2006 / John Goddard, John O.S. Wilson [Электронный ресурс]. – Режим доступа  
<http://69.175.2.130/~finman/Barcelona/Papers/measuringcompetitioninbanking.pdf>

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Храпко В.М. Критерій конкурентоспроможності підприємства** / В.М. Храпко // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 107-117.

У статті запропоновано комплексний критерій конкурентоспроможності підприємства, наведені приклади його розрахунку для конкретного підприємства/

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкуренція.

**Khrapko V.N. Company competitiveness criterion** / V.N. Khrapko // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 107-117.

In the paper the author developed new criterion to measure of company competitiveness and calculated an example of this criterion for the company.

**Keywords:** competitiveness, competition.

УДК 332.122:379.84

## АНАЛИЗ ФАКТОРОВ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

*Швец Ю.Ю.*

*Таврический национальный университет им. В.И. Вернадского, Симферополь, Украина  
E-mail: jurijswets@yahoo.com.*

В статье рассмотрена классификация факторов, воздействующих на развитие туризма, и отражающая взаимосвязь (прямые и обратные связи) действующих на развитие сферы туризма в регионе внешних и внутренних факторов, а также фактора времени – сезонность.

**Ключевые слова:** факторы, инновационное развитие, сфера туризма.

**Постановка проблемы.** Туризм подвержен влиянию со стороны многих факторов, роль которых в разные периоды может быть различной, как по силе, так и по продолжительности и направлению воздействия. Выявление, учет, анализ и использование факторов инновационного развития в сфере управления является важной задачей обеспечения устойчивого развития туризма. Высокая степень управляемости туризма может обеспечить его устойчивое инновационное развитие. Для определения основных условий устойчивого инновационного развития важно уточнение понятия устойчивости, выявления условий и факторов устойчивого развития, а также возможностей управления этими факторами, выражающихся в усилении действия позитивных и снижении действия негативных факторов. Как правило, негативные свойства приобретают, те факторы, которые не включаются в сферу управления социально-экономической системой.

### **Анализ публикаций исследований.**

Инновационное развитие сферы туризма, требует решение проблем управления туристическим регионом, как социально-экономической системой с активными элементами. В исследованиях развития инновационной деятельности выделяются следующие аспекты [1-7]:

1) производственные связи в развитии инновационной деятельности являются результатом и формой проявления отраслевого и территориального разделения труда, обобществления производства [1, 3, 5, 6, 7];

2) концентрация общей интеграционной структуры не отрицает целесообразности изучения частных структур, но указывает на взаимодополняемость получаемых при этом результатов [1, 2, 4];

3) функционально-территориальная система как наиболее упорядоченная структура является определяющим звеном развития инновационной деятельности на уровне региональной экономики [3, 5, 6].

**Целью** данной статьи является анализ основных факторов инновационного развития сферы туризма.

**Основные результаты исследования.** Факторы внешней среды можно охарактеризовать как набор явлений и процессов, которые формируют ареал

существования туристической системы, фактически формируя условия развития туризма, а также стимулируя или сдерживая его. Внешние факторы воздействуют на туризм посредством происходящих в жизни общества изменений и имеют неодинаковую значимость для различных элементов системы туризма. Внешние факторы природной и антропогенной среды, обладая определенной независимостью от туристической системы региона, фактически формируют условия развития сферы туризма, стимулируя или сдерживая ее. Необходимость изучения внешней среды определяется такими ее характеристиками, как динамизм и сложность. Динамизм выступает в качестве функции частоты, с которой происходят изменения во внешнем окружении, и степени нерегулярности происходящих в общей схеме модификаций. Сложность внешней среды заключается, в первую очередь, в невозможности получения достаточного количества знаний о ней, в формировании системного эффекта за счет взаимодействия и взаимовлияния факторов внешней среды, что обуславливает невозможность изучения элементов в отдельности.

К внешним факторам, влияющим на устойчивое инновационное развитие сферы туризма, относятся:

- уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия, оказывающего туристическую услугу, и самого турпродукта, с повышением которого улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности сферы туризма;

- сила конкуренции на выходе (увеличение ее интенсивности повышает конкурентоспособность услуги) и на входе системы (среди поставщиков сырья, материалов, других компонентов – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги);

- природно-климатические и географические, экологические ресурсы – бальнеоресурсы, водные лесные ресурсы, ландшафты, климат, их бережное экологическое использование являются важными конкурентными преимуществами развития туристической сферы региона. Непропорциональное развитие туризма может подорвать, саму основу его существования: туризм потребляет природные ресурсы; в центрах массового туризма этот процесс приобретает разрушительный характер; разрушение природной среды влечет за собой спад туристического предложения; культурно-исторические, конфессиональные факторы принципиально важными, т.к. являются определяющими при выборе туристами того или иного региона для посещения;

- факторы региональной среды – производство и потребление туристских услуг осуществляется на конкретной территории. Связанным с конкретной территорией, закрепленным за ней оказывается и сам человек, который является местным жителем, носителем культуры и вовлеченным в процесс оказания услуг туристам. Так происходит локализованное соединение территории, как изначального и всеобщего природного ресурса с производством, населением, культурой, традициями. Поэтому здесь уместно будет выделить понятие региональной среды, т.е. территории, на которой осуществляется все общественное воспроизводство, т.е. целостная и неразрывная совокупность

условий производства и жизнедеятельности. Анализ показал, что на развитие сферы туризма этот фактор оказывает сильное, многоплановое и противоречивое влияние. Роль этого фактора пока исследована слабо, особенно его возможных негативных воздействий;

- экономические факторы – влияние этих факторов обусловлено тем, что между тенденциями развития туризма и экономики наблюдается тесная взаимосвязь. На стадиях подъема и пика подъема экономического цикла наблюдается рост туристической сферы, на стадиях спада и депрессии происходит снижение основных показателей деятельности. Так как развитие туризма в основном инвестируется за счет потребителей туристических услуг, уровень доходов потребителей оказывает значительное влияние. Высокий уровень предполагает увеличение потребления, снижение доходов приводит к снижению спроса на туруслуги и снижению инвестиционной привлекательности сферы туризма;

- социальные факторы характеризуют настроение, ожидания, потребности и интересы общества. К социальным факторам развития туризма, относятся: увеличение продолжительности свободного времени населения, что в сочетании с повышением уровня жизни населения означает приток новых потенциальных туристов; уровень потребления разнообразных товаров и услуг; повышение уровня, образования, культуры и эстетических потребностей населения; социальная мобильность в обществе; стиль жизни и мода, которые оказывают значительное воздействие на предпочтения человека при выборе того или иного туристского продукта;

- демографические факторы касаются численности населения, размещения его по отдельным странам и регионам, половозрастной структуры, семейного положения и состава семей, квалифицированности кадров. Рост населения и возрастания его качества жизни прямо пропорционально влияет на увеличение числа туристов. Прослеживается тенденция изменения туристической подвижности в зависимости от возраста, пола и семейного положения. К группе демографических факторов, относится также урбанизация, степень которой прямо пропорциональна интенсивности туристических поездок. Степень туристской активности в городах значительно выше, чем в сельской местности. Это объясняется потребностью в отдыхе, вызванной перегрузками и нервным напряжением;

- активность контактных аудиторий (общественные организации, общества защиты прав потребителей, средства массовой информации и т. д.) – с повышением активности контактных аудиторий конкурентоспособность туристической сферы возрастает;

политико-правовые факторы: политическая обстановка в мире и отдельных странах; политика открытия границ; смягчение административного контроля в сфере туризма; унификация налоговой и денежной политики. Туристическая активность существенно зависит от политической обстановки. Серьезную угрозу туризму представляет военные конфликты, терроризм и экстремизм;



- инновационные, технико-технологические факторы, связанные с прогрессом в науке, образовании, технике и технологиях, в значительной степени воздействуют на развитие туризма, открывают возможности для производства новых видов услуг, их сбыта и совершенствования обслуживания клиентов. Развитие НТП способствует совершенствованию средств массового производства туристических услуг, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры;

- факторы международного влияния связаны с глобализационными процессами, протекающими в современном мире. Глобализация является экономическим, социальным, культурным и политическим явлением. Процессы, протекающие на мировых рынках, международное положение страны, ее взаимоотношения с другими странами сказывается на темпах общеэкономического развития региона, отрасли, в том числе и туризма.

Внутренние факторы, воздействующие на туризм, – это те ключевые явления и тенденции, которые проявляются непосредственно в сфере туризма. Изучение данных факторов необходимо, как для снижения негативного влияния факторов внешней среды, так и для поиска резервов развития внутри самой системы.

К внутренним факторам конкурентного преимущества сферы туризма относятся:

- ценность услуги для потребителя – постоянный анализ потребительского рынка, путем маркетинговых исследований, и не только на уровне отдельного предприятия, но и на уровне региона, даст возможность наиболее эффективно находить и создавать ценности для потребителей туристических услуг, что приведет к предоставлению туристических услуг максимально удовлетворяющих потребителей, повышению спроса на турпродукт и повышению конкурентоспособности сферы туризма в регионе;

- новые потребности – появление, создание новых потребностей снижает конкурентоспособность отдельной туристической услуги, но при возможности их удовлетворения повышает уровень конкурентоспособности всей сферы туризма в регионе. Углубление сегментации туристического рынка даст возможность появления новых внутрирегиональных сегментов, увеличение расстояний путешествий, возрастание диверсификации туристического развития в устоявшемся туристическом пространстве;

- взаимодействие субъекта и объекта, предмета на туристическом рынке. Объекты туристического рынка (предприятия размещения, питания, лечебные учреждения, туроператоры, турагенты институциональные организации и др.) формируют предложение. В качестве предмета на туристском рынке выступает турпродукт. На предмет туристического рынка воздействуют как субъект, так и объект, меняя его свойства. Согласование интересов между субъектами и объектами рынка туристических услуг происходит посредством спроса и предложения. Однако наличие субъективизма в оценке свойств каждого элемента и, возникающих между ними связей приводит к уменьшению соответствия между спросом и предложением;

- координация (организация) туристической деятельности – интеграционные процессы между участниками туристического рынка наблюдаются как на горизонтальном, так и вертикальном уровнях. Горизонтальная интеграция формируется как сотрудничество между предприятиями, создающими и продвигающими турпродукт, формируя предложение турпродукта соответственно специализации локальных рынков предложения и потребностям разных уровней и сегментов рынка спроса. Связь между элементами рынков спроса и предложения и внутри самого рынка предложения турпродукта формируется на основе рыночной и коммуникационно-технической инфраструктуры (финансовой, маркетинговой, транспортной, связи, технической и др. видов). Степень интенсивности горизонтальных интеграционных связей – воспроизводственных, распределительных, управленческих, обратных, прямых и других непосредственно зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристического региона, интенсивности спроса на турпродукт региона. На основе этого и определяются масштабы деятельности регионального туристического рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристического рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории – материальным производством, непромышленной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации;

- жизненный цикл турпродукта, туристического региона – каждая стадия жизненного цикла турпродукта, региона обусловлена определенными задачами и условиями, требующих от руководства на каждой их стадии управления использовать различные методы и инструменты в соответствии с условиями рынка и возможностями предприятия, региона;

- материально-технические факторы – инновационное развитие материально-технических факторов дает возможность рационального использования ресурсов, повышения качественного уровня предоставления услуг предприятий средств размещения, транспорта, предприятий общественного питания, рекреационной сферы, розничной торговли, экскурсионных агентств, повышения их производительности и доходности;

- патентоспособность (новизна) структуры, состава турпродукта, товаров, услуг предприятий сферы туризма – с ее повышением возрастает конкурентоспособность турпродукта и сферы туризма;

- рациональность, инновационность организационных и производственных структур системы – структура системы должна отвечать принципам рационализации производственных структур и процессов, инновационного развития, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности сферы туризма;

- квалификационный уровень трудовых ресурсов системы. Квалификационный уровень персонала сферы туризма играет значительную роль. Это связано в первую очередь с самой природой туристических услуг, т.к. они не отделимы от производства и времени, места их предоставления.

Непосредственное общение персонала с потребителями туристических услуг (взаимоотношение персонала с потребителями). Для повышения конкурентоспособность, как турпродукта, так и в целом сферы туризма необходимо постоянное повышение квалификационного уровня персонала, создание условий для доступности получения образования трудовым ресурсам;

- информационные технологии – несмотря на то, что не существует универсальной корреляции между инвестициями в технологии и производительностью и прибыльностью, внедрение информационных технологий должно стать основой развития региональной экономики. Это даст возможность создания конкурентных преимуществ на основе целостного подхода, автоматизируя только эффективные системы и процессы, решая действительно существующие проблемы внешних или внутренних потребителей, давая больший контроль потребителям и обслуживающему персоналу, оптимизируя базовые технологии и объединяя высокие технологии с высокочувствительным подходом к людям, управление ресурсами, инфраструктурой. Субъекты сферы туризма для повышения эффективности развития нуждаются в информационных системах. Информационную систему можно определить, как систему из взаимосвязанных компонентов, функционирующих вместе для сбора, обработки, хранения и распространения информации, необходимой субъектам сферы туризма для принятия решений, координации, контроля, анализа и визуализации;

- прогрессивность технологических процессов и оборудования – на современном этапе развития экономики решающее значение приобретает снижение темпов спада производства турпродуктов с дальнейшим наращиванием их объемов. Именно этот фактор наряду с созданием конкурентоспособной техники и технологий сможет оказать существенное влияние на интеграцию сферы туризма нашей страны с экономикой успешно развивающихся стран. Для этого требуется создание принципиально новых, высокоэффективных технологий, превосходящих мировой уровень. Решение этой задачи во многом определяется степенью совершенствования методов обоснования технико-экономических решений и их оптимизацией. С возрастанием удельного веса использования инновационных технологий в производстве услуг и организации туристического рынка повышается конкурентоспособность продукта, за счет повышения производительности труда, повышения уровня качества, снижения себестоимости;

- научный уровень системы управления – эффективность применения комплекса управления в сфере туризма, зависит от исходного ее состояния, функциональной и структурной организации, применяемого научно-обоснованного инновационного подхода. Научно-обоснованный инновационный подход в управлении должен формировать механизм управления сферы туризма, как программно-целевую структуру, обладающий полномочиями по контролю и обеспечению реализации конкретных задач, иметь ресурс обеспечения для выполнения своих действий. Механизм управления должен иметь такие полномочия, которые позволяли бы ему эффективно влиять на организацию материально-финансовых потоков внутри туристического региона, на оценку

целесообразности этих потоков с позиции создания конкурентоспособных турпродуктов и системы в целом. Такой комплексный научно-обоснованный инновационный подход в системе управления, реализованный в сфере туризма, позволит не просто задействовать ее внутренние ресурсы и попытаться на имеющейся базе создавать конкурентоспособные туруслуги, но и перестроить всю систему управления, создать постоянное целевое устремление к наращиванию ее позиции на рынке.

Внешние и внутренние факторы могут иметь экстенсивный и интенсивный характер влияния на развитие сферы туризма.

К экстенсивным факторам развития сферы туризма, относятся: рост численности работников, увеличение количества использования факторов производства, сырья, материалов, строительство новых объектов туризма, инфраструктуры без использование результатов НТП.

К интенсивным факторам развития сферы туризма, относятся: повышение квалификационного уровня трудовых ресурсов, развитие профессионально-квалификационной структуры: техническое совершенствование материальной базы на основе внедрения достижений и результатов научно-технического прогресса, включая реализацию целевых программ повышения культуры и качества обслуживания, индустриализацию, технологизацию и компьютеризацию, рациональное использование материальных ресурсов, объектов и маршрутов и т. д.

Особое место среди факторов, оказывающих влияние на устойчивое развитие сферы туризма в регионе, занимает фактор сезонности. Под сезонностью обычно понимают свойство туристических потоков концентрироваться в определенных местах на протяжении определенного периода времени. Туристический сезон в АРК приходится на пять месяцев в году, и пиковыми из них являются июль, август. Это приводит к среднегодовой загрузенности только на 52 %, перегруженности предприятий сферы туризма во время сезона, предприятия инфраструктуры не своевременно, в недостаточном объеме и уровне качества предоставляют услуги с увеличившемся туристическим потоком предприятий сферы обслуживания городов-курортов, перенаселение отдельных туристических зон и районов, нарушение санитарно-гигиенических норм и экологической ситуации в отдельных регионах Крыма. Сглаживание сезонности в туризме за счет диверсификации туристических услуг, дает большой экономический эффект, позволяя увеличить сроки эксплуатации материально-технической базы, повысить степень использования труда персонала в течение года, увеличить поступления от туризма.

Усиление конкуренции на туристическом рынке привело к появлению новых факторов и изменению весомости существующих факторов, влияющих на развитие туристической сферы. Увеличение туристического предложения за счет интенсификации использования факторов, увеличение доходности населения, привело к ситуации возвышения потребностей и ожидаемого уровня качества туристического продукта. Такое качественное состояние спроса стало сказываться на туристических технологиях, на объеме и структуре предложения

на рынке услуг. Особенностью развития сферы туризма в Украине является тот факт, что кризисные явления проявляются, главным образом, во внутреннем туризме, в то время как туризм выездной продолжает развиваться. Что приводит к дисбалансу развития отечественной туристической сферы. Не получению необходимого объема инвестиционных ресурсов для ее развития.

Для решения этой ситуации, создание условий для устойчивого функционирования, инновационного развития туризма, необходимо:

- развитие внутренних рынков со всевозрастающим качественным спросом;
- формирование конкурентных преимуществ туристического продукта и региона на основе ценности;
- формирование конкурентных преимуществ на основе повышения производительности;
- образование конкурентных преимуществ на основе доступности информации, образования, новых технологий;
- развитие интеграционных связей на горизонтальном и вертикальном уровнях;
- сохранение природно-климатических туристических ресурсов;
- создание, развитие рыночной, производственной и социальной инфраструктуры, направленной на обслуживание пиковых потоков туристов;
- разработка принципов управления сферы туризма.

**Выводы.** Анализ и постоянный мониторинг факторов, воздействующих на функционирование и развитие сферы туризма, способствует тому, что усложнение объектов управления, их связи и взаимодействия с объектами внешней среды не оказываются факторами сдерживания, так как наличие в составе механизма управления соответствующих звеньев позволяет решать возникающие проблемы.

Системный характер использования элементов производительных сил в туристической сфере предполагает решение существующих проблем на основе использования отдельных составляющих механизма управления ее организацией в составе целевых групп. Целевые группы должны создавать условия деятельности органов управления, обеспечивать устранение несоразмерностей в экономическом пространстве туристического региона, решать региональные, локальные проблемы, поддерживать имеющиеся и создавать инновационные конкурентные преимущества, как основу устойчивого развития. К целевым группам относятся вопросы выбора основных приоритетов инновационного развития туристической территории с учетом условий рынка, как внешнего, так и внутреннего; наличия конкурентных преимуществ территории, выбор основной специализации объектов сферы туризма; законодательная база: инструктивная база и система государственных органов управления, регулирующих деятельность социально-экономического пространства туристической сферы, способствующая инновационному развитию; системы экономических, административных механизмов, инструментов, регулирующих деятельность туристической сферы. Создание и развитие системы управления, опирающейся на

данные целевые группы, даст возможность планомерного инновационного развития туристической сферы.

**Список литературы**

1. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / Й.А.Шумпетер; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 453 с.
2. Основы инновационного менеджмента: теория и практика / [под ред. П.Н. Завлина]. – М.: ОАО "НПО "Издательство "Экономика", 2000. – 475 с.
3. Голова И.М. Трансформация отраслевой науки региона в контексте формирования отечественной инновационной системы / И. М. Голова, А. Ф. Суховой. – Екатеринбург: Ин-т экономики Урал. отд-ния РАН, 2004. – 43 с.
4. Балабанов И.Т. Инновационный менеджмент / И.Т. Балабанов. – СПб.: Питер, 2001. – 304 с.
5. Санто Б. Инновация как средство экономического развития; [пер. с венгр. / Б.Санто]. – М.: Прогресс, 1990. – 83 с.
6. Жоленц Л.А. Организация инновационного комплекса / Л.А. Жоленц // Формирование инновационного комплекса в регионе. – Новосибирск, 1990. – 80 с.
7. Гершман М.А. Инновационный менеджмент / М. А. Гершман. – М.: Маркет ДС, 2008. – 200 с.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

**Швец Ю.Ю. Аналіз факторів інноваційного розвитку сфери туризму / Ю.Ю. Швец // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 118-126.**

У статті розглянута класифікація факторів, що впливають на розвиток туризму, і відображають взаємозв'язок (прямі і зворотні зв'язки) діючих на розвиток сфери туризму в регіоні зовнішніх і внутрішніх факторів, а також чинника часу (сезонність).

**Ключові слова:** фактори, інноваційний розвиток, сфера туризму.

**Shvets Y. Analysis of the factors of innovative development of tourism / Shvets Y. // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 118-126.**

In this article the classification of factors influencing the development of tourism, and reflects the relationship (forward and backward linkages) operating in the development of tourism in the region, external and internal factors, as well as the time factor - seasonality.

**Keywords:** factors, innovative development, tourism.

**УДК 330.15:332.63.003.12**

## **КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРИРОДНЫХ РЕСУРСОВ**

*Припутников А.А.*

*Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь, Украина*

*E-mail: taurida@crimea.edu*

В статье рассматриваются критерии оценивания природных ресурсов, методологии оценивания природных ресурсов.

**Ключевые слова:** природные ресурсы, оценка природных ресурсов.

Анализ научных работ и нормативных документов по проблеме ресурсного обеспечения регионального развития показывает, что до сих пор нет единого методологического подхода к оценке ресурсов управления развитием регионов. Конкурентоспособность последних обычно определяется не только наличием ресурсов, которые присущи данной территории, но и их неповторимостью – комбинацией. Рассмотрение ресурсов территории как капитала, как правило, начинается с оценивания природных ресурсов. Основными критериями оценивания их, по нашему мнению, могут быть следующие:

1. **Трудовая оценка.** Оценка природных ресурсов возможна по величине труда, который необходим для их вовлечения в процесс общественного производства (затраты на освоение и подготовку к эксплуатации) через учет полной величины прямых издержек производства. Этот подход широко практиковался в СССР. Например, в качестве компенсации за изъятие 1 га колхозной пахотной земли назначалось возмещение, равное стоимости освоения 1 га целины. Таким образом, предполагалось, что возмещающая полные издержки на освоение территории, мы как бы возмещаем труд, который будет где-то там затрачен на эти цели.

Теперь, когда в Украине практически нет целинных земель, такой подход мало обоснован.

2. **Ценностная оценка.** Оценка природных ресурсов по их относительной ценности с точки зрения производства основывается на исчислении относительных различий производительных способностей земли или иного ресурса. Он реализуется через определение дифференциальной ренты капитализированной стоимости разных по своей производительной силе природных ресурсов. В настоящее время он конституирован в отношении земельных ресурсов и по существу является базисным для других ресурсов.

3. **Затратная оценка.** Затратный подход к оценке природных ресурсов довольно понятен и очевиден для специалиста, выросшего в условиях плановой экономики. Если суммировать затраты на подготовку и использование природных ресурсов, то эту величину можно использовать в качестве отправной точки при определении цены ресурса. Затратный подход используется для оценки стоимости воссоздания природного блага при его утрате или деградации. В этом случае рассчитываются компенсирующие потенциальные затраты, необходимые для замещения утраченного или поврежденного ресурса идентичным в данном или альтернативном месте. Несмотря на относительную простоту и возможность

широкого использования затратного подхода, он содержит в себе принципиальный парадокс:

- чем лучше по качеству природный ресурс, тем меньшую оценку в соответствии с затратной концепцией он получит.

Этот парадокс обусловлен тем, что чем выше качество ресурса, чем его легче эксплуатировать, тем меньше затрат для этого нужно, а, следовательно, и меньше его экономическая оценка. Это противоречие существенно ограничивает применение затратного подхода к экономической оценке природы.

**4. Восстановительная оценка.** Это оценка природных ресурсов по их восстановительной стоимости. Имеются в виду затраты, необходимые для воссоздания определенного ресурса, которые обществу придется взять на себя для восстановления частично потерянных природных благ. Это, например, поддающееся восстановлению качества загрязнение атмосферы, водных ресурсов, лесов, почв. Это также затраты на вовлечение в производство новых природных ресурсов (замещение отработанных месторождений полезных ископаемых новыми, или, например, затраты на развитие альтернативной энергетики), или, наоборот, выгоды в случае отложенного природопользования.

Нетрудно видеть, что в первых двух оценках природа рассматривается с точки зрения ее использования (затраты, эффект) и только в третьей — с точки зрения ее сохранения. Но попытка опереться на восстановительную стоимость природных ресурсов неизбежно связана с рядом условных посылок, которые зачастую остаются вне поля зрения: предполагается, что ущерб среде ограничивается лишь группой воспроизводимых природных ресурсов; подразумевается, что мы имеем точное представление о величине потерь воспроизводимых ресурсов; можем точно определить величину труда, необходимого для восстановления потерянных природных благ. Но недооценивая сами потери, мы существенно занижаем и величину будущих затрат труда.

Поэтому стоимостные оценки без дополнительного анализа того, что остается за границами данного счета, нельзя признать обоснованным критерием выбора народнохозяйственных решений.

**5. Альтернативно-стоимостная оценка.** Оценка по альтернативной стоимости (упущенной выгоде) является одной из основополагающих в экономической теории. В экономике природопользования альтернативные стоимости позволяют оценить природный объект или ресурс, имеющие заниженную стоимость или вообще не имеющие стоимости, через упущенные доходы и выгоды, которые можно было бы получить от использования таких ресурсов или территорий.

Концепция альтернативной стоимости в определенной степени связана с затратной концепцией. Чем меньше альтернативная стоимость природного блага, тем меньше нужно затрат для компенсации экономических потерь от сохранения этого блага. Этот подход реализуется на практике для измерения «стоимости сохранения».



Перспективной является концепция общей экономической ценности с точки зрения комплексности подхода к оценке природы и учету не только ее прямых ресурсных функций, но и ассимиляционных функций, природных услуг.

Оценивание через стоимость вариантов альтернативного природопользования достаточно часто встречается в инженерно-технических расчетах и является требованием ряда экспертиз. Ее смысл состоит в том, что оцениваются: варианты неиспользования (т.е. отказа от варианта использования), варианты замены данного ресурса иным, если таковое возможно, и варианты переноса ресурсоиспользования в иное, более благоприятное место.

Последнее особенно важно применительно к крупным проектам преобразования природных систем. Здесь стоимостной счет по некоторому узкому кругу параметров приводит к тому, что через какой-то ряд лет выявляются глубокие нарушения равновесия природных систем, и мы оказываемся перед выбором: либо смириться с потерей некоторых природных благ, т. е. оскудением окружающей среды и потерей наших будущих возможностей, либо предусмотреть огромные затраты, которые никак не фигурировали в начальных расчетах.

**6. Рентная оценка.** Экономическая оценка природных ресурсов, базирующаяся на ренте, является довольно хорошо проработанным вопросом в теории экономики природопользования. Для рентного подхода важен прежде всего факт лимитированности и уникальности ресурсов. В случае использования уникальных ресурсов формируется монополярная рента. Особенно широко рентный подход используется при оценке земельных ресурсов.

Цена земли является «капитализированной» земельной рентой. Предполагается, что рента получается в течение неопределенно продолжительного срока. Экономисты считают, что цену земли как природного ресурса можно ассоциировать с равным по величине денежным капиталом, помещенным в банк и приносящим ежегодный доход в виде процента, равного величине ренты.

**7. Оценка по стоимости сохранения дальнейшего существования (неиспользования).** Стоимость неиспользования в продуктивном смысле базируется на так называемой стоимости существования, которая является попыткой экономически оценить довольно тонкие этические и эстетические аспекты: ценность природы самой по себе, эстетическая ценность природы для человека, этический долг по сохранению природы перед будущими поколениями, ценность наследия и т. д. Это выгоды индивидуума или общества, получаемые только от сознания, что товары или услуги а еще чаще - определенные живые организмы - просто-напросто существуют.

Стоимость существования может быть важной причиной для охраны дикой природы. При оценке этой стоимости используются упрощенные экономические подходы, прежде всего связанные с теорией «готовность платить», делаются попытки построения «суррогатных» рынков. Широко применяются методы анкетирования и опросов. Наряду с этим, известны оценки ущерба, наносимого человечеству уничтожением одного вида (в среднем, по данным американских экспертов, около 20 млн. дол. ).

**8. Субъектная оценка стоимости.** Этот подход обычно используется, когда нет нормальных рынков. Данный метод часто определяется как метод выраженных предпочтении. Жителей местности, обладающей определенной экологической ценностью или биологическим ресурсом, опрашивают об их готовности платить за сохранение данного блага или ресурса (например, для реки — сохранение возможностей рекреации, чистоты воды для купания, рыболовства и пр.). Аналитики могут рассчитать среднюю сумму «готовности платить» и умножить эту сумму на общее число людей, кто наслаждается экологическим местом или благами, для получения оценки общей стоимости. В регионах, подобных Крыму, распространен метод гедонистического ценообразования, который можно также назвать и методом «оценивания наслаждения». На практике наиболее общим применением гедонистического метода является рынок собственности. Цены на земельные участки, дачи, квартиры определяются многими факторами: престижностью места, привлекательностью места и строения, Одним из первоочередных факторов в туристско-рекреационном районе является местное качество окружающей среды. Здесь можно выделить неэкологические факторы (внешняя привлекательность, доступность, удобство), но некоторые остающиеся различия в ценах на дома и квартиры могут быть представлены как результат экологических отличий.

Собственно, прямая стоимость использования биоресурсов составляет менее половины от общей экономической ценности других ресурсов. В то же время, на долю косвенной стоимости использования (оздоровительный эффект рекреации) и стоимости существования (готовность платить за рекреацию) приходится более половины общей величины гедонической ценности, судя по оценкам для Крыма.

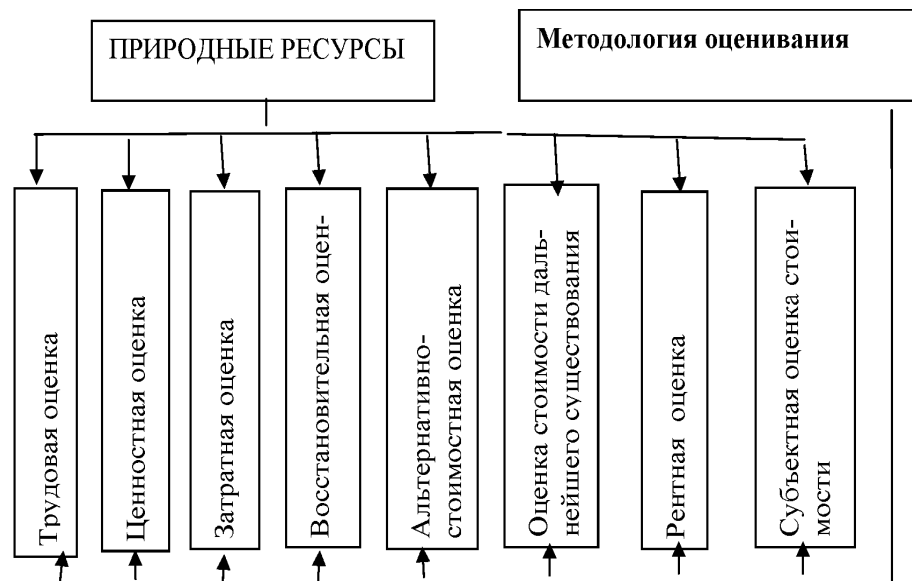


Рис. 1. Различные подходы в методологии оценивания природных ресурсов (представления автора)

**9. Оценка уникальности и доступности** объекта связана, как правило, с исключительной пейзажной привлекательностью и доступностью природных и исторических памятников, включая особенную архитектуру, ландшафтный дизайн; уникальную панораму.

**10. Оценка благоприятного соседства:** с морем; парком; с тем и другим взятыми вместе; с бальнеологическим объектом и с другими привлекательностями.

**11. Оценка по интенсивности посещения** определенными стратами населения, отдыхающими, туристами, жителями определенных регионов, определяющая рейтинг рекреационного района, узла, населенного места.

**12. Оценка экологического качества среды** по удаленности от региональных и локальных источников загрязнения, по характеру и степени возможного экологического риска пребывания в этом месте.

Отметим, что полученные в результате применения подобных подходов показатели стоимости природных благ, которые изначально вообще не исчислялись, не имели цены или она была безнадежно занижена, уже в ряде случаев воздействовали на принятие более экологически приемлемых решений в сфере землеиспользования и оценки привлекательности ландшафтов Крыма.

*Поступила в редакцию 01.06.2011 г.*

*Припутников О.А. Критерії оцінювання природних ресурсів / О.А. Припутников // Учені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2011. – Т. 24 (63), № 3. – С. 127-131.*

*У статті розглядаються критерії оцінювання природних ресурсів, методології оцінювання природних ресурсів*

*Ключові слова:* природні ресурси, оцінка природних ресурсів.

*Priputnikov A.A. Criteria for evaluation of natural resources / A.A. Priputnikov // Uchenye zapiski TNU. Series: Economy and management. – 2011. – Vol. 24 (63), № 3. – P. 127-131.*

*The criteria for evaluating natural resources and the methodology of estimation of natural resources are described in the paper.*

*Keywords:* natural resources, natural resources assessment.

## СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

**Бузни Артемий Николаевич**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: tema@crimea.com

**Гордієнко Віта Павлівна**, кандидат економічних наук, доцент ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»; e-mail: gordiienkovp@mail.ru

**Дихтярь Александр Иванович**, старший преподаватель кафедры государственного и регионального управления Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: dadicy@i.ua

**Доценко Надежда Александровна**, аспирант кафедры менеджмента предпринимательской деятельности Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; e-mail: nadia\_ts@mail.ru

**Жулавський Аркадій Юрійович**, кандидат економічних наук, професор Сумського державного університету; e-mail: arkadii.zhulavskyi@mail.ru

**Карташевская Инесса Филипповна**, кандидат географических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: in-na@ukr.net

**Куницын Сергей Владимирович**, кандидат экономических наук, докторант Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: sctavriya.com

**Нехай Виктория Васильевна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансового менеджмента и банковского дела экономико-гуманитарного факультета Запорожского национального университета в г. Мелитополье; тел. (0619) 42-64-62, e-mail: dflbv63@bk.ru

**Онищенко Константин Николаевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности, зам. декана факультета управления по научной Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: magnitikus@mail.

**Падерин Алексей Владимирович**, аспирант кафедры экономики и менеджмента РВНЗ Крымского инженерно-педагогического университета; e-mail: alex\_pad@rambler.ru

**Подсолонко Владимир Андреевич**, доктор экономических наук, профессор, декан факультета управления, заведующий кафедрой менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: podsolon@crimea.edu

**Подсолонко Елена Адольфовна**, доктор экономических наук, профессор кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: podsolon@crimea.edu

**Подсолонко Максим Владимирович**, кандидат экономических наук, младший научный сотрудник НИЧ Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: mpodsolonko@gmail.com

**Припутников Александр Андреевич**, аспирант кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В. И. Вернадского; e-mail: taurida@crimea.edu

**Твердохлебов Николай Иванович**, кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: tverdohlebov-nikolay@rambler.ru

**Храпко Владимир Николаевич**, кандидат биологических наук, доцент кафедры менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В.И. Вернадского; e-mail: vkhrapko@yahoo.com

**Швец Юрий Юрьевич**, кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов Таврического национального университета им. Вернадского; e-mail: jurijswets@yahoo.com

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Бузни А.Н., Доценко Н.А.</b> Теоретико-методологические подходы к идентификации кластера и дифференциации его видов.....	3
<b>Дихтярь А.И.</b> Инновационное развитие предприятий туристского комплекса.....	18
<b>Жулавський А.Ю., Гордієнко В.П.</b> Рентна оцінка земельних ресурсів в умовах екологічних обмежень.....	27
<b>Карташевская И.Ф.</b> Роль антропогенных ресурсов в управлении туристскими потоками.....	33
<b>Куніцин С.В.</b> Система показників оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту.....	40
<b>Нехай В.В.</b> Значення сервісу у виконанні логістичних операцій.....	50
<b>Онищенко К.Н.</b> Метод оптимизации размеров площади предприятий, производящих зерно.....	57
<b>Падерин А.В.</b> Сущность эффективности управления в туристической отрасли.....	66
<b>Подсолонко В.А., Подсолонко Е.А., Подсолонко М.В.</b> Индикаторы влияния занятости населения на эффективность развития экономики в регионах.....	78
<b>Твердохлебов Н.И.</b> Сравнительный анализ рейтинга международной конкурентоспособности Украины.....	102
<b>Храпко В.Н.</b> Критерий конкурентоспособности предприятия.....	107
<b>Швец Ю.Ю.</b> Анализ факторов инновационного развития сферы туризма.....	118
<b>Припутников А. А.</b> Критерии оценивания природных ресурсов .....	127
Сведения об авторах.....	132
Содержание.....	134