

орієнтацією на одну із моделей інноваційного розвитку і відповідного типу інновацій.

**Список літератури:** 1 Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. – СПб: Питер. – 2010. – 384 с. 2. Шараев Ю. В. Теория экономического роста. М.:ГУ ВШЕ. – 2006. – 254 с. 3. Вишневский Р. Общая теория стоимости и экономического роста / Р. Вишневский [Материалы конференции] "Экономическая цивилизация: исторический триумф и эсхатологический кризис". – Москва, 1999. 4. Инвестиционное поведение российских предприятий. М., Институт экономики переходного периода, 2003. – с. 497. 5. Орлов П. А. Оцінка економічного ефекту прискореної амортизації на промислових підприємствах в умовах реформування державної амортизаційної політики / П. А. Орлов / Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – № 606. – с. 369 – 374. 6. Харрод Р., Хансен Э. Т. 1. К теории экономической динамики Р. Харрод. Экономические циклы и национальный доход. в 2х томах Т. 2 (Классики Кейнсианства). 7. <http://ek-lit.narod.ru/neoksod2.htm>

Надійшла до редколегії 29. 10. 2012

УДК 658. 589:338. 439(045)

**Роль інновацій у визначенні темпів вітворення основних засобів / Левицька І. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 93–103. – Бібліогр.: 7 назв.**

В статье рассмотрены и проанализированы развитие теоретических взглядов ведущих ученых в теории инновации. При этом описано общие модели инновационного развития, позволяющие определить влияние инноваций на экономическое развитие систем.

**Ключевые слова:** инновации, основные средства, модели, экономика, инновационное развитие, экономическое развитие систем, технический прогресс.

The article reviewed and analyzed the development of theoretical views of leading scientists in the theory of innovation. In this case, to describe the general model of innovation development, allowing to determine the effect on the economic development of innovation systems.

**Keywords:** innovation, plant and equipment, models, economy, innovation development, economic development, systems, and technical progress.

УДК 332.14 : 338.48

**Ю. Ю. ЛЕОНТ'ЄВА**, канд. екон. наук, Харків

## **ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕСТИНАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ»**

Розглянуто поняття «діловий туризм» та «дестинація». Обґрунтоване поняття «ділова туристична дестинація». Визначено, що «дестинація ділового туризму» – це певне місце: країна, регіон, місто, або готель, діловий центр, що має певну привабливість для ділових поїздок, включає ресурси категорій «атракція», «доступність», «комфорт», «посередники», є метою подорожі й доступна з погляду транспортних комунікацій.

**Ключові слова:** діловий туризм, дестинація, атракція, доступність, комфорт, посередники.

**Вступ.** В останні роки туризм перетворився на одну з найбільш дохідних і інтенсивно розвинутих галузей світового господарства. Про це свідчить той факт, що туризм дає кожне десяте робоче місце, на його частку доводиться близько 10% світового валового національного доходу, 7% капіталовкладень.

З позицій визначення темпів відтворювальних процесів модель Пола Ромера розглянемо більш детально.

© Ю. Ю. Леонт'єва, 2012

З кожним роком ділові, культурні та наукові зв'язки між регіонами і країнами стають все більш інтенсивними [15].

Діловий туризм як явище сформувався ще в XV столітті і отримав сильний імпульс до розвитку в епоху Відродження, коли почала бурхливо розвиватися економіка, з'явилися нові ремесла, розширилася торгівля між країнами. В кінці 1970-х – початку 1980-х рр. в світовому туристичному бізнесі почала використовуватися спеціальна термінологія, що стосується галузі бізнес-подорожей як високоприбуткового сегмента індустрії. На початку XXI століття ділової туризм міцно утвердився в багатьох країнах як найшвидше розвивається економічний сектор, що забезпечує приплив іноземної валюти і створення робочих місць, підвищення попиту на різні сектори індустрії туризму, розвиток галузей економіки, науки, освіти, культури та охорони здоров'я. Міжнародний діловий туризм відіграє важливу роль у підвищенні рейтингу відповідного міста і може допомогти позиціонувати його і навколишній регіон як центр якості в певному секторі економіки [15].

Займаючись питаннями ділового туризму неможливо не торкнутися поняття дестинації, тому що багато вчених займаються питанням підвищення привабливості їх для бізнес-подорожей.

Існує чимало робіт вітчизняних і іноземних авторів присвячених діловому туризму – це роботи А. Ю. Александрової, А. В. Бабкіна, М. І. Кабушкіна, В. А. Квартальнова, Г. А. Папіряна, Т. В. Петрової [1, 3, 6, 7, 14, 15]. Але тільки один автор непряме пов'язує поняття «діловий туризм» та «дестинація» [15].

Завданням даної роботи буде обґрунтування поняття «дестинація ділового туризму», тому що не дивлячись на значну роль ділового туризму, необхідно відзначити, що його розвитку не приділяється достатньої уваги.

Існує багато визначень поняття «діловий туризм»:

- туристичні поїздки з діловими цілями (бізнес-подорожі) [5];
- подорожі із службовими цілями без здобуття доходів по місцю відрядження [1];
- зустрічі і конференції, торгівельні виставки і ярмарки, а також інсентів-подорожі (заохочувальні), які визнані найбільш ефективними засобами для ведення бізнесу, виходу на нові ринки, а також для обміну думками і новими ідеями між колегами і клієнтами [14].

У відповідності з вищенаведеними визначеннями можна стверджувати, що діловий туризм – один з найперспективніших напрямів сучасного туризму.

Поняття «дестинація» введено в обіг порівняно нещодавно і є запозиченим з англійської мови (англ. *destination*). У закордонній літературі дане поняття широко застосовується в наукових і практичних цілях. У вітчизняній науці про туризм воно перебуває в стадії розробки, а його трактування вітчизняними й російськими вченими зустрічається зазвичай в дисертаційних роботах і монографіях. Дослідження критеріїв стабільності розвитку туризму, на думку Т.І. Ткаченко, на сьогоднішній день ускладнено у зв'язку з тим, що теоретико-методологічні основи поняття «дестинація», його розвиток недостатньо досліджені у вітчизняній практиці [18].

Поняття «дестинація» трактується різними авторами неоднозначно, проте можна виділити один, у рамках якого формуються істотні ознаки, що характеризують дестинацію – це територіальний аспект. Більшість авторів пов'язують дестинацію з певним місцем у просторі, зміна якого неможлива й у напрямку до якого переміщуються відвідувачі (В. Альтхоф, Є. Г. Аленова, В. С. Боголюбов, Н. П. Костяев, Н. Лейпер, Н. М. Лисенко, М. О. Морозов, С. С. Ніколаєв, П. Пірс, Ю. А. Рябуха, Т. О. Себекіна, Т. І. Ткаченко) [2, 4, 8, 10, 12, 13, 16-21].

Є.А. Машкович, розглядаючи етимологію терміна «дестинація», стверджує, що він має яскраво виражений просторово-територіальний характер, тобто під дестинацією завжди розуміють певне місце, у напрямку до якого здійснюється переміщення [11]. Є.А. Машкович відзначає, що дестинацію можна розглядати в наступних аспектах: територіальному, економічному, соціальному, управлінському. Дане поняття може розглядатися з різних точок зору залежно від цілей дослідження [11].

Всесвітня туристична організація (*UNWTO*) дає наступне визначення: «Місцева туристична дестинація – це фізичний простір, у якому відвідувач проводить не менше однієї ночі. Вона включає такі турпродукти, як допоміжні послуги й визначні пам'ятки, а також туристичні ресурси, відвідування яких разом з дорогою «туди й назад» займає не більше одного дня. Вона має фізичні й адміністративні границі, що визначають форму її управління, а також імідж і репутацію, що визначають її конкурентоздатність на ринку. Місцеві дестинації включають різні зацікавлені сторони, у тому числі (у багатьох випадках) прий-

маюче співтовариство, і можуть частково збігатися й, тісно взаємодіючи, утворювати більші дестинації» [18].

Об'єднуючи поняття «діловий туризм» та «дестинація», пропонуємо визначати «дестинацію ділового туризму» як певне місце: країну, регіон, місто, або готель, діловий центр, що має певну привабливість для ділових поїздок, включає ресурси категорій «атракція», «доступність», «комфорт», «посередники», є метою подорожі й доступна з погляду транспортних комунікацій.

Об'єкти дестинації ділового туризму – категорії ресурсів, тобто сукупність ресурсів, які охарактеризовані як «чотири А»: атракції, доступність, комфорт, посередники [9]. Суб'єкти дестинації ділового туризму – туристи, що прибули з діловими цілями і споживають послуги, вироблені (надавані) об'єктом.

Підбиваючи підсумок, можна стверджувати, що в наш час неможливо ігнорувати важливість вивчення дестинації ділового туризму, бо саме зараз, завдяки світовій глобалізації, цей вид туризму стає дуже популярним серед керівників підприємств різних масштабів: від найменшого туристичного підприємства до підприємств світового рівня.

**Список літератури:** 1. *Александрова А.Ю.* Международный туризм / А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2004. – 463 с. 2. *Аленова Е.Г.* Особенности подготовки специалистов для туристских дестинаций России: факты и противоречия. [Электронный ресурс] / Е.Г. Аленова // Сервис в России и за рубежом. № 2 (7) 2008. – Режим доступа : <http://www.rguts.ru>. 3. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с. 4. *Боголюбов В.С.* Экономика туризма / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская – М.: Академия, 2005. – 192 с. 5. *Зорин И.В.* Туризм как вид деятельности / И.В.Зорин, Т.П.Каверина, В.А.Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2005. – 29 с. 6. *Кабушкин Н.И.* Менеджмент туризма: Учебник/ Н.И. Кабушкин. – 3-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 409 с. 7. *Квартальнов В.А.* Туризм / В.А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с. 8. *Костяев Н.П.* Основа концептуальной модели устойчивой конкурентоспособности российского туризма / Н.П. Костяев // Сб. трудов МТА № 3 (2008 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travelglossary.ru/mta/mta.htm>. 9. *Купер К.* Экономика туризма: теория и практика. – Т.1 / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт, С. Ванхилл, Е. Богданов – СПб.: Омега, 1998. – 200 с. 10. *Лысенко Н.Н.* Совершенствование потенциала оценки туристского комплекса: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Тихоокеанский государственный университет. – Хабаровск: – 2008. – 30 с. 11. *Машкович Е.А.* Оценка понятия туристская дестинация в контексте современной туристики / Е.А. Машкович // Известия ИГЭА. – 2007. – № 6 (56). – С.89-92. 12. *Морозов М.А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.А. Морозов – Изд.: Академия, 2007. – 288 с. 13. *Николаев С.С.* Стратегия формирования единого туристского пространства: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. / СПбГУЭФ. – СПб., 2000. – 20 с. 14. *Папирян Г.А.* Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папирян – М.: Финансы и статистика, 2001. – 206 с. 15. *Петрова Т.В.* Регулирование делового туризма на основе использования потенциала дестинации: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / С-Пб ГУ НУСФ. – С-Пб. – 2006. – 18 с. 16. *Рябуха А.Ю.* Управление развитием местных сообществ на основе использования туристского пространства: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2006. – 24 с. 17. *Себекина Т.А.* Формирование комплекса продвижения туристских услуг дестинации (на примере Камчатки): Автореф. ... канд. экон. наук / ГОУ ВПО Моск. гос. ун-т сервиса. – М., 2006. – 23 с. 18. *Ткаченко Т.І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537с. 19. *Althof W.* Incoming-Tourismus / W. Althof – Muenchen: Wien: Oldenbourg. 1996. 20. *Leiper, N.* 1990: Tourist attraction system. Annals of Tourism Research 17, p. 367 – 384. 21. *Pears D.* Tourism Development. L.: Longman, 1997. P. 16–18.

Надійшла до редколегії 11. 10. 2012

УДК 332.14 : 338.48

**Обґрунтування поняття «дестинація ділового туризму» / Леонт'єва Ю. Ю. // Вісник НТУ «ХПИ».** Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПИ». – 2012. – № 56(962). – С. 103–107. – Бібліогр.: 21 назва.

Рассмотрено понятие «деловой туризм» и «дестинация». Обоснованное понятие «деловая туристическая дестинация». Определенно, что «дестинация делового туризма» – это определенное место: страна, регион, город, или гостиницу, деловой центр, который имеет определенную привлекательность для деловых поездок, включает ресурсы категорий «аттракция», «доступность», «комфорт», «посредники», является целью путешествия и доступна с точки зрения транспортных коммуникаций.

**Ключевые слова:** деловой туризм, дестинация, аттракция, доступность, комфорт, посредники.

A concept «business tourism» is considered and «destination». Grounded concept «business tourist destination». Certainly, that «destination of business tourism» is a certain place: country, region, city, hotel, business center, that has a certain attractiveness for business trips, «attractions», «access», «amenities», «ancillary services» includes the resources of categories, is the purpose of trip and accessible from point of transport communications.

**Keywords:** business tourism, destinaciya, atrakciya, availability, comfort, mediators.

УДК 628.4.02:658.155.4

**В. А. МИЩЕНКО**, докт. экон. наук., проф., НТУ «ХПИ»,  
**Л. И. ПОДДУБНАЯ**, докт. экон. наук., проф., ХНЭУ, Харьков,  
**Д. А. БОНДАРЕНКО**, аспирант, НТУ «ХПИ».

### **КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Рассмотрен показатель прибыли в расчете на одного человека как наиболее эффективный показатель стабильности предприятия. Рост данного показателя позволяет минимизировать риски в условиях финансового кризиса и экономической нестабильности, уменьшить налоговое бремя и повысить запас финансовой прочности предприятия.

**Ключевые слова:** показатель прибыли, финансовая стабильность, прибыль.

**Постановка проблемы.** Эффективность управления малыми и средними предприятиями (далее – МСП) в первую очередь зависит от эффективности подготовки и принятия управленческих решений. Связано это с тем, что в управленческих решениях фиксируется вся совокупность отношений возникающих в процессе хозяйствования МСП. Полноценность всего цикла организационно-управленческой деятельности МСП от постановки целей до их фактической реализации, обеспечивается благодаря двум элементам управления – подготовка и принятие управленческих решений. Делая тем самым управленческие решения одним из важнейших элементов в организационно-управленческой деятельности МСП.

Для принятия эффективного решения руководителю необходима информация о состоянии предприятия благодаря которой можно делать выводы о эффективности функционирования подразделений, выявлять существующие проблемы и определять пути дальнейшего развития. Получить такую информацию

© В. А. Мищенко, Л. И. Поддубная, Д. А. Бондаренко, 2012