

48. Шамов А. А. Территориальное управление народным хозяйством: Уч. пособие для студентов экон. спец. вузов. – М.: Экономика, 1984. – 176 с.

49. Экономическая статистика. 2-е изд., доп.: Учебник / Под ред. Ю.Н.Иванова. – М.: Инфра - М., 2000. – 480 с.

50. Этимологический словарь украинского языка: В 7-и томах. Т.2: Д - Копці / Болдырев Р.В., Коломиец В.Т., Критенко А.П., Лукинова Т.Б. и др. Академия наук Украинской ССР. Институт языковедения им. А.А.Потебни. – К.: Наукова думка, 1985. – 570 с.

Получено 05.02.2001

УДК 796.51

**ОМУШ МУСАНА**

*Харьковская государственная академия городского хозяйства*

### **МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕГИОНА**

Описываются модели прогнозирования туристских потоков. Приводятся критерии оценки туристского потенциала регионов. Предлагается многофакторная корреляционная модель прогнозирования туристских потоков, доказывающаяся ее преимущество.

Важным вопросом при разработке проектов развития регионального туризма является оценка туристского потенциала. В настоящее время здесь накоплен достаточно большой опыт, который основывается на специальных методах. Наиболее известными среди них следует считать причинно-следственные модели. Так, Баттелевский научно-исследовательский центр в Женеве создал одну из наиболее совершенных причинно-следственных моделей прогнозирования потока международного туризма. Модель является ступенчатой: вначале делается допущение о существовании простой зависимости между числом туристов, ежегодно прибывающих в  $j$ -ю страну из  $i$ -й страны, и численностью населения последней. Затем в модель последовательно вводится ряд независимых переменных, таких, как доход на душу населения, общность стран (например, языка), привлекательность (или популярность) данной страны для туристов. Согласно этой модели, между переменными существует следующая взаимосвязь:

$$N_{ij} = \frac{A_j P_j^{\alpha_j} G_j^{\beta_j} L_{ij}^{\gamma_j} T_n^{\epsilon_j}}{D_{ij}^{\sigma_j}},$$

где  $N_{ij}$  – число туристов из  $i$ -й страны, прибытие которых в  $j$ -ю страну зарегистрировано;  $A_j$  – оценка показателя популярности  $j$ -й страны у туристов;  $P_i$  – численность населения  $i$ -й страны;  $G_j$  – доход на душу населения в  $i$ -й стране (валовой национальный продукт на душу

населения);  $D_{ij}$  – расстояние между  $i$ -й и  $j$ -й странами;  $L_{ij}$  – оценка показателя общности, если таковая имеется (например, языка),  $i$ -й и  $j$ -й стран;  $T_n$  – фиксированные моменты времени;  $\alpha_j, \beta_j, \gamma_j, \varepsilon_j, \sigma_j$  – коэффициенты эластичности соответствующих переменных для  $j$ -й страны.

Переменная  $T_n$  служит для оценки прогрессивных изменений за определенный период таких факторов, как размещение населения, уровень образования и количество свободного времени.

В рамках этого исследования создана модель, результаты анализа которой явились основой для разработки соответствующей стратегии капиталовложений в сферу туризма. Задача была сформулирована следующим образом: найти

$$\max \sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^{K_i} d_{ij} X_{ij}$$

при ограничениях

$$\sum_{i=1}^N \sum_{j=1}^{K_i} C_{ij} X_{ij} \leq B,$$

$$X_{iL} - X_{iM} \geq 0 \text{ для } i=1,2,\dots,N \text{ и } (L,M) \in P_i,$$

$$X_{ij} = 0 \text{ или } 1 \text{ для } i=1,2,\dots,N, \quad j=1,2,\dots, K_i;$$

где  $N$  – число туристских районов, на которые подразделяется страна;  $K_i$  – число проектов, предложенных для реализации в  $i$ -м туристическом районе в течение планируемого периода;  $X_{ij}$  – переменная, принимающая значение 1, если  $j$ -й проект выбран для реализации в  $i$ -м туристическом районе, и значение 0 в противном случае;  $d_{ij}$  – оценка выгод, получаемых при условии, что  $j$ -й проект реализован в  $i$ -м туристическом районе;  $C_{ij}$  – ориентировочная стоимость (по завершении)  $j$ -го проекта, предложенного для реализации в  $i$ -м районе;  $P_i$  – индексное множество относительной значимости проектов, предложенных для реализации в  $i$ -м туристическом районе;  $B$  – ассигнования на развитие сектора туризма в течение планируемого периода.

Признавая высокий авторитет указанного выше научного центра, по нашему мнению, приведенная формула имеет ряд существенных недостатков. Наиболее важным недостатком является то, что получен-

ные результаты не проверяются на степень надежности и достоверности, хотя в теории статистики эти критерии являются абсолютно необходимыми. Кроме того, при расчетах этой модели очень сложно получить некоторые исходные данные, такие, например, как показатели общности и популярности. С нашей точки зрения более универсальной моделью, пригодной для прогнозирования туристских потоков, может быть многофакторная корреляционная модель вида

$$Y = A_0 + A_1X_1 + A_2X_2 + \dots + A_nX_n,$$

где  $A_0, A_1, \dots, A_n$  – коэффициенты, характеризующие степень влияния соответствующих факторов на величину туристского потока;  $X_1, X_2, \dots, X_n$  – переменные значения корреляционного уравнения.

В качестве факторов в этом уравнении используются такие: общий имидж региона, природно-климатические условия для отдыха и оздоровления, социальная стабильность и безопасность, транспортная доступность, экономический интерес, духовная привлекательность центров религиозного паломничества, привлекательность памятников истории, культурно-образовательная привлекательность центров. Значение этих факторов можно определить на основании рейтингового опроса респондентов. С этой целью должна быть разработана специальная программа проведения опроса и обработки данных. Достоинством предлагаемого метода является то, что на основе расчета уравнения и полученных коэффициентов можно, зная коэффициент корреляции, судить о степени надежности полученной модели в целом, а по величине коэффициентов  $A_1, A_2$  и т.д. сделать вывод, в какой степени тот или иной фактор может оказать воздействие на величину туристских потоков. Такая информация является наиболее ценной с точки зрения вложения инвестиций в ту или иную сферу туристской инфраструктуры.

*Получено 27.02.2001*

УДК 338:6С(075)

Е.М.ТАРЯНИК, В.В.ЯРОВАЯ

*Харьковский государственный технический университет  
строительства и архитектуры*

### **СТРАТЕГИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Рассмотрены основные направления стратегии инвестиционной деятельности предприятий на современном этапе.

В настоящее время большинство украинских предприятий работают без использования стратегических планов. Однако мировой опыт