

но-кліматичні та історичні умови створили для України потужну ресурсну базу для розвитку туризму та розбудови відповідної інфраструктури. Основними факторами привабливості рекреаційно-туристичних ресурсів є природа, клімат, мистецтво, історія, харчування, архітектура тощо. Розвиток туризму та рекреаційної інфраструктури потягне за собою низку позитивних явищ в інших секторах економіки, а саме: розвиток автомобільної промисловості і транспортних комунікацій; розвиток харчової промисловості; розвиток ресурсного потенціалу. Але існує низка проблем, а саме: повільна адаптація до ринкових умов трудових колективів, які не хочуть або не можуть пристосуватися до зміни ситуації і не дають змогу вкласти інвестиції в реконструкцію курортів; брак інвестицій: потік іноземних інвестицій не збільшиться до того часу, поки в Україні не буде досконалої системи правового захисту інвестицій, не зменшиться ланцюг бюрократичних перепон для підприємців, регіон не облаштує інженерну та комунальну інфраструктуру на світовому рівні стандартів. Для успішного розвитку туризму і рекреації в Україні слід вжити наступних заходів: вкладати кошти в поліпшення екологічної ситуації і покращення якості рекреаційних природних ресурсів; безперервно займатися розробкою нових туристичних маршрутів, облаштовувати і реконструювати історичні пам'ятки та місця перебування видатних людей; інтенсивніше розвивати сільський та зелений туризм, більш широко застосовуючи унікальні місцеві природні ресурси, фольклор, традиції, історичну спадщину; зупинити використання рекреаційних територій не за основним призначенням.

Помогайбо М.І.  
ХНУБА

## **СУЧАСНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА»**

У сучасних умовах діяльність підприємств в Україні ускладнюється швидкими змінами у зовнішньому оточенні, обмеженістю ресурсів, постійним підвищенням запитів та вимог споживачів, а також появою нових пропозицій конкурентів. Тому здатність підприємств спрямовувати свої

зусилля на пошук нових конкурентних переваг гарантує ефективне функціонування і дає можливість забезпечення конкурентоспроможності підприємства у довгостроковому періоді. Дослідженням проблеми формування конкурентних переваг займалося багато як закордонних (Портер М., Ансофф І., Котлер Ф., Диксон П.Р., Лифиц І.М., Фатхутдінов Р.А.), так і вітчизняних вчених-економістів (Дикань В.Л., Шевченко Л.С., Шепіцен А.О.). В науково-економічній літературі існує багато різних підходів до визначення поняття конкурентна перевага. Проведене теоретичне дослідження дозволило виокремити найбільш розповсюджені підходи. 1. Компаративний підхід: деталізація сфери існування конкурентних переваг; порівняння суб'єктів конкурентної боротьби; впровадження інновацій як основи формування конкурентних переваг. 2. Ресурсний підхід: конкурентні переваги розглядаються з точки зору ефективності використання ресурсів. 3. Ціннісно-компетентнісний підхід: конкурентна перевага забезпечується перевагами продукції, ефективнішим виробництвом і успішним маркетингом; конкурентна перевага є відносною, оскільки визначається в порівнянні з конкурентом, що займає найкращу позицію на товарному ринку або його окремому сегменті. Сучасний стан конкурентної боротьби змусив підприємства шукати нові види переваг. Однією з таких конкурентних переваг є споживачі. Це не лише рівень їх попиту, але й відношення до підприємства. Така конкурентна перевага є досить специфічною, оскільки вона дещо "фантомна", оскільки її неможливо оцінити кількісно. При цьому вона може перетворитися з переваги в недолік (негативне відношення споживачів). Однак дана конкурентна перевага не здатна забезпечити підприємству прибутковість функціонування.

Пустовит Д.А.  
НТУ «ХПИ»

## **ОСОБЕННОСТИ АСИММЕТРИИ ИНФОРМАЦИИ НА РЫНКЕ ТРУДА УКРАИНЫ**

Информация играет важнейшую роль в определении экономических связей. Явление асимметрии информации, присущее всем экономи-