

11. Нагорская М.Н. Эффективность предпринимательской деятельности на базе развития туризма // Экономика Крыма. – 2004. – №11. – С. 5–9.
12. Устойчивое развитие рекреационно-экономического комплекса Крыма: Монография / Коллектив авторов; Под ред. д.э.н., проф. А.В. Ефремова. – Симферополь: «Таврия», 2002. – 300 с.
13. Бережная И.В. Структура экономики АР Крым в вопросах регионалистики. – Львов: ИРИ НАНУ, 2004. – 152 с.
14. Бережная И.В. Форми організації та методи управління рекреаційною сферою в нових умовах господарювання : Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / НАН України; Інститут економіки промисловості. – Донецьк, 1997. – 33 с.
15. Мазур Ф.Ф. Соціально-економічні умови розвитку рекреаційної індустрії: Навчальний посібник. – Київ: Центр навчальної літератури, 2005. – 96 с.
16. Лукьянова Л.Г. Рекреационные комплексы: Учебное пособие для вузов / Людмила Григорьевна Лукьянова и Владимир Иванович Цыбук; Под общ. Ред. В.К. Федорченко. – К.: Вища школа, 2004. – 346 с.
17. Герасимчук З.В., Глядіна М.В. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації: Монографія. – Луцьк: Надстир'я, 2006. – 164 с.
18. Національний класифікатор України Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev. 1.1 – 2002, MOD) ДК 009:2005. – Київ: Держспоживстандарт України, 2005. – 197 с.
19. Хозяйственный кодекс Украины. – Х.: ООО «Одиссей», 2005. – 256 с.

Подсмашная И.Н.

ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ТРАКТОВКЕ СУЩНОСТИ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ»

Одним из основополагающих условий реализации концепции устойчивого развития является обеспечение экономической безопасности страны, которое невозможно без повышения ее конкурентоспособности. Однако, несмотря на то, что конкурентные отношения являются предметом многолетних исследований зарубежных и отечественных ученых-экономистов, вопрос обеспечения конкурентоспособности в условиях проявления новейших тенденций мирового экономического развития остается открытым для научных дискуссий. В этой связи возникает необходимость в уточнении сущности данного понятия, что предполагает рассмотрение основных теорий конкурентоспособности в исторической ретроспективе и логической последовательности, что является целью данной работы.

Как неотъемлемая составляющая экономической науки теория конкурентоспособности имеет свои онтологические и гносеологические предпосылки. С точки зрения онтологии, появление понятия «конкурентоспособность» связано с развитием рынка как социального механизма организации экономической деятельности людей. На протяжении нескольких столетий рынок эволюционировал в сложную социально-экономическую систему. При этом произошёл переход от «линейного» характера экономической деятельности к «многомерному», который предполагает, что человек воздействует не только на природу, но и на все общество [1, с. 128].

Кроме этого, эволюционировала цель экономической деятельности: начиная от обеспечения реализации минимальных (первичных) потребностей до нацеленности на устойчивое развитие, оптимальное удовлетворение текущих (возрастающих) потребностей. В свою очередь, это повлекло за собой изменение акцентов результативности экономической деятельности от повышения производительности до управления конкурентоспособностью, а также методов их оценки: вместо разрозненных абсолютных показателей объективно возникла необходимость в разработке системы количественных и качественных показателей, позволяющих всесторонне оценить такое многогранное и многовекторное явление как конкурентоспособность.

Онтологической основой конкурентоспособности являются изменения в социальном механизме организации экономической деятельности и акцентах её результативности. В ходе развития общества постепенно менялся по форме и содержанию основной субъект рыночных отношений: индивидуальный, обособленный товаропроизводитель, простейшие формы временных союзов производителей товаров и их продавцов, устойчивые союзы предпринимателей, транснациональные и межнациональные корпорации, интеграционные союзы. В соответствии с изменениями субъекта рыночных отношений менялся объект конкурентной борьбы: ценовую конкуренцию сменила неценовая, которая постепенно с местного уровня переместилась на региональный, затем национальный, международный и, наконец, приобрела глобальный характер. Не смотря на значительные изменения, произошедшие в природе конкуренции за последние десятилетия, для системного рассмотрения природы конкурентоспособности необходимо рассмотреть три базовые концепции конкуренции - поведенческую, структурную и функциональную.

Этимологически слово «конкуренция» восходит к латинскому «concurrentia» (означающему «столкновение», «состязание») и английскому «rivalry» (переводимому как «соперничество»). В словаре русского языка С.И. Ожегова конкурентоспособность трактуется как «...способность выдерживать конкуренцию,

противостоять конкуренции» [2, с.215]. Именно поведенческая концепция конкуренции была исторически и логически первой. В общих чертах её сущность сводится к честному, без сговора соперничеству, ведущемуся между продавцами (производителями) за наиболее выгодные условия продажи товаров. При этом основным методом конкурентной борьбы являются цены. Положения поведенческой концепции конкуренции изложены в работах представителя позднего меркантилизма англичанина Т. Мана, основоположников классической буржуазной политической экономии П. Буагильбера, А. Смита и Д. Рикардо, американских экономистов М. Портера, П. Хейне и др.

Так, Т. Ман в работе «Богатство Англии во внешней торговле или Баланс нашей внешней торговли как регулятор нашего богатства», изданной после смерти автора в 1664 г., изложил основы протекционизма - политики ограничения высокими таможенными пошлинами ввоза в Англию иностранных промышленных товаров, что ослабляло конкуренцию и содействовало росту отечественных мануфактур и, как следствие, способствовало повышению благосостояния нации [3, с. 40]. П. Буагильбер, в отличие от меркантилистов, видел источник богатства не во внешней торговле, а в развитии промышленности и внутренней торговли. Он считал необходимым ввести пропорциональную систему налогообложения, что значительно уменьшило бы налоговое давление на предпринимателей; выступал за снятие ограничений с внутренней торговли; требовал ввести свободный рынок зерна и не сдерживать естественное повышение цен на него. Эти мероприятия П. Буагильбер считал исходными условиями подъема экономики Франции, повышения благосостояния страны и народа [3, с. 84-85].

В наиболее обобщенном виде поведенческая концепция конкуренции изложена А. Смитом в работе «Исследование о природе и причине богатства народов», опубликованной в 1776 г. Именно А. Смит впервые сформулировал понятие конкуренции как соперничества продавцов (производителей) за деньги покупателей путем удовлетворения их потребностей; обосновал главный принцип конкуренции - принцип «невидимой руки», основанный на стихийном действии объективных экономических законов, образующих естественный порядок в обществе; описал механизм межотраслевой конкуренции как основы оптимального распределения ресурсов в обществе; определил основные условия свободной конкуренции: большое число продавцов и покупателей, свободу передвижения товаров и денег, капитала и труда, исчерпывающую информацию, свободное ценообразование [3, с. 172-179].

Д. Рикардо в работе «Начала политической экономии и налогового обложения», вышедшей в свет в 1817 г., впервые в экономической науке попытался применить принцип «невидимой руки» на наднациональном уровне - в рамках единого «универсального общества», образуемого благодаря развитию международной торговли. Изучив выгоды международного разделения труда и обмена на примере двух стран (Англии и Португалии) и двух товаров (вина и сукна) он обосновал принцип «сравнительных затрат» [3, с. 215] и ввел понятие «сравнительное (относительное) преимущество», которое рассматривал как основу обеспечения конкурентоспособности на международном рынке [4, с. 107-112].

В дальнейшем поведенческая концепция конкуренции совершенствовалась представителями марксистского направления политической экономии по пути конкретизации её цели и способов (методов) ведения. Так, рассматривая капиталистическое производство, К. Маркс писал, что его развитие «...делает постоянное возрастание вложенного капитала необходимостью, а конкуренция навязывает каждому индивидуальному капиталисту имманентные законы капиталистического способа производства как внешние принудительные законы. Она заставляет его постоянно расширять свой капитал для того, чтобы его сохранить, а расширять свой капитал он может лишь посредством прогрессирующего накопления ...» [5, с. 606]. Ф. Энгельс, исследуя природу конкуренции, также подчеркивал её принудительный характер для всех субъектов прямо или косвенно вовлеченных в рыночные отношения [6, с. 283].

В экономической литературе советского периода конкурентоспособность определялась как «...свойственная товарному производству, основанному на частной собственности на средства производства, антагонистическая борьба между частными товаропроизводителями за наиболее выгодные условия производства и сбыта товаров и одновременно механизм стихийного регулирования пропорций общественного производства; при капитализме - борьба между капиталистами за получение наивысшей прибыли» [7, с. 214]. Тем самым подчеркивалась несовместимость конкуренции с плановой экономикой, общегосударственной формой собственности, идеями бесклассового развития советского общества.

В конце XIX в. США и большинство европейских государств столкнулись с проблемой ограниченности ресурсов в силу их редкости, невозпроизводимости и незаменимости (полной или частичной). В связи с этим представители неоклассической школы стали трактовать конкуренцию как борьбу товаропроизводителей за редкие экономические блага (товары, услуги, ресурсы) и, разумеется, за деньги потребителей, на которые их можно купить. Логика данного подхода состоит в том, что большинство экономических благ являются редкими в том смысле, что их количество меньше потенциальных потребностей общества. Именно поэтому владельцы благ могут их распределять, руководствуясь своей выгодой. При этом они предъявляют свои критерии отбора (уровень качества, технологии, профессионализм персонала, цены и др.), на основе которых принимают решение, кому предоставить блага, а кому - нет. Американский экономист П. Хейне по этому поводу пишет следующее: «Конкуренция есть следствие редкости, и от неё можно избавиться, только устранив редкость. Там, где есть редкость должно происходить распределение. Распределение - это размещение в соответствии с некоторыми критериями отбора. Конкуренция - это просто-напросто то, что происходит, когда люди стараются лучше соответствовать применяемому критерию» [8, с. 108].

Значительным вкладом в развитие поведенческой концепции конкуренции являются исследования американского экономиста М. Портера, цель которых - «не предложение рекомендаций для каждой страны, а иллюстрация того направления анализа, который может быть этим странам полезным» [9, с. 16]. Далее, он пишет: «В центре внимания данного исследования был процесс получения и сохранения конкурентных преимуществ в относительно сложных отраслях экономики и индустриальных сегментах» [9, с. 40]. Тем самым им подчеркивается процессуальный аспект конкурентоспособности. Кроме этого, в своих работах он подчёркивает, что конкурентоспособность необходимо рассматривать не как изолированное и автономное явление, а как неотъемлемую составляющую процесса экономического развития [9, 10]. Системный характер взаимосвязей экономического развития и конкурентоспособности определил позицию М. Портера по отношению к методу исследования - им должен был стать целостноориентированный подход. Однако именно в его применении последователями М. Портера был выявлен главный недостаток: конкурентоспособность рассматривается им как относительная категория, которая может быть оценена только в сравнении определённых показателей деятельности реального и эталонного предприятия (предприятия, выпускающего товары-субституты; предприятия, являющегося лидером на рынке или в отрасли) [10, с. 94]. Помимо вышеназванного, у данного методологического подхода имеются и другие недостатки: сложность оценки конкурентоспособности при диверсификации деятельности предприятий; невозможность учета динамического характера объекта исследования; невозможность объективно оценить отраслевую конъюнктуру, так как в качестве объектов сравнения выбираются один или несколько конкурентов; невозможность учета возможности адаптации предприятий к изменениям внешней и внутренней среды и др.

Однако, не смотря на отсутствие универсальности, теория конкурентоспособности М. Портера продолжает пользоваться популярностью. Так, анализируя западные теории конкурентоспособности, Пилипенко И.В. [11] выделил три ведущие научные школы: американскую, в рамках которой М. Эпрайт развил теорию кластеров М. Портера, рассмотрев её на региональном уровне; британскую, представитель которой Дж. Даннинг внёс изменения в ромбе конкурентных преимуществ М. Портера, а Р. Каплински, Дж. Хамфри и Х. Шмитц - исследовали взаимодействия цепочек ценностей в региональных и локальных кластерах; скандинавскую, сторонник которой Э. Рейнерт разработал концепцию «индекса качества» экономической деятельности, а Ч. Кетелс, П. Маселл - усовершенствовали концепцию конкурентных преимуществ М. Портера и региональных кластеров М. Энрайта.

В конце XIX в. - первой половине XX в. получила распространение структурная концепция конкуренции. Согласно данной концепции акцент исследования смещается с борьбы (соперничества) продавцов (производителей) друг с другом за ограниченные ресурсы на анализ форм и условий функционирования рынка. При этом основными являются неценовые методы конкурентной борьбы. Основоположниками структурной концепции конкуренции считаются французский ученый Л. Курно, представитель английской школы предельной полезности Ф. Эджуорт, английский экономист Дж. М. Кейнс, американские экономисты Дж. Робинсон, Э. Чемберлен и др. Именно ими был заложен фундамент понимания форм рынка: совершенной конкуренции, монополистической конкуренции, олигополии и монополии.

Так, А. Курно в своей работе «Исследования математических принципов теории богатства», опубликованной в 1838 г., исследуя функцию спроса, ввёл в экономическую науку понятие «эластичность спроса», содержание которого различал в зависимости от свойств товара (товары первой необходимости, предметы роскоши). При этом свой анализ А. Курно проводил в последовательности, обратной историческому ходу развития общества: начинал с простейшего, по его мнению, случая - естественной монополии, далее рассматривал дуополию, рынок монополистической конкуренции и, наконец, рынок свободной конкуренции [3, с. 295-296].

В отличие от своего предшественника, Ф. Эджуорт рассматривал рынок несколько в ином ракурсе. Для него предметом исследования являлись условия согласования индивидуальных оценок товаропроизводителей и потребителей на рынке свободной конкуренции, как преобладающей в XVIII веке рыночной структуре (форме рынка). Он утверждал, что проблема равновесия в условиях ограниченности ресурсов может быть решена только путём сопоставления предельных издержек, предельного дохода и предельной полезности [12, с. 64; 13, с. 392-393].

Значительный вклад в развитие структурной концепции конкуренции внесли представители кейнсианства. Так, Дж. М. Кейнс в работе «Общая теория занятости, процента и денег», опубликованной в 1936 г., обосновал необходимость государственного вмешательства в экономику в условиях усиления господства монополий. По его мнению, именно государство является единственной силой, способной противостоять монопольному давлению и обеспечить здоровую конкуренцию, а значит и устойчивое развитие, для всех участников рынка [13, с. 470-471]. Последователи Дж. М. Кейнса - Дж. Робинсон и Э. Чемберлен - в своих работах больше внимания уделяли исследованию экономической природы монополии, негативным последствиям её влияния на конкуренцию и способам их преодоления [12, с. 48].

Среди современных приверженцев структурной концепции конкурентоспособности можно назвать американских экономистов К. Макконелла и С. Брю, по мнению которых конкуренция - это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и оставлять его. В наиболее общем виде современная интерпретация струк-

турной концепции конкурентоспособности представлена в работе Гибсона Дж. Л., Иванцевича Д.М. и Донелли Д. Х.-мл., утверждающих, что «конкурентоспособность - это умение организации сохранять свои позиции на выбранных ею рынках» [14, с. 39].

Функциональная концепция конкуренции появилась в 50-60-х гг. XX в. Центральная проблема данной концепции - вопрос о роли конкуренции в экономике. Так, австрийский экономист И. Шумпетер в рамках своей теории экономического развития, утверждал, что «идеальная конкуренция (рассматриваемая как «благотворная»)... не может быть представлена «как идеальная модель эффективности». Надо сказать, что она вообще «неосуществима», в то время как несовершенная, или монополистическая, конкуренция является «естественной» тенденцией» [4, с. 377]. Базируясь на теории «длинных волн» Н.Д. Кондратьева он выделил так называемые «базовые инновации» [15, с. 19-35]. Так, подъем в рамках первого экономического цикла (1790-1850 гг.) он связывал с переворотом в средствах производства, вызванным промышленной революцией; второго цикла (1842-1997 гг.) - с изобретением парового двигателя и разработкой технологии выплавки стали; третьего цикла (1898-1920 гг.) - с достижениями в области электрификации и химизации производства. Таким образом, по И. Шумпетеру, конкуренция представляет собой непрерывный, естественный процесс борьбы (соперничества) старого с новым, то есть борьбу за инновации и преимущества, получаемые от их практического использования. Разделяя мнение И. Шумпетера, Г. Хамел и К. Прахалад подчеркивают, что конкурентоспособность - это механизм развития [16].

Также, сторонником функционального подхода к трактовке сущности конкуренции считается американский экономист Ф. Хайек [17]. Однако, в отличие от И. Шумпетера, он рассматривал конкуренцию как процесс, называя её «процедурой открытия». По его мнению, на рынке только благодаря конкуренции всё скрытое (в данном случае конкурентные преимущества) становится явным. Именно конкуренция способствует лучшему использованию потенциальных возможностей субъекта, стимулирует рациональное их использование. В качестве современной интерпретации данной идеи можно привести высказывание Р.А. Фатхутдинова: «Конкуренция не может функционировать среди людей, лишенных предпринимательского духа. Конкуренция - особый метод воспитания умов, великих изобретателей и предпринимателей. Сторонники традиций не должны навязывать другим свою неприязнь к новшествам. Ущерб терпят консерваторы, оказывающие сопротивление новому» [18, с.14].

Российские и украинские экономисты, в основном, являются приверженцами идей М. Портера. Например, А.П. Градов определяет конкурентоспособность как сравнительное преимущество относительно других предприятий данной отрасли внутри страны и за её пределами [19, с. 117]; С.П. Гаврилюк - как относительную характеристику предприятия, отображающую отличия процессов его развития по сравнению с предприятием - конкурентом, причём как по степени удовлетворения своими товарами или услугами определенных общественных потребностей, так и по показателям эффективности хозяйственной деятельности [20, с. 35]; Л.С. Шевченко - как «...способность отдельного субъекта опережать своего соперника в достижении поставленных целей на конкурентном рынке» [21, с. 83]; Ш.Ш. Магомедов - как борьбу за ограниченный объём платежеспособного спроса потребителей, ведущуюся фирмами на доступных им сегментах рынка [22, с. 19]. По мнению Е.А. Горбашко, «...конкурентоспособность означает способность данного предмета (потенциальную и/или реальную) выдержать конкуренцию» [23, с. 7]. И.Б. Иванов рассматривает конкурентоспособность как систему, которая состоит из непрерывно взаимодействующих факторов и характеризует степень реализации потенциальных возможностей предприятия приобретать и удерживать на протяжении достаточно длительного периода конкурентных преимуществ [24, с.23]. Это определение охватывает как эффективность деятельности, так и способность предприятия приспосабливаться к непостоянным условиям внешней среды. При этом конкурентные позиции предприятия зависят от того, сможет ли оно в максимально сжатые сроки наиболее рациональным образом привести свое внутреннее положение к соответствующим условиям внешней среды, которые постоянно меняются, одновременно удерживая и развивая имеющиеся конкурентные преимущества и создавая новые. Конкурентоспособность в этом случае выступает не только как результат, но и как процесс, который можно описать с помощью полученных показателей.

О.И. Лицьшин и С.В. Мятолич понимают под конкурентоспособностью предприятия его возможность предлагать товары или услуги, отвечающие определенным требованиям покупателя (то есть соответствующего качества) в необходимом количестве и на более выгодных условиях, чем конкуренты [25, с. 234]. В данном контексте рассматривают конкурентоспособность английские экономисты Д. Дэниелс и Л. Радеба, понимая под ней реальную и потенциальную возможность предприятий в имеющихся условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов [26, с. 256]. Данное определение конкурентоспособности характеризуется односторонним подходом, поскольку базируется, прежде всего, на концепции конкурентоспособности товара (услуги) и не отображает эффективность финансово-хозяйственной деятельности предприятия в целом.

Т.И. Щедрина, напротив, учитывает эффективность хозяйственной деятельности предприятия и совсем не принимает во внимание конкурентоспособность товара. Она трактует понятие конкурентоспособности как возможность эффективной хозяйственной деятельности и фактической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка [27, с. 18].

Управленческому аспекту конкурентоспособности уделяет внимание в своей работе Р.А. Фатхутдинова. По его мнению «конкуренция - это процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для одержания победы или достижения других целей в борьбе за удовлетворение объективных и субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях» [28, с. 222].

В исследованиях В. Дикань и других ученых проводится аналогия между понятиями конкурентоспособность и стойкость предприятия. Тем самым конкурентоспособность определяется как элемент или предпосылка общей стойкости функционирования предприятия [29, с.45].

Обобщив современные теоретические и эмпирические исследования конкурентных отношений, можно выделить следующие признаки изменения природы конкуренции, её форм и последствий проявления:

1. Произошла трансформация роли потребителей, проявляющаяся в активизации поиска ими предприятий с необходимыми стратегическими возможностями для создания желаемой ценности.
2. Процессы глобализации и фрагментации рынков обусловили появление принципиально новых подходов к сегментированию рынка, необходимость создания для каждого потребителя уникальной ценности.
3. Расширение границ конкуренции определило появление нетрадиционных конкурентов или возможности альтернативного использования реальными и потенциальными потребителями своих ресурсов.
4. Распространение процесса конвергенции создало предпосылки для построения конкурентных преимуществ на границах традиционных отраслей и формирования нетрадиционных конкурентных групп, состоящих из разноотраслевых игроков.
5. Рост спроса на инновации (как процессные, так и продуктовые) и активизация процессов их внедрения и повторного использования.

В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что конкурентная борьба является неотъемлемой характеристикой рыночных отношений и условием реализации как продуктовых, так и процессных инноваций. Подходы к трактовке сущности конкурентоспособности развивались и совершенствовались, этот процесс происходит до сих пор. В практике отечественного предпринимательства, научной экономической мысли преобладают трактовки сущности конкуренции и конкурентоспособности объектов, заимствованные из западной литературы. Это обуславливает необходимость выработки четких формулировок, отражающих специфику функционирования отечественных производителей в условиях глобализации и интеграции экономики. На наш взгляд, наиболее полным является определение конкурентоспособности, учитывающее все аспекты деятельности организации (начиная с процесса разработки продукта до условий его послепродажного обслуживания и утилизации), при этом важно рассматривать конкурентоспособность продукта как одну из составляющих конкурентоспособности организации (значимую, но не единственную) и конкурентоспособности региона, под которой мы предлагаем рассматривать способность региона обеспечивать производство конкурентоспособного продукта при условии повышения уровня и качества жизни населения региона. Такой подход позволяет комплексно подойти к вопросу определения конкурентоспособности объектов и выработать рекомендации относительно ее наращивания как на региональном уровне, так и на уровне национального хозяйства.

Источники и литература

1. Никонов Е.М. Философия накопления // Философия хозяйства: Альманах Центра общественных наук и экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. – 2001. – № 2 (14). – С. 124–136.
2. Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Русский язык, 1989. – 540с.
3. Аникин А.В. Юность науки: Жизнь и идеи мыслителей-экономистов до Маркса. – 4-е изд. – М.: Политиздат, 1985. – 367 с.
4. Бейгон А., Казорла А., Долло К. 25 ключевых книг по экономике: Пер. с франц. – Курган: Издательство «Урал LTD», 1999. – 560 с.
5. Маркс К. Капитал. Т. 1. // Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. – Т. 23. – М.: Государственное издательство политической литературы, 1960. – 907 с.
6. Энгельс Ф. Анти – Дюринг. Переворот в науке, произведенный господином Евгением Дюрингом. – М.: Политиздат, 1983. – 483 с.
7. Экономическая Энциклопедия. Политическая экономия. В 4-х т. Т.2. / Гл. ред. А.М. Румянцев. – М.: «Советская Энциклопедия», 1975. – 560 с.
8. Хейне П. Экономический образ мышления. – пер. с англ. Издание второе, стереотипное. – М.: Изд-во «Дело», 1993. – 704с.
9. Портер М. Международная конкуренция / пер. с англ.; под ред. В.Д. Щетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с.
10. Портер М. Стратегия конкуренции. Методика анализа отраслей и деятельности конкурентов. – К.: «Основы», 1997.– 498с.
11. Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом пространстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. – Смоленск: Изд-во «Ойкумена», 2005. – 496с.
12. Брагинский СВ., Певзнер Я.А. Политическая экономия: дискуссионные проблемы, пути обновления. – М.: Мысль, 1991. – 299 с.

13. Майбурд Е.М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. – М.: Дело, Вита – Пресс, 1996. – 544 с. /
14. Гибсон Дж. Л., Иванцевич Д.М., Донелли Д. Х.–мл. Организации: поведение, структура, процессы: пер. с англ. – М.: ИПФРА–М. 2000. – с.
15. Из истории экономической мысли (Сборник). – М.: Знание, 1990. – 64 с.
16. Хамел Г., Прахалад К. Конкурируя за будущее. – М.: Олимп-Бизнес, 2002.–216 с.
17. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия // Мировая экономика и международные экономические отношения. – 1989. – № 12. – С. 24–29.
18. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА–М, 2000. – 312 с.
19. Градов А.П. Стратегия экономического управления предприятием: Учеб. пособие. – СПб: ГТУ.1993. – 217 с.
20. Гаврилюк С.П. Теоретические аспекты определения конкурентоспособности туристических предприятий // Маркетинг и реклама. – 2001.– №54. – С. 34–37.
21. Шевченко Л.С. Конкурентное управление: Уч. пособие. – Харьков: Эскада, 2004. – 520 с.
22. Магомедов Ш.Ш. Конкурентоспособность товаров: Учебное пособие. – М.: Издательско–торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2003. – 294 с.
23. Горбашко Е.А. Менеджмент качества и конкурентоспособности: Учебное пособие. — СПб.: Изд–во СПбГУЭФ, 1998. — 207 с.
24. Иванов И.Б. Конкурентоспособность предприятия. Теоретико-методологический аспект // Сб. науч. трудов. – Кременчуг, 1995. – С.22–24.
25. Лицышин О.И., Мятолич С.В. Справочник экономиста–предпринимателя (термины рыночной экономики). – СПб: Специальная литература, 1995. – 670 с.
26. Дэниелс Д., Радеба Л. Международный бизнес. Внешняя среда и деловые операции: Пер с англ. – М.: Дело, 1994. – 320 с.
27. Щедрина Т.И. Конкурентоспособность. Как её достигнуть // Деловой вестник. – 1997. –№3. – С. 18–20.
28. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент. – М.: Издательско-торговый центр «Маркетинг», 2002. – 892 с.
29. Дикань В. Управление качеством как фактор конкурентоспособности предприятия // Экономика Украины. – 1996. – №1. – С. 43–47.

Цьохла С. Ю.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ

Постановка проблеми в загальному виді і її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями.

Економічний розвиток – структурна перебудова економіки відповідно до потреб технологічного й соціального прогресу.

Із вступом України в ринкову економіку умови функціонування курортної сфери змінилися. Експлуатація лікувально-оздоровчого комплексу носить комерційний характер. Здійснення ринкових реформ, бурхливий розвиток підприємництва призвели до формування нових підходів до управління санаторно-курортними організаціями, виникнення нових технологій курортного обслуговування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких закладена розв'язка даної проблеми, і на які опирається автор.

Через свою економічну й соціальну значимість проблеми управління рекреаційною сферою досить широко представлені в роботах вітчизняних авторів З. В. Герасимчука, П. В. Гудзя, М. І. Долішнього, В. К. Євдокименка, В. І. Мацоли, Т. І. Ткаченко, В. І. Цибуха, О. С. Шаптали та ін. Елементи систем управління на рекреаційних підприємствах розглядаються в роботах закордонних авторів М. А. Жукова, В. А. Квартального, Ф. Коглера, Д. Боуена, Д. Мейкенза.

В Україні висвітлені далеко не всі питання стосовно сучасних теоретико-методологічних та прикладних засад активізації діяльності підприємств рекреаційно-туристичного комплексу. Існує потреба у поглибленому науковому дослідженні теоретичних аспектів формування методики організаційного та фінансово-ресурсного забезпечення розвитку підприємств курортно-рекреаційної сфери на загальнодержавному та регіональному рівнях, визначення пріоритетів та шляхів підвищення економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств. Для економіки України розробка стратегії розвитку курортно-рекреаційної сфери є особливо актуальною з причин активних змін в економічній системі країни, які пов'язані із здійсненням ринкових реформ.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується дана стаття.

Дослідження економічних аспектів функціонування курортно-рекреаційних підприємств в Україні носять фрагментарний характер. Колишні теорії й методики, характерні для адміністративно-командної системи, неприйнятні в умовах, що змінилися. Пряме ж запозичення західного досвіду неприйнятне внаслідок того, що він стосується розвинених ринкових систем, які в Україні тільки затверджуються. Незважаючи на