

П. В. Долгополов (Сочи, СГУТиКД). Развитие малого предпринимательства как стратегический фактор повышения конкурентоспособности туристского региона.

Понятие «региональный туризм» содержит два тесно связанных между собой аспекта: географический и социально-экономический. Первый отражает пространственное распределение рекреационных ресурсов, объем рекреационных потребностей местного населения и степень удовлетворения их в конкретном районе, а также возможности для привлечения внешних туристских потоков на данную территорию. Второй показывает уровень рекреационной освоенности территории, обусловивший место данного региона на отечественном и мировом туристском рынке, и социально-экономические условия, способные стимулировать или сдерживать развитие туризма.

Стратегическая цель всего региона как конкурентной единицы — обеспечение конкурентоспособности на длительный период. Взаимодействие отраслей (гостиниц, транспортных предприятий, торговли), их рынков, населения и окружающего мира оказывает влияние на конкурентоспособность региона. Рынки предъявляют высокие требования к продукции и тем самым стимулируют работу отраслей, и наоборот: конкурентоспособные отрасли заинтересованы в сохранении и увеличении количества требовательных клиентов на местах. Отрасли, получающие от туризма хорошую прибыль, формируют определенное позитивное мнение у местного населения. Население, позитивно относящееся к туризму в своей местности, есть гарантия гостеприимства, что облегчает реализацию инновационных туристских проектов. Взаимодействие окружающей среды и региона, особенно отношение населения к позитивным и негативным внешним эффектам или реакция на позитивные и негативные тенденции также оказывает влияние на состояние конкурентоспособности.

Общее определение конкурентоспособности региона может быть сформулировано на основе понятия, предложенного А. З. Селезневым: «Конкурентоспособность региона — это обусловленное экономическими, социальными, политическими и другими факторами положение региона и его отдельных товаропроизводителей на внутреннем и внешнем рынках, отражаемое через показатели (индикаторы), адекватно характеризующие такое состояние и его динамику».

В современных условиях стратегическое управление конкурентоспособностью — инструмент, который позволяет повысить эффективность используемых ресурсов, уровень инновационной активности, качество предоставляемых услуг, тем самым создает условия для обеспечения устойчивых темпов экономического роста, повышения уровня жизни населения.

Управление конкурентоспособностью региона представляет собой область знаний и профессиональной деятельности, направленных на формирование и обеспечение достижения целей по повышению конкурентоспособности региона.

Конкурентоспособность рекреационного региона по структуре и содержанию представлена как взаимообусловленное единство двух составляющих: конкурентоспособности предоставляемых услуг и ресурсного потенциала региона.

В настоящее время конкурентоспособность является, с одной стороны, объективным показателем и одним из преимуществ региона рекреационной специализации, с другой — инструментом и объектом административного воздействия со стороны региональных органов управления.

Обретение регионами Российской Федерации экономической самостоятельности вызывает необходимость переоценки их положения и функций в экономическом пространстве, отражает стремление каждого из них к самоутверждению, выбору экономической структуры, способной обеспечить надежное положение региона в рыночном пространстве федерации. В борьбе за экономическое пространство обостряется конкуренция между предприятиями, отраслями, регионами. Предметом конкурентной борьбы между регионами становятся государственные программы и национальные проекты, связанные с размещением и территориальной организацией хозяйства, а

также с решением социальных проблем. В рыночном пространстве страны сталкиваются интересы всех субъектов федерации, и преимущества получает лишь тот рекреационный регион, у которого сильнее конкурентные позиции, определяемые во многом его отраслевой специализацией, в частности, уровнем развития предоставляемых услуг.

Процесс регионального развития в контексте сопровождающего его управленческого процесса понимается как повторяющиеся циклы четырех ключевых этапов: анализа и оценки текущего экономического положения, выработки стратегических целей и задач для развития, предвидения и выявления барьеров и определения и выполнения стратегии и действий по их преодолению. В соответствии с положениями теории успешного проведения перемен, четвертая фаза этого повторяющегося цикла включает «пробуждение» структур исполнительной власти, представителей законодательного собрания, структур общественного сектора и, наконец, самих предпринимателей, непосредственное проведение изменений и упорядочивание новых системных взаимосвязей. Осознание необходимости подобных перемен — одна из самых сложных проблем развития малого предпринимательства.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Селезнев А. З.* Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М.: Юристъ, 2007, 384 с.