

Винодельческое предприятие платит виноградарям 4,025 тыс.грн, из которых 2,735 тыс. грн направляются на погашение производственных затрат и расширение производства, а 1,25 тыс. грн – на восстановление виноградников. Если в хозяйстве 300 га виноградников с урожайностью 4 т/га, то будет получено 1,5 млн. грн инвестиций на восстановление виноградников. Этого достаточно для закладки 40 га новых виноградников или восстановления части используемых.

**Выводы.** Следует поощрять украинские винодельческие предприятия на создание собственной отечественной базы виноградарства. Рекомендуется виноградарским предприятиям включать в проектируемую цену реализации технических сортов винограда надбавку на создание фонда воспроизводства виноградных насаждений. Денежные средства этого инвестиционного фонда являются целевыми и не могут быть израсходованы на другие цели.

#### Источники и литература:

1. Авідзба А. М. Підготовка виноробної галузі до вступу України у СОТ / А. М. Авідзба // Вісник аграрної науки. – 2006. – № 11. – С. 5-10.
2. Гаркуша О. М. Удосконалення ціноутворення у виноградарстві / О. М. Гаркуша // Вісник аграрної науки. – 2002. – № 1. – С. 76-77.
3. Черемисина С. Г. Функционирование виноградо-винодельческого подкомплекса : теория, методика, практика : монография / С. Г. Черемисина. – Симферополь : Таврия, 2004. – 456 с.

**Швец И.Ю.**

**УДК 332.122:379.84**

### **ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ РЕКРЕАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ РЕГИОНА**

Регион занимает важное место в хозяйственном комплексе страны, составляя в то же время единое экономическое целое с другими регионами. Поэтому знания о стране складываются из глубоких и всесторонних знаний всех ее регионов. И это придает особенно большую значимость научным знаниям о регионах, изучению региональной экономики.

Особенно важную роль играет региональная экономика в научном обеспечении экономических преобразований, создании единого экономического пространства при рационализации межрегиональных связей, формировании региональных рынков. Содержание региональной экономики способствует выработке рациональной, научно обоснованной региональной политики и стратегии.

К числу факторов, обуславливающих экономическое развитие регионального туризма относятся: состояние факторов производства и рекреационных ресурсов, численного населения, покупательная способность населения; структуры потребительского спроса; конкурентные преимущества, региональная инфраструктура; качественное изменение управленческих региональных функций; необходимость обеспечения экономической самодостаточности территорий на основе, прежде всего эндогенных процессов регионального общественного воспроизводства.

Постепенный переход общества от модели жизнеобеспечения к модели содержательного времяпрепровождения 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. 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 [6, 7]. В определении предмета исследования важно отказаться от узкой ориентации на территориальных рекреационных систем.

В рамках каждого социокультурного образования складывается свое, уникальное понимание того, что есть объект и предмет рекреации; каждое социокультурное образование имеет собственную логику эволюции и рефлексии о своей эволюции.

Целью данной статьи является анализ структуры регионального 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» [8, с. 6]. Размер и состав внутренней организации рекреационного пространства имеет иерархическую структуру (табл.1).

**Таблица 1.** Таксонометрическая система рекреационных районов

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

Источник: Димитров С. Экономика и организация туризма. Пер. с болг. – М.: Прогресс, 1972. - С. 131

Рекреационное пространство рядом ученых разделяется на организованное и неорганизованное [10, 11]. 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 [11, 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, представленными, как дискретными, так и ареальными формами (табл.2) [11, 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 [12]. 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.

**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.

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.

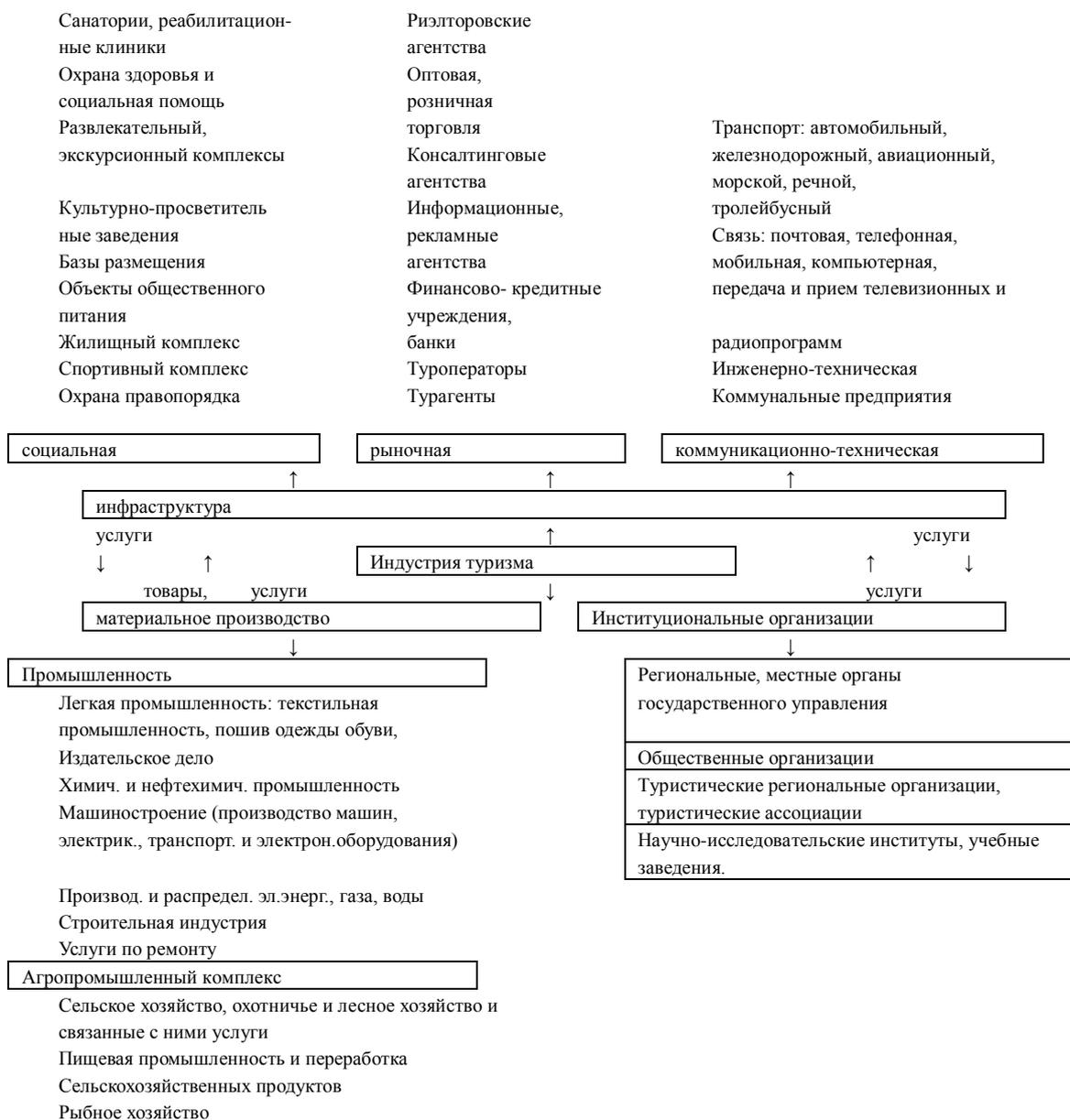


Рис.1. Структура регионального туристического рынка

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 разнородностью, 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 [12]. 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.

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, непроизводственной сферой, общественными организациями, государственными структурами, местным населением, формируются на основе участия территориального разделения 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 преобладает. 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 ставилось на первое место, в антропоцентрических моделях главным в развитии туризма должен быть сделан акцент на потребности человека.

**ВЫВОДЫ.** Экономика регионального туристического рынка формируется и функционирует на основе интегрально-взаимозависимости предприятий региона (туристский кластер), деятельность, которых напрямую или опосредована связана с экономикой рекреации;

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

Результатом развития региональной экономики является создание и поддержание конкурентных преимуществ и достижение более высокого уровня конкурентоспособности рекреации. Профилизация региона 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.

#### **Источники и литература:**

1. Преображенский В. С. Физико-географические аспекты и проблемы организации отдыха / В. С. Преображенский / Географические проблемы организации туризма и отдыха. – М. : Центр. рекламно-информ. бюро "Турист", 1975. – Вып. 1. – 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. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма / под ред. д. э. н., проф. А. В. Ефремова. – Симферополь : Таврия, 2002. – 300 с.
9. Димитром С. Экономика и организация туризма / С. Димитром; [пер. с болг.]. – М. : Прогресс, 1972. – С. 131.
10. Мамутов В. К. Рекреация : социально-экономические и правовые аспекты / В. К. Мамутов, А. И. Акмола, Т. Н. Дементьева и др.; Академия наук Украины; Ин-т экономики промышленности. – К. : Наукова думка, 1992. – 141 с.
11. Любимцева О. О. Рынок туристических услуг (геопросторові аспекти) / О. О. Любимцева. – 3-е вид., перероб. та доп. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
12. Устойчивое развитие туризма : [Электронный источник] : пособие для спец. по местному планированию. – Мадрид : Всемирная туристическая организация, 2003. – Режим доступа : [www.world-tourizm.org/ruso](http://www.world-tourizm.org/ruso).

Швец Ю.Ю.

УДК 332.122:379.84

## СУЩНОСТЬ ТУРИЗМА КАК ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ ФОРМЫ

Кардинальные изменения в тенденциях развития современного туризма как социально-экономического и культурно-коммуникативного института объективно нуждаются принятия адекватных практических действий со стороны субъектов туристической деятельности всех уровней.

Здесь большую роль играет аспект экономической эффективности и целесообразности развития туризма, который в рыночной экономике определяется зачастую не прямой отдачей вложенных средств, а тем, чего мы лишаемся, не вкладывая эти средства в другую сферу. Но значение туризма в социально-экономическом развитии страны трудно переоценить. Ускорение темпа жизни, ухудшение экологической ситуации как природной, так и социальной среды приводят к так называемому синдрому накопленной усталости, снижению иммунитета, повышению заболеваемости и смертности населения. И именно перед туристическим бизнесом стоит задача не только достижения экономически эффективной деятельности, но и решения социального вопроса – ликвидации последствий этих негативных влияний посредством создания условий для восстановления сил, здоровья, получения новых знаний, впечатлений. Отечественными учеными Н.С. Мироненко и И.Т. Твердохлебовым [1] разграничено понятия *отдых* и *рекреация*. К отдыху отнесена человеческая деятельность или ее отсутствие, не направленная на удовлетворение насущных потребностей во вне рабочее время в месте постоянного проживания; к рекреации – система мероприятий, связанных с использованием свободного времени для оздоровительной, познавательной, спортивной и культурно-развлекательной деятельности людей на специализированных территориях, находящихся вне места их постоянного проживания.

Время, затраченное на восстановление сил человека, делят на такие виды: инклюзивное (в течение рабочего дня) – время простого компенсаторного восстановления человеческих сил; ежедневное (после работы) – компенсаторно-расширенное восстановление, уик-энд – расширенно-компенсаторное восстановление, отпускное время – расширенное восстановление [2]. Основываясь на представленных рекреационных видах времени, А.С. Кусков и О.В. Лыскова выделяют соответствующие им типы рекреационной деятельности [3]: компенсаторную рекреационную – восстанавливающую затраты человеческих сил до нормального уровня, которая включает: инклюзивную, осуществляемую в бытовой и трудовой деятельности, ежедневную – к которой относятся зарядка, прогулки, чтение и т.п., еженедельную – отдых воскресного дня; расширенную рекреационную деятельность – восстанавливающую затраты человеческих сил, растроченных за предыдущий трудовой год. Таким образом, первоосновой рекреационной деятельности является время, которая обусловлена социально-экономическими особенностями, традициями общества. В.С. Преображенский, 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 [4].

Цель обосновать сущность туризма как институциональной формы.