

В.П. Братюк (Національна академія управління, м. Київ, Україна)
**АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ
ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ**

У статті узагальнено сучасні підходи до формування стратегії державної політики розвитку туризму. Доведено необхідність комплексного розвитку туризму на основі включення туризму до стратегії розвитку та відтворення продуктивних сил. Виявлено проблему неефективної координації державних установ при реалізації стратегії розвитку туризму. Встановлено, що зростання конкурентоспроможності туризму досягається шляхом упровадження моделі приватно-державного партнерства.

Ключові слова: стратегія, державна політика, розвиток туризму, відтворення продуктивних сил, проблема координації, стратегія розвитку, конкурентоспроможність, приватно-державне партнерство.

Табл. 2. Рис. 1. Літ. 21.

В.П. Братюк (Национальная академия управления, г. Киев, Украина)
**АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ФОРМИРОВАНИЮ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОЛИТИКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

В статье обобщены современные подходы к формированию стратегии государственной политики развития туризма. Доказана необходимость комплексного развития туризма на основе включения туризма в стратегию развития и воспроизводства производительных сил. Обнаружена проблема неэффективной координации государственных учреждений при реализации стратегии развития туризма. Установлено, что рост конкурентоспособности туризма достигается путем внедрения модели частно-государственного партнерства.

Ключевые слова: стратегия, государственная политика, развитие туризма, воспроизводства производительных сил, проблема координации, стратегия развития, конкурентоспособность, частно-государственное партнерство.

V.P. Bratyuk (National Academy of Management, Kyiv, Ukraine)
**ANALYSIS OF STRATEGIC APPROACHES TO STATE
POLICY OF TOURISM DEVELOPMENT**

The article generalizes the key contemporary approaches to the strategies within the state policy of tourism development. The necessity of complex development of tourism is grounded on the basis of tourism inclusion into the strategy of development and reproduction of productive forces. The problem of inefficient coordination of public institutions during the realization of tourism development strategy is highlighted. It is demonstrated that tourism competitiveness growth is achieved through implementation of the private-public partnership model.

Keywords: strategy; public policy; tourism development; reproduction of productive forces; the problem of coordination; the development strategy; competitiveness; private-public partnership.

Постановка проблеми. У 2009–2011 рр. на світових ринках спостерігалися тенденції стабілізації індустрії туризму після фінансової кризи 2007–2008 років. Проте в цьому періоді відбулося поступове падіння рейтингу конкурентоспроможності українського туризму. Це підкреслює необхідність заходів щодо вдосконалення державної політики та стратегії розвитку туризму в Україні на основі економічного й соціального підходів.

Аналіз останніх досліджень. В останні два десятиліття у світі сформувалася економіка нового типу, що визначається двома основними стратегічними

складовими: інформаційна та глобальна, котрі вплинули на стратегічний розвиток туризму. Аналіз наукових праць дає можливість стверджувати, що в нових історичних умовах склалися об'єктивні умови, за яких досягнення конкретного рівня продуктивності туристичної індустрії та конкурентоспроможності на ринку туристичних продуктів можливе лише з урахуванням глобальних процесів. Інструменти забезпечення стратегії в нових економічних умовах, моделі сучасних стратегій державних політик розвитку туристичної індустрії досліджували такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як Л.Г. Агафонова [2], А.М. Бабашкіна [3], О.М. Ведута [4], В.Г. Гуляєв [5], Л.П. Дядечко [6], В.А. Квартальнов [8], В.Ф. Кифяк [8], О.В. Косменюк [10], М.П. Мальська [11; 12], М.Е. Портер [14], А.С. Татаринцева [15], Р.А. Фатхутдінов [16] та інші.

Невирішені частини проблеми. Проведені дослідження вказують на необхідність обґрунтування нових напрямів і цілей розвитку туризму, які орієнтовані на задоволення реальних потреб туристів, а також створення нової моделі стратегії, за якою держава та підприємства туристичної індустрії зацікавлені в розвитку національного туризму як одному з інструментів стабілізації та збалансованого соціально-економічного розвитку країни.

Метою дослідження є обґрунтування нових напрямів і цілей розвитку туризму та формування наукових підходів до створення нової стратегії державної політики розвитку туризму.

Основні результати дослідження. Як відомо [2], туризм чинить значний вплив на економіку України, наприклад, частково забезпечує зайнятість населення, підтримує платіжний баланс, стимулює зростання ВВП. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (ВРТП), індустрія туризму України в 2009 р. забезпечила робочими місцями більше 230,0 тис. людей і створила ВВП у розмірі більше 15,5 млрд. грн. Експерти на період 2011–2021 рр. прогнозують зростання частки ВВП, отриманого від розвитку туризму в Україні, на 6,9% і зростання зайнятості населення в цьому секторі не менше, ніж на 2,5% [20].

У той же час необхідно зауважити, що цілі державної політики у сфері розвитку туризму в сучасних умовах повинні припускати комплексний розвиток туризму, а не коригувати політику за сучасним станом туристичної індустрії. До таких цілей, за аналізом літератури [5; 8], доцільно віднести:

- нові моделі розвитку, управління та господарювання в туризмі;
- ефективне використання туристичних ресурсів;
- подолання фінансових, економічних і соціальних проблем;
- розвиток системи соціального туризму та нових форм туризму;
- зміни у виробництві та якості туристичних послуг;
- розробку нових форм і засобів забезпечення туристичного обміну;
- здійснення програм технічної співпраці з партнерами;
- розширення участі вітчизняних та зарубіжних інвесторів.

З іншого боку, продуктивність та конкурентоспроможність суб'єктів економіки, наприклад, у сфері туризму, насамперед залежать від їхньої спроможності генерувати ідею, здатності задовольнити якісно нові потреби туристів на основі збору, обробки, аналізу та ефективного використання інформації [10; 16]. Інновації, засновані на створенні нових продуктів, використанні нових

ресурсів, застосуванні досконалих технологій, освоєнні нових ринків і формуванні ефективних організаційних структур призвели до створення транснаціональних корпорацій (ТНК) [8; 13]. ТНК унаслідок консолідації ресурсів швидко збільшили економічний потенціал, який формує сучасні тенденції розвитку світової економіки, у тому числі у сфері туризму. У результаті основні види економічної діяльності, включаючи виробництво туристичного продукту, споживання й обіг туристичних товарів і послуг, а також складових (капітал, праця, ресурси, управління, інформація, технологія, ринки) організували економічну систему глобального масштабу.

Таким чином, глобалізація світової економіки створила матеріальну основу для утворення взаємозв'язку між інформацією (знаннями) та процесом її поширення (дифузиею). Це призвело до формування нової світової економічної системи, яка радикально відрізняється від попередньої системи, та вимагає інших стратегічних підходів до розвитку сфери туризму.

Одночасно орієнтири формування валового національного продукту (ВВП) розвинених країн спрямовані зі сфери матеріального виробництва у сферу послуг, визначивши значимість цього виду економічної діяльності для світової економіки [4; 12]. При цьому темп зростання рівня продуктивності праці у сфері послуг в останнє десятиліття не поступається показникам у сфері матеріального виробництва.

З іншого боку, тенденції укрупнення бізнесу з одночасним скороченням тривалості життєвих циклів розвитку та зростання невизначеності впливу різноманітних чинників зумовили проблеми стратегічного управління у сфері туристичної діяльності. Аналіз літератури [8; 12] дав змогу виявити основні проблеми стратегічного управління підприємствами туризму:

1. У довгостроковій перспективі туристичні підприємства вимушені змінювати початковий план розвитку, оскільки невизначеність, властива новаторським проектам у туризмі, висока. Основним чинником невизначеності розвитку доцільно вважати складність механізму взаємодії підприємств туризму з природними ресурсами туризму, що припускає не стільки якість початкових планів розвитку, а й гнучкість управління в процесі реалізації стратегічних планів.

2. Підходи до оцінювання інвестиційних проектів при формуванні та реалізації стратегій розвитку туристичної індустрії не дозволяють визначити соціально-економічний вплив розвитку туризму та впровадження в практику нових моделей і механізмів управління комплексом туристичних послуг на зростання національної економіки.

3. В умовах глобалізації позитивний ефект розвитку туристичної індустрії виявляється за певних масштабів розвитку туристичної діяльності за умови стабільності національної політики, економіки та законодавства.

Узагальнення результатів розвитку компаній-лідерів туристичної індустрії [6; 16; 19] доводить, що до основних складових їх стратегічного управління доцільно віднести чинники, характеристика яких наведена в табл. 1.

Чинники, приведені в табл. 1, дають змогу створити модель взаємозв'язку стратегії державної політики розвитку туризму з комплексом певних систем стратегічного управління розвитком діяльності підприємств туристичної

індустрії, які спеціалізуються на туристичних продуктах і послугах, як показано на рис. 1. Такі комплекси стратегічного управління розвитком необхідно поєднати в конкретний механізм розвитку виробництва.

Таблиця 1. Характеристика чинників систем стратегічного управління в компаніях-лідерах туристичної індустрії*

Чинники системи управління	Характеристика чинників систем управління
Сприятливе географічне положення поблизу мереж і магістралей	Природно-кліматична зона в туризмі втрачає в ціні продукту, туристичних послуг й обороті туристів за недостатнього розвитку транспортних магістралей і комунікаційних мереж.
Наявність нових туристичних продуктів і пам'яток	Наявність унікальних природних ресурсів, історичних пам'яток і нових туристичних продуктів є основою конкурентних переваг, які забезпечують залучення туристів з мотивами пізнання.
Конкурентоспроможна інфраструктура	Зручності та комфорт здатні забезпечити конкурентну перевагу як складову системи ухвалення рішення за варіантами подорожей.
Соціальна інфраструктура за світовими стандартами	Конкурентоспроможна соціальна інфраструктура формує в туристів почуття захищеності й забезпечує їх впевненість у високому статусі подорожі.
Дешева кваліфікована робоча сила	Висококваліфікована робоча сила формує внутрішню конкуренцію, забезпечує стійке зростання кваліфікації персоналу за рахунок обміну досвідом. Здешевлення робочої сили призводить до зростання рентабельності.
Високий рівень банківських послуг і зв'язку з фінансовими ринками	Сучасне забезпечення робочих місць з віддаленим доступом до світових фінансових інститутів і ринків є сучасною складовою конкурентоспроможної діяльності туристичних підприємств.
Розвинені послуги зв'язку й доступу до інформації	У сучасному інформаційному суспільстві зростають тенденції забезпечення якості послуг зв'язку та доступу до інформації, включаючи комфорт.
Сприятливе середовище, створене комплексом сервісних послуг	Розширення асортименту послуг у межах туристичної діяльності та сфері супутніх послуг покращує умови відпочинку й подорожі, підвищуючи інвестиційну привабливість національного туризму.
Мінімальні адміністративні перешкоди	Наявність адміністративних бар'єрів від оформлення візи до заселення в місця проживання є перешкодою для розвитку туризму.
Політичний і соціально-економічний стан країни	Турист при ухваленні рішення з вибору туристичного продукту надає перевагу продуктам країн, які мають стабільний політичний та економічний стан.

* опрацьовано за даними [6; 16; 16].

Як видно з рис. 1, стратегія державної політики розвитку туризму є комплексом, який повинен включати конкретні стратегії розвитку державної регуляторної політики, підприємництва у сфері туризму й туристичної та соціальної інфраструктури. Стратегія розвитку підприємництва у сфері туристичної індустрії може бути реалізована шляхом формування комплексу стратегічного розвитку виробництва продуктів і послуг туризму, створеного на основі показаних на рис. 1 систем.

Комплекс маркетингового забезпечення державної політики та стратегії розвитку туризму має коло істотних відмінностей від маркетингу на рівні під-

приємства. Насамперед, це стосується специфіки об'єктів і суб'єктів маркетингу, необхідності комплексного підходу до задоволення політичних і соціально-економічних інтересів, особливості використання маркетингових інструментів державними органами [3; 15; 17].



Рис. 1. Модель взаємозв'язку стратегії державної політики розвитку туризму з комплексом стратегічного розвитку підприємств туризму, авторська розробка

Комплекс маркетингового забезпечення державної політики та стратегії розвитку туризму повинен:

- оцінювати зростаючі мотиви й потреби туристів при організації та забезпеченні подорожі, якості надання послуг,
- оцінювати наявні та потенційні туристичні ресурси й потенціал розвитку туристичної індустрії;
- визначати доцільні стратегічні напрями розвитку сфери туризму та сприяти формуванню стратегічних планів;
- забезпечити необхідну рекламу та формування іміджу туристичної індустрії в країні й за кордоном;
- забезпечити за допомогою маркетингових інструментів успішну реалізацію державної політики та стратегічних планів розвитку туризму;
- забезпечити за допомогою маркетингових інструментів моніторинг та сприяти реагуванню на зміни внутрішнього й зовнішнього ринків.

Стратегія розвитку регуляторної політики у сфері туризму реалізується на основі комплексу завдань з розвитку законодавчої бази та регуляторної політики туризму й підприємництва, який є системним комплексом, що включає плани розвитку законодавчої бази туризму та підприємництва.

Регулювання розвитку сфери туризму на державному рівні проводиться з метою [5; 11; 12]:

- збільшення економічного потенціалу туристичної індустрії;
- розвитку соціально-економічної інфраструктури місць перебування;
- зростання зайнятості населення туристичних регіонів;
- збільшення валового національного доходу туристичної діяльності;
- захисту споживачів туристичних послуг, надання їм необхідних гарантій безпеки;
- організації конкурентоспроможної туристичної діяльності на основі міжнародних стандартів;
- збереження ландшафту, рекреаційних ресурсів і пам'яток історії;
- екологічного захисту територій шляхом регулювання зростаючих туристичних потоків.

При цьому збільшення економічного потенціалу та розвиток соціально-економічної інфраструктури регулюється державним бюджетом, податковим та інвестиційним законодавством; збільшення валового національного доходу регулюється податковим законодавством; організація конкурентоспроможної індустрії туризму – нормативно-правовими актами підприємництва, актами з ліцензування туристичної діяльності економічних суб'єктів господарювання; податковим і зовнішньоекономічним законодавством.

Таким чином, комплексний характер державної політики та стратегії розвитку туризму в Україні передбачають формування системи державного стратегічного планування розвитку туризму.

Необхідність системи державного стратегічного планування розвитку туризму пов'язана з чотирма основними чинниками:

- залежністю економічного розвитку регіонів України від індустрії туризму, наприклад, Крим і Карпати;
- доцільністю розвитку сфери туризму для залучення додаткових ресурсів для збалансованого розвитку економіки країни;
- необхідністю задоволення зростаючих потреб населення країни та іноземних туристів до подорожей, організації відпочинку й дозвілля;
- проблемами стрімкого розвитку індустрії туризму в частині захисту історичної спадщини та довкілля в умовах масового туризму.

Згідно із [1; 5; 9; 16], можна виділити основні групи чинників, які впливають на реалізацію стратегії розвитку туризму в Україні. Характеристика груп чинників наведена в табл. 2.

Групи чинників доцільно поділити на два класи: селективні та реалізації, які, у свою чергу, можуть бути віднесені до локальних і чинників загальної дії.

Селективні чинники визначають необхідність і доцільність розвитку міжнародного туризму. До них, зокрема, можна віднести соціально-економічні, демографічні, політичні й соціально-психологічні. Чинники реалізації стратегії сприяють найбільш повному задоволенню потреб споживачів туристичного

продукту в туризмі. Це передусім матеріально-технічні чинники, інтегровані в клас чинників загальної дії. Локальні чинники розвитку туризму визначають межі туристичної діяльності на конкретній території. До таких чинників слід віднести природні, екологічні, медико-біологічні та культурно-історичні чинники.

Таблиця 2. Характеристика груп чинників, які впливають на реалізацію стратегії розвитку туризму*

Група чинників	Характеристика показників групи чинників
Соціально-економічні	Чинники групи є основою та включають такі показники як тип суспільно-економічної організації; рівень розвитку продуктивних сил; обсяг і структура вільного часу; добробут; трудова діяльність; культурно-духовний рівень; професійно-освітня структура населення.
Демографічні	До чинників групи відносять чисельність, територіальний розподіл і вікову структуру населення, міру урбанізації.
Екологічні та медико-біологічні	Група чинників включає показники якості середовища постійного проживання та стан здоров'я населення.
Політичні	До групи відносять показники стабільності внутрішньої політики та зовнішньополітичних взаємин; розширення міжнародних політичних, економічних, наукових, культурних зв'язків і співпраці; спрощення паспортного й митного режиму; соціальної політики держави.
Соціально-психологічні	Група чинників включає показники ціннісної орієнтації; вплив традицій, наявність стереотипів поведінки населення; відношення до релігій; бажання підвищення престижу й освітнього рівня соціального індивіда; розвиток інформаційних засобів і реклами.
Природні	Група чинників характеризує різноманітність кліматичних, ландшафтних умов; екзотичністю флори та фауни; наявністю морського узбережжя; джерел мінеральних вод, родовищ лікувальних грязей тощо.
Культурно-історичні	Чинники відображають багатство матеріальної й духовної культури та включають показники наявності старовинних міст, пам'яток архітектури; місць, пов'язаних з подіями історії; наявність колекцій в історичних музеях; місць археологічних розкопок.
Матеріально-технологічні	Чинники групи визначають рівень техніки й технологій в галузях транспорту, будівництва, зв'язку, комунікацій; засобах розміщення та масової інформації; системі комунально-побутових служб, торгівлі й громадського харчування.

* опрацьовано за даними [1; 5; 9; 16].

Орієнтація на стратегічних напрямках надає можливість виявити конкретні проблеми вітчизняної індустрії туризму. Існує також коло інших проблем, які перешкоджають реалізації стратегії розвитку туристичної індустрії. Наприклад, проблемою є слабка координація державних установ з реалізації стратегії розвитку національного туризму. У результаті управлінські рішення різних галузевих відомств призводять до суперечностей на міжгалузевому й внутрішньогалузевому рівнях.

Необхідно відмітити, що до чинників, які негативно впливають на реалізацію стратегії розвитку туризму, відносять [7; 12; 14]: економічні кризи, зростання цін на основні предмети споживання, безробіття, мілітаризацію економіки, зростання зовнішньої заборгованості, політичну нестабільність, страйки, криміногенний стан, фінансову нестабільність (інфляція, стагнація валют), скорочення обсягів індивідуального споживання, екологічний стан дов-

кілля, банкрутство туристичних підприємств, посилення контролю туристичних процедур, зниження квот обміну валют, невиконання туристичними фірмами зобов'язань. Негативні чинники суттєво впливають на такі види туризму, як соціальний і молодіжний, які є найбільш чутливими до зміни умов туристичних подорожей.

Розробка стратегії державної політики розвитку туризму повинна забезпечити прогнозування й планування розвитку туристичного комплексу, обсягу туристичних потоків, ресурсних можливостей туристичних територій, потреб населення й економіки країни. З метою вдосконалення системи стратегічного планування розвитку туризму в Україні необхідно створити систему стратегічного планування розвитку туристичних територій, наприклад, на основі кластерного підходу, забезпечити інтеграцію науки й туристичної індустрії в процесі розробки та реалізації стратегії.

Спостереження й експертні оцінки сучасного стану туризму [5; 10] показують, що розвиток іноземного туризму повинен супроводжуватися державними програмами розвитку внутрішнього (національного) туризму. Як свідчить практика, внутрішній туризм сприяє збалансованому розвитку економіки завдяки перерозподілу національного доходу, усвідомленню спільності інтересів держави та підприємців, розвитку нових видів туристичної діяльності. Таким чином, в умовах ринкових відносин стратегія розвитку туризму України повинна бути орієнтована на три основні стратегічні напрями:

- забезпечення можливості використання туристичною індустрією необхідних туристичних ресурсів;
- забезпечення доступності користування туристичними продуктами й послугами для задоволення потреб населення та іноземних туристів;
- забезпечення вільного пересування туристів, викликаного мотивами розвитку туристичної сфери та іншими потребами суспільства.

Необхідно зауважити, що останнім часом спостерігається інтенсивне зростання конкуренції на ринку туристичних потреб, який відбувається в результаті дії таких чинників [2; 11; 12]:

- появи нових країн з експансивними стратегіями залучення туристів;
- досягнення деякими формами та видами туризму точки насичення;
- упровадження нових технологій у туристичній індустрії та інновацій на ринок туристичних послуг;
- впливу на ринок туризму чинників глобальної економіки.

Вирішення завдань підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії в Україні можливо також шляхом формування стратегії державної політики розвитку туризму, яка заснована на ефективній моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства (приватно-державного партнерства [15]). За цим підходом подолання наявних негативних тенденцій, створення системних передумов для розвитку інфраструктури та матеріальної основи, поліпшення функціональної й технологічної якості туристичних продуктів повинні стати пріоритетами стратегії державної політики розвитку туризму в політиці економічного розвитку країни в цілому.

Доцільно зауважити, що нерозвинена інфраструктура туризму в Україні вимагає включення в стратегію розвитку завдання про введення туризму в

сферу відтворення продуктивних сил у частині відновлення фізичного та психологічного потенціалу людини. При цьому соціальна функція державної політики туризму повинна вирішувати економічні та соціальні завдання розвитку нових форм туристичних послуг, які можуть бути реалізовані на основі розвитку головної ланки виробництва цих послуг – підприємств туристичної індустрії.

Висновки:

1. Установлено, що в останні два десятиліття у світі сформувалася економіка нового типу, яку визначають дві основні стратегічні складові: інформаційна та глобальна, що вплинули на стратегічний розвиток туризму.

2. Доведено, що державна політика у сфері розвитку туризму в сучасних умовах повинна припускати комплексний розвиток туризму, за якого темп зростання рівня продуктивності праці у сфері послуг не поступатиметься показникам у сфері матеріального виробництва.

3. Виявлено, що в умовах глобалізації позитивний ефект розвитку туризму виявляється за певних масштабів розвитку туристичної галузі за умови стабільності національної політики, економіки та законодавства.

4. Виявлено проблему слабкої координації державних установ у процесі реалізації стратегії розвитку національного туризму, у результаті чого управлінські рішення різних галузевих відомств призводять до суперечностей на міжгалузевому та внутрішньогалузевому рівнях.

5. Доведено, що розвиток діяльності з міжнародного туризму повинен супроводжуватися державними програмами розвитку внутрішнього туризму, який сприяє збалансованому розвитку економіки, усвідомленні спільності інтересів держави та підприємців, розвитку нових видів туризму.

6. Доведено, що завдання з підвищення конкурентоспроможності туристичної індустрії можливо вирішити шляхом формування стратегії державної політики розвитку туризму на основі співпраці держави, бізнесу та суспільства (приватно-державного партнерства).

7. Доведено, що державна політика розвитку туристичної галузі вимагає включення в стратегію розвитку завдання про введення туризму у сферу відтворення продуктивних сил України в частині відновлення фізичного та психологічного потенціалу людини.

1. Стратегія розвитку туризму і курортів: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 06.08.2008 №1088 // zakon1.rada.gov.ua.

2. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанный бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання. – К.: Знання України, 2009. – 352 с.

3. Бабашикина А.М. Государственное регулирование национальной экономики: Учеб. пособие. – М.: Пресс-Солюшн, 2001. – 486 с.

4. Ведута Е.Н. Стратегия и экономическая политика государства. – М.: Академический проект, 2011. – 516 с.

5. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 576 с.

6. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2010. – 224 с.

7. Индекс туристической конкурентоспособности стран // Журнал европейської економіки.– 2012.– Т. 8. №4. – С. 348–367.

8. *Квартальнов В.А.* Стратегический менеджмент в туризме. Современный опыт управления. – М.: Финансы и статистика, 2010. – 491 с.
9. *Кифяк В.Ф.* Організація туристичної діяльності в Україні. – Чернівці: Зелена Буковина, 2007. – 316 с.
10. *Косменюк О.В.* Основні тенденції та нові напрями розвитку туризму при включенні України в глобальний ринок туристичних послуг // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С. 273–275.
11. *Мальська М.П.* Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.05 / НАН України, Ін-т регіон. дослідж. – Л., 2011. – 40 с.
12. *Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М.* Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2010. – 663 с.
13. *Маркова В.Д., Кузнецова С.А.* Стратегический менеджмент: Курс лекций. – М.; Новосибирск: ИНФРА-М, 2010. – 424 с.
14. *Портер М.Э.* Конкуренция. – СПб.: Вильямс, 2010. – 495 с.
15. *Татаринцева А.С.* Концептуальні підходи до формування державної політики планування й регулювання партнерських відносин у сфері туризму // Держава та регіони.– Серія: Економіка та підприємництво.– 2009.– №2.– С. 204–208.
16. *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический менеджмент: Учебник. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2009. – 458 с.
17. *Cleland, D., King, W.* (2008). Systems Analysis and Project Management. N.Y. 435 p.
18. Documents and resources // The World Trade Organization // www.wto.org.
19. *Dutkowski, M.* (2007). Strategic tourist markets of the Pomeranian voivodship. University of Gdansk. 232 p.
20. News media // World Travel & Tourism Council // www.wttc.org.
21. Reports// The World Economic Forum // www.weforum.org.

Стаття надійшла до редакції 14.03.2013.

КНИЖКОВИЙ СВІТ



СУЧАСНА ЕКОНОМІЧНА ТА ЮРИДИЧНА ОСВІТА ПРЕСТИЖНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ

Україна, 01011, м. Київ, вул. Панаса Мирного, 26
E-mail: book@nam.kiev.ua
тел./факс 288-94-98, 280-80-56



Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення національного господарства: Наук. монографія / М.М. Єрмошенко, С.А. Єрохін, В.М. Шандра, О.І. Гуменюк та інші; За наук. ред. д.е.н., проф. М.М. Єрмошенка і д.е.н., проф. С.А. Єрохіна. – К.: Національна академія управління, 2008. – 216 с. Ціна без доставки – 22 грн.

У монографії проаналізовано стан технологічного оновлення національної економіки на інноваційних засадах, виявлено позитивні сторони і недоліки цього процесу і розроблено організаційно-економічні основи формування механізму інноваційного оновлення економіки України, її окремих галузей та підприємств.