

23. Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии. 3-е издание / П. Дойль. -Пер. с англ.; под ред. Кантуревского Ю.Н. – СПб: Питер, 2003. – 544 с.
24. Стартап тренди – модель фріміум, думай і багатій [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://jak.magey.com.ua/articles/startup-trendi-model-frimium-freemium-dumaj-i.html>.
25. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2009. – 1134 с.
26. Хаббибуллин Х. Х. Lean six sigma как методология улучшения бизнес-процессов [Електронний ресурс] / Х. Х. Хаббибуллин – Режим доступу до ресурсу: <https://cyberleninka.ru/article/v/lean-six-sigma-kak-metodologiya-uluchsheniya-biznes-protsessov>.
27. TQM system [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://tqm.com.ua/ua>.
28. Білоконь О.І. Обстеження інноваційної діяльності промислового підприємства / О.І. Білоконь. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/metaopus/2015/1-2_07_02_01_2015.htm.

УДК 332.146:338.48

Кожухівська Р.Б.

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

Парубок Н.В.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи
Уманського національного університету садівництва*

ПОБУДОВА КЛАСТЕРНОЇ СИСТЕМИ В ТУРИЗМІ

У статті розглянуто методику та принципи засади побудови регіональних інноваційних кластерів для розвитку туристичних підприємств. Виявлено, що використання інноваційного кластерного підходу є одним з найбільш ефективних інструментів під час реалізації завдань модернізації підприємств і забезпечення розвитку інноваційних секторів економіки. Основні аспекти статті зосереджені на проблемах методики кількісної оцінки ефективності функціонування кластера, що базується на аналізі ефектів від зниження трансакційних витрат, вартості капіталу, маркетингових витрат, дифузії інновацій та їх спільного використання в туризмі. Наукова новизна статті зводиться до побудови інноваційної методики оцінювання регіональних кластерів для розвитку туризму в країні. Екстернальним ефектом використання запропонованої методики є збільшення частки оподаткування за рахунок локалізації в регіоні додаткових туристичних підприємств та інтенсифікації інноваційних процесів і, як наслідок, поліпшення соціально-економічного становища регіону.

Ключові слова: методика оцінки, ефективність, розвиток, регіон, інновація, кластер, туризм.

Кожуховская Р.Б., Парубок Н.В. ПОСТРОЕНИЕ КЛАСТЕРНОЙ СИСТЕМЫ В ТУРИЗМЕ

В статье рассмотрена методика и принципиальные основы построения региональных инновационных кластеров для развития туристических предприятий. Выявлено, что использование инновационного кластерного подхода является одним из наиболее эффективных инструментов при реализации задач модернизации предприятий и обеспечения развития инновационных секторов экономики. Основные аспекты статьи сосредоточены на проблемах методики количественной оценки эффективности функционирования кластера, основанного на анализе эффектов от снижения транзакционных издержек, стоимости капитала, маркетинговых расходов, диффузии инноваций и их совместного использования в туризме. Научная новизна статьи сводится к построению инновационной методики оценки региональных кластеров для развития туризма в стране. Экстернальным эффектом использования предложенной методики является увеличение доли налогообложения за счет локализации в регионе дополнительных туристических предприятий и интенсификации инновационных процессов и, как следствие, улучшение социально-экономического положения региона.

Ключевые слова: методы оценки, эффективность, развитие, регион, инновации, кластер, туризм.

Kozhukhivska R.B., Parubok N.V. BUILDING CLUSTER SYSTEM IN TOURISM

The article deals with the methodology and principles of the construction of regional innovation clusters for the development of tourism enterprises. It was discovered that the use of an innovative cluster approach is one of the most effective tools in fulfilling the tasks of modernizing enterprises and ensuring the development of innovative sectors of the economy. The main aspects of the paper are focused on the problems of the methodology of quantitative assessment of the efficiency of the cluster, based on the analysis of the effects of reducing transaction costs, cost of capital, marketing costs, diffusion of innovation and their sharing in tourism. The scientific novelty of the article is reduced to the construction of an innovative methodology for assessing regional clusters for the development of tourism in the country. The extraordinary effect of using the proposed methodology is to increase the share of taxation due to the localization of additional tourist enterprises in the region and the intensification of innovative processes, and, as a result, to improve the socio-economic situation in the region.

Keywords: assessment methods, efficiency, development, region, innovation, cluster, tourism.

Постановка проблеми. За умов інтенсифікації трансформаційних перетворень регіональної економіки України, зокрема в туристичній сфері, дедалі більшого застосування набуває використання методики інноваційних кластерів. Це зумовлено необхідністю оновлення і підвищення ефективності інстру-

ментів регіональної політики за умов фінансової кризи і дефіциту бюджетних коштів для підтримки туристичних підприємств, підвищення їхньої конкурентоспроможності тощо.

Використання інноваційного кластерного підходу є одним з найбільш ефективних інструментів під час

реалізації завдань модернізації підприємств і забезпечення розвитку інноваційних секторів економіки. Тому зараз зростає інтерес до проблеми формування кластерів та аналізу їх впливу на інноваційну активність туристичних підприємств в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основні аспекти формування, функціонування та розвитку кластерів висвітлені у роботах М. Бушуєвої [4], М. Войнарєнко [7], Л. Богатчик [7], В. Тарасенко [12], М. Енріх [13], Дж. Лінгвіста [14], Х. Кетельса [14], О. Солвела [14], М. Портера [15]. Розкриття та використання потенціалу синергетичних зв'язків у сучасних економічних системах досліджували І. Ансофф [1], Н. Антонова [2], І. Бернар [3], Ж.-К. Коллі [3], Дж. Кейнс [8], О. Князева [9], Б. Кузнєцов [10], В. Решетіло [11]. Однак питання щодо методичних аспектів та оцінки ефективності створення регіональних інноваційних кластерів для динамічного розвитку туристичного бізнесу залишаються малодослідженими.

Постановка завдання. Мета статті – дослідження, аналіз та розроблення методики оцінки ефективності створення регіональних інноваційних кластерів для динамічного розвитку туристичних підприємств регіону.

Виклад основного матеріалу дослідження. За сучасних умов господарювання особливої актуалізації набуває питання оцінки ефективності створення та функціонування кластерів. Це зумовлено необхідністю оновлення і підвищення ефективності інструментів регіональної політики за умов фінансової кризи і дефіциту бюджетних коштів для підтримки підприємств туристичної індустрії, підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Використання інноваційного кластерного підходу є одним з найбільш ефективних інструментів під час реалізації завдань модернізації підприємств і забезпечення розвитку інноваційних секторів економіки. Тому зростає інтерес до проблеми формування кластерів та аналізу їх впливу на інноваційну активність туристичних підприємств в Україні. Світовий досвід корпоративного господарювання показує, що є декілька підходів до оцінки ефективності функціонування кластера. Одним із найбільш поширених підходів є оцінка ефекту синергії кластера. А тому для початку слід проаналізувати й оцінити конкретні ефекти, що виникають у процесі синергії під час формування кластера.

У дослідженні зосереджено увагу на ефектах, що впливають на показники ефективності, інноваційної активності та конкурентоспроможності туристичних підприємств. На нашу думку, ефективність підприємств кластера – принципово новий вид ефективності, який являє собою перехід від принципу економії, що досягається за рахунок масштабів підприємства, до ширшого принципу стратегічної економії, джерелом якої є взаємна підтримка різних учасників кластерних формувань.

Аналіз теоретичних і емпіричних досліджень дав нам змогу виділити такі види кластерних ефектів (рис. 1). Розглянемо кластерні ефекти й оцінку бюджетної ефективності та ефективності для підприємства-учасника кластера.

Кластерний ефект від дифузії інновацій. Ефектом формування і розвитку регіональних кластерів є інтенсифікація процесів розвитку інноваційної діяльності в кластерах. У зв'язку з формуванням стійких зв'язків між підприємствами починаються процеси дифузії інновацій і, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності підприємств, що входять до кластера.

Особливу роль у прискоренні дифузії інновацій відіграє соціальне середовище кластера, до якого залучено фахівців різних галузей у наукових організаціях. Таке соціальне середовище створює основу для неформальних відносин між носіями нових знань, полегшуючи їх комунікаційний процес.

Для оцінки ефекту від процесів впровадження інноваційних форм розвитку кластера в туристичній індустрії побудуємо модель, що оцінює вплив обсягу основних фондів і освіченості жителів регіону на рівень їхнього добробуту.

Припустимо, що валові грошові доходи населення регіону в такий спосіб залежать від середньорічної чисельності зайнятих в економіці, фондоозброєності і середнього рівня освіти людського капіталу:

$$P = Const \times X_i^A \times Y_i^B \times e^{Cz_i}, \quad (1)$$

де P – валові грошові доходи населення регіону в i -му регіоні (грн); X – фондоозброєність на 1 працівника в i -му регіоні (грн/чол); Y – середньорічна чисельність зайнятих в економіці в i -му регіоні (чол); Z – середній рівень освіти людського капіталу в i -му регіоні (років); $Const, A, B, C$ – сталі величини.

Відповідне прологарифмоване рівняння регресії має вигляд:

$$P = Const + A \ln X_i + B \ln Y_i + CZ_i + \epsilon_i, \quad (2)$$

де ϵ_i – випадковий залишок.

У таблиці 1. наведено результати розрахунку рівняння регресії на основі статистичних даних Державної служби статистики [7] з використанням методики статистичної перевірки гіпотез Стьюдента і Фішера. При цьому під час розрахунку середнього рівня освіти людського капіталу у регіоні використовувалися дані про склад (структуру) зайнятого населення за рівнем освіти.

Усі коефіцієнти при незалежних змінних є статистично вагомими коефіцієнтами детермінації рівнянь, вони коливаються від 95 до 97%. Таким чином, обрані незалежні змінні визначали від 95 до 97% пояснень варіації залежної змінної, тобто обсягу валових грошових доходів населення регіону.

Коефіцієнт A при змінній «Середньорічна чисельність зайнятих в економіці» знижується з плином часу, що говорить про зростання впливу інших факторів на валові доходи населення. Коефіцієнт B при змінній «Фондоозброєність» також з роками знижу-

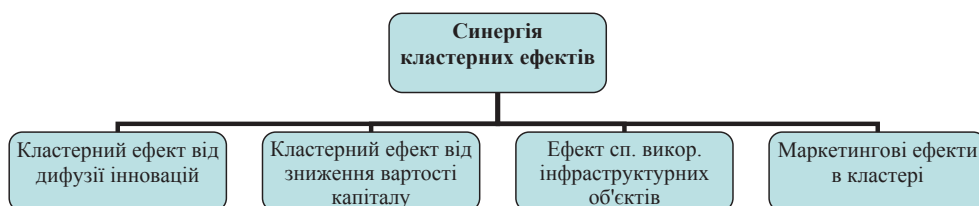


Рис. 1. Структура кластерних ефектів

Джерело: побудовано на основі проведеного дослідження

Таблиця 1

Взаємозв'язок логарифмів валового грошового доходу, середньорічної чисельності зайнятих в економіці, фондоозброєності і середнього рівня освіти людського капіталу в Україні

Характеристики регресійної моделі	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Константа (<i>Const</i>)	1,057	3,228	3,020	3,117
Стандартна помилка	1,103	0,781	1,106	1,069
<i>T</i> – статистика Стьюдента	0,96	4,13	2,73	2,92
<i>P</i> – рівень	0,34	0,0001	0,0078	0,0046
Коефіцієнт <i>A</i>	1,040	1,033	1,030	1,012
Нормований коефіцієнт <i>A</i>	0,9360	0,950	0,955	0,948
Стандартна помилка	0,0280	0,022	0,026	0,023
<i>T</i> – статистика Стьюдента	36,83	46,15	43,80	44,70
<i>P</i> – рівень	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Коефіцієнт <i>B</i>	0,3220	0,292	0,274	0,244
Нормований коефіцієнт <i>B</i>	0,1910	0,194	0,187	0,170
Стандартна помилка	0,0430	0,031	0,031	0,029
<i>T</i> – статистика Стьюдента	7,53	9,48	8,78	8,50
<i>P</i> – рівень	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000
Коефіцієнт <i>C</i>	0,3380	0,220	0,272	0,310
Нормований коефіцієнт <i>C</i>	0,1100	0,078	0,068	0,077
Стандартна помилка	0,0790	0,059	0,088	0,086
<i>T</i> – статистика Стьюдента	4,29	3,71	3,10	3,61
<i>P</i> – рівень	0,0001	0,0004	0,0027	0,0005
Коефіцієнт детермінації	0,9520	0,970	0,966	0,970
<i>F</i> – статистика Фішера	506,460	823,820	737,25	832,71
<i>P</i> – рівень	0,0000	0,0000	0,0000	0,0000

Джерело: побудовано на основі авторських розрахунків за даними [7]

ється, що свідчить про зниження залежності «Валового грошового доходу» від цього фактора. Коефіцієнт *C* при змінній «Середній рівень людського капіталу» зростає з 2015 р. по 2016 р.

Оцінити ефект від створення кластера, що виникає завдяки концентрації туристичних підприємств і високоосвічених фахівців у певній місцевості, можна, використовуючи модель, зокрема, в такий спосіб:

$$P = 3,117 \times X \times Y_i^{0,244} \times e^{0,31z_i}, \quad (3)$$

Підставивши у формулу передбачуване число зайнятих на підприємствах кластера, середню фондоозброєність зайнятих і рівень освіти, можна отримати обсяг валових доходів працівників кластера. Порівнявши його з наявним рівнем доходів, маємо можливість оцінити збільшення добробуту населення регіону, зайнятого на підприємствах кластера. Розроблена модель має високий коефіцієнт детермінації, що сприяє розвитку кластера як мезоекономічної системи поряд із регіональною економікою.

Проведений аналіз показав, що роль знань, рівня освіти в економіці регіонів України помітна і досить велика, тому органам влади необхідно концентрувати інвестиції в освіту (зокрема, у туристичну сферу) на регіональному рівні, забезпечуючи таким чином підвищення доходів населення та рівня якісного споживання продуктів та туристичних послуг.

Кластерний ефект від зниження вартості капіталу. Доступність фінансових ресурсів, з одного боку, дає можливість розвивати нові проекти туристичних підприємств кластера, а з іншого – зумовлює підвищення фінансової стійкості всіх підприємств кластера. За умов зміцнення господарських зв'язків регіональні кластери стають привабливими для іноземних інвестицій. У підприємств кластера знижуються ринкові ризики і з часом підвищується конкурентоспроможність.

Вартість капіталу (*CC*) показує рівень рентабельності інвестованого капіталу. Розрахунок *CC* слід проводити за формулою:

$$CC = I_{вл} \times D_{вл} + I_{поз} \times D_{поз} \times (1 - i_{проб}), \quad (4)$$

де *CC* – вартість капіталу; *I_{вл}* – вартість власного капіталу (%); *D_{вл}* – частка власного капіталу (% , з балансу); *I_{поз}* – вартість позикового капіталу (%); *D_{поз}* – частка позикового капіталу (% , з балансу); *i_{проб}* – ставка податку на прибуток (%).

Цей показник інтегрує в собі інформацію про конкретний склад елементів сформованого капіталу, їх індивідуальну вартість та значущість в загальній сумі капіталу. Основна складність під час розрахунків показника вартості капіталу (*CC*) полягає в обчисленні ціни одиниці капіталу, отриманого з конкретного джерела коштів, оскільки від цього залежить точність розрахунку *CC*. Для деяких джерел її можна обчислити досить легко і точно (наприклад, вартість банківського кредиту); для низки інших джерел це зробити досить складно, причому точне обчислення неможливо.

Оцінка кластерного ефекту від збільшення пропозиції капіталу і зниження його вартості можлива таким чином:

$$E_{зек} = K \times \Delta CC, \quad (5)$$

$$E_{зек}^{зек} = i_{нсп} \times \sum E_{зек} = i_{нсп} \times \sum (K \times \Delta CC), \quad (6)$$

де *E_{зек}* – щорічний ефект від зниження вартості капіталу; *K* – розмір сукупного капіталу підприємства; *CC* – вартість капіталу; *E_{зек}^{зек}* – бюджетний ефект від зниження трансакційних витрат; *i_{нсп}* – ефективна податкова ставка підприємства.

Слід зазначити, що наведений метод розрахунку дає лише оцінку потенційного ефекту, більш точні дані можна отримати, маючи відомості про обсяги залученого фінансування, його структуру та умов.

Ефект спільного використання інфраструктурних об'єктів. Цей вид синергії є наслідком спільного використання спеціалізованих виробничих потужностей, устаткування, будівель, інженерних споруд підприємствами кластера туристичної індустрії. Вирішення питань щодо управління інфраструктурними інвестиціями, як правило, є компетен-

цією держави. Однак останнім часом у туристичній сфері зростає роль інфраструктурних проектів державно-приватної форми власності. Інфраструктура є тією базою, на основі якої багато в чому формується конкурентна перевага кластера.

Оцінку ефектів зростання бюджету на основі формуванні кластера з урахуванням створення і використання туристичної інфраструктури можна проводити таким чином:

I. Оцінка ефективності та рентабельності бюджетних інвестицій від створення кластера туристичної інфраструктури:

$$E_{bc}^{ac} = \frac{\Delta G}{\Sigma E} = \frac{i_{efr} \times (\Sigma \Delta P + \Sigma P_n)}{\Sigma E} \quad (7)$$

де $E_{бодж}^{ac}$ – бюджетний ефект від зниження трансакційних витрат; ΔH – збільшення податкових надходжень до бюджету; C – витрати на створення об'єктів інфраструктури; i_{efr} – ефективна податкова ставка на підприємства; ΔB – збільшення прибутку підприємств, що використовують об'єкт інфраструктури; $B_{нов}$ – прибуток новостворених підприємств завдяки об'єкту інфраструктури.

В абсолютному вираженні бюджетний ефект від створення туристичної інфраструктури можна розрахувати таким чином:

$$E_{бодж}^{inf} = \Sigma \Delta H - \Sigma C = \Sigma i_{ncn} \times (\Sigma \Delta B + \Sigma B_{нов}) - \Sigma C. \quad (8)$$

При цьому під час оцінки ефективності інфраструктурних об'єктів розрахунок збільшення обсягів податкових платежів до бюджету доцільно проводити в середньостроковій і довгостроковій перспективі, дисконтуючи відповідні суми.

II. Оцінка ефективності створення туристичної інфраструктури для кластера.

Припустимо, що підприємства-учасники інноваційного кластера туристичної сфери зацікавлені у виробництві (або придбанні) деякого «суспільного блага» – продукту або послуги. У такому разі сенс терміна «суспільне» полягає в тому, що цим благом може скористатися кожен з учасників кластера. Передбачається, що від споживання кожне підприємство-учасник отримує певний дохід.

Незалежно від методу розподілу витрат між підприємствами-учасниками, ефективність для кожного з них буде розраховуватися:

$$E_{inf} = \Delta B - C_{cv}, \quad (9)$$

де E_{inf} – ефективність створення інфраструктури для підприємств кластера; ΔB – додатковий дохід підприємства-учасника від використання створюваного суспільного блага; C_{cv} – витрати учасника кластера у зв'язку зі сплатою внеску на придбання суспільного блага.

При цьому бюджетний ефект під час придбання суспільних благ підприємствами кластера за рахунок власних колективних інвестицій можна розрахувати таким чином:

$$E_{бодж}^{inf} = i_{ncn} \times (\Sigma \Delta B + \Sigma C_{cv}). \quad (10)$$

Реалізація проектів у сфері індустрії гостинності може бути здійснена відповідно до кластерної концепції. У такому разі кластер здатний реалізувати синергетичний ефект від використання інфраструктури, а саме – мультиплікативно збільшуючи обсяг продукції, що виробляється/надається. Інноваційна інфраструктура кластера може стати каталізатором здійснення прогресивних структурних перетворень в економіці і розвитку економічного потенціалу регіону.

Маркетингові ефекти в кластері. Під час реалізації кластерної політики спостерігається вико-

ристання двох стратегій: створення єдиного бренду кластера та концентрація на просуванні бренду підприємства – ядра кластера.

Підвищення брендово-іміджевих характеристик кластера загалом або окремих ключових господарюючих суб'єктів кластера (ядра) сприяє скороченню витрат на рекламу за рахунок користування спільним брендом.

Популярність бренду підприємства – ядра кластера – дає широкі можливості для просування торгових марок підприємств-постачальників, компонентів з опорою на бренд основного підприємства кластера. У зв'язку з цим маркетинговий ефект під час створення кластера може бути оцінений таким чином:

$$E_{мар} = \Delta E_{me} + \Delta B, \quad (11)$$

$$E_{бодж}^{мар} = i_{ncn} \times (\Sigma \Delta E_{me} + \Sigma \Delta B + \Sigma B), \quad (12)$$

де $E_{мар}$ – ефект від зниження маркетингових витрат в кластері; ΔE_{me} – зниження кожного виду маркетингових витрат; ΔB – приріст обсягу продажів підприємств кластера за рахунок просування або використання бренду; $E_{бодж}^{мар}$ – бюджетний ефект від зниження маркетингових витрат у кластері; B – виручка новостворених підприємств кластера; i_{ncn} – ефективна податкова ставка.

Необхідно відзначити, що під час створення кластера не завжди відбувається зниження маркетингових витрат. Деколи, особливо у процесі формування кластера, створюється новий бренд, витрати всіх підприємств можуть збільшитися, тоді кластерні ефекти проявляються згодом у зростанні загального обсягу прибутку і прибутку підприємств-учасниць кластера.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, під час проведення дослідження щодо методики оцінки ефективності створення регіональних інноваційних кластерів для динамічного розвитку туристичної індустрії встановлено, що використання інноваційного кластерного підходу є одним з найбільш ефективних інструментів під час реалізації завдань щодо модернізації туристичних підприємств і забезпечення розвитку інноваційних секторів економіки.

Розглянуті в статті кластерні ефекти для покращення регіональної економіки є порівнюваними і загалом можуть використовуватися для розрахунку сукупного кластерного ефекту. У зв'язку з подоланням наслідків фінансової кризи і можливістю повторного прояву кризових явищ в економіці України, а також відсутністю прогресу в модернізації інноваційного розвитку значно зросла необхідність більш якісного відбору проектів регіонального розвитку, потенційних «точок зростання» для здійснення їх підтримки.

Запропоновані варіанти оцінки потенційних кластерних ефектів забезпечать можливість проведення більш повної оцінки кластерів і відбору найбільш ефективних проектів для підвищення ефективності інноваційних кластерів і динамічного розвитку регіону.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аснофф, И. Стратегическое управление / И. Аснофф; пер. с англ. М.: Гелиос, 1989. 311 с.
2. Антонова Н.И. Модель организационно-экономического механизма санации и обеспечения устойчивого развития проблемных территорий / Н.И. Антонова, Е.Д. Маркина, Г.А. Бахматова // Научное обозрение 2015. № 9. С. 295-298.
3. Бернар, И. Оценка финансового потенциала региона / И. Бернар, Ж.-К. Колли 2003. URL: <http://www.rusnauka.com>.
4. Бушуева, М.А. Синергия в кластере / М.А. Бушуева. Интернет-журнал «Науковедение». 2012. № 4. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sinergiya-v-klastere>.

5. Лисяк, Л.В. Бюджетна складова реалізації доміантних напрямів суспільного розвитку / за ред. Л. В. Лисяк. Дніпропетровськ: ДДФА, 2015. 396 с.
6. Войнаренко М.П. Використання кластерного інструментарію при розробці субрегіональних стратегій підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів / М.П. Войнаренко, Л.А. Богатчик // Актуальні проблеми економіки. 2014. № 8 (158). С. 171–182.
7. Державна служба статистики України: Валовий грошовий дохід, середньорічна чисельність зайнятих в економіці, людський капітал у 2012–2016 рр. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
8. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег / Дж. Кейнс; пер. с англ. М.: Гелиос, 2012. 352 с.
9. Князева О.А. Мотиви та цілі інтеграційних процесів на різних економічних рівнях / О.А. Князева, Н.Д. Маслій // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: економічні науки. – Вип. 10. Ч. 2. Херсон, ХДУ. 2015. С. 48–52.
10. Кузнецов Б.Л. Теория синергетического рынка: учеб. пособие / Б.Л. Кузнецов, С.Б. Кузнецова. Набережные Челны: Изд-во Кам. гос. инж.-экон. акад., 2016. 71 с.
11. Решетило В.П. Економічна синергетика формування ринкового трансформаційного потенціалу в перехідних системах / В.П. Решетило // Економіка: зб. наук. праць. / за ред. акад. АПН України І.Ф. Прокопенка. Х.: ХДПУ, 2003. С. 288.
12. Тарасенко В. Территориальные кластеры: семь инструментов управления / В. Тарасенко. М.: Альпина Паблишер, 2015. 201 с.
13. Enright, M.J. Survey on the Characterization of Regional Clusters: Initial Results / M. J. Enright. – Working Paper, Institute of Economic Policy and Business Strategy: Competitiveness Program, University of Hong Kong, 2015.
14. Lindqvist G., Ketels Ch., Solvell O. The Cluster Initiative Greenbook 2.0. [Electronic resource] / G. Lindqvist, Ch. Ketels, O. Solvell. Stockholm: Ivory Tower Publishers, 2013. – Access mode: <http://www.clus-terportal-bw.de/service/publikationen/cluster-initiativen-und-netzwerke/publication/Publicationen/download/dokument/the-cluster-initiative-greenbook-20>.
15. Porter, M.E. Clusters and the new economics of competition [Electronic resource] / M. E. Porter // Harvard Business Review. 1998. No.76 (6). P.77–90.

УДК 338.48

Kozhukhivska R.B.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs
Uman National University of Horticulture*

Sakovska O.M.

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Tourism,
Hotel and Restaurant Affairs
Uman National University of Horticulture*

THE FORMATION OF ADVERTISING ACTIVITY IN THE HOTEL AND RESTAURANT SPHERE UNDER CONDITIONS AT THE INTEGRATION OF ECONOMIC

In the article defines functions of advertising in the hotel and restaurant affairs and effectiveness of implementation of advertising activity at hotel and restaurant enterprises. Specific features are allocated which related to formation of the hotel and restaurant product and the main elements necessary for the implementation of the high-quality hotel and restaurant product on the world market. The factors trends and the constituents that determine the role of hotel and restaurant affairs in modern society under the conditions global economy where investigated. The results of research in the article can be used by as a source of information for the formation of advertising activity on the market of hotel and restaurant services.

Key words: economy, hotel and restaurant business, hotel and restaurant market, the hotel and restaurant product, advertising, marketing.

Кожухівська Р.Б., Саковська О.М. ФОРМУВАННЯ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРІ ЗА УМОВ ЕКОНОМІЧНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

У статті визначено функції реклами у готельно-ресторанній справі та зазначено ефективність здійснення рекламної діяльності на підприємствах готельного та ресторанного господарства. Визначено особливості, що пов'язані із формуванням готельно-ресторанного продукту та основними елементами, необхідними для впровадження високоякісного готельного та ресторанного продукту на світовий ринок. Зазначено фактори, тенденції та складники, що визначають роль готельного та ресторанного бізнесу в сучасному суспільстві за умов глобалізації економіки. Результати дослідження у статті можуть бути використані як джерело інформації для формування рекламної діяльності на ринку готельних і ресторанних послуг.

Ключові слова: економіка, готельний та ресторанний бізнес, готельний та ресторанний ринок, готельний та ресторанний продукт, реклама, маркетинг.

Кожуховская Р.Б., Саковская А.Н. ФОРМИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННОЙ СФЕРЕ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

В статье определены функции рекламы в гостинично-ресторанном деле и обозначена эффективность осуществления рекламной деятельности на предприятиях гостиничного и ресторанного хозяйства. Определены особенности, связанные с формированием гостинично-ресторанного продукта и основными элементами, необходимыми для внедрения высококачественного гостиничного и ресторанного продукта на мировой рынок. Указаны факторы, тенденции и составляющие, определяющие роль гостиничного и ресторанного бизнеса в современном обществе в условиях глобализации экономики. Результаты исследования в статье могут быть использованы как источник информации для формирования рекламной деятельности на рынке гостиничных и ресторанных услуг.

Ключевые слова: экономика, гостиничный и ресторанный бизнес, гостиничный и ресторанный рынок, гостиничный и ресторанный продукт, реклама, маркетинг.