

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОДІЄЮ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ

Проведено аналіз методичних підходів щодо управління взаємодією на регіональному туристичному ринку в контексті формування механізмів узгодження економічних інтересів всіх його учасників. Обґрунтовано доцільність застосування системного підходу з побудовою якісної моделі розвитку туристичного ринку і врахуванням умов невизначеності ринкової кон'юнктури.

Ключові слова: туристичний ринок, економічний механізм, регіон, взаємодія, управління, системний підхід.

Постановка проблеми. Туризм як соціально-економічне явище все більше набирає всіх ознак динамічної системи, будучи при цьому специфічним і складним об'єктом управління. Комплексний та багатогранний характер суттєво ускладнюють оцінювання соціальної чи економічної ролі та значущості туризму як у світовій економіці, так і в економіці окремих країн та регіонів. До цього додається необхідність врахування ментальних та інших особливостей розвитку туризму в тих чи інших регіонах, країнах.

Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави та регіонів, будучи його стимулятором і каталізатором. Це обумовлюється тим, що розвиток туризму стимулює розвиток виробничих і обслуговуючих секторів економіки, які спеціалізуються, зокрема, на випуску товарів та послуг туристичного призначення. Стимулюється також розвиток таких секторів економіки як: будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво тощо, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією.

Крім цього, стимулюється інноваційний розвиток, впровадження новітніх виробничих та обслуговуючих технологій. Зростаючий туристичний попит і постійне підвищення вимог до набору і якості туристичної продукції та послуг сприяє створенню нових робочих місць, поповненню бюджету та валютним надходженням.

У сучасних умовах розвитку економіки якість прийнятих рішень в різних процесах управління залежить від дослідницького підходу до проблем управління. Завдання дослідження полягає в тому, щоб визначити і показати ефективність взаємодії на регіональному туристичному ринку, її впливу на соціально-економічне середовище регіону в контексті його сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку туризму, зокрема, й управління розвитком регіонального туристичного ринку присвячено наукові праці таких вчених як: Борушак М. [1], Войнаренко М. [2], Гонтаржевська Л. [3], Дишловий І. [4], Дмитришин Л. [5], Дядечко Л. [6], Лютак О., Михальчук Л. [7], Перекрест Т. [8], Семенов В. [9], Яхно Т., Зінік С. [10] та ін. Проте, наявні реалії, пов'язані, насамперед, з євроінтеграційними прагненнями, зумовлюють необхідність удосконалення існуючих і формування нових науково-методологічних засад і практичних рекомендацій щодо управління розвитком регіонального туристичного ринку, особливо у контексті організації економічно вигідної співпраці його учасників.

Метою статті є аналіз методичних підходів щодо управління взаємодією на регіональному туристичному ринку в контексті формування механізмів визначення плану, вибору фактичних станів, стимулювання і оцінки ефективності функціонування туристичного ринку в результаті збалансованості інтересів всіх його учасників.

Виклад основного матеріалу. Ефективність функціонування регіонального туристичного ринку залежить від багатьох складових і може визначатися за формулою:

$$E = f(M, X, P, Y, Z, I) \rightarrow \text{таж}$$

де M - варіант розвитку ринку;

X - чинники впливу на розвиток ринку;

P - потенціал ринку;

Y - ресурси, необхідні для функціонування ринку;

Ж - обсяг туристичних товарів і послуг на ринку;

I - залучені інвестиції.

Ефективне управління розвитком регіонального туристичного ринку передбачає створення системи, що впливає на керований об'єкт і яка передбачає створення організаційної структури з врахуванням інтересів всіх учасників ринку.

Управління полягає у впливі керуючої системи (суб'єкта управління) на керовану (об'єкт управління), між якими існує прямий і обернений зв'язок. Під прямим зв'язком розуміють потік керуючої інформації (керуючі впливи), а під оберненим зв'язком - потік інформації про стан об'єкта управління [11, 12].

З позиції управління туристичний ринок є системою, що складається з організаційно пов'язаних між собою елементів і підрозділяється на дві підсистеми - керовану (об'єкт управління) і керуючу (суб'єкт управління), які пов'язані інформаційними каналами. Керована підсистема - це внутрішня структура туристичного ринку, яка, у свою чергу, є поєднанням елементів (учасників) і зв'язків між ними. Керуючою підсистемою в даному випадку є організаційна структура управління розвитком туристичного ринку. Керованою підсистемою є туристичне підприємство або група підприємств, що діють на ринку і об'єднані за певною ознакою.

Згідно з системною моделлю організації можна виділити основні підсистеми, необхідні для розвитку відкритої системи, якою вважаємо й регіональний туристичний ринок.

Підсистема управління є органом, що формує цілі, плани і засоби контролю. Вона відображає роль керівників виконавчого рівня і представляє групу суб'єктів органів державної влади.

Підсистема адаптації відстежує економічну обстановку, а також забезпечує відповідність туристичної продукції і послуг ситуації на ринку;

Підсистема ресурсного контролю контролює надходження ресурсів. До функцій цієї підсистеми відносяться навчання та підвищення кваліфікації кадрів, раціональне використання ресурсів.

Підсистема надання туристичних продуктів і послуг забезпечується туристичними підприємствами та іншими учасниками ринку.

Підсистема контролю відтоків пов'язана з розподілом продуктів на ринку (маркетингові

групи на туристичних підприємствах, туроператори, турагенства, агентства підтримки бізнесу, органи управління).

Підсистема підтримки намагається забезпечити ефективну спільну роботу інших підсистем, підтримує рівновагу на ринку, координуючи всі процеси.

Під системою управління, в загальному сенсі, розуміють таку систему, в якій реалізуються функції управління. Елементами такої системи насамперед повинні виступати: процеси, наявність цілі, загальна модель, об'єкт і суб'єкт управління, принципи управління, зміст (функції) управління, методи впливу на процеси, засоби впливу. Принципами функціонування системи управління є системність, комплексність, ефективність, оперативний зворотний зв'язок, конкретність, динамічність, стійкість, безперервність і обов'язковий взаємозв'язок з інтересами учасників.

Таким чином обґрунтованим видається застосування системного підходу в управлінні, який пов'язаний з моделюванням, аналізом і конструюванням об'єктів як систем [13].

Регіональний туристичний ринок є одним з функціональних елементів соціально-економічної системи, які задають напрям розвитку самої сфери туризму і впливають на обсяг, на попит і на туристичну пропозицію, мають різну ступінь впливу на її функціонування. За допомогою системного підходу можлива побудова якісної моделі розвитку регіонального туристичного ринку, а також розуміння того, що чинники зовнішнього середовища впливають на всі елементи системи туризму та на зв'язки, що існують між ними, які визначають цілісність системи.

Регіональний туристичний ринок складає сукупність взаємодіючих елементів, об'єднаних певними цілями, і може розглядатись як система.

Системний підхід включає такі положення [11]:

- складні системи складаються з елементарних, але досить представницьких зі смисловим навантаженням утворень;

- стан кожного з елементів системи визначається деякими характеристиками, що залежать від його місця в системі і часі;

- необхідний порядок в елементах системи задається обмеженнями, правилами поведінки і сильно залежить від ступеня відкритості взаємодії досліджуваної системи з навколишнім середовищем.

Системний підхід включає аналіз і синтез об'єкта управління, в тому числі й управлінського рішення.

Системний підхід ґрунтується на низці положень, які слід визначити для регіонального туристичного ринку, як частини регіональної соціально-економічної системи у взаємозв'язку з закономірностями систем, це [14]:

- проблеми регіонального туристичного ринку визначаються з урахуванням взаємозв'язку з більшими соціально-економічними системами, в які входить розглянута система і з якими вона пов'язана спільністю цілей;

- цілі регіонального туристичного ринку визначаються у зв'язку з соціально-економічною системою в цілому або з більшими системами;

- стійкий розвиток регіонального туристичного ринку неможливо забезпечити шляхом незначних змін; він має ґрунтуватися на плануванні, оцінюванні та прийнятті таких рішень, які припускають позитивні зміни для системи в цілому;

- існуючі проекти розвитку регіонального туристичного ринку в соціально-економічній системі слід оцінювати ступенем відхилення системи від оптимального проекту.

Так як проблема розвитку регіонального туристичного ринку надзвичайно важлива, а завдання організації ефективної взаємодії характеризуються значною кількістю неформалізованих чинників, складністю зв'язків між ними і тому не можуть бути вирішені традиційними методами, то основою для вирішення поставленого завдання може служити системний аналіз, який передбачає:

- представлення ситуації, що включає в себе характеристики регіонального туристичного ринку в регіональній соціально-економічній системі як динамічного керованого процесу;

- декомпозицію регіонального туристичного ринку як об'єкта управління, а також його представлення у вигляді структури з урахуванням учасників ринку;

- представлення регіонального туристичного ринку як динамічного об'єкта є підставою не тільки для аналізу поточної ситуації, але й для прогнозування її в майбутньому;

- врахування впливу зовнішніх чинників;

- формування ієрархічної структури показників функціонування регіонального туристичного ринку і вибір узагальнених (інтегральних) показників з визначенням їх функціональної залежності від параметрів регі

ональної соціально-економічної системи та управління;

- визначення складу засобів і способів управління розвитком регіонального туристичного ринку та принципів формування альтернативних варіантів впливу на нього в соціально-економічній системі регіону;

- розробку критерію вибору прийнятого рішення, який передбачає обов'язкову оцінку ефективності його впливу на регіональний туристичний ринок (показники функціонування), а також наслідків, пов'язаних з його реалізацією;

- моделювання і багатоваріантний сценарний аналіз.

Реалізація даної методології дозволить значною мірою подолати проблему складності аналізу регіонального туристичного ринку, прийняти управлінські рішення на основі комплексного аналізу проблеми його сталого розвитку, оцінки його ефективності з погляду організації узгодженої взаємодії учасників ринку.

Зміст управління можна розглядати за функціями та процесами. За функціями: планування і прогнозування; організація діяльності; координація і регулювання системи управління; мотивація функціонування туристичного ринку; стимулювання розвитку ринку; аналіз і контроль функціонування.

Методи керуючих впливів в системі управління розвитком є такі: організаційні, економічні, соціальні. Представляється доцільним в рамках стратегії підвищення ефективності функціонування туристичного ринку виділяти такі методи управління розвитком ринку: примусовий, адаптивний, управління в кризовій ситуації, метод керованого опору.

Суть примусового методу управління розвитком туристичного ринку полягає в тому, що ініціатори системного реформування внутрішньо переконані в необхідності докорінних перетворень і у них достатньо влади для впровадження своїх ідей щодо управління розвитком ринку. Всі етапи управління розвитком туристичного ринку, починаючи від вироблення стратегії і закінчуючи встановленням нових відносин в процесі управління, проходять за безпосередньою участю і під контролем органів влади. Як правило, цей метод вимагає великих витрат і небажаний в соціальному аспекті. Однак він дає перевагу, коли потрібна негайна реакція на наявні зміни попиту з боку туристів і необхідно терміново відреагувати на нові зміни в попиті. Метод адаптивного управління розвитком туристичного ринку, по

суті, діаметрально протилежний примусовому методу. В даному випадку зміни на ринку не пов'язані з необхідністю швидкої реакції на зміну попиту з боку туристів, а пов'язані з поступовою адаптацією до нового попиту, що виникають в методах управління розвитком туристичного ринку, бажанням використовувати сучасні ефективні методи управління тощо. Такий процес відбувається шляхом поступових, незначних змін, які протягом тривалого часу якісно покращують структуру ринку. Таким чином, адаптивний метод може дати добрі результати, якщо ринок має значний запас час для корегування процесів управління.

Останнім часом зовнішні умови змінюються настільки швидко, що деякі регіональні туристичні ринки не встигають відреагувати на зміни. У таких випадках потрібно вживати екстрених заходів щодо зміни стратегії розвитку для виходу з кризи. Метод управління опором займає проміжне місце між примусовим і адаптивним методом. Він застосовується, коли достатньо часу для формування і прийняття рішень щодо поступового перетворення туристичного ринку. Тривалість процесу перетворення визначається наявним резервом часу. З наростанням терміновості цей метод наближається до примусового, а зі зменшенням - до адаптивного. Це дозволяє використовувати поетапний підхід, тобто весь процес планування та впровадження перетворень на туристичному ринку розбивається на певні етапи, кожен з яких реформує певний елемент системи управління або їх взаємопов'язану сукупність.

Суть стратегічного підходу до управління розвитком туристичного ринку становить перехід від пріоритету короткострокових цілей до пріоритету довгострокових цілей, від орієнтації на звернення до поточних завдань до орієнтації на вирішення перспективних проблем. Стратегічний підхід вимагає кардинального перегляду всієї ідеології регіонального управління, наявних технологій, практики прийняття рішень і розподілу ресурсів. Застосування даного підходу в практиці управління розвитком туристичного ринку дозволяє уникнути нав'язування якоїсь однієї моделі управління і необхідності всім під неї підлаштовуватися. Стратегічний підхід дозволяє пов'язати різноспрямовані цілі, різноманітні ресурси в межах одного потоку діяльності, замість примусу і насильства перейти до співпраці і узгодження інтересів.

Процес стратегічного управління розвитком туристичного ринку на регіональному

рівні обмежується суто формальним стратегічним плануванням, тобто розробкою планів і програм розвитку. Так однією із форм стратегічного менеджменту є комплексна програма розвитку, яка реалізує принципи програмно-цільового управління і передбачає таку технологію: аналіз і системний опис вихідного стану, системне проектування експертами бажаного стану, виявлення істотних проблемних ситуацій і формування альтернативної системної діяльності щодо переходу з вихідного стану в бажаний. Охарактеризована технологія відображає методологію стратегічного менеджменту. Концепції розвитку є основою формування комплексних і цільових програм розвитку та дозволяють здійснити програмування набору заходів системної діяльності, що забезпечують досягнення поставлених цілей в певний період.

Оскільки нас цікавлять набори методів, за допомогою яких можливе вирішення завдань опису діагнозу стану і розвитку регіонального туристичного ринку в контексті організації узгодженої взаємодії, як частини регіональної соціально-економічної системи, оцінки його впливу на економічну та екологічну систему регіону, можливості переходу сфери туризму в умови сталого розвитку, то приймемо за основу узагальнену класифікацію методів [11, 15].

1. Методи формалізованого представлення систем управління (методи формального моделювання досліджуваних процесів і явищ).

2. Методи, засновані на використанні інтуїції, знань і досвіду фахівців.

3. Комплексні або спеціальні методи (методи поступової формалізації задач).

Перша група методів, як правило, базуються на використанні математичних, економіко-математичних методів і моделей дослідження систем управління, серед яких виділимо класи:

- аналітичні (включають методи математичного програмування, теорії ігор, методи пошуку екстремумів функцій, варіаційне числення, інтегральне числення, диференціальне числення та інші);

- статистичні (включають математичну статистику, теорію ймовірностей, теорію масового обслуговування, методи статистичних випробувань, методи висунення та перевірки статистичних гіпотез та інші методи статистичного імітаційного моделювання);

- теоретико-множинні, логічні, лінгвістичні, семіотичні представлення (розділи дис

кретної математики, що складають складові теоретичну основу розробки різного роду мов моделювання (економіко-математичне моделювання), автоматизації проектування, інформаційно-пошукових мов);

- графічні (включають теорію графів і різного роду графічні представлення інформації типу діаграм, графіків, гістограм тощо).

Для повнішого відображення проблемної ситуації доцільно застосування статистичних методів, за допомогою яких на основі вибіркового дослідження отримують статистичні закономірності і поширюють їх на поведінку системи в цілому. Все більш широке застосування знаходить статистичне імітаційне моделювання економічних явищ і процесів, а також ситуацій прийняття рішень.

Поряд з кількісними результатами обчислень слід при прийнятті рішень враховувати низку обставин якісного характеру, що не зводяться до однозначних відповідей. Так, до другої групи відносяться методи, засновані на використанні інтуїції, знань і досвіду фахівців-експертів, використанні їх досвіду і нетрадиційних підходів до аналізу ситуації, які включають методи типу: «мозкової атаки»; методи типу «сценаріїв»; методи експертних оцінок (включаючи SWOT-аналіз); методи типу «Дельфі»; методи структуризації типу «дерева цілей», «рішень прогнозного графа» і низка інших методів.

До третьої групи відносяться комплексні методи (методи поступової формалізації задач): комбінаторика, ситуаційне моделювання, топологія, графосеміотика, імітаційне динамічне програмування, структурно-лінгвістичне моделювання, теорія інформаційного поля та інформаційних ланцюгів (інформаційний підхід до моделювання та аналізу систем), що базується на ідеї почергового застосування методів, спрямованих на активізацію використання інтуїції, досвіду фахівців і методів формалізованого представлення систем.

В даний час також широко застосовуються експертні методи при дослідженні регіональних систем та їх складових. При цьому доводиться проводити статистичний аналіз експертних думок. До основних задач статистичного аналізу експертних оцінок відносять:

1. Дослідження структури сукупності експертних думок. Ця задача розв'язується засобами багатовимірного статистичного аналізу - методами рангової кореляції, кластер-аналізу тощо. Визначивши той чи інший спосіб обчислення «відстані» між думками експертів, можна розв'язувати задачу «кластеризації» експер-

тів, інтерпретуючи кожен із знайдених таким чином кластер як групу експертів-одномумців.

2. Аналіз взаємної узгодженості думок групи експертів. Володіючи думками цілої групи експертів, аналітик-статистик прагне оцінити ступінь узгодженості всіх цих експертних оцінок, у тому числі й статистично перевірити гіпотезу про повну відсутність будь якої їх узгодженості (тоді слід або уточнити постановку запропонованої експертам задачі, або замінити склад експертної групи). Ця задача також розв'язується засобами багатовимірного статистичного аналізу.

3. Побудова єдиної групової думки і оцінка відносної компетентності кожного експерта. Пошук єдиної групової думки зводиться до розв'язання відповідної оптимізаційної задачі. Основна ідея різних підходів до оцінки відносної компетентності кожного експерта, полягає у тому, що чим «дальше» думка експерта знаходиться від єдиного групової думки, тим нижче оцінюється рівень його відносної компетентності. Якщо в результаті дослідження структури сукупності експертних думок аналітик-статистик приходять до висновку про наявність кількох підгруп експертів з однорідністю думок всередині кожної підгрупи та істотним розходженням думок в будь-якій парі таких підгруп, то задача єдиного групової думки і оцінка відносної компетентності експерта розв'язується окремо для кожної з виявлених підгруп.

Найбільше поширення в практиці управління розвитком регіонального туристичного ринку отримав SWOT-аналіз, який передбачає аналіз сильних і слабких сторін, обумовлених внутрішніми чинниками, а також загроз і можливостей, обумовлених чинниками зовнішнього характеру. SWOT-аналіз може бути використаний для визначення перспективних напрямків розвитку і можливих обмежень окремих учасників ринку, функціонуючого в соціально-економічній системі регіону і для туристичного ринку в цілому. Недолік методу полягає у відсутності науково обґрунтованого підходу, в складності пошуку інформації та довільності вагових значень різних ознак.

Графові математичні моделі призначені для формалізації опису складного об'єкта, проблеми або функціонування системи і виявлення причинно-наслідкових зв'язків між їх елементами в результаті впливу на ці елементи або зміни характеру зв'язків, застосовні до систем, що характеризується [16, 17]:

- багатоаспектністю наявних процесів та їх взаємозв'язком, внаслідок чого неможливо вичленення і детальне дослідження окремих явищ - все, що відбувається повинно розглядатися в сукупності;

- відсутністю достатньої кількісної інформації про динаміку процесів, що змушує переходити до якісного аналізу таких процесів;

- мінливістю процесів у часі, тобто застосовні до систем, проблеми яких слабо структуровані.

Метод когнітивних карт може бути допоміжним засобом для з'ясування структури досліджуваної задачі, тобто визначення чинників, зв'язків між ними і їх характеру, підтримки прийняття рішень.

Висновки. Таким чином, визначено основні методи управління взаємодією на регіональному туристичному ринку, як з точки зору загальної теорії управління, так і виходячи із специфіки об'єкта управління.

В контексті вдосконалення системи управління взаємодією учасників регіонального туристичного ринку представляється доцільним застосування системного підходу з побудовою якісної моделі розвитку ринку з урахуванням швидко мінливих чинників зовнішнього середовища.

Одним з підходів до управління є стратегічний, який акцентує увагу на ідентифікації довгострокових орієнтирів і пріоритеті довгострокових цілей і полягає у формуванні та реалізації стратегії розвитку туристичного ринку. Поєднання стратегічного підходу до управління розвитком регіонального туристичного ринку і моделювання складних ситуацій в області функціонування ринку дає можливість створення ефективного механізму управління взаємодією учасників регіонального туристичного ринку.

1. *Борушак М.* Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія / М. Борушак. - Львів: ІРД НАН України, 2006. - 288 с.

2. *Войнаренко М. П.* Кластерні моделі об'єднання підприємницьких структур у туристичній галузі та сфері розваг / М. П. Войнаренко // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). - 2007. - № 11. - С.13-19.

3. *Гонтаржевська Л. І.* Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська; Донецький ін-т туристичного бізнесу. - Донецьк : Східний видавничий дім, 2008. - 180 с.

4. *Дишловий І. М.* Питання формування та функціонування кластерів у рекреаційно-туристичному комплексі регіону / І. М. Дишловий // Економічні інновації. - 2011. - Випуск 44. - С. 79-89.

5. *Дмитришин Л. І.* Просторова модель уніфікації та конкуренції в регіональному туристичному секторі / Л. І. Дмитришин, Т. Д. Павлюк // Проблеми економіки. - 2014. - № 3. - С. 335-340.

6. *Дядечко Л. П.* Економіка туристичного бізнесу / Л. П. Дядечко. - К. : Центр навчальної літератури, 2007. - 224 с.

7. *Лютак О. М.* Аналіз та оцінювання інформації про основні туристичні потоки України / О. М. Лютак, Л. В. Михальчук // Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 12(138). - С. 217-225.

8. *Перекрест Т. В.* Оцінювання економічної ефективності туризму: науково-практичний аспект / Перекрест Т. В. // Вісник економічної науки України. - 2012. - № 1. - С. 121-126.

9. *Семенов В. Ф.* Кластерна політика в управлінні регіональним розвитком туризму / В. Ф. Семенов // Вісник соціально-економічних досліджень. - 2010. - № 40. - С.381-387.

10. *Яхно Т. П.* Пріоритетні напрями розвитку туристичних послуг в Україні / Т. П. Яхно, С. П. Зіник // Науковий вісник НЛТУ України. - 2011. - Вип. 21.6. - С.45-51.

11. *Волкова В. Н.* Основы теории систем и системного анализа : [учебник] / В. Н. Волкова, А. А. Денисов. - СПб.: Изд. СПбГТУ, 2005. - 520 с.

12. *Моран О. І.* Розвиток туристичного ринку в економічній системі регіону [Текст] : автореферат... канд. екон. наук, спец.: 08.00.05 - розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / О. І. Моран. - Львів, 2008. - 22 с.

13. *Андрейчиков А. В.* Анализ, синтез, планирование решений в экономике / А. В. Андрейчиков, О. Н. Андрейчикова. - М.: Финансы и статистика, 2000. - 368 с.

14. *Захарченко П. В.* Модели экономики курортно-рекреационных систем: монография / П. В. Захарченко, Азовский регион. Институт управления. Нац. Техн. Ун-т. - Бердянск: Ткачук А. В., 2010. - 392 с.

15. *Горелова Г. В.* Исследование слабоструктурированных проблем социально-экономических систем: когнитивный подход / Г. В. Горелова, Е. Н. Захарова, С. А. Радченко. - Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2006. - 334 с.

16. *Савчук О. В.* Когнітивний підхід до моделювання і управління слабоструктурованими організаційно-технологічними системами (ситуаціями) / О. В. Савчук, А. П. Ладанюк, Н. Г. Грищенко // Восточно-европейский журнал передовых технологий. - 2009. - № 2/3 (38). - С. 14-18.

17. *Дідик Л. В.* Когнітивне моделювання як інструмент дослідження туристично-рекреаційного комплексу / Л. В. Дідик // Економіка та підприємництво: зб. наук. праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана"; відп. ред. С. І. Дем'яненко. - 2012. - Вип. 29. - С. 419-429.

The analysis of methodical approaches to interaction management in the regional tourism market in the context of forming mechanisms of coordinate economic interests of all participants is given. The necessity using of a system approach is established with the construction of quality model of tourism market subject considering the conditions of uncertainty market conjuncture.

Key words: tourist market, economic mechanism, region, interaction, management, system approach.