

**ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ
ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО РЫНКА**

В процессе отдыха возникают экономические и внеэкономические отношения и явления, которые составляют сущность рекреационной деятельности, которая развилась в результате последующего углубления общественного деления труда. Постепенный переход общества от модели жизнеобеспечения к модели содержательного времяпровождения свободного характерный для постиндустриальных стран, стран с информационной структурой экономики дает основания прогнозировать последующий рост рекреационной деятельности и разнообразит ее функции. Рекреации присущее осложнение внутренней структуры в результате разнообразит запросы населения к отдыху, который отображается на территориальной организации рекреационной деятельности. Формой территориальной организации рекреационной деятельности определена территориальная рекреационная система. Она является целостной, динамической системой, стойкость и надежность которой обеспечивается функциональным единством составляющих: отдыхающих, природных и культурных ресурсов, инфраструктуры, обслуживающего персонала и органов управления. В 60-х годах 20 в. В.С. Преображенский выдвинул представление о рекреационной системе как объективном и социальном по своей функциональной сущности образовании. Соответственно, предметом изучения рекреационной географии является изучение территориальных рекреационных систем [1, 2, 3].

В рекреационной географии рассматривается деятельность человека, которая носит социологический характер. Но, наряду с этим, рекреационная география определяется как пограничная наука, «располагающаяся» на стыке географии, экономики и культурологии. В отечественной практике принято выделять три основных подхода к определению проблемного поля ее исследований:

- средовой подход (изучаются физико-географические направления),
- деятельностный подход (изучаются характер и деятельность людей),
- субъективный подход (изучается восприятие людей и его особенности).

Почти до конца 1980-х годов территориальная структура рекреации определялась как общественно-географическое направление, занимающееся изучением территориальных рекреационных систем [4, 5].

С конца 1990-х годов и на перспективу предметом исследования территориальной структуры рекреации является изучение пространственных закономерностей и особенностей поведения людей в процессе рекреационной деятельности (преимущественно квартального и годового циклов) и размещения рекреационных объектов. В определении предмета исследования рекреационной географии очень важно отказаться от узкой ориентации на территориальных рекреационных систем [6, 7].

В последние годы все чаще встречаются подходы, в которых отрицается преобладающая роль территориальных рекреационных систем как основного объекта исследования науки.

При определении объекта и предмета рекреационной географии Д.В. Николаенко к примеру полагает, что изначально следует исходить из следующих тезисов [8], что географическое познание не универсально - оно тесно связано со своим социокультурным образованием. Следовательно, в рамках каждого социокультурного образования складывается свое, уникальное понимание того, что есть объект и предмет рекреационной географии; каждое социокультурное образование имеет собственную логику эволюции и рефлексии о своей эволюции. Следовательно, рекреационная география как область научного познания может иметь место далеко не во всех типах образований. Это не показатель развитости или недоразвитости того или иного социокультурного образования, но только показатель его потребности в такой области познания как рекреационная география.

Эти два тезиса очень важны для понимания относительности объекта и предмета рекреационной географии. Нужно избегать неоправданной универсальности определения объекта и предмета, когда они представляются единственными и неизменными для всех времен и народов.

Рекреационная география - очень частный случай рефлексии, имеющей место лишь в рамках определенного социокультурного образования, и все особенности рекреационной географии определяются именно этим. Факт наличия или отсутствия самой рекреационной географии, а также конкретные формы ее реализации как области познания определяются теми внутренними и внешними задачами, которые решаются социокультурными образованиями в процессе их эволюции.

На определенном уровне и этапе эволюции в социокультурном образовании может возникнуть потребность в такой области познания как рекреационная география. Формулируются ее объект, определяющий основную область исследований, и вытекающий из него весьма изменчивый предмет исследования. Все это происходит не абстрактно, а в рамках эволюции того или иного социокультурного образования.

Целью статьи является рассмотрение экономической сущности, характера и структуры туристического рынка в контексте региональной конкурентоспособности.

Различным типам рекреационной деятельности существуют соразмерные рекреационные пространства, представляющие собой «... часть социального пространства объединяющего совокупность взаимосвязанных между собой природных и социально-экономических условий, используемых для рекреации» [9, с. 6]. Размер и состав внутренней организации рекреационного пространства имеет иерархическую структуру (табл.1) [10, с. 131].

Таблица 1

Таксонометрическая система рекреационных районов

Таксонометрический ранг	Таксонометрическая единица	Размер территории
V	Рекреационная зона	Сотни тысяч, десятки тыс. км. ²
IV	Рекреационный район	Сотни тысяч, десятки тыс. км. ²
III	Рекреационный подрайон	Тысячи, сотни км. ²
II	Рекреационный микрорайон	Сотни км. ² , тысячи га
I	Рекреационный пункт	Десятки, сотни га

Рекреационное пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное [11, 12]. К организованному рекреационному пространству относят пространство, имеющее организованную систему управления условий рекреационной деятельности, главной целью которой есть повышение ее эффективности, обусловленное наличием характерных, локальных пространств разного масштаба. К неорганизованному рекреационному пространству относят пространство, в котором система условий для рекреационной деятельности регулируется человеком в целях удовлетворения его личных потребностей.

Объединение предприятий в границах населенного пункта формирует рекреационный пункт и определяет его специализацию [12, с. 48]. Территориальная специализация на выполнения туристско-рекреационной функции базируется на имеющихся конкурентных преимуществах территории: наличие и типы рекреационных ресурсов, их сочетаемость; уровень развития рыночной, производственной инфраструктуры, уровень развития сопутствующих видов деятельности. Перевес в структуре ресурсов культурно-исторических создает основу формирования туристско-экскурсионной специализации элемента территориальной структуры в территориальном разделении труда, а природно-рекреационных – туристско-рекреационной или курортной. В зависимости от специализации, элементов территориальной структуры, концентрации туристической деятельности, могут быть представлены пунктами, центрами, узлами, представленные, как дискретными, так и ареальными формами (табл. 2) [12, с. 49].

Всемирная туристическая организация определяет туристский регион как территорию, располагающую большой сетью специализированных сооружений и услуг, необходимых для организации отдыха, учебного процесса или оздоровления, которые продаются туристу или группе туристов производителем услуг [13]. Из этого определения вытекает, что туристский регион – это цель путешествия, туристский продукт, и конкурентоспособный субъект. Стратегической целью региона как конкурентной единицы это обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Конкурентоспособность регионального туристического рынка зависит от ряда влияний: социально-экономической системы, туристической политики, государственных интересов, интересов бизнеса, населения, состояния внешнего и внутреннего спроса, наличия и состояния ресурсов, экологической системы.

Индустрия туризма интегрирована в экономику региона, посредством кооперационных отношений, социальной, рыночной, коммуникационно-технической инфраструктуры, на основе взаимодействия рыночных сил спроса и предложения, скорректированных государственной экономической политикой, и базируется на одних региональных ресурсах: природно-климатических,

географических, экологических, культурно-исторических, инфраструктурных (трудовых, финансовых, информационных, технологических), организационно-экономических.

Таблица 2

Территориальная структура туристического рынка

Элементы территориальной специализации рынка потребителя	Элементы территориальной специализации рынка производителя			Форма элементов территориальной специализации	
	посредника	производителя туристско-экскурсионных услуг	производителя курортных услуг		
Пункт	Пункт	Экскурсионный пункт		дискретные	Стандартн. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 10 т. чел.
Центр	Центр	Туристско-экскурсионный центр		дискретные	Дифференциров. предложение, узкая специализация, сезонность, населен. пункт до 100 т. чел.
Узел	Узел	Туристско-рекреационный узел	Курорт	дискретные ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт свыше 100 т. чел.
			Курортная местность	ареальные	Узкая специализация, уникальное предложение, сглаженная сезонность, населен. пункт до 10 т. чел.
			Курортный район	ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт до 100 т. чел.
			Курортная зона	ареальные	Дифференцированное и уникальное предложение, сглаженная сезонность, населенный пункт свыше 100 т. чел.

Особенностью туристической деятельности является то, что туристическая услуга для конечного потребителя представляется как цепь услуг (размещения, питания, транспортных, медицинских, развлекательных и др.), что предполагает большое количество участников рынка (рис. 1), и потребитель рассматривает ценность туруслуги с точки зрения ее комплексности, проецирует свои впечатления от потребленных услуг в целом на регион, как единое целое. В связи с наличием большого количества субъектов туристического рынка и их разноуровневостью, деятельность участников рынка часто бывает не согласована, что приводит к снижению ценности туристического продукта для потребителя, а таким образом, снижает привлекательность региона, степень его конкурентоспособности, отказу потребителя совершать поездку в данный туристский регион.

Уровень развития туризма в регионе, степень его конкурентоспособности оказывают непосредственное влияние на уровень развития, конкурентоспособности туристического региона. Рассмотрение данного влияния представлено в Концепции устойчивого развития туризма, представленной всемирной туристической организацией [13].

В концепции рассматривается влияние туристического комплекса, как функционально-территориальной системы, на развитие региона по ряду направлений.

Во-первых, прямое влияние: расходы туристов превращаются в доходы туристических по назначению субъектов хозяйствования, что дает возможность развития воспроизводственных процессов, как на уровне туристического предприятия, так и предприятий региона, включенных в кооперационные связи, создания нового туристического продукта и его продажи.

Второе влияние носит косвенный характер, которое можно представить как зависимость: в результате экономической деятельности туристических по назначению субъектов хозяйствования уплачиваются налоги, часть которых перечисляется в бюджет региона, направляемых на его развитие. Эти средства являются доходами предприятий, обеспечивающих туристскую деятельность, налоги, с деятельности которых, частично перечисляются в бюджет региона, что дает возможность развития расширенного воспроизводственного процесса на уровне региона, выраженного в мультипликационном эффекте. Третье влияние носит в большей степени социальный характер. Расширенный характер воспроизводственных процессов в туристском регионе приводит к созданию новых рабочих мест, которые выражаются ростом доходов домохозяйств, а таким образом, наблюдается тенденция повышения уровня качества жизни населения региона.



Рис. 1. Структура регионального туристического рынка

Расширенное определение региона как вертикальной (отраслевой) и горизонтальной (межотраслевой) интеграционных функционально-территориальных систем позволяет сформировать методическую базу изучения индустрии туризма. Предметом анализа является туристическая система, в границах которой функционируют туристические предприятия, организации и учреждения разных форм собственности и хозяйствования, которые используют природные, лечебные, познавательные ресурсы и другие ресурсы с целью предоставления целевым потребителям рекреационных услуг и получения прибыли.

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, на прямую зависит от наличия и структуры конкурентных преимуществ туристического региона, интенсивности спроса на турпродукт данного региона. На основе чего и определяется масштабы деятельности регионального туристического рынка и специализация. Вертикальные связи предприятий, организаций туристического рынка с другими компонентами общественно-географического комплекса территории: материальным производством, непродуцированной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением, формируются на основе участия территориальном разделении труда и специализации.

В связи с тем, что спрос на туристский продукт эластичен, региональный туристский рынок формируется под влиянием двух рынков: рынка спроса и рынка предложения, причем влияние первого превалирует. Что создает условия для усложнения туристско-рекреационной функции, усиливая ее территориальную концентрацию и специализацию, приводит к усложнению иерархической структуры регионального туристического рынка.

Для повышения степени конкурентоспособности регионального туристического рынка в длительном периоде его развитие необходимо направлять создание условий для удовлетворения потребностей потребителей. По сравнению с натуроцентрическими моделями развития туристической системы, где развитие рекреационных ресурсов ставилась на первое место, в антропоцентрических моделях главным в развитии туризма должен быть сделан акцент на потребности человека [8, 9].

Преображенский В.С., анализируя базисную модель рекреационной системы, указывает на ведущую роль в ней человека, туриста как центральной подсистемы, отмечая, что состояния и свойства всех остальных подсистем зависят от требований центральной подсистемы, а целевая функция рекреационной системы определяется как максимально возможное удовлетворение рекреационных потребностей человека [14]. Формирования массового туризма в нашей стране в тот период идет чрезвычайно быстро, но экстенсивно, за счет включения все новых рекреационных ресурсов и территорий, но при исключительно низком его материально-техническом обеспечении и качестве обслуживания. К концу 80-х годов XX в. начинают обостряться противоречия из-за невозможности удовлетворения рекреационных потребностей всего населения при сохранении низких, в том числе дотационных, цен на отдых. Преображенский В.С. анализируя два исследовательских подхода («от потребностей» и «от ресурсов») в решении вопросов оптимизации рекреации, включая ее территориальные аспекты, как первооснову для проектирования рассматривал рекреационные потребности, а не рекреационные ресурсы. Изменение социально-экономической системы в нашей стране, усиление степени конкуренции, переход к интенсивному типу расширенного воспроизводства, ставят потребности человека побудительным мотивом туристической деятельности. Под туристическими потребностями понимают потребности в расширенном воспроизводстве физических, эмоциональных, психических, интеллектуальных и духовных сил человека [15, 16, 17]. Выявление и анализ туристических потребностей необходимо рассматривать как со стороны общественных (общественного блага), групповых (отдельных референтных групп) и так и личных потребностей.

На туристические потребности, интересы, мотивы оказывает влияние уровень развития социально-экономической системы, через уровень развития общества в целом: условия развития бизнеса, систем здравоохранения, образования и культуры, социальной защищенности, технико-экономического развития системы, так и через уровень жизни отдельного потребителя: оплаты и условий труда, доступности социальных благ общества. Культурные, исторические, конфессиональные традиции, уровень развития социально-экономической системы оказывают большое влияние на потребительские предпочтения общества, на отношение его к отдыху. Уровень интегрированности общества в международные социально-экономические отношения проявляется, через открытость социально-экономических связей, доступность для потребителей посетить те или иные туристические объекты.

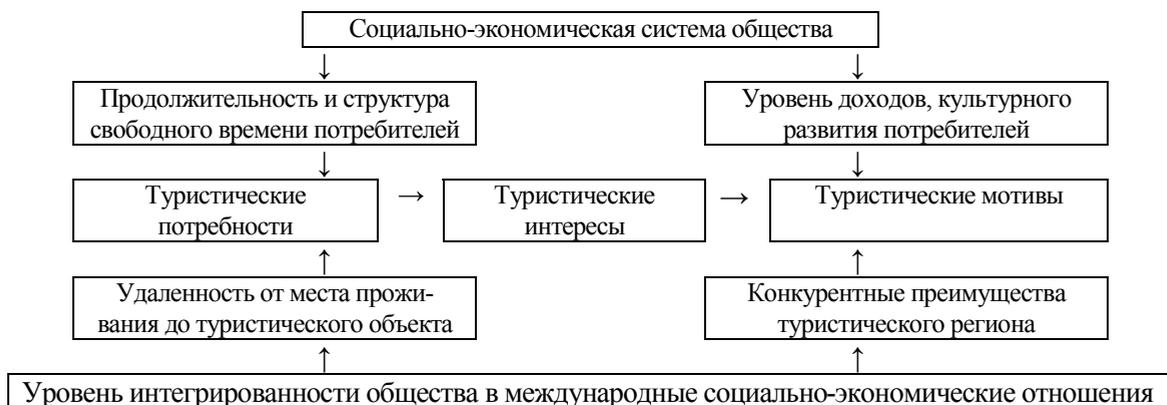


Рис. 2. Схема связей между туристическими потребностями, интересами, мотивами потребителей и, оказывающих на них влияние, факторами

Основываясь на туристических потребностях, можно выделить виды туристической деятельности, осуществляемых предприятиями, функционирующими на туристском рынке: лечебно-оздоровительная, спортивно-оздоровительная, культурно-познавательная, научно-образовательная, посредническая, информационная, размещение, питание, транспортная, связи, торговая (табл. 3).

Таблица 3

Взаимосвязь между потребностями, видами деятельности, субъектами туристического рынка

Потребности	Виды деятельности	Субъекты туристического рынка
Потребности в воспроизводстве физических и психологических сил: лечения, реабилитации в состоянии ремиссии заболевания, профилактическом оздоровлении	лечебно-оздоровительная: санаторно-курортная деятельность, лечебно-реабилитационная деятельность, лечебно-профилактическая деятельность	санатории, пансионаты с лечением, профилактории, курортные поликлиники, бальнеологические и грязелечебницы, др.
Потребности в физическом развитии, самоутверждении, воспроизводстве физических и психологических сил	спортивно-оздоровительная: спортивные соревнования, слеты, походы,	турбазы, школы олимпийского резерва, стадионы, спортивные объединения
Потребности в культурном развитии, в перемене впечатлений, мест, духовном развитии	культурно-познавательная: исторический, этнографический, экологический, зеленый, религиозный, ностальгический культурно-развлекательный туризм	экскурсионными бюро, турагентами и туроператорами, театрами, киноконцертными залами, музеями, этнографическими организациями, историко-культурными, природными заповедниками
Потребности в развитии, самореализации	научно-образовательная: научный, конгрессный туризм	отраслевые ассоциации, образовательные заведения
Базовые туристические потребности:	размещение,	гостиницы, пансионаты, базы отдыха, кемпинги, мотели, общежит.
	питание	рестораны, кафе, столовые, базы
	транспортная	транспортные компании, собственный автопарк баз размещения, экскурсионных агентств, туроператоров
Потребности в общении, передаче и получении информации, материальных ценностей	связи	телефонные компании, почтовая служба, интернет провайдеры, операторы мобильной и сотовой связи и т.д.
Потребности в сохранении приятных воспоминаний, приобретения необходимых вещей для отдыха	торговая	предприятия оптовой и розничной торговли
Потребности в отраслевой кооперации, продвижении турпродукта	посредническая, информационная	туроператоры, турагенты, туристические информационные центры, рекламные агентства

Лечебно-оздоровительная деятельность связана с потребностями в лечении заболеваний, реабилитации после перенесенных операций, тяжелых заболеваний, в восстановлении физических и психологических сил. Данный вид деятельности осуществляется курортными учреждениями: санаториями, пансионатами с лечением, профилакториями, курортными поликлиниками, бальнеологическими лечебницами, грязелечебницами, др.

Спортивно-оздоровительная деятельность связана с потребностями в восстановлении, развитии физических, умственных и психологических сил, самореализации. Данный вид деятельности организовывается турбазами, школами олимпийского резерва, стадионами, спортивными объединениями.

Культурно-познавательная деятельность связана с удовлетворением культурных потребностей туристов. Данный вид деятельности организовывается экскурсионными бюро, турагентами и туроператорами, театрами, киноконцертными залами, музеями, этнографическими организациями, историко-культурными, природными заповедниками.

Научно-образовательная деятельность связана с удовлетворением потребностей в развитии, самореализации. Реализацию данных потребностей на себя берут университеты, учреждения осуществляющие подготовку и переподготовку кадров, организации, осуществляющие конгрессный туризм.

Посредническая деятельность связана с организацией въезда людей с места постоянного проживания в оздоровительных, познавательных и других целях в места временного пребывания. К предприятиям, осуществляющим этот вид деятельности относятся туроператоры и турагенты.

Информационная деятельность связана с собиранием и предоставлением информации туристам о туристических ресурсах региона, страновой, юридической и др. информацией. К

предприятиям, осуществляющим этот вид деятельности относятся туристические информационные центры, туристические агентства, туроператоры. Посредническая и информационная деятельность направлена на удовлетворение потребностей на уровне организации турбизнеса, продвижения турпродукта.

Физиологическая потребность в еде удовлетворяется в организации общественного питания туристов. К предприятиям общественного питания относятся: рестораны, кафе, столовые, бары.

Транспортная деятельность осуществляется перевозке туристов от места их прибытия туристский регион их временного пребывания до места размещения и обратного, а также любой другой перевозке в пределах туристического региона временного пребывания. Данный вид деятельности может осуществляться, как транспортными компаниями, так и собственными возможностями баз размещения, экскурсионных агентств.

Услуги связи удовлетворяют потребности в общении, передаче и получении информации, материальных ценностей. Данные потребности удовлетворяются телефонными компаниями, почтовой службой, интернет провайдерами, операторами мобильной и сотовой связи и т.д.

Качественное удовлетворение туристических потребностей напрямую зависит от наличия и состояния туристических ресурсов в регионе. К туристическим ресурсам относятся природные и созданные человеком объекты, пригодные для использования в туристической деятельности. К туристическим ресурсам относят [18, 19, 12]: прямые: а) природные: ландшафтно-климатические (пляжные, климатические), природно-ландшафтные, природно-лечебные и гидроминеральные (бальнеологические, бальнеогрязевые, фитолечебные), б) культурно-исторические; косвенные: инфраструктурные (трудовые, финансовые, информационные), материально-техническая база турпредприятий, предприятий рыночной инфраструктуры, инфраструктуры региона, организационно-экономические (нормативно-правовые, организационно-управленческие). Рядом автором [20] под природными ресурсами понимают рекреационные, но в тоже время в некоторых классификациях рекреационных ресурсов мы видим идентичность туристических ресурсов рекреационным: «... природные, природно-технические и социально-экономические геосистемы и их элементы, которые могут быть использованы при существующих технических и материальных возможностях для организации рекреационного хозяйства [21, с.11].

В соответствие с рассмотренной классификацией туристических ресурсов, можно выделить две группы видов туристической деятельности: первая группа: деятельность, осуществляемая предприятиями, учреждениями, функционирующими на туристском рынке, и направленная на предоставление туристических услуг, базирующаяся на использовании прямых ресурсов; вторая группа: деятельность направленная на создание условий для туристской деятельности, базирующихся на использовании косвенных туристических ресурсов.

Между спросом на турпродукт (основанном на туристических потребностях и доходом потребителей) и наличием, состоянием туристических ресурсов в регионе существует прямая зависимость, выраженная в формировании элементов туристического рынка.

Таким образом, функционирование туристического рынка базируется на взаимозависимости рынка потребителя, рынка производителя на основе имеющихся туристических ресурсов (рис. 3).



Рис. 3. Схема взаимосвязей между рынками потребителей, производителей, туристическими ресурсами регионального туристического рынка

Структурные элементы рынков потребителя и производителя, находясь в постоянном взаимодействии, создают новые сегменты рынка и расширяют возможности для уже существующих

сегментов. Базовой геопространственной формой регионального рынка туризма является линейно-сетевая, которая воспроизводит пространственные отношения элементов рынков потребителя и производителя, соединенных предприятиями и объектами транспортной инфраструктуры. Различные туристические потребности трансформируются в виды потребительского спроса. К характерным чертам данной формы территориальной структуры относится отсутствие иерархичности в границах данной структуры, дискретность, избирательность. Данная структура в большей степени относится к локальным сегментам туристического рынка, представленных уникальными (редкими, территориально удаленными) туристическими ресурсами.

В данный момент в Украине на рынке туризма наблюдается:

изменение структуры рекреационных потребностей, и на этом фоне происходит быстрая сегментация потребительского рынка;

осуществляется быстрый переход к многоукладной экономике туризма, быстро развивается предпринимательский сектор в туризме, действующий на основе экономических отношений и механизмов;

осуществляется переход к использованию природных ресурсов и культурного наследия на основе экономических отношений.

Предложенная концепция развития курортно-рекреационной экономики основывается на следующих принципах:

курортно-рекреационная экономика формируется и функционирует на основе интегрально-взаимозависимости предприятий региона (туристский кластер), деятельность, которых напрямую или опосредована связана с экономикой рекреации;

деятельность туристического кластера базируется на создании ценности для потребителей и участников кластера на основе конкурентных преимуществ региона;

цели и стратегия развития туристического кластера должны соответствовать национальным интересам Украины;

сохранение экологического баланса природных ресурсов и исторических, конфессиональных объектов на рекреационных территориях;

создании двух уровневого координационного центра главной целью которого является управление, координация в туристском кластере, и посреднические функции, выполнение маркетинговых операций, организация работы, как на государственном уровне, так и в частном порядке.

Результатом развития региональной экономики является создание и поддержание конкурентных преимуществ и достижение более высокого уровня конкурентоспособности рекреации. Профилизация Крыма должна быть направлена на создание высокоразвитого курортно-рекреационного и торгово-финансового центра международного значения, что даст возможность долговременного экономического развития. Реальное содержание концепции туризма обозначится в ходе столкновения этих позитивных тенденций и негативных результатов и во многом будет зависеть от общей ситуации в стране, но, с другой стороны, во многом и определит экономическую ситуацию в Украине. Концепции развития меняются в результате давления противоречий, которые требуют ускоренного разрешения, поскольку за ними стоят вполне конкретные интересы людей.

Литература

1. Преображенский В.С. Физико-географические аспекты и проблемы организации отдыха / В.С. Преображенский / Географические проблемы организации туризма и отдыха. Выпуск 1. - М.: Центральное рекламно-информационное бюро "Турист", 1975. – С. 50-112.
2. Преображенский В.С. География и отдых: Изучение организации и планирования зон отдыха / В.С. Преображенский, Ю.А. Веденин. - М.: Знание, 1971. – 48 с.
3. Преображенский В.С. Территориальная рекреационная система как объект изучения географических наук / В.С.Преображенский, Ю.А. Веденин, И.В. Зорин, Л.И. Мухина // Известия АН СССР. Серия географическая. - 1984. - № 2. - С. 34 - 42.
4. Мироненко Н.С. Новые аспекты рекреационной географии / Н.С. Мироненко, Э.М. Эльдаров / Изв. МГУ Сер. География. - 1987. - № 1. - С. 23-26.
5. Вендина О.И. Рекреационная среда и пути оптимизации территориальной организации рекреационной деятельности / О.И. Вендина // Теоретические проблемы рекреационной географии. - М.: ИГАН. 1989.- С.164 - 170.
6. Мироненко Н.С. Гуманитарные аспекты исследования рекреационных систем / Н.С. Мироненко, Э.М. Эльдаров // Вестник Московского университета. Сер. География. - 1998. - № 1. - С. 22 - 27.
7. Монтехано Х.М. Структура туристического рынка / Х.М. Монтехано. – Смоленск: СГУ, 1997. – 230 с.

8. Николаенко Д.В. Эволюция освоения региона и формирование его рекреационной специализации / Д.В. Николаенко // Состояние и перспективы развития туризма на пространстве СНГ. СПб.: Институт управления и экономики. 2000. - С. 55 - 56.
9. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма. / Коллектив авторов; Под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова. – Симферополь: «Таврия», 2002. – 300 с.
10. Димитром С. Экономика и организация туризма / С. Димитром / Пер. с болг. – М.: Прогресс, 1972. – 131 с.
11. Мамутов В.К. Рекреация: социально-экономические и правовые аспекты / В.К. Мамутов, А.И. Акмола, Т.Н. Дементьева и др. / Академия наук Украины. Институт экономики промышленности. – К.: Наукова думка, 1992. – 141 с.
12. Любимцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любимцева– 3-є вид., перероб. та доп. – К.: „Альтерпрес”, 2005. – 436 с.
13. Устойчивое развитие туризма. Пособие для специалистов по местному планированию. – Мадрид: Всемирная туристическая организация, 2003. - www.world-tourizm.org/guso.
14. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / В.К. Федорченко, Т.А. Дьорова. – К.: Вища школа, 2002. – 246 с.
15. Ходорков Л.Ф. Международный туризм: вчера, сегодня, завтра / Л.Ф. Ходорков, М.Э. Немоляева. – М.: Международные отношения, 1985. – 226 с.
16. Проблемы конструктивной географии: Теоретические основы рекреационной географии: Монография / Коллектив авторов; Отв. ред. В.С. Преображенский. – М.: Издательство «Наука», 1975. – 224 с.
17. Старовойтенко О.А. Принципы систематизации видов туризма / О.А. Старовойтенко // Экономика Украины. – 2002. – № 5. – С. 48-53.
18. Бережная И.В. Структура экономики АР Крым в вопросах региона листики / И.В. Бережная: монография. – Львов: ИРИ НАНУ, 2004. – 152 с.
19. Карташевская И.Ф. Оптимизация процессов управления туристическими ресурсами на региональном уровне / И.Ф. Карташевская // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 45. – С. 49-52.
20. Азар В.И. Экономика туристического рынка / В.И. Азар, С.Ю. Туманов. – М.: Феликс, 1998. – 328 с.
21. Багров Н.В. Региональная геополитика устойчивого развития / Н.В. Багров. – К.: Либідь, 2002. – 256 с.

373.61:012.64

*Бакало Н.В., к.е.н., доцент, Черниш І.В., к.е.н., доцент,
Полтавський університет економіки і торгівлі, м. Полтава*

ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ МАЛИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ПОЛТАВСЬКОГО РЕГІОНУ

Процес становлення підприємств малого бізнесу в Україні відбувався нерівномірно, темпи його прискорювалися та уповільнювалися в співвідношенні зі змінами зовнішнього середовища, оскільки можливості малих підприємств протистоять деструктивним факторам зовнішнього середовища об'єктивно обмежені. Дана тема знайшла своє відображення в попередніх публікаціях автора. Як продовження, на нашу думку діями відділу розвитку малого підприємництва повинно бути проведення аналізу відповідності якості і рівня управління змінами макросередовища. Методичною базою проведення такого аналізу може служити Регіональна програма розвитку малого підприємництва у Полтавській області. Кожен відповідальний фахівець відділу за досліджуваними політико-правовими, економічними, соціально-демографічними, технологічними, міжнародними, екологічними факторами збирає, відбирає та аналізує інформацію про їх вплив. На підставі виконаного аналізу фахівцями відділу розробляються висновки про стан впливу факторів макросередовища та про використання наявних можливостей щодо зміни їх впливу.

Саме на вітчизняних підприємствах процес формування процедури організаційного забезпечення проведення аналізу впливу факторів макросередовища на малі підприємства ще не відпрацьований. Це пояснюється недостатністю дослідження даного питання в теоретичному і методичному плані, що визначає необхідність його подальшої розробки. Тому, завданням постає – розробка процедури створення організаційного забезпечення аналізу впливу факторів макросередовища на малі підприємства [3].

Інформація, яка надходить до Координаційного центру з відділу розвитку малого підприємництва при обласній та районних держадміністраціях повинна ретельно оброблятися та досліджуватися. Аналітики відділу на основі аналізу впливу факторів макросередовища на малі підприємства формують свій висновок про виявлення тенденцій зміни розвитку макросередовища та