

І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК 911.3: 338.48

Гладкий Олександр Віталійович,
доктор географічних наук, професор

Київський національний торговельно-
економічний університет, м. Київ, Україна,
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

МЕТОДОЛОГІЯ І МЕТОДИ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Мета. Метою даної статті є аналіз та систематизація провідних наукових методів наукових досліджень регіональних ринків туристичних послуг.

Методика. Методологічною базою дослідження є основи наукової діалектики. Основними методами дослідження є метод формалізації, алгоритмізації, описовий, аналітичний, синтетичний.

Результати. Проведено систематизацію методів наукових досліджень регіональних ринків туристичних послуг. Розкрито особливості застосування одиничних (спрямованих на вивчення компонентної і територіальної структури) та синтетичних методів дослідження регіональних ринків туристичних послуг. Запропоновано конкретні формалізовані методи для розрахунку економічної ефективності регіональних ринків туристичних послуг.

Наукова новизна. Наукова новизна полягає у систематизації та алгоритмізації формалізованих методів наукових досліджень регіональних ринків туристичних послуг.

Практична значимість. Дане дослідження є основою для проведення масштабного та комплексного аналізу регіональних ринків туристичних послуг з використанням запропонованих формалізованих методів дослідження. Його результати будуть базисом для подальших наукових розвідок ринків туристичних послуг в межах локальних туристичних дестинацій, регіонів та територіально-рекреаційних комплексів.

Ключові слова. Методологія, методи, ринок туристичних послуг, формалізація, прогнозування.

УДК 911.3: 338.48

Гладкий Александр Витальевич
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный торгово-
экономический университет, г. Киев, Украина,
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Цель. Целью данной статьи является анализ и систематизация ведущих научных методов научных исследований региональных рынков туристических услуг.

Методика. Методологической базой исследования является основы научной диалектики. Основными методами исследования является метод формализации, алгоритмизации, описательный, аналитический, синтетический.

Результаты. Проведена систематизация методов научных исследований региональных рынков туристических услуг. Раскрыты особенности применения

единичных (направленных на изучение компонентной и территориальной структуры) и синтетических методов исследования региональных рынков туристических услуг. Предложены конкретные формализованные методы для расчета экономической эффективности региональных рынков туристических услуг.

Научная новизна. Научная новизна заключается в систематизации и алгоритмизации формализованных методов научных исследований региональных рынков туристических услуг.

Практическая значимость. Данное исследование является основой для проведения масштабного и комплексного анализа региональных рынков туристических услуг с использованием предложенных формализованных методов исследования. Его результаты будут базисом для дальнейших научных исследований рынков туристических услуг в пределах локальных туристических дестинаций, регионов и территориально-рекреационных комплексов.

Ключевые слова. Методология, методы, рынок туристических услуг, формализация, прогнозирования.

UDC 911.3: 338.48

Gladkey Oleksandr Vitaliyovych,
Doctor of Geography Sciences, Professor

Kyiv National University of Trade Economics,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

METHODOLOGY AND METHODS OF SCIENTIFIC INVESTIGATION OF REGIONAL TOURISM SERVICES MARKETS

Goal. The purpose of this article consists in analyzation and systematization of the leading methods of scientific investigations of regional tourism services markets.

Method. The methodological basis of the research is the basis of scientific dialectics. The main methods of research are the method of formalization, algorithm development, descriptive, analytical and synthetic.

Results. The systematization of different methods used for scientific investigations of regional tourism services markets is disclosed. The peculiarities of single (based on research of component and territorial structures) and synthetics methods of investigations of regional tourism services markets are explored. The concrete formalized methods of regional tourism services markets economic efficiency estimation are proposed.

Scientific novelty. Scientific novelty consists in systematization of formalized methods and algorithm development of scientific research of regional tourism services markets.

Practical significance. This study is the basis for a large-scale and comprehensive analysis of regional tourism services markets using the proposed formalized investigation methods. The obtained results will be the basis for further scientific investigations of regional tourist services markets via the example of local tourist destinations, tourism regions and territorial-recreational complexes.

Keywords. Methodology, methods, regional tourism services markets, formalization, forecasting.

Постановка проблеми. Регіональні ринки туристичних послуг є складними полікомпонентними об'єктами, дослідження яких потребує розробки і застосування цілої низки часткових та комплексних методів. З їх допомогою дослідник зможе виявити окремі суттєві параметри формування і розвитку регіональних ринків туристичних послуг (у розрізі компонентної і територіальної структури), а також провести інтегральну

оцінку ефективності їх функціонування. Ця оцінка проводиться з метою пошуку шляхів оптимізації взаємозв'язків та взаємозалежностей елементів компонентної, територіальної та управлінської структури регіональних ринків туристичних послуг, які забезпечують формування найбільшої економічної ефективності їх функціонування. Саме тому, наукові методи дослідження регіональних ринків туристичних послуг спрямовані на встановлення таких системно-структурних особливостей цих утворень, які формують додатковий економічний ефект [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню і систематизації методів наукових досліджень присвячені праці багатьох вчених. Зокрема, заслуговують особливої уваги наукові підходи, запропоновані М. Д. Пістуном, С. І. Іщуком, О. Г. Топчієвим, Л. Г. Руденком, О. І. Шаблієм, Е. Б. Алаєвим та ін. Методи досліджень регіональних ринків туристичних послуг частково проаналізовані в роботах С. І. Іщука, К. В. Мезенцева, Г. П. Підгрушного, В. Р. Хачатурова, М. Д. Шаригіна, О. Оре, М. Фуджіти та Ж.-Ф. Тісса (Fujita M., Thisse J.-F.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак, комплексної систематизації і детальної характеристики особливостей застосування окремих методів при дослідженнях регіональних ринків туристичних послуг ще детально не проводилось.

Формулювання цілей статті (Постановка завдання). Саме тому, об'єктом даного дослідження виступають окремі методи наукових досліджень, а предметом – особливості їх застосування для аналізу регіональних ринків туристичних послуг. Ця робота має за мету розкрити особливості застосування різних методів для дослідження регіональних ринків туристичних послуг. Зазначена мета розкривається при вирішенні наступних завдань: встановлення пізнавальної сутності методів наукових досліджень, проведення їх систематизації принагідно до досліджень регіональних ринків туристичних послуг, розкриття особливостей застосування і формалізації одиничних та синтетичних методів дослідження регіональних ринків туристичних послуг і визначення особливостей їх інтерпретації в наукових дослідженнях.

Виклад основного матеріалу. До загальнонаукових методів дослідження регіональних ринків туристичних послуг учені відносять аналіз, синтез, індукцію, дедукцію, аналогію, моделювання, абстрагування, конкретизацію та системний аналіз [11]. Науковець дослідник при виконанні більше має справу з конкретно-науковими методами дослідження. Вони поділяються на теоретичні та емпіричні прийоми [11]. Впровадження результатів дослідження регіональних ринків туристичних послуг у практичну діяльність включає в себе методичні прийоми реалізації результатів наукового дослідження у практичну діяльність людей (удосконалення процесу надання туристичних послуг, менеджменту, маркетингової діяльності та ін.).

Ефективність туристичного обслуговування визначається двома складовими: ефектом виробничої діяльності підприємств і затратами на його досягнення. При цьому головною умовою виступає: максимум ефекту при мінімумі затрат. Розрізняють загальну (абсолютну) і порівняльну ефективність. Загальна ефективність туристичного обслуговування визначається методом співставлення одержаного приросту новоствореної вартості (національного доходу) з зазначеними капіталовкладеннями. Порівняльна ефективність розраховується при виборі найвигіднішого варіанту розміщення туристичного обслуговування серед всіх інших наявних об'єктів [12].

Затрати складаються із капіталовкладень K і поточних витрат C (собівартість продукції). Оскільки при розрахунках річних затрат сумувати витрати і капіталовкладення неможливо, так як капіталовкладення повинні окупитися на протязі ряду років, вводиться спеціальний коефіцієнт ефективності капіталовкладень. Величина цього коефіцієнта означає деяку частину капіталовкладень, що мають окупитися протягом року. Існують нормативні строки окупності, що встановлюються державою, виходячи з рівня суспільної продуктивності праці на даний період розвитку країни. В умовах ринкової економіки нормативні строки окупності не регламентуються. Однак за середній строк окупності капіталовкладень береться такий, протягом якого затрати будуть ефективними. Перевищення цього строку недопустиме оскільки воно призводить до неефективних затрат.

При розрахунках прийнято використовувати нормативний показник ефективності. Величина цього показника для державного сектора економіки України була встановлена в 0,15, тобто нормативний коефіцієнт ефективності капіталовкладень E означає нижню допустиму межу ефективності. Він є зворотною величиною строку окупності і означає деяку частину капіталовкладень, що окуплюються протягом року [4].

Для вирахування порівняльної економічної ефективності при виборі декількох варіантів розміщення регіональних ринків туристичних послуг використовується *формула приведених затрат*. Береться сума всіх поточних затрат на виробництво туристичних послуг (собівартість) C та добуток питомих капітальних затрат K і нормативного коефіцієнта їх ефективності E , тобто

$$П = C + KE$$

Множення цієї величини на кількість наданих послуг, що визначається балансовими розрахунками, дає повні приведені затрати. В розрахунках враховуються виробничі і транспортні витрати. Вибір оптимального варіанту розміщення ринків туристичних послуг проводиться по мінімуму приведених затрат (порівнюються різні варіанти).

Таким чином, $C + KE \rightarrow \min$

Зарубіжні учені визначали ефективність регіональних ринків туристичних послуг за допомогою стандартних показників економічного ефекту функціонування різних видів господарської діяльності (ми розглянемо їх нижче), що представлені у класичних роботах з економічної теорії та регіональної економіки. Це знайшло відображення у працях ряду зарубіжних дослідників: У. Ізарда (Izard, W.), А. Маршалла, (Marshall, A.), М. Фуджіти та Ж.-Ф. Тісса (Fujita, M., Thisse J.-F.) [15].

В наш час вітчизняні та зарубіжні учені сходяться на думці, що ефективність регіональних ринків туристичних послуг зводиться до мінімізації затрат земельної ренти, капіталу, живої і уречевленої праці при максимізації прибутків, отже може бути розкрита за допомогою класичної системи економічних показників: продуктивності праці, рентабельності, фондоозброєності, фондовіддачі тощо.

Одним з таких показників є *рентабельність* регіональних ринків туристичних послуг. Вона визначається як процентне співвідношення чистого прибутку підприємств на ринку туристичних послуг та суми їх видатків. З огляду на те, що показники чистого прибутку підприємств не реєструються вітчизняною статистикою, в наукових дослідженнях доцільно використовувати показники чистого доходу. Вони відрізняються від показників прибутку підприємств на суму його видатків, однак для порівняльного аналізу ефективності функціонування туристичних підприємств на ринку туристичних послуг є доволі репрезентативними. На думку ряду учених-економістів, показники рентабельності підприємства, розраховані на основі чистого доходу, а не прибутку, слід називати доходністю [5]. Однак, чіткої думки з цього приводу поки що не розроблено. Формула, за якою проводять розрахунки рентабельності (доходності) регіональних ринків туристичних послуг має наступний вигляд:

$$R = \frac{P}{S} \times 100\%,$$

де R – рентабельність (доходність) виробництва послуг, P – чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), S – собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), яка визначається за формулою:

$$S = MC + LC + SC + AC + OC + IC + UC + TC,$$

де MC – матеріальні затрати, LC – витрати на оплату праці, SC – відрахування на соціальні заходи, AC – амортизація, OC – операційні витрати, IC – інші звичайні витрати, UC – надзвичайні витрати, TC – податки на прибуток.

Чистий дохід від реалізації послуг можна описати такими показниками:

$$P = G + OG + IG + UG - UT,$$

де G – доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), OG – інші операційні доходи, IG – інші звичайні доходи, UG – незвичайні доходи, UT – непрямі податки та інші вирахування з доходу. Якщо

рентабельність (доходність) туристичного підприємства перевищує 100%, воно працює економічно ефективно.

Інколи, замість чистого доходу використовують інші показники економічної діяльності туристичного підприємства на ринку туристичних послуг, зокрема обсяги реалізованої продукції, валову додану вартість тощо. Однак, перший не повною мірою відтворює особливості формування економічної ефективності туристичного підприємства, а другий не розраховується державною статистикою на локальному рівні у розрізі окремих видів економічної діяльності.

Із економічною ефективністю виробництва тісно пов'язаний показник **продуктивності праці** на ринку туристичних послуг, в основі якого лежить співвідношення обсягів виробленої (реалізованої) продукції (робіт, послуг) та затрат робочої сили. Вимірюється продуктивність праці кількістю продукції чи послуг, вироблених працівником за одиницю часу:

$$LP = \frac{V}{L},$$

де LP - продуктивність праці, V – обсяги реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг), L – чисельність персоналу. Для розрахунків цього показника використовуються матеріали класифікації видів економічної діяльності (КВЕД), що включають в себе загальну звітність підприємств. При чому, чисельність персоналу розраховується лише за кількістю штатних працівників, оскільки в офіційній статистиці відтворено лише цей показник. Показник продуктивності праці свідчить про ефективність використання робочої сили на туристичному підприємстві, зниження працездатності та розвиток уніфікації, автоматизації, інформатизації тощо.

Важливе значення для визначення економічної ефективності туристичного підприємства мають показники ресурсозабезпеченості та ресурсовіддачі. На думку Д. І. Оліфіра, **ресурсозабезпеченість** являє собою частку обсягів платних туристичних послуг і турпакетів, що реалізовані населенню. Вона показує вартість турпослуг в рамках одного турпакету:

$$F_a = \frac{\bar{F}}{\bar{L}},$$

де F_a – ресурсозабезпеченість, F – середньорічні обсяги платних туристичних послуг, L – середньорічна кількість турпакетів, що реалізовані населенню. Показник використовується для економічного аналізу забезпеченості виробництва основними ресурсами як основи зростання продуктивності праці.

Ресурсовіддача, на думку Д. І. Оліфіра, зводиться до частки обсягів платних туристичних послуг по відношенню до загального числа туристів, що отримали послугу:

$$F_r = \frac{V}{F},$$

де F_r – ресурсовіддача, V – середньорічні обсяги платних туристичних послуг, F – чисельність туристів, що відправлені в тури в межах держави та за кордон.

Застосування наведених вище показників для оцінки економічної ефективності туристичного підприємства, на думку ряду вчених [2;3;10], комплексно висвітлює механізми формування прибутку та враховує всі аспекти виробничої діяльності турфірми. Їх використання в наукових дослідженнях туристичних підприємств є науково-обґрунтованим та методично доцільним.

Економічне обґрунтування регіональних ринків туристичних послуг передбачає також визначення рівня комплексності окремих галузей туристичних послуг.

При його оцінці рівня досить часто застосовують *показники галузевої рівномірності та різноманітності* [9]. Для обчислення *рівня рівномірності* регіональних ринків туристичних послуг застосовують нормований коефіцієнт варіації U_r :

$$U_r = \frac{S_r}{\bar{x}_r \sqrt{n-1}} = \frac{1}{\bar{x}_r \sqrt{n-1}} \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (x_{ir} - \bar{x}_r)^2}{n}}, \quad \bar{x}_r = \frac{100\%}{n},$$

де U_r – коефіцієнт галузевої рівномірності, X_{ir} – питома вага i -го виду туристичних послуг в r -му регіоні (або в її частині), $\bar{X}_r$ – середня питома вага туристичних послуг, n – кількість видів туристичних послуг регіону. Показник U_r визначається як частка стандартного відхилення (S_r) та середньої питомої ваги туристичних послуг і приймає значення від 0 до 1. Чим більше значення U_r , тим менш рівномірна галузева структура регіону. Якщо розбити область значень U_r $[0;1]$ на декілька напівсегментів і один сегмент, то значення першого з них $[0; 0,2)$ можна вважати високим рівнем рівномірності, другого $[0,2; 0,4)$ – середнім рівнем. Якщо U_r лежить в межах напівсегменту $[0,4; 0,6)$, то має місце низький рівень рівномірності, в напівсегменті $[0,6; 0,8)$ склався середній, а в $[0,8; 1]$ – високий рівень нерівномірності. Інтерпретація даного показника полягає в тому, що високий рівень нерівномірності складається в регіонах надмірного, гіпертрофованого розвитку одного, або декількох видів туристичних послуг, що ослаблює модульність та ринкову адаптаційність території, посилює монополізацію виробництва і зменшує прояв ринкових механізмів розвитку.

Для визначення рівня *галузевої різноманітності* регіональних ринків туристичних послуг застосовується показник ентропійної міри (R):

$$R = \frac{1}{\log_2 n} \times \sum_{i=1}^n P_i \log_2 P_i,$$

де R – коефіцієнт галузевої різноманітності регіональних ринків туристичних послуг, P_i – питома вага i -го виду туристичних послуг, n – кількість видів туристичних послуг регіону. Показник R приймає значення від 0 до 1. Чим більше значення R , тим вище рівень різноманітності

регіональних ринків туристичних послуг. Використаємо для коефіцієнту різноманітності напівсегменти та сегмент, що були виділені для попередньої формули. Значення R в першому з них свідчить про високий рівень однорідності регіональних ринків туристичних послуг, у другому – про середній, в третьому склався низький рівень однорідності і різноманітності, в четвертому – середній, а в п'ятому – високий рівень різноманітності регіональних ринків туристичних послуг. Інтерпретація цього показника полягає в тому, що території високої галузевої різноманітності мають оптимальний набір функцій для розвитку регіональних ринків туристичних послуг території на основі різноаспектності і багатогранності туристичної діяльності. Це є основою для формування підвищених показників економічної ефективності регіональних ринків. Навпаки, регіони з однорідною структурою потребують стимулювання нових видів діяльності, розвитку модульних виробництв, широкого впровадження ринкових механізмів формування економічної ефективності регіональних ринків туристичних послуг.

Прогнозування є одним із найбільш складних елементів наукових досліджень регіональних ринків туристичних послуг. Ряд фактографічних методів прогнозування був описаний нами вище. Тому, ми зупинимось лише на аналізі методу експертних (рейтингових) оцінок. Він неவிбагливий до статистичного забезпечення і може ефективно застосовуватись в умовах відсутності чітких трендів розвитку території [6;7].

Застосування цього методу базується на опитуванні широкого кола спеціалістів, науковців, викладачів вищих навчальних закладів, управлінців та менеджерів, промисловців та підприємців, фахівців з управління розвитком регіональних ринків туристичних послуг, регіонального управління і менеджменту тощо. Оцінка прогнозу розвитку окремих видів туристичних послуг в межах України здійснюється методом анкетування зазначених вище експертів на основі бальної оцінки (10 б. – максимум, 1 б. – мінімум) перспектив розвитку того чи іншого виду діяльності.

Для визначення усереднених колективних експертних рейтингових оцінок найчастіше використовується медіанний спосіб інтерпретації даних. Всі думки експертів упорядковуються за їх величиною. Медіаною є значення, що розбиває ряд на дві частини та трактується як усереднена колективна оцінка. Цей аналіз ефективно реалізовано в комп'ютерній програмі Statistica 12.0 [13;14].

Висновки і перспективи подальших розвідок. Таким чином, застосування наведених вище показників для оцінки регіональних ринків туристичних послуг, на думку багатьох учених [2;3;10], найбільш комплексно висвітлює механізми формування прибутку та повноцінно враховує всі аспекти їх діяльності і функціонування. Їх використання при проведенні наукових досліджень регіональних ринків туристичних послуг є науково-обґрунтованим та методично доцільним.

Список використаних джерел

1. Білуха М. Т. Методологія наукових досліджень: Підручник. / М. Т. Білуха. – К.: АБУ, 2002. – 480 с.
2. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 1-3/ Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2000-2003.
3. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1966. – 659 с.
4. Іщук С. І., Гладкий О. В. Київська господарська агломерація: досвід регіонального менеджменту: Монографія. – К.: ВГЛ „Обрії”, 2005. – 240 с.
5. Кривенко К. Рентабельність // Економічна енциклопедія. – К., Видавничий центр „Академія”, 2002. – Т. 3. – С. 197-198.
6. Мезенцев К. В. Регіональне прогнозування соціально-економічного розвитку. – К.: ВПЦ „Київський університет”, 2004. – 82 с.
7. Мезенцев К. В. Суспільно-географічне прогнозування регіонального розвитку: Монографія. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2005. – 253 с.
8. Пістун М. Д. Основи теорії суспільної географії: Навч. посібник. – К.: Вища шк., 1996. – 231 с.
9. Промышленный комплекс Киевского Приднепровья (экономико-географическое исследование) / М. М. Паламарчук, И. А. Горленко, Л. Г. Руденко и др.; Отв. ред. И. А. Горленко; АН УССР. Отд-ние географии ин-та геофизики. – К.: Наукова думка, 1988. – 252 с.
10. Україна: промисловість та інвестиційна діяльність: Атлас / за заг. ред. Руденка Л. Г. – К.: ДНВП „Картографія”, 2003. – 80 с.
11. Философский энциклопедический словарь / под ред. Е. Ф. Губского, Г. В. Корблевой, В. А. Лутченко. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 576 с.
12. Шарыгин М.Д. Методика экономико-географического исследования промышленных и транспортных узлов / М.Д. Шарыгин, В.С. Григорьев. - Пермь, 1981. – 88 с.
13. Хачатуров В. Р. Алгоритмы определения оптимальной совокупности отраслевых вариантов размещения предприятий с учетом эффекта агломерации / В. В. Хачатуров, Н. Д. Астахов, В. В. Григорьев. – М., ВЦ АН СССР, 1984. – 22 с.
14. Хачатуров В. Р. Оптимизация структуры двух сетей с учетом эффекта агломерации / В. В. Хачатуров, А. В. Злотов, Ш. П. Китян. – М., ВЦ АН СССР, 1985. – 27 с.
15. Fujita M., Thisse J.-F. Economics of Agglomeration: cities, industrial location and regional growth. – Cambridge, Cambridge University Press, 2004. – 466 p.

Список использованных источников

1. Белуха Н. Т. Методология научных исследований: Учебник. / М. Т. Белуха. - К.: АБУ, 2002. - 480 с.
2. Экономическая энциклопедия: в трех томах. Т. 1-3 / Редкол.: ... С. В. Мочерный (отв. ред.) и др. - К.: Издательский центр «Академия», 2000-2003.
3. Изард У. Методы регионального анализа: введение в науку о регионах. Пер. с англ. - М.: Прогресс, 1966. - 659 с.
4. Ищук С. И., Гладкий А. В. Киевская хозяйственная агломерация: опыт регионального менеджмента: Монография. - М.: ИГЛ "Обрії", 2005. - 240 с.
5. Кривенко К. Рентабельность // Экономическая энциклопедия. - К., Издательский центр "Академия", 2002. - Т. 3. - С. 197-198.
6. Мезенцев К. В. Региональное прогнозирование социально-экономического развития. - К.: ИПЦ "Киевский университет", 2004. - 82 с.
7. Мезенцев К. В. Географическое прогнозирование регионального развития: Монография. - К.: Издательско-полиграфический центр "Киевский университет", 2005. - 253 с.

8. Пистун Н. Д. Основы теории общественной географии: Учеб. пособие. - К.: Выс. шк., 1996. - 231 с.
9. Промышленный комплекс Киевского Приднепровья (экономико-географическое исследование) / М. М. Паламарчук, И. А. Горленко, Л. Г. Руденко и др.; Отв. ред. И. А. Горленко; АН УССР. Отд-ние географии ин-та геофизика. - К.: Наукова думка, 1988. - 252 с.
10. Украина: промышленность и инвестиционная деятельность: Атлас / Под. ред. Руденко Л. Г. - К.: ГНПП "Картография", 2003. - 80 с.
11. Философский энциклопедический словарь / под ред. Е. Ф. Губского, Г. В. Кораблевой, В. А. Лутченко. - М.: ИНФРА-М, 1999. - 576 с.
12. Шарыгин М.Д. Методика экономико-географического исследования промышленных и транспортных узлов / М.Д. Шарыгин, В. С. Григорьев. - Пермь, 1981. - 88 с.
13. Хачатуров В. Р. Алгоритмы определения оптимальной совокупности отраслевых вариантов размещения предприятий с учетом эффекта агломерации / В. Хачатуров, Н. Д. Астахов, В. В. Григорьев. - М., ВЦ АН СССР, 1984. - 22 с.
14. Хачатуров В. Р. Оптимизация структуры двух сетей с учетом эффекта агломерации / В. Хачатуров, А. В. Зотов, Ш. П. Китьян. - М., ВЦ АН СССР, 1985. - 27 с.
15. Fujita M., Thisse J.-F. Economics of Agglomeration: cities, industrial location and regional growth. - Cambridge, Cambridge University Press, 2004. - 466 p.

References

1. Bilukha, M. T. Methodology of scientific research: textbook. / M. T. Belukha. - K.: ABU, 2002. - 480 p.
2. Economic Encyclopedia: 3 volumes. T. 1-3 / ed. by S. V. Mocherny (ed.) and others. - K.: Publishing Center "Academy", 2000-2003.
3. Izard U. Methods of regional analysis: introduction to the science of the regions. - Moscow: Progress, 1966. - 659 p.
4. Ishchuk S.I., Gladkey A. V. Kyiv economic agglomeration: experience of regional management: Monograph. - K.: PGL "Obrii", 2005. - 240 p.
5. Krivenko K. Profitability // Economic Encyclopedia. - K., Publishing Center "Academy", 2002. - vol. 3. - S. 197-198.
6. Mezentsev K.V. Regional forecasting of socio-economic development. - K.: PPC "Kyiv University", 2004. - 82 p.
7. Mezentsev K.V. Socio-geographic forecasting of regional development: Monograph. - K.: Publishing and printing center "Kyiv University", 2005 - 253 p.
8. Pistun M. D. Fundamentals of social geographic theory: Teach. manual. - K.: Higher School, 1996. - 231 pp.
9. The industrial complex of Kiev Pridniprovya (economic-geographical research) / M. M. Palamarchuk, I. A. Gorlenko, L. G. Rudenko and others; Ed. by I. A. Gorlenko; Academy of Sciences of the USSR. - K.: Naukova dumka, 1988. - 252 p.
10. Ukraine: Industry and Investment Activity: Atlas / ed. by Rudenko L.G. - K.: SSPE "Cartography", 2003. - 80 p.
11. Philosophical Encyclopedic Dictionary, ed. by E. F. Gubsky, G. V. Korableva, V. A. Lutchenko. - M.: INFRA-M, 1999. - 576 pp.
12. Sharygin M.D. Methodology of economic-geographic research of industrial and transport hubs / M.D. Sharygin, VS Grigoryev - Perm, 1981. - 88 p.
13. Khachaturov V.R. Algorithms for determining the optimal branch set of enterprises location taking into account agglomeration effect / V.V. Khachaturov, N.D. Astakhov, V.V. Grigoriev. - Moscow, Center of USSR Academy of Sciences, 1984. - 22 p.
14. Khachaturov V.R. Optimization of the structure of two networks in the view of agglomeration effect / V.V. Khachaturov, A.V. Zlotov, Sh. P. Kityan. - Moscow, Center of USSR Academy of Sciences, 1985. - 27 pp.
15. Fujita M., Thisse J.-F. Economics of Agglomeration: Cities, Industrial Location and Regional Growth. - Cambridge, Cambridge University Press, 2004 - 466 p.