

хуванням перспективи інтеграції у світове співтовариство.

Отже, в сучасних умовах великомасштабного транскордонного переміщення капіталу, глобалізації ринків і виробництва, конкурентоспроможність товарів, підприємств і держави все більшою мірою визначається здатністю національної економіки генерувати й впроваджувати нові технології, що під силу великим підприємствам. Тому сприяння формуванню в Україні потужних корпорацій, зростанню їх інноваційного потенціалу – одне з основних завдань економічної політики держави у справі створення інноваційно-конкурентного середовища.

Література

1. Портер Майкл С. Конкуренція.: Пер. с англ. – М. Видавничий дім «Вільямс» 2005. – 608с.
2. Шовкун І. Інституціональна модель наукової системи України в трансформаційній економіці // Економіка України. – 2004. – №11. – С. 74; №12. – С. 69.
3. Варналій З. С. Світовий досвід як критерій забезпечення економічної безпеки держави / З. С. Варналій, Л. А. Яремко // Економічна теорія. – 2006. – № 4. – С.77-88.

4. Україна в глобалізованому світі: Зб. наук. праць / НАН України. Ін-т світової економіки і міжнародних відносин; Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2007. – 176 с.

5. Nev A. T. Kearney Study Finds Globalization Linked with Economic and Income Growth, Reduction in Poverty – and also with Wider Income Gap, Worsening Air Pollution // Globalization Index. – A.T. Kearney, Inc. – 2000. – April 5 ; Porter M. Competitive strategy. – USA, 1985.

6. Ключко В. Глобалізація та її вплив на країни з перехідною економікою // Економіка України. – 2001. – № 10. – С. 51-58.

7. Зянько В. В. Інноваційне підприємництво: сутність, механізми і форми розвитку. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ – Вінниця, 2008. – 397с.

8. Білорус О. Глобалізація і глобалізм: парадокси чи закономірність постіндустріальної цивілізаційної еволюції? // Економічний часопис – XXI. – 2004 – № 3. – С. 7-11.

9. Конкуренентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / За ред. Я. А. Жаліла . – К. : НІС, 2005. – 388 с.

Стаття поступила в редакцію 16.04.2009

С.П. НАЛИВАЙЧЕНКО, д.е.н., професор,
К.В. НАЛИВАЙЧЕНКО, к.е.н., доцент,
Кримський економічний інститут ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана»

НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Домінантною тенденцією розвитку світового господарства на початку ХХІ століття є глобалізація, багатовимірний прояв якої виявляється через посилення конкурентної боротьби між суб'єктами міжнародних економічних відносин [1, с. 3]. Сучасна глобалізація, з одного боку, викликає максимальне зближення національних економік, їх взаємопереплетення і зрощення, а з іншого – посилення конкурентної боротьби між суб'єктами міжнародних економічних відносин на всіх рівнях. Загострення конкуренції на світових ринках туристсько-рекреаційних послуг зумовлене, насамперед, нерівномірністю економічного та соціального розвитку не тільки окремих країн, а й регіонів та суб'єктів хазяйнування. За цих умов формування та реалізація ефективних кон-

курентних стратегій міжнародними туристсько-рекреаційними компаніями і державами з метою забезпечення високого конкурентного статусу є пріоритетним завданням у міжнародній економічній політиці практично всіх, навіть розвинутих, країн світу [1, с. 9].

Теоретичні і практичні проблеми функціонування підприємств туристсько-рекреаційного комплексу знайшли своє відображення у наукових працях багатьох зарубіжних і українських учених-економістів. Так, Д. Еделев надає загальну характеристику і спеціалізацію територій світової рекреаційної сфери [2]. С. Цюхля розглядає методологічні аспекти

© С.П. Наливайченко, К.В. Наливайченко, 2009

трансформації рекреаційної діяльності та розвитку регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг [3]. Л. Кобанець в своїй монографії запропонувала концепцію управління розвитком рекреаційної діяльності [4].

Незважаючи на досить велику увагу економістів до даної проблеми, залишаються невирішеними ряд питань. Так, не існує однозначного підходу до визначення шляхів підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств даного комплексу, впливу процесів глобалізації на туристсько-рекреаційну сферу.

В Україні розроблено «Стратегію економічного і соціального розвитку України (2004-2015рр.) «Шляхом європейської інтеграції», відповідно до якої визначено, що розвиток національної економіки має бути спрямований на створення стійкої ефективної та високоадаптивної системи туристсько-рекреаційної сфери національної економіки та її суб'єктів, здатних успішно конкурувати в умовах глобалізації світової економіки, забезпечуючи Україні гідне місце в світовому та європейському розподілі праці.

Мета статті – удосконалити організаційно-правові основи функціонування туристсько-рекреаційної сфери національної економіки, створити стабільне макроекономічне середовище, умови для вільного розвитку та динамічного зростання підприємств цієї сфери.

Підвищення конкурентоспроможності туристсько-рекреаційної сфери національної економіки потребує розробки та координації системи заходів щодо збільшення ефективності роботи суб'єктів господарювання, забезпечення паритетних умов функціонування секторів української економіки, обґрунтованої відкритості та доступу іноземних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності на внутрішній ринок України з одночасним стимулюванням вітчизняних підприємств туристсько-рекреаційного комплексу та підтримкою його інтересів на міжнародній арені, створення платоспроможного попиту за рахунок реалізації нових підходів до політики доходів населення, забезпечення науково-технічного розвитку та підвищення інноваційного потенціалу України.

Центральною складовою забезпечення міжнародної конкурентоспроможності підприємств туристсько-рекреаційної сфери має стати використання конкурентних переваг країни, а саме кадрового, науково-технічного потенціалів економіки, геополітичних переваг держави. «Стратегією економічного і соціального розвитку України (2004-2015рр.) «Шляхом європей-

ської інтеграції» передбачено, що до 2010-2015рр. в Україні мають бути створені умови реалізації двох макротехнологій – «Україна – транзитна держава» та «Україна – високотехнологічна, авіакосмічна держава» [5, с. 169].

Макротехнологія «Україна – транзитна держава» спиратиметься на гео економічні переваги України. Завдяки вигідному розташуванню України на стику європейської і євразійської інтеграційних зон та необхідності розвивати міжнародне співробітництво за вищезазначеними векторами Україна має можливість використовувати ефекти взаємодії інтеграційних процесів. Наявність розвинутої транспортної мережі створює підґрунтя переміщення територією країни значних транзитних та цілеспрямованих туристських потоків автомобільним, залізничним, водним, повітряним видами транспорту.

Основними важелями нарощування обсягів транзитних туристських потоків має стати розвиток національного сегменту міжнародних транспортних коридорів, інтеграція України до туристських систем Європи, Азії, Африканського регіону, пропонування туристсько-рекреаційних послуг підприємств України на міжнародних ринках.

Макротехнологія «Україна – транзитна держава» безпосередньо пов'язана з макротехнологією «Україна – високотехнологічна, авіакосмічна держава», оскільки передбачає подальший розвиток повітряного транспорту України, виробництво якого базується на використанні високих технологій, що сприяють формуванню структури експорту, який складається переважно з продукції з високою мірою доданої вартості і створює підґрунтя рівноправного включення держави до туристських потоків міжнародної економічної взаємодії. Таким чином, розвиток транспортного і високотехнологічного комплексів держави є чинником реалізації передбачених «Стратегією економічного і соціального розвитку України (2004-2015рр.) «Шляхом європейської інтеграції» макротехнологій з туристсько-рекреаційних послуг, в результаті чого мають бути створені конкурентні переваги держави у розвитку туристсько-рекреаційної галузі [6, с. 170-171]. При цьому, як свідчать результати проведеного дослідження, на даному етапі економічного розвитку Україну не можна розглядати як державу, орієнтовану на конкурентоспроможність у туристсько-рекреаційній сфері, що приводить до висновку щодо необхідності розробки Національної програми під-

вищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України з туристсько-рекреаційних послуг з метою забезпечення рівноправного включення країни до світогосподарських процесів. Дана програма повинна враховувати загальнодержавні та регіональні інтереси в умовах туристсько-рекреаційної діяльності в рамках СОР та забезпечення багатовекторності міжнародної економічної інтеграції України.

Основними завданнями Національної програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України з туристсько-рекреаційних послуг мають стати такі:

- 1) підвищення рівня продуктивності послуг до рівня високорозвинутих країн світу;
- 2) створення ефективної системи функціонування туристсько-рекреаційної галузі економіки України, спроможної в умовах жорсткої конкуренції забезпечити сталий розвиток і економічне зростання держави;
- 3) формування конкурентного середовища підприємств туристсько-рекреаційної сфери національної економіки відповідно до міжнародних норм з метою забезпечення передумов для ефективної конкурентної поведінки цих суб'єктів на міжнародному рівні.

Перерозподіл матеріальних і фінансових ресурсів в рамках реалізації Національної програми підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України з туристсько-рекреаційних послуг необхідно здійснювати за інноваційними напрямками економічного розвитку, спрямованого на узгодження національних і транснаціональних конкурентних переваг.

Вищезазначені напрямки підвищення міжнародної конкурентоспроможності економіки України з туристсько-рекреаційних послуг відповідають прагненню держави стати повноправним членом Європейського Союзу, для чого необхідно здійснити стратегію випереджального розвитку. Успішна реалізація останнього завдання передбачає здійснення структурної перебудови туристсько-рекреаційної галузі економіки, впровадження інноваційної моделі її розвитку, побудову в Україні соціально орієнтованої ринкової економіки як основи суспільної підтримки здійснюваних реформ [7].

При цьому необхідно посилити регуляторну роль держави, регіонів і компаній стосовно створення умов підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств туристсько-рекреаційної сфери як передумови виходу вітчизняних суб'єктів на міжнародний ринок. Відповідне рішення має прийматись на основі комплексу послідовних дій, які утворюють алгоритм прийняття рішення щодо виходу туристсько-рекреаційного підприємства на міжнародний ринок (рис. 1). Даний алгоритм містить модель оцінки порівняльних витрат на однорідні послуги, розроблений з використанням методу нелінійного програмування (методу Лагранжа).

Розглянемо детально побудову даної моделі.

Нелінійну задачу можна записати наступним чином:

$$y_i(x_1, x_2, \dots, x_n) = b_i, l \leq i \leq m, \quad (1)$$

$$Z = f(x_1, x_2, \dots, x_n) \rightarrow \max(\min). \quad (2)$$

Вона, відповідно, полягає у знаходженні такого вектору $X = (x_1, x_2, \dots, x_n)$ для якого цільова функція f приймає оптимальне (найбільше або найменше) значення за умови, що змінні x_1, x_2, \dots, x_n – аргументи f – задовольняють системі рівнянь (1). У цьому змісті задача (1), (2) є задачею умовної оптимізації. При цьому передбачається, що хоча б одна з функцій $q_i, l \leq i \leq m$ є нелінійною. У протилежному випадку це була б задача лінійного програмування. Щодо рівнянь (1), (2) можна сказати, що вони пов'язують змінні x_1, x_2, \dots, x_n , тому їх називають рівняннями зв'язку. Оцінка порівняльних витрат на однорідні послуги, яку необхідно здійснити з метою оцінки міжнародної конкурентоспроможності останньої, є складною, тому для здійснення вищезазначеної оцінки необхідно обрати метод вирішення нелінійних задач, з яких, на нашу думку, найбільш прийнятним є класичний метод математичного аналізу – метод Лагранжа.

З цією метою розглянемо функцію $(n+m)$ змінних

$$L = (x_1, \dots, x_n, \dots, \lambda_1, \dots, \lambda_m) = f(x_1, \dots, x_n) + \sum_{i=1}^m \lambda_i (q_i(x_1, \dots, x_n) - b_i) \quad (3)$$

де $\lambda_1, \dots, \lambda_m$ – деякі коефіцієнти, значення яких є невідомими і які тому можна вва-

жувати змінними – аргументами L .

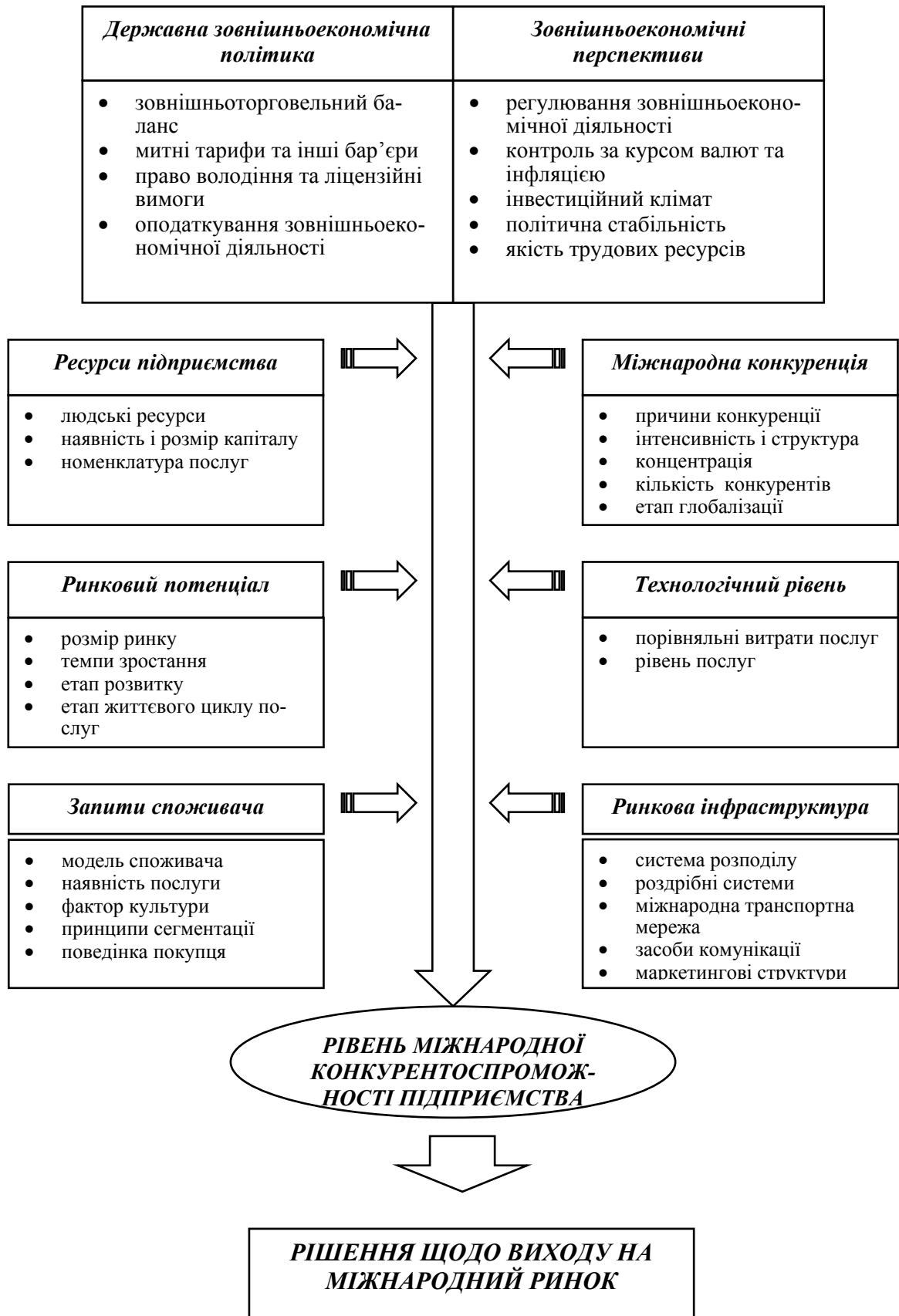


Рис. 1. Алгоритм прийняття рішення щодо виходу туристсько-рекреаційного підприємства на міжнародний ринок

Функція L є функцією Лагранжа задачі (1), (2), а коефіцієнти $\lambda_l, l \leq i \leq m$ – множниками Лагранжа. Нехай $X_{opt} = (x_{10}, x_{20}, \dots, x_{n0})$ – точка оптимуму задачі (1), (2), в деякій близькості до точки X_{opt} функції $q_l, l \leq i \leq m$ і f мають похідні першого порядку за всіма змінними. Тоді, як відомо з математичного аналізу, похідні функції L за всіма змінними в точці X_{opt} дорівнюють нулю:

$$\begin{cases} \frac{dL}{d\lambda_i}(X_{opt}) = 0 & l \leq i \leq m, \\ \frac{dL}{dx_k}(X_{opt}) = 0 & l \leq k \leq n \end{cases} \quad (4)$$

Отже, для практичного знаходження оптимального плану X_{opt} задачі (1), (2) слід скласти функцію Лагранжа L , за формулою (3) знайти її похідні першого порядку за всіма змінними і вирішити систему $(n+m)$ рівнянь

$$\begin{cases} q_l(x_1, \dots, x_n) = b_l & l \leq l \leq m, \\ \frac{df}{dx_k}(x_1, \dots, x_n) + \sum_{i=1}^m \lambda_i \frac{dq_i}{dx_k}(x_1, \dots, x_n) = 0 & l \leq k \leq n. \end{cases} \quad (6)$$

З вищевикладеного витікає, що координати $(x_{10}, x_{20}, \dots, x_{n0})$ оптимального плану разом з деяким набором $(\lambda_{10}, \lambda_{20}, \dots, \lambda_{n0})$ значень коефіцієнтів $\lambda_1, \lambda_2, \dots, \lambda_m$ утворюють рішення системи (6), тому оптимальний план вихідної задачі (1), (2), якщо він існує, отримується з деякого рішення (6) відкиданням знайдених значень множників Лагранжа. У цьому сенсі необхідно сказати, що оптимальний план X_{opt} породжується рішенням системи (6). Однак оскільки рівняння (5) відображають лише необхідну умову оптимальності, не всяке рішення системи (6) породжує описаним чином оптимальний план задачі (1), (2). Крім того, можливо є ситуація, коли система (6) є такою, що вирішується, але вихідна задача математичного програмування не має оптимального плану. Питання щодо того, коли рішення (6) поро-

$$\begin{cases} \frac{dL}{d\lambda_i} = 0 & l \leq i \leq m, \\ \frac{dL}{dx_k} = 0 & l \leq k \leq n \end{cases} \quad (5)$$

із $(n+m)$ невідомими $x_1, \dots, x_n, \lambda_1, \dots, \lambda_m$, оскільки $\frac{dL}{d\lambda_i} = q_i(x_1, \dots, x_n) - b_i$, то перші m рівнянь системи (5) мають вигляд $q_i(x_1, \dots, x_n) - b_i = 0$, або у рівнозначній формі, $q_i(x_1, \dots, x_n) = b_i, l \leq i \leq m$, тобто представляють собою рівняння зв'язку (1). Далі:

$$\frac{dL}{dx_k} = \frac{df}{dx_k} + \sum_{i=1}^m \lambda_i \frac{dq_i}{dx_k},$$

Тому в детальному вигляді система (5) може бути записана таким чином:

джує оптимальний план, є складним, і не є предметом даного дослідження, отже, ми не будемо на ньому зупинятись.

Розглянемо оцінку порівняльних витрат на однорідні туристсько-рекреаційні послуги з використанням методу нелінійного програмування (методу Лагранжа). Відомі:

- обсяги послуг різного виду;
- кількісний показник послуги кожного виду;
- сумарні витрати на усі послуги по підприємству в цілому.

Необхідно визначити собівартість однієї послуги кожного виду, виходячи з наступних припущень: а) виробнича собівартість з точністю до постійного доданку є обернено пропорційною кількісному показнику послуги; б) виробнича собівартість послуги кожного виду є тим нижчою, чим більшою є частка даного виду послуги у загальному обсязі послуг. Введе-

мо такі позначення:

a_i – обсяг послуг i -го виду;

d_i – середній кількісний показник послуги i -го виду;

$l \leq i \leq n$,

c – сумарні витрати на послуги.

Виробничу собівартість одиниці послуги i -го виду, що є функцією кількісного показника d_i , будемо шукати у вигляді

$$\varphi(d_i) = x_0 + \frac{x_1}{d_i}, \quad l \leq i \leq n,$$

де x_0, x_1 – коефіцієнти, що підлягають визначенню.

Очевидно, що $x_1 > 0$. Коефіцієнти x_0, x_1 будемо шукати, виходячи з наступних умов:

1) щоб задовольнити припущенню а), сумарна виробнича собівартість всіх послуг, обрахована на основі теоретичних міркувань, має співпадати з фактичною:

$$\sum_{i=1}^n \varphi(d_i) a_i,$$

або

2) щоб задовольнити припущенню б), коефіцієнти x_0, x_1 мають бути підібрані так,

щоб $\varphi(d_i)$ була обернено пропорційною питомій вазі 1-го виду послуги у загальному обсязі послуг. Точно задовольнити цій умові неможливо. Для приблизного врахування цієї залежності будемо вважати:

$$A = \sum_{i=1}^n a_i - \text{загальний обсяг виробництва}$$

продукції; $a_i = \frac{A}{d_i}; l \leq i \leq n$.

Невідомі коефіцієнти x_0, x_1 будемо тепер шукати так, щоб різності

$$\Delta i = \varphi(d_i) - ka_i = \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i}\right) - ka_i, \quad l \leq i \leq n$$

були якомога меншими (тут k – коефіцієнт пропорційності, також невідомий).

Таким чином, отримуємо наступну математичну модель задачі:

$$\begin{cases} \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i}\right) a_i = c \\ \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i} - ka_i\right)^2 \rightarrow \min \end{cases}, \quad (7)$$

Для вирішення цієї задачі введемо функцію Лагранжа:

$$\begin{cases} L(x_0, x_1, k, \lambda) = \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i} - ka_i\right)^2 + \lambda \left(\sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i}\right) a_i - c\right) \\ i \text{ обрахуємо її похідні за } x_0, x_1, k, \lambda. \\ \frac{dL}{dx_0} = 2 \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i} - ka_i\right) + \lambda \sum_{i=1}^n a_i; \\ \frac{dL}{dx_1} = 2 \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i} - ka_i\right) \frac{1}{d_i} + \lambda \sum_{i=1}^n \frac{a_i}{d_i}; \\ \frac{dL}{dk} = 2 \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i} - ka_i\right) a_i; \\ \frac{dL}{d\lambda} = 2 \sum_{i=1}^n \left(x_0 + \frac{x_1}{d_i}\right) a_i - c \end{cases}, \quad (8)$$

В результаті задача зводиться до знаходження коефіцієнтів x_0, x_1 , а також k, λ з наступної системи рівнянь:

ступної системи рівнянь:

$$\left\{ \begin{array}{l} Ax_0 + \sum_{i=1}^n \frac{a_i}{d_i} x_1 = c \\ nx_0 = \sum_{i=1}^n \frac{1}{d_i} x_1 - \sum_{i=1}^n a_i k + \frac{A}{2} \lambda = 0 \\ \sum_{i=1}^n \frac{1}{d_i} x_0 + \sum_{i=1}^n \frac{1}{d_i^2} x_1 - \sum_{i=1}^n \frac{a_i}{d_i} k + \frac{1}{2} \sum_{i=1}^n \frac{a_i}{d_i} \lambda = 0 \\ \sum_{i=1}^n a_i x_0 + \sum_{i=1}^n \frac{a_i}{d_i} x_1 - \sum_{i=1}^n a_i^2 k = 0 \\ \Phi = \sum_{s=1}^n \varphi(d_i) a_i \\ A = \sum_{i=1}^n a_i \end{array} \right. \quad (9)$$

де A – загальний обсяг туристсько-рекреаційних послуг;

Φ – загальна виробнича собівартість послуг;

φ_i – виробнича собівартість послуги i -го виду;

a_i – обсяг послуги i -го виду;

c – сумарні витрати на послуги;

d_i – показник якісної вимоги щодо послуги i -го виду;

i – вид послуги;

n – кількість видів послуг;

k – коефіцієнт пропорційності;

x_0 – коефіцієнт, що підлягає визначенню;

x_1 – коефіцієнт, що підлягає визначенню, $x_1 > 0$.

В умовах ринкової економіки туристсько-рекреаційне підприємство, окрім того, що орієнтує свої ціни на витрати і попит, має орієнтувати ціни також на поточні ціни конкурентів на міжнародному ринку, що обумовлено такими чинниками:

1) чутливість споживача до ціни. Вона залежить від ступеня диференціації послуг, від значущості ціни у порівнянні з іншими чинниками продукту, що визначають його конкурентоспроможність на міжнародному ринку, такими як якість, сервіс, консультації та ін.;

2) становище на ринку. Чим більшою є частка міжнародного ринку підприємства, тим в меншому ступені йому необхідно орієнтува-

тись на ціни конкурентів у світовій економіці, наприклад, змінювати ціни у короткостроковому періоді.

3) альтернативні по відношенню до політики цін заходи. Підприємство може вносити зміни в послугу, що реалізується на міжнародному ринку, здійснювати заходи соціальної політики тощо.

До визначення цін на послуги з орієнтацією на міжнародну конкуренцію необхідно враховувати середні ціни, що сформувалися в туристсько-рекреаційній галузі, які є реальною базою для визначення цін на послуги підприємства. На основі використання даного методу туристсько-рекреаційне підприємство може позбавитись від ризику, пов'язаного із призначенням ціни, яку міжнародний ринок може не сприйняти. При такому підході до ціноутворення підприємство, як правило, позбавлено необхідності зміни цін у зв'язку зі змінами витрат або попиту. Воно отримує можливість зберігати свої ціни, поки не зміняться ціни конкурентів на міжнародному ринку, залишаючи без змін власні витрати послуг.

В залежності від конкретного прояву вищезазначених чинників і цілей туристсько-рекреаційного підприємства, рекомендується застосовувати такі методи ціноутворення з орієнтацією на міжнародну конкуренцію:

1) орієнтація на ціну галузі. Такий підхід до визначення цін має застосовуватись, перш за все, на ринках гомогенних послуг, використовуватись при визначенні цін на послуги міжнародного характеру;

2) орієнтація на цінового лідера. При застосуванні даного методу необхідно розрізнити домінуюче і барометричне цінове лідерство. Домінуюче цінове лідерство має місце тоді, коли в галузі є підприємство, що має низькі витрати, а отже – цінові переваги перед міжнародними конкурентами. У такій ситуації інші підприємства орієнтуються на політику цін лідера, що господарює на міжнародному ринку, і встановлюють ціни на свої товари, як правило, на рівні цінового лідера. Барометричний ціновий лідер – це підприємство, чиї цінові зміни зумовлюються іншими підприємствами, що визнають здатність лідера адаптуватись при встановленні ціни у повній відповідності до зміни міжнародних ринкових умов. Інші підприємства добровільно пристосовуються до цінового лідера. Такий метод рекомендується застосовувати підприємствам, що мають добре розвинену інфраструктуру.

3) ціновий картель – угода конкуруючих підприємств щодо встановлення єдиної ціни, спільних послуг, квот на обсяг послуг для окремих підприємств на міжнародному ринку. Одночасно для підвищення міжнародної конкурентоспроможності туристсько-рекреаційного комплексу країни необхідно змінити пріоритети промислової політики держави:

- здійснити орієнтування промислового комплексу країни на розвиток устаткування для туристсько-рекреаційної галузі;

- забезпечити підвищення конкурентоспроможності послуг з високим ступенем мобільності.

- Реалізації зазначених напрямків має сприяти:

- обґрунтування системи макроекономічних пріоритетів держави;

- формування інноваційної економіки і ринку технологій у туристсько-рекреаційній сфері;

- зміна принципів фінансування та оподаткування наукової діяльності;

- включення регіонів в інноваційний процес;

- створення сприятливого інвестиційного клімату, розробка і реалізація відповідної державної політики у туристсько-рекреаційній сфері.

Зростання конкурентоспроможності на-

ціональної економіки, її туристсько-рекреаційної галузі, окремих туристсько-рекреаційних підприємств є результативним шляхом забезпечення сталого зростання України, забезпечення її включення до світогосподарських процесів на рівноправній основі.

Література

1. Управління міжнародною конкурентоспроможністю в умовах глобалізації економічного розвитку. Монографія: у 2 т. – Т.1 / Д. Г. Лукьяненко, А. М. Поручник, Л. Л. Антонюк та ін.; За заг. ред. Д. Г. Лукьяненка, А. М. Поручника. – К.: КНЕУ, 2006. – 816 с.

2. Мировая рекреационная сфера: характеристика и специализация территорий: Монография / Д. А. Еделев и др.; отв. ред. Литовка О. П.; Российская акад. наук, Северо-Кавказский науч. центр Ин-та проблем региональной экономики Российской акад. наук, Кавминводский ин-т сервиса (фил.) ЮРГУЭС. – Пятигорск: Спецпечать, 2007. – 486 с.

3. Цьохла С. Ю. Трансформація рекреаційної діяльності та розвиток регіональних ринків курортно-рекреаційних послуг (методологія, аналіз і шляхи вдосконалення) / С. Ю. Цьохла. – Таврійський національний ун-т ім. В. І. Вернадського. – Сімферополь: Таврія, 2008. – 352с.

4. Кобанець Л. О. Концепція управління розвитком рекреаційної діяльності: Монографія / Л. О. Кобанець. – НАН України; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 2007. – 192 с.

5. Сіваченко І. Ю., Козак Ю. Г., Єхануров Ю. І. та ін. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств / За ред. Сіваченка І. Ю., Козака Ю. Г., Єханурова Ю. І. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 456с.

6. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2014-2015 роки) «Шляхом європейської інтеграції» / Авт. кол. А. С. Гальчинський, В. М. Геєць та ін. Нац. ін-т стратег. Дослідж. Ін-т екон. прогнозування НАН України, М-во економіки та з питань європ. Інтегр. України. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. – С. 80-83.

7. Урядовий кур'єр. – 2005. – 1 лютого.

Стаття поступила в редакцію 16.04.2009