

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇН  
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ  
ІНСТИТУТ МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН  
ІМ. Б. Д. ГАВРИЛИШИНА  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОЇ ЕКОНОМІКИ  
(УКРАЇНА)  
ТЕХНІЧНИЙ ОСВІТНИЙ ІНСТИТУТ ЗАХІДНОЇ МАКЕДОНІЇ (ГРЕЦІЯ)  
УНІВЕРСИТЕТ ЛОДЗЯ (ПОЛЬЩА)  
УНІВЕРСИТЕТ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ  
(БОЛГАРІЯ)  
УНІВЕРСИТЕТ МАТЕША-БЕЛА (СЛОВАЧЧИНА)  
ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ (НІМЕЧЧИНА)**

## ***ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ***

*Міжнародної науково-практичної конференції  
студентів та молодих вчених*

## **«ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ»**

3-4 квітня 2014 року

Тернопіль  
ТНЕУ  
2014

**«ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ»**. Збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (4-5 квітня, 2014 р.) – Тернопіль, 2014. – 298 с.

**Керівництво оргкомітету:**

**КРИСОВАТИЙ Андрій Ігорович** доктор економічних наук, професор, ректор ТНЕУ – голова оргкомітету;

**ЗАДОРОВНИЙ Зеновій- Михайло Васильович** доктор економічних наук, професор, проректор ТНЕУ з наукової роботи – заступник голови оргкомітету;

**САВЕЛЬЄВ Євген Васильович** доктор економічних наук, професор завідувач кафедри міжнародної економіки – заступник голови оргкомітету;

**ШИНКАРИК Микола Іванович** кандидат фізико-математичних наук, доцент, перший проректор;

**ЛУЦІВ Богдан Любомирович** доктор економічних наук, професор, проректор з науково-педагогічної роботи;

**ІВАЩУК Олег Тимофійович** кандидат економічних наук, доцент, декан факультету державного управління;

**ТАРАНОВ Ігор Михайлович** кандидат економічних наук, доцент, директор інституту міжнародних економічних відносин ім. Б. Д. Гаврилишина.

**Редакційна колегія:**

**Гродський С.В.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Гуменюк Ю.П.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Живко М.А.**, викладач кафедри міжнародної економіки

**Зварич Р.Є.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Колінець Л.Б.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Комар Н.В.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Костюк І.Т.**, ст. лаборант кафедри міжнародної економіки

**Лизун М.В.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Ліщинський І.О.**, к.е.н., ст. викладач кафедри міжнародної економіки

**Мартинюк В.О.**, викладач кафедри міжнародної економіки

**Пазізіна С.М.**, викладач кафедри міжнародної економіки

**Пазізіна К.В.**, к.с-г.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Скавронська І.В.**, к.е.н., ст. викладач кафедри міжнародної економіки

**Смалюк Г.Ф.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Карась О.**, к.е.н., ст. викладач кафедри міжнародної економіки

**Уніят А.В.**, к.е.н., доцент кафедри міжнародної економіки

**Шпак Т.В.**, викладач кафедри міжнародної економіки

**Відповідальний за випуск:**

**Савельєв Є. В.**, д.е.н., професор, зав. кафедрою міжнародної економіки

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами міжнародної наукової конференції «Економіка України в умовах глобалізації і регіоналізації», яка відбулась у Тернопільському національному економічному університеті 3-4 квітня 2014 року.

*За зміст наукових праць та достовірність наведених фактологічних і статистичних матеріалів відповідальність несуть автори*

# ЗМІСТ

## СЕКЦІЯ 1. СТАНОВЛЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Adeboga Luqman Adetayo <b>INFORMATION TECHNOLOGY IN INTERNATIONAL TOURISM.....</b>	<b>12</b>
Юлія Абрамчук <b>ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ЗНАНЬ: ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ ДЕРЖАВ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ..</b>	<b>14</b>
Г. Ангелов <b>ЛИКВИДНОСТЬ ИЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА – ДИЛЕММА ПЕРЕД КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ..</b>	<b>16</b>
П. Ангелов <b>СВЯЗЬ МЕЖДУ СООТНОШЕНИЯМИ ВНУТРЕННИЙ ДОЛГ/ВВП, ВНЕШНИЙ ДОЛГ/ВВП И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ..</b>	<b>20</b>
Тарас Бігун <b>ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТНК..</b>	<b>23</b>
Діана Бута <b>АНАЛІЗ ЦИКЛІЧНОГО ХАРАКТЕРУ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАНЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ США.....</b>	<b>26</b>
Павло Друшляківський <b>ФАКТОР ТОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯПОНІЇ.....</b>	<b>28</b>
Антон Кінасевиц <b>МІЖНАРОДНА КРИЗА ЗАБОРГОВАНOSTІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ..</b>	<b>31</b>
Наталія Комар <b>ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ..</b>	<b>32</b>

Ганна Король	
<b>РОЗВИТОК НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ..</b>	<b>35</b>
Юлія Лещук	
<b>ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ .....</b>	<b>37</b>
Ігор Ліщинський	
<b>РЕГІОНАЛЬНА СТРУКТУРА БІДНОСТІ КРАЇН АФРИКИ.....</b>	<b>40</b>
Тарас Марків	
<b>ЗАГРОЗИ ПОЯВИ ВУГЛЕЦЕВОЇ БУЛЬБАШКИ В ПОСТКІЮТСЬКИЙ ПЕРІОД.....</b>	<b>44</b>
Н. Николов	
<b>ИНДЕКСНОЕ СИМУЛИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ЭПСИЛОН ОПТИМИЗАЦИИ.....</b>	<b>48</b>
Ганна Нянешук	
<b>БАЗОВІ УМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ.....</b>	<b>51</b>
Тетяна Онищук	
<b>ІННОВАЦІЙНА СИСТЕМА НІМЕЧЧИНИ..</b>	<b>54</b>
Ц. Павлов	
<b>АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ ПОВЕДЕНЧЕСКИМИ И ТРАДИЦИОННЫМИ ФИНАНСАМИ..</b>	<b>56</b>
Лариса Піддубняк	
<b>ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИМУСОВОГО ВИКОНАННЯ РІШЕНЬ СУДІВ ТА ІНШИХ ОРГАНІВ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС.....</b>	<b>60</b>
Андрій Пінь	
<b>ЗОВНІШНЯ ЗАБОРГОВАНІСТЬ ЯК ФАКТОР ВИНИКНЕННЯ КРИЗ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....</b>	<b>63</b>
С. Радуканов	
<b>СПЕЦИФИКА БАНКОВСКОГО ПРІДПРИЯТТЯ.....</b>	<b>66</b>
Роман Синовірський	
<b>СХИЛЬНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ..</b>	<b>69</b>
Ірина Скавронська	
<b>ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТЕРОРИЗМУ.....</b>	<b>72</b>

Людмила Созанська <b>МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ БОРОТЬБИ ЗІ ЗЛОЧИННІСТЮ ТА КОРУПЦІЄЮ..</b>	76
Т. Сумская <b>IMPLEMENTATION CHALLENGES OF PERFORMANCE BUDGETING ON REGIONAL AND LOCAL LEVELS IN RUSSIAN FEDERATION..</b>	79
Ірина Теличко <b>ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ..</b>	83
Степан Хромишин <b>ОСНОВНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ..</b>	87
Ірина Янко <b>СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БІРЖОВОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..</b>	89
Андрій Ясковець <b>ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ..</b>	91

## **СЕКЦІЯ 2 МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

В. Богачова, Я. Поплавська <b>ОРГАНІЗАЦІЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА ЇЇ РОЛЬ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ..</b>	94
Дарія Бойда <b>СПІЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК КАТАЛІЗАТОР СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ..</b>	96
Максим Живко <b>НОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПОРЯДОК: ТЕНДЕНЦІЇ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ..</b>	99
Наталя Іванова <b>ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ..</b>	102
Мар'яна Іванушко <b>ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНЗИТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ..</b>	105

Юля Коник	
<b>ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ.....</b>	<b>107</b>
Василь Мартинюк	
<b>ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄС У ПРОЦЕСІ ЗМЕНШЕННЯ ЧАСТКИ ТІНЬОВОГО СЕКТОРУ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ.....</b>	<b>110</b>
Вікторія Мартинюк	
<b>СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЗЕРНА.. .....</b>	<b>114</b>
Ірина Мартюк	
<b>КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ УМОВАХ.. ....</b>	<b>115</b>
Тетяна Матвійчук	
<b>ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>119</b>
Аліна Михайлишин	
<b>СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ.....</b>	<b>121</b>
Іван Олексів	
<b>ВИКОРИСТАННЯ УКРАЇНОЮ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЧЛЕНСТВА У СОТ.....</b>	<b>125</b>
Софія Пазізіна, Клавдія Пазізіна	
<b>ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ У ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ.. ...</b>	<b>128</b>
Діана Поліщук	
<b>ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РЕГІОН У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ.....</b>	<b>131</b>
Ірина Предик	
<b>ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ МІСТА.....</b>	<b>133</b>
Світлана Сарняк	
<b>КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ КОРПОРАЦІЇ ROSHEN.....</b>	<b>136</b>
Анастасія Скоропад	
<b>СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.. .....</b>	<b>138</b>
Віталій Ступінський	
<b>КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....</b>	<b>141</b>

Анна Фатун  
**ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО  
КЛІМАТУ В УКРАЇНІ..** ..... 144

Любов Чебелець  
**МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ У РЕФОРМУВАННІ ПЕНСІЙНОЇ  
СИСТЕМИ УКРАЇНИ.....** 147

Соломія Шпак  
**ШЛЯХИ БОРОТЬБИ З ОФШОРИЗАЦІЄЮ ЕКОНОМІКИ.....** 150

### **СЕКЦІЯ 3. ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СВІТОВОМУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ІНТЕГРАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

Юліан Андрусяк  
**РОЗВИТОК ВИСТАВКОВОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ.....** 152

Денис Бандас  
**ЗАХИСТ ПРАВ ЛЮДИНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ..** ..... 154

Анастасія Бутакова  
**УКРАЇНА ЯК «БУФЕРНА ЗОНА» ДЛЯ НЕЛЕГАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ..** .... 158

Олег Васько  
**КРИЗА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС..** ..... 162

Уляна Дмитренко  
**ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ФІНАНСОВО-БОРГОВОЇ КРИЗИ НА  
ВАЛЮТНІ КОЛИВАННЯ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ..** ..... 165

Марія Дмитришин  
**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ  
КОМУНІКАЦІЙ НА ЗАРУБІЖНОМУ РИНКУ.....** 167

Андрій Дорош  
**ПОТЕНЦІАЛ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ..** 170

Роман Зварич  
**ІНДУКЦІЯ ТОРГОВОЇ ВІЙНИ..** ..... 173

Ірха Тетяна  
**ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ  
НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ..** ..... 175

Юлія Кобилянська  
**ВИБІР УКРАЇНИ: ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ  
З ЄС ЧИ МИТНИЙ СОЮЗ.....** 177

Леся Колінець <b>ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНДИКАТОРІВ – ПЕРЕДВІСНИКІВ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ.....</b>	<b>179</b>
Катерина Король <b>АРХЕТИП ЯК МЕТОД СТВОРЕННЯ РЕКЛАМИ.....</b>	<b>181</b>
Віталій Кривоус <b>РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА ЄВРОСОЮЗУ.. .....</b>	<b>183</b>
Богдана Курило <b>ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЇ «ЄВРОПА – 2020».. .....</b>	<b>186</b>
Євгеній Куриляк <b>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНИХ СИСТЕМ США І ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ.....</b>	<b>189</b>
Ірина Левчук <b>БОРГОВА КРИЗА ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРО.. .....</b>	<b>192</b>
Марія Лизун <b>СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА УКРАЇНИ.....</b>	<b>195</b>
Наталія Мамчур <b>МІСЦЕ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКСПОРТНООРІЄНТОВАНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ... ..</b>	<b>198</b>
И. Маринов <b>СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ И РОЛЬ ЕВРОПЕЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩЕГО УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КРЕДИТОВ.....</b>	<b>201</b>
Іванна Михалків <b>РОЗВИТОК ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ.. .....</b>	<b>205</b>
Ольга-Марія Мокрій <b>МОЛОДІЖНІ ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО.....</b>	<b>208</b>
Юлія Муравель <b>НЕЗАКОННИЙ ОБІГ НАРКОТИЧНИХ РЕЧОВИН: ЄВРОПЕЙСЬКА ПРОБЛЕМА УКРАЇНИ.. .....</b>	<b>212</b>



М. Павлова	
<b>ФАКТОРНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА БОГАТСТВО ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В РЕСПУБЛИКЕ БОЛГАРИИ..</b>	<b>214</b>
Галина Процик	
<b>СУТНІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО РУХУ КАПІТАЛУ З УКРАЇНИ ТА В УКРАЇНУ</b>	<b>217</b>
Олексій Пудлич	
<b>РОЗВИТОК КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ</b>	<b>219</b>
Світлана Тиміцька	
<b>ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА ДО ВИМОГ ЗАКОНОДАВСТВА ЄС</b>	<b>221</b>
Ярина Шулинець	
<b>СВІТОВИЙ РИНОК МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ</b>	<b>223</b>
Інна Яцкевич	
<b>АЛЬЯНС ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ</b>	<b>226</b>
<b>СЕКЦІЯ 4. МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ</b>	
N'noh Dansou	
<b>TOURISM IN GABON</b>	<b>229</b>
Konstantia Darvidou	
<b>THE COMPETITIVENESS OF GREECE AND UKRAINE ON THE GLOBAL MARKET FOR TOURISM</b>	<b>230</b>
Teddy Okoli	
<b>TOURISM DEVELOPMENT AS A TOOL FOR POVERTY REDUCTION ABSTRACT</b>	<b>233</b>
Віталій Бабій	
<b>ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ</b>	<b>236</b>
Ірина Басюк	
<b>РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ</b>	<b>238</b>

Віталій Бачинський <b>ЗАЛУЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДО КРИМСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ..</b>	240
Ілона Белявська <b>ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ І КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ МІСТА ЛЬВОВА..</b>	242
Степан Вадовський <b>ЗАЛУЧЕННЯ В УКРАЇНУ СВІТОВИХ ГОТЕЛЬНИХ БРЕНДІВ..</b>	243
Максим Веліженков <b>ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ..</b>	246
Михайло Гнатів <b>ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ..</b>	248
Тетяна Голик <b>СВІТОВІ ДЕМОГРАФІЧНІ ЗМІНИ І ТУРИЗМ..</b>	250
Олександра Гончаренко <b>КОНЦЕПЦІЯ ПЛАНОВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ..</b>	252
Тетяна Гордзій <b>КРИЗА В ГРЕЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ..</b>	254
Марія Коржак <b>МИСТЕЦТВО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ..</b>	256
Лілія Кривенчук <b>АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВНИХ ТА ПРИВАТНИХ СТРУКТУР У ПІДТРИМЦІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ..</b>	258
Роман Кузь <b>ФРАНЦІЯ – ВЕЛИКА ТУРИСТИЧНА ДЕРЖАВА..</b>	260
Іванна Кухар <b>ФАКТОРИ УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У КИТАЇ..</b>	262
Мар'яна Лебідь <b>РОЗВИТОК АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНУ..</b>	265
Ірина Левицька <b>НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ У РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ..</b>	267

Юлія Матюк (Співак) <b>МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ.....</b>	<b>268</b>
Анастасія Недільська <b>РЕГІОНАЛЬНІ РИНКИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ.....</b>	<b>269</b>
Андрій Немодрук <b>ВПЛИВ СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ..</b>	<b>271</b>
Борис Підперигора <b>КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ГЕП-ТУРИЗМУ.....</b>	<b>274</b>
Дмитро Савіцький <b>МІЖНАРОДНИЙ КОРПОРАТИВНИЙ ТУРИЗМ.....</b>	<b>275</b>
Наталія Свинчак <b>СТАН ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ..</b>	<b>279</b>
Лілія Сирватка <b>МЕТОДИКА РОЗРОБКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРУ..</b>	<b>280</b>
Христина Слободян <b>ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИЗМІ..</b>	<b>282</b>
Тарас Смук <b>ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ.....</b>	<b>284</b>
Іван Снігур <b>ВРАХУВАННЯ ФАКТОРУ НОВИЗНИ ЕЛЕМЕНТІВ ПРИ ОБЧИСЛЕННІ ЦІНИ НА ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ.....</b>	<b>287</b>
Олег Стоцький <b>КЛАСТЕРИ У СВІТОВІЙ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ.....</b>	<b>289</b>
Ярина Сушко <b>ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ «МАРКЕТИНГ-МІКС».....</b>	<b>293</b>
Анастасія Шалаєва <b>ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ.....</b>	<b>295</b>

# СЕКЦІЯ 1. СТАНОВЛЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ГЛОБАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

**ADEBOGA LUQMAN ADETAYO**  
*(Nigeria)*  
Supervisor: PhD Karas O. S.

## **INFORMATION TECHNOLOGY IN INTERNATIONAL TOURISM**

Tourism is an important sector in the economy contributing around 10% to worldwide GDP, projected to rise to nearly 11% by 2014 [1]. Tourism was one of the first sectors to embrace Information Technology (IT). IT is crucial to the tourism industry and its success. IT has brought with it a number of changes and challenges that affect business and tourism. Challenges they pose for the sector and tourism operators generally are also identified.

Tourism has a significant economic impact at an international, domestic and regional level. This impact is underlined by statistical evidence demonstrating the significance of tourism in terms of GDP, employment and economic development [1]. The tourism industry can be seen as one of the first business sectors where business functions are almost exclusively using information and communications technologies (ICT) [2]. Information Technology (IT) and ICT has played an important role in the development of tourism. Computerised reservations Systems (CRS) were among the first applications of IT worldwide.

The industry is one of the more successful areas of e-commerce because it is largely consumer oriented and since services and the provision of information is at its centre. Werthner & Klein suggest tourism is a hybrid industry since even though it is dominated by the provision of information, essentially it is about a physical product. This requires the ‘seamless integration of information and physical service, with flexible configurations of the physical and the informational parts’ [3, p. 257.]

ICT facilitates this integration and enables customisation of tourism products to suit the needs of individuals. Due to changes in consumer behaviour of the tourist the market is becoming more segmented with each potential consumer belonging to a number of market segments simultaneously. Tourist operators need to be aware of these changes and be equipped to respond, or better still, take a proactive approach. The challenge for the tourism operator is the provision of accurate, localised data, increasingly via IT, whilst maintaining a relationship with the tourist. Rather than being just transaction based longer term relationships need to be fostered and IT can play a role in this relationship building.

Tourism is dominated by the need to provide fast and accurate information to the consumer. The first step to achieve this goal of a one-stop service is via global

distribution systems (GDS), a form of IOS. GDS evolved from computer reservation systems and enable the aggregation of information from airlines which enables travel agents (as information brokers) and tourists to ‘make reservations and order other services in a single marketplace’ [4, p. 60]. Examples of GDS are Sabre, Galileo, Amadeus and Worldspan.

There is increasing debate concerning the long term viability of the large GDSs. The systems themselves are dated, based on 1960s architecture and code, never intended for use with the Internet and as proprietary legacy systems are difficult to interface with existing modern computer and network architectures [5]. Chains of hotels (tier 1 players) generally have in place integration of the Property Management System (PMS) with the corporate Central Reservation System (CRS) and GDS. CRS integration allows for individual properties to benefit from the extensive reach of the chains marketing network and to allow for cross selling amongst properties within the chain. GDS integration allows chain properties to extend their reach beyond that of their chain marketing network. This interoperability of systems is an example of collaboration around IT (known as collaborative commerce), especially the CRS which has been the most commonly used Wide Area Network (WAN) application in hotels. This extends insofar as some independent hotels link to a GDS such as Sabre.

Interoperable systems already exist in chains, but do not exist amongst independent hotels. Independents appear to resort to subscription to affiliate reservation networks that allow non-chain properties to participate as overflow facilities rather than network amongst themselves. In this way “independents (are able) to maintain their individuality and distinctive methodology, while still benefiting from the economies of scale that an affiliation with a larger group of like-minded properties can offer”[6]. Softwares that are available to facilitate such sharing of information as well as the Internet and the semantic web are means by which this can be achieved.

## LITERATURE

1. *World Travel and Tourism Council 2004, Progress and priorities 2004/2005*, <<http://www.wttc.org/aboutWttc/pdf/P&P2004.pdf>>.
2. Garzotto, F, Paolini, P, Speroni, M, Pröll, B, Retschitzegger, W & Schwinger, W 2004, ‘Ubiquitous access to cultural tourism portals’, paper presented to Database and Expert Systems Applications, 15th International Workshop on (DEXA '04), Zaragoza, Spain, August 30 – September 03, 2004.
3. Werthner, H & Klein, S 1999a, ‘ICT and the changing landscape of global tourism Distribution’, *Electronic Markets*, vol. 9, no. 4, p. 256.
4. Joo, J 2002, ‘A business model and its development strategies for electronic tourism markets’, *Information Systems Management*, vol. 19, no. 3, pp. 58-69.
5. Dogac, A, Kabak, Y, Laleci, G, Sinir, S, Yildiz, A, Kirbas, S & Gurcan, Y 2004, ‘Semantically enriched web services for the travel industry’, *SIGMOD Rec.*, vol. 33, no. 3, pp. 21–7.
6. *Travel Impact Newswire*, edition 81, 1 December 2004.

**ЮЛІЯ АБРАМЧУК**  
**Науковий керівник:**  
**д.е.н., професор Савельєв Є. В.**

## **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТРАНСФЕРУ ЗНАНЬ: ДОСВІД РОЗВИНЕНИХ ДЕРЖАВ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ**

Міжнародний трансфер знань набуває все більшого поширення в сучасному глобалізаційному світі. Знання, перетворюючись у різноманітні технології, товари та послуги, виходять за межі вітчизняної держави. Уряди країн, які розуміють значимість знань, що допомагають становленню та розвитку інноваційної економіки, намагаються найефективніше здійснювати політику стимулювання трансферу знань. Державна політика регулювання міжнародного трансферу знань розвинутих країн світу спрямована на створення сприятливих умов для використання та розповсюдження знань в усіх галузях економіки.

Проблемі державного регулювання міжнародного трансферу знань присвячено роботи багатьох українських та зарубіжних учених, а саме: Ю. Адлера, О. Амоші, Д. Белла, Є. Веліхова, А. Гальчинського, В. Гейця, С. Глазєва, Р. Грінберга, К. Далмана, М. Кастельса, С. Кацури, В. Келлера, В. Кондрашової, О. Лук'янчука, Д. Львова, Ю. Макогона, А. Максюті, Ф. Махлупа, Е. Менсфілда, В. Россохи, А. Субботіна, Ф. Хайєка, Л. Федулової, М. Хірооки.

Тим не менш, незважаючи на всі досягнення в області питань економічної науки державного регулювання міжнародної передачі знань, є проблеми, які потребують детального дослідження. У сучасній науковій літературі, немає визначення державної політики регулювання міжнародного трансферу знань, а також не визначено напрями сприяння передачі міжнародного знання в Україну.

Термін "трансфер знань" означає передачу інновацій, розроблених в навчальних закладах або інших науково-дослідних організацій у різних галузях і сферах господарства країни [1].

Трансфер знань об'єднує основних партнерів, таких як компанії, організації, університети, лабораторії для досліджень і розробок, консультантів, регіональних і місцевих органів влади. Це дозволяє підприємствам і організаціям отримати знання, яких вони потребують або виробництво яких вимагає великих витрати праці, часу і грошей.

Головними цілями навчальних закладів та науково-дослідних організацій у сфері передачі знань є:

- заохочення комерціалізації результатів на наукові дослідження;
- збереження і вибір викладацького складу;
- створення міцних зв'язків з промисловістю;
- отримання доходу і збільшення економічного зростання.

Державна політика регулювання міжнародного трансферу знань являє собою набір методів організаційно-економічного типу, спрямованого на стимулювання процесу генерації, поширення і застосування знань у всіх сферах економічної діяльності та забезпеченні в інноваційних процесах, зростання конкурентоспроможності національної економіки на внутрішньому та світових ринках.

Сприяти інноваційному процесу прагне кожна розвинена країна світі і держава надає всі необхідні засоби для цього. Спостерігаючи за державною політикою в розвинених країнах щодо підтримки передачі знань за ступенем державного регулювання, можна виокремити два напрямки. Перший напрям окреслює США і Великобританію, де уряд найменше втручається в економіку, в тому числі в галузі інновацій, а з іншого боку – Франція і Японія, де уряд активно підтримує інноваційний процес всіма можливими методами [2].

Перший напрям, який можна назвати англо-американська модель, характеризується найбільш всеосяжною незалежністю підприємництва в інноваційній діяльності. Ця модель показує, що ринкові процеси самі прискорюють інноваційний процес. Найбільший акцент робиться на створення сприятливих умов для бізнесу в цілому, створюються рівні умови для впровадження інноваційних продуктів у всіх секторах економіки.

Другий (франко-японський) напрямок інноваційної політики характеризується сильним впливом держави на інноваційні процеси, в тому числі неринкові методи, а саме за допомогою прямих дотацій і субсидій підприємствам і організаціям, що здійснюють інноваційну діяльність. Відповідно до цієї моделі, уряд визначає пріоритетні напрями інноваційної діяльності та технологічного розвитку, які отримують істотну державну підтримку.

Більшість розвинених країн Європи і Канада знаходяться в середині між цими напрямками передачі знань, в один час вони можуть розвивати національне бізнес-середовище та використовувати пряму державну підтримку інновацій. У зв'язку із зростанням міжнародних інтеграційних процесів і розробці узгодженої політики в загальній економічній ситуації в країнах, в тому числі держав-членів ЄС, почала існувати нова можливість – впровадження загальної інноваційної політики на рівні держав-членів.

Отже, проаналізувавши все вище сказане можна дійти висновку, що хоча й існує багато методів та форм, щодо покращення трансферу знань з боку державного управління, у всіх розвинутих країнах існують спільні елементи, які виокремлюють трансфер знань як специфічний напрям державної політики.

Знайти правильний напрямок державної політики залежить від різних факторів і характеристик інновацій. У той час як українська економіка намагається вийти з кризи, за традиційною технологією, промислово розвинені країни зосередили свої зусилля на створенні нової економіки, заснованої на знаннях, інформації та інновацій. Сьогодні, маючи достатньо високий науково-технічний потенціал, Україна не повною мірою використовує його в інтересах суспільства. Українська інноваційна політика, яка все ще перебуває в стадії формування, може бути охарактеризована як англо-американська модель, тому що держава більшою мірою покладається на ринкові механізми, щоб

стимулювати інноваційну діяльність, ніж до прямої підтримки інноваційного процесу. Але проблема полягає не в тому, що наука і науково-технічний розвиток практично не фінансується державою, а в тому що наука і економіка України розвивається по-різному. Більшість розробок, виконаних вітчизняними вченими не мають ніякого практичного застосування в галузі економіки. Це призводить до ізоляції фактичних наукових установ бізнесу і, отже, запобігає розвитку інноваційного процесу за допомогою ринкових інструментів, оскільки інноваційна діяльність опинилася в значній мірі поза ринком [3].

Таким чином, основне завдання державної інноваційної політики повинне бути спрямоване на те, щоб органічно поєднувались науково-технічне і бізнес-середовище. Держава має збільшити пряму підтримку інноваційного процесу за допомогою сприяння створенню інноваційної інфраструктури, створення науково-виробничих об'єднань тощо, також істотні інновації держава повинна заохочувати матеріально, наприклад, через податкові пільги або за рахунок бюджетних асигнувань. Цей метод дозволить не розсіювати державні кошти для підтримки безперспективних інновацій та заохочуватиме новаторство економічного прориву і забезпечення його сталого зростання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Аналіз законодавства України у сфері досліджень, розробок та інноваційної діяльності та пропозиції щодо доповнень до законодавства. Проект ЄС "Вдосконалення стратегій, політики та регулювання інновацій в Україні". – К.:Фенікс, 2011.

2. Лимар В. В. Досвід країн Європейського Союзу у регулюванні трансферу знань / В. В. Лимар // Структурні реформи і трансформації в промисловості: перспективи і пріоритети: тези доповідей і повідом. Міжнар. наук.-практ. конф. (Донецьк, 17 груд. 2010 р.) / НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2010. – С. 109–111.

3. Лимар В.В. Державне регулювання міжнародного трансферу знань в економіці України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03. – Економіка та управління національним господарством / В. В. Лимар – Донецьк, 2013.

**Г. АНГЕЛОВ**  
(Болгарія)

## **ЛИКВИДНОСТЬ ИЛИ РЕНТАБЕЛЬНОСТЬ В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА – ДИЛЕММА ПЕРЕД КОММЕРЧЕСКИМИ БАНКАМИ**

Деятельность коммерческих банков определяет экономическое развитие всей экономики. Сама же она представляется бизнес-моделями коммерческого банка, а именно: привлекать денежный ресурс экономических агентов и дать



его им в кредит, таким образом формируя свой экономический результат. Цель настоящего доклада: представить вызовы, стоящие перед банковским менеджментом, связанные с оптимальным сочетанием между ликвидностью и рентабельностью. Они, со своей стороны, связаны с поддержанием общественного доверия к банкам и банковской системе и с удовлетворением интересов акционеров для достижения максимального финансового результата.

\* \* \*

Банковские институты вносят значительный вклад в эффективность финансовой системы, так как они предлагают эффективный институциональный механизм, через который могут быть мобилизованы и направлены ресурсы от менее существенных видов употребления к более продуктивным инвестициям. При исполнении этой своей роли финансовые институты доказали, что являются эффективным посредником между вкладчиками и кредитополучателями. Значение банков для финансовой системы усиливается и в связи с фактом, что они финансируют экономических агентов и таким образом упрощают трансферт финансовых активов между ними и способствуют денежному обращению. С учетом этой роли и факта, что деятельность коммерческих банков влияет на деятельность большей части общества, коммерческие банки определяются в качестве основного фокуса настоящей разработки.

Рассмотрение ликвидности и рентабельности коммерческих банков создает необходимость их дефинирования с целью выделения ключевых зависимостей. Под ликвидностью в самом общем виде понимается способность коммерческих банков располагать наличными денежными средствами, которые достаточны для того, чтобы обеспечить полностью и в любое время финансовые потребности их клиентов. Она определяется, прежде всего, наличными денежными ресурсами, которыми банк располагает, и предназначение которых удовлетворять заявки клиентов на взятие кредитов или на получение депонированных средств. Следовательно, понятие “ликвидность” всегда связывают с категорией “деньги”. Рентабельность, со своей стороны, связывают с возвращаемостью от осуществления банковской деятельности и конкретнее с реализованным финансовым результатом. Коммерческие банки – это предприятия с хозяйственной целью. Это определяет способ организации их деятельности. Основная задача банков – накопление прибыли, но в то же время они должны быть обеспокоены и своей ликвидностью, так как она определяет их стабильность. В действительности именно эти два показателя – ликвидность и рентабельность представляют собой основные цели банковской политики. На практике доходность и ликвидность являются эффективными показателями «корпоративного здоровья» и производительности не только коммерческих банков, но и всех предприятий, ориентированных на прибыль. Деятельность банков как торгового общества в Болгарии регламентируется Коммерческим законом.<sup>1</sup> Согласно закону, банк осуществляет специфический вид торговых сделок, что является

---

<sup>1</sup> Подробнее см.: Търговски закон (обн. ДВ, бр. 48 от 18 юни 1991 г., посл. изм. ДВ, бр. 27 от 25 Март 2014 г.), <http://www.lex.bg/bg/laws/ldoc/-14917630>.

определяющим и для его специфического статуса, рассматриваемого в его содержании.<sup>2</sup>

Дилемма между ликвидностью и рентабельностью, в сущности, кроется в “противоречии” между двумя основными источниками средств, которыми банк оперирует, – акционерами и вкладчиками (банковскими клиентами). Реализация прибыли банком очень важна для его акционеров. С другой стороны, для вкладчиков важно, чтобы банк был стабильным, что предопределяется его ликвидностью. Акционеры интересуются уровнем рентабельности, а вкладчики обеспокоены позицией ликвидности, которая определяется способностью банка отвечать на их нужды при желании снятия средств, которое, как правило, осуществляется по заявке или в короткий срок в зависимости от случая. Банки должны увеличивать получение прибыли, потому что, если не сделают этого, они не смогут удовлетворять требования своих акционеров, продавать акции и распределять дивиденды. Следовательно, они должны зарабатывать для своих акционеров и в то же время отвечать на денежные потребности своих клиентов.

Оптимальная ликвидность может быть достигнута только при условии, если банки поддерживают большое количество наличных денег с депозитов, которые они получили. Наличные деньги, однако, не приносят доходов, и они не принесут никакой прибыли банкам. Таким образом, если банки ориентируются на максимальную безопасность, но они должны будут пожертвовать рентабельностью и не смогут удовлетворить требования акционеров. С другой стороны, если они ориентируются на инвестирование и пытаются увеличить свою рентабельность, возникнут проблемы в случаях, если клиенты потребуют наличные деньги. Вот почему очень трудно банкам совмещать двойную цель для достижения стабильности и доходности.

Посредническая роль банка в экономике вопрос далеко не беспроблемный. Он коренится в бизнес модели банковской институции. Депонированные средства банковских клиентов инвестируются банками с целью максимизации прибыли, но в то же время они могут быть потребованы клиентами, а банк может оказаться не в состоянии выполнить свои финансовые обязательства. Учитывая интенсивность конкуренции в банковском секторе, которая является следствием появления большого количества новых банков, каждый коммерческий банк должен гарантировать, что работает на прибыль и в то же время может отвечать на финансовые требования своих вкладчиков, поддерживая адекватную ликвидность.

***Основная проблема в данном случае: как поддерживать баланс между ликвидностью и рентабельностью?***

Эффективное управление банковскими портфелями является ключом к успешному сочетанию этих двух противоречий, но и в то же время они являются неразрывно связанными факторами. Проблему можно решить, если найти оптимальное распределение между ликвидными и неликвидными

---

<sup>2</sup> Подробнее см.: Димитрова, Т. Банково обслужване на икономическите агенти. Свищов, Академично издателство “Ценов”, 2013

активами, что приведет к максимизированию банковской прибыли. Научная литература, исследующая банковскую ликвидность, подкреплена международными регуляциями, такими как, например, BIS (2006b) и BIS (2000), которые рекомендуют банкам, как поддерживать минимальный уровень ликвидности и осуществлять ответственное управление своим ликвидным ресурсом, но не регламентируют, как установить и поддерживать оптимальный уровень ликвидности. Их постановки отличаются от инвестиционных решений и в противовес теоретическим моделям управления ликвидностью, которые часто используются в качестве основной объективной функции, связанной с финансовыми результатами банков для нахождения оптимального уровня ликвидности. Традиционное управление банковской ликвидностью включает в себя оценку и симуляцию входящих и выходящих денежных потоков в рамках некоторых временных горизонтов, включая определение границ безопасности и изготовление планов действий в чрезвычайных ситуациях, которые должны предотвратить потери наличных денег, причиненные непредвиденными платежами. Отделение инвестиционных решений, которые на практике генерируют банковскую прибыль и определяют рентабельность банковской деятельности, от политики управления ликвидностью затрудняет оценку оптимальной денежной наличности. Это препятствует банкам воспользоваться выгодными возможностями инвестирования, когда располагают излишними денежными средствами, и уменьшить риск потерь, когда испытывают недостаток денежной наличности. В результате этого налицо расхождение между теоретическими разработками в области управления ликвидностью и тем, что действительно используется на практике со стороны коммерческих банков. В связи с этим при определении оптимального сочетания между ликвидностью и рентабельностью принимается во внимание в большей степени искусство и профессиональный опыт банковских менеджеров, чем научные разработки и теоретически сформулированные процессы и решения.

\* \* \*

Дилемма между ликвидностью и рентабельностью заключается в вопросе, как выбрать или идентифицировать оптимальную точку или уровень, при котором коммерческий банк может сохранить свои активы. Это может быть достигнуто профессионалами, которые могут разобраться в ситуации на рынке, должны знать историю банка, иметь взгляд в будущее. Они должны быть осведомлены о правилах и законодательных распоряжениях. Эта проблема становится все более ясно выраженной, так как коммерческие банки охвачены идеей максимизации прибыли, и это делает их склонными пренебречь значением управления ликвидностью. Вопреки этому максимизация прибыли превращается в миф, так как проблемы с ликвидностью могут привести к техническим проблемам, несостоятельности, изъятию депозитов, и даже к потере активов. Следовательно, баланс между ликвидностью и рентабельностью может быть достигнут только при условии, если у банков есть наилучший портфель активов, которые способны задержать инвесторов (акционеров) и привлечь новых клиентов, гарантируя в то же время стабильные позиции банку на рынке.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Търговски закон (обн. ДВ, № 48 от 18 юни 1991 г., посл. изм. ДВ. № 27 от 25 Март 2014 г.), <http://www.lex.bg/laws/ldoc/-14917630>.

2. Димитрова, Т. Банково обслужване на икономическите агенти. Свищов, Академично издателство “Ценов”, 2013.

3. *The Banco Central do Brasil. Working Paper Series 168. An integrated model for liquidity management and short-term asset allocation in commercial banks.* July, 2008.

4. BIS (2000). *Sound practices for managing liquidity in banking organizations.* Basel Committee on Banking Supervision 69, Bank for International Settlement (BIS).

5. BIS (2006a). *International convergence of capital measurement and capital standards: a revised framework – comprehensive version.* Basel Committee on Banking Supervision 128, Bank for International Settlement (BIS).

6. BIS (2006b). *The management of liquidity risk in financial groups. Joint forum issues paper on funding liquidity risk management,* Bank for International Settlement (BIS).

**П. АНГЕЛОВ**  
(Болгария)

## СВЯЗЬ МЕЖДУ СООТНОШЕНИЯМИ ВНУТРЕННИЙ ДОЛГ/ВВП, ВНЕШНИЙ ДОЛГ/ВВП И ЭКОНОМИЧЕСКИМ РОСТОМ

Связь между экономическим ростом, внутренним и внешним государственным долгом и валовым внутренним продуктом является исключительно важной проблемой для развития экономической науки и устойчивого развития экономики Республики Болгарии. Проведение разумной фискальной политики, сочетающейся с политикой поощрения экономического роста, гарантирует благоприятное развитие макроэкономических показателей и достижение долгосрочных целей в сфере экономических процессов.

**Объект** исследования – соотношения внутреннего долга к ВВП, внешнего долга к ВВП и их влияние на экономический рост, а **предмет** исследования – моделирование зависимости между ними на основе составления единичной регрессионной модели.

**Тезис** связан с утверждением, что для достижения устойчивого экономического роста и разработки на этой основе модели эффективного управления государственным долгом необходимо исследовать некоторые основные экономические факторы, в том числе состояние, тенденции и прогнозы динамики государственного долга и экономического роста.

**Цель** разработки – установить закономерные взаимозависимости между макроэкономическими переменными, государственным долгом, ВВП и экономическим ростом.

Для большей ясности относительно влияния соотношений внутреннего долга к ВВП, внешнего долга к ВВП на экономический рост исследуется связь каждого фактора с экономическим ростом. Для этой цели составлены единичные регрессионные модели и вычислены их характеристики.

Связь между соотношением внутреннего долга к ВВП и экономическим ростом представлена через следующую регрессионную модель:

$$GRO = -0.0769 + 2.1183 \frac{Y_1}{GDP}$$

Проверка наличия статистически значимой связи между исследуемым фактором и экономическим ростом проведена посредством F – критерия Фишера. Сравнение эмпирической и теоретической величины F – критерия ( $F_{EM} = 2.662195 > F_T = 0.1310$ ) показывает, что существует статистически значимая связь между соотношением внутреннего долга к ВВП и экономическим ростом.

На основании проведенной проверки статистической значимости полученного регрессионного коэффициента было установлено, что он не является статистически значимым, так как p-значения его выше 0,05 /0,13103/. Стандартная ошибка, вычисленная для этой модели, очень мала –  $S = 0.033898$ .

Регрессионный коэффициент показывает, что каждому повышению соотношения внутреннего долга к ВВП на 1% соответствует увеличение экономического роста на 2,118295%.

*Таблица 1*

**Характеристики регрессионной модели, представляющая связь между соотношением внутреннего долга к ВВП и экономическим ростом**

Характеристики	Значения	T-статистика	p-value
<b>Параметры регрессионной модели</b>			
<i>Коэффициент альфа</i>	-0.07693	-1.00086	0.338401
<i>Внутренний долг/ВВП</i>	2.118295	1.631624	0.13103
Множественный коэффициент корреляции <b>0.441428</b>			
Коэффициент детерминации <b>0.194859</b>			
Скорректированный коэффициент детерминации <b>0.121664</b>			
Стандартная ошибка <b>0.033898</b>			
Эмпирические значения F- критерия <b>2.662195</b>			
Теоретические значения F- критерия <b>0.13103</b>			
** – показывает значимость при 99% доверительного интервала			
* – показывает значимость при 95% доверительного интервала			

Коэффициент единичной корреляции равен 0,4441428 и показывает умеренную положительную зависимость между соотношением внутреннего долга к ВВП и экономическим ростом. Для исследуемой модели коэффициент детерминации (R Square) равен 0.194859. Из коэффициента детерминации становится ясно, что 19,49% вариации в экономическом росте является следствием анализируемых факторов, а 80,51% порождены под влиянием других факторов, которые не включены в модель.

Связь между соотношением внешнего долга к ВВП и экономическим ростом представлена через следующую регрессионную модель:

$$GRO = 0.027659 + 0.077503 \frac{Y_2}{GDP}$$

Проверка наличия статистически значимой связи между соотношением внешнего долга к ВВП и экономическим ростом проведена посредством F – критерия Фишера. Сравнение эмпирической и теоретической величины F – критерия ( $F_{EM} = 2.490856 > F_T = 0.142814$ ) показывает, что существует статистически значимая связь между соотношением внешнего долга к ВВП и экономическим ростом.

В результате проведенной проверки статистической значимости полученного регрессионного коэффициента было установлено, что он не является статистически значимым, так как p-значения его выше 0,05. Стандартная ошибка, вычисленная для этой модели, очень мала  $S = 0.034113$ .

Коэффициент единичной корреляции равен 0,429689 и показывает умеренную положительную зависимость между соотношением внешнего долга к ВВП и экономическим ростом. Коэффициент детерминации (R Square) равен 0.184633 и указывает, что 18,46% вариации в экономическом росте является следствием изменения соотношением внешнего долга к ВВП, а 81,54% порождены под влиянием других факторов, которые не являются объектом настоящего исследования (имеется в виду объем).

Регрессионный коэффициент показывает, что каждому повышению соотношения внешнего долга к ВВП на 1% соответствует увеличение экономического роста на 0,077503%.

Таблица 2

Характеристики регрессионной модели, представляющая связь между соотношением внешнего долга к ВВП и экономическим ростом

Характеристики	Значения	T-статистика	p-value
<b>Параметры регрессионной модели</b>			
Коэффициент альфа	0.027659	1.7557031.	0.106908
Внешний долг/ВВП	0.077503	1.578245	0.142814
Множественный коэффициент корреляции <b>0.429689</b>			
Коэффициент детерминации <b>0.184633</b>			
Скорректированный коэффициент детерминации <b>0.110509</b>			
Стандартная ошибка <b>0.034113</b>			
Эмпирические значения F- критерия <b>2.490856.</b>			
Теоретические значения F- критерия <b>0.142814.</b>			
** – показывает значимость при 99% доверительного интервала			
* – показывает значимость при 95% доверительного интервала			

Основные выводы и заключение:

✓ Представление модели показывает умеренную зависимость, доказывая, что исследуемые факторы не влияют непосредственно, а косвенно на экономический рост.

✓ Внутренняя задолженность влияет позитивно на рост доходов населения и в большей степени, чем внешний долг.

В результате проведенного анализа макроэкономических условий и особенностей болгарской экономики приходим к мнению о необходимости тестирования модели, которая может показать совокупное влияние факторов внутренний долг/ВВП, внешний долг/ВВП на экономический рост. Таким образом возможно количественно измерить влияние проводимой политики в сфере управления государственным долгом на рост доходов и улучшение благосостояния населения. Доказательство подобной зависимости полезно и может привести к ряду перемен в проводимых политиках – экономической, социальной, фискальной и т.д.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Адамов, В., Холст, Дж., Захариев, А. Финансов анализ. В. Търново, АБАГАР, 2006. с. 525–528.

2. Дрейпер, Н., Г. Смит. Прикладной регрессионный анализ. М., “Финансы и статистика”, 1986.

3. Маленко, Э. Статистические методы эконометрии. II часть, Москва, “Статистика”, 1975.

4. Съикова, И., А. Стойкова-Къналиева, С. Съикова. Статистическо изследване на зависимости. София, УИ “Стопанство”, 2002.

5. Buchel, C., R. J. Wise, C. J. Mummery, J. B. Poline, K. J. Friston. *Nonlinear Regression in Parametric Activation Studies. Neuroimage*, 1996, № 4, pp. 60–66.

6. <http://www.minfin.bg>.

7. <http://www.bnb.bg>.

8. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home>.

**ТАРАС БІГУН**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## ДОСЛІДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТНК

У сучасному світі основними суб'єктами зовнішньоекономічних зв'язків та рушійною силою інтеграції світової економіки є транснаціональні корпорації. Вони є гігантськими фінансово-промисловими об'єднаннями, національними або інтернаціональними за капіталом, побудованими за принципом планування та управління у світовому масштабі, беруть участь у міжнародному поділі праці і використовують переваги інтернаціоналізації господарського життя для максимізації прибутку. Під ТНК треба розуміти підприємство, що створене в будь-якій організаційно-правовій формі та складається з материнських (parent enterprises) і контрольованих зарубіжних підприємств (foreign affiliates), розміщених відповідно в країні базування і

приймаючих державах та територіях. Сучасні ТНК – це міжнародні компанії, що мають свої господарські підрозділи не менше ніж у двох країнах і керують цими підрозділами з одного або декількох центрів на основі такого механізму прийняття рішень, який дозволяє проводити узгоджену політику і загальну стратегію, розподіляючи ресурси технології і відповідальність для досягнення результату – отримання прибутку.

В епоху глобалізації світової економіки, що характеризується міжнародною спрямованістю ТНК і злиттям ринків, маркетингові стратегії ТНК за своєю суттю є стратегіями інтернаціоналізації, що можуть проводитися у широкому спектрі: від внутрішньокорпоративного до міжкорпоративного рівнів. Компанії не тільки продають за кордоном вироблену всередині країни продукцію та послуги, використовують сировину і напівфабрикати, отримані з інших країн, а й інвестують у закордонні виробничі та збутові потужності і заснують за кордоном науково-дослідні центри. Закордон можуть бути перенесені навіть централізовані послуги підприємств, такі, як програмування, ведення обліку і розробка дизайну. Фінансування внутрішніх і закордонних проектів може проводитися з іноземних джерел. Міжнародна експансія компаній, як правило, вимагає рішень щодо місця розміщення різних корпоративних функцій. Рішення на користь одного місця розміщення може (але не обов'язково) стати вирішенням проти іншого місця. Рішення про міжнародне розміщення корпоративних функцій залежать від стратегічних оцінок, цілей і вибору інвесторів, а також від умов в потенційних місцях розміщення. У свою чергу, це впливає на переміщення капіталу, робочої сили і знань. Міжнародні компанії можуть, таким чином, безпосередньо або побічно впливати на функціонування ринків і на стан доходів і зайнятості у відповідних країнах.

Всі методики оцінки інноваційного потенціалу або рівня розвитку інноваційної економіки виділяють таку кількісну ознаку інноваційної економіки, як частка інноваційних підприємств та інноваційних продуктів у загальному обсязі виробництва або в структурі зовнішньої торгівлі. І це не випадково, адже корпорації відіграють значну роль у розвитку інноваційної економіки. Державні інвестиції в інновації не можуть зрівнятися з корпоративними за обсягом витрат, чисельністю наукових кадрів, кількістю одержаних патентів, потоком технічних новинок у вигляді продуктів, процесів і послуг. За даними експертів, у більшості розвинених країн частка витрат корпорацій на дослідження і розробку в загальному обсязі національних НДДКР перевищує 65%. Міжнародний досвід показує, що важливою умовою розвитку інноваційної економіки є зміщення “центру тяжіння” національної інноваційної стратегії від державних інвестицій до стимулювання корпоративних інвестицій в інновації.

Найбільшими інноваційними регіонами на сьогодні є США, Західна Європа і Японія. На них припадає 93% всіх світових корпоративних інвестицій в дослідження і розробку. До 50 найбільших інноваційних компаній світу входять 19 американських, 18 європейських і 12 японських корпорацій. В останні роки до лідерів намагаються наблизитись низка країн, що розвиваються



(насамперед, азійських): Китай, Індія, Південна Корея, Тайвань. Так, в 2011 р. в складений Bloomberg Businessweek список “50 найбільших інноваційних компаній” увійшли 11 компаній з ринків, що розвиваються, в тому числі 4 китайські корпорації (BYD, Haier Electronics, China Mobile, Lenovo), 3 південнокорейські (Hyundai Motor, Samsung Electronics, LG Electronics) і 2 індійські – Tata Group і Reliance Industries. Можна очікувати, що частка азійських компаній у рейтингу інноваційних компаній буде тільки рости.

За даними ООН, на ринках, що розвиваються працює близько 21,5 тис. транснаціональних корпорацій. Для них ринки, що розвиваються – джерело економічного зростання та якісна база науково-технічних талантів. Транснаціональні корпорації очікують, що близько 70% світового економічного зростання протягом наступних кількох років буде, головним чином, забезпечено ринками, що розвиваються, причому 40% припаде на Індію і Китай. Практично всі найбільші транснаціональні корпорації стали переводити свої дослідження і розробки в країни, що розвиваються. Наприклад, великі R&D-центри в індійському місті Бангалор мають General Electric, Cisco, Intel, Huawei, P&G, Nokia, ін. Microsoft R&D-центр в Пекіні є найбільшим після американської штаб-квартири в Редмонді. Нарощують штат фахівців у країнах, що розвиваються і інші компанії. Наприклад, чверть усього штату співробітників Accenture базується в Індії.

За прогнозами ІМСТАБ на 2013–2015 рр. з усіх постсоціалістичних країн тільки Росія визначалась найбільш привабливою для ПІІ (4-те місце в світі після Китаю, Індії та США). Опитування найбільших ТНК показало, що з усіх постсоціалістичних країн найбільш інноваційно привабливою країною для ТНК є Росія (6-те місце в світі, 10,3% ТНК), потім Чехія, Польща та Румунія (11-те місце в світі, 1,5% ТНК). З числа постсоціалістичних країн найбільшу залежність від кон'юнктури світового ринку капіталу має Чехія. За інвестиційною класифікацією країн Чехія належить до інвестиційних олігополістів припливу. Індекс транснаціональності Чехії в 2013 р. становив 35%, в країні діє 705 материнських компаній ТНК та 81842 іноземних дочірніх філій ТНК, і за рівнем інноваційної залежності від ПІІ вона має високу штатну залежність. Естонія, Латвія та Угорщина, маючи велику залежність від світових потоків капіталу, належать до спільних інвестиційних олігополістів. З цих трьох країн найбільш привабливою для іноземних ТНК є Угорщина, в якій у 2009 році діяло 28315 іноземних філій ТНК (в Естонії – 3134, Латвії – 714 філій). В той же час, в Угорщині власних ТНК не було зареєстровано, в Естонії їх налічувалось 1168, а Латвії – 21. Індекс транснаціональності у 2010 році становив в Естонії 52,3%, Латвії – 24%, Угорщині – 35,2%.

Росія належить до країн частково залежних донорів-лідерів припливу ПІІ. Індекс транснаціональності Росії у 2010 р. становив 15,2%. За останніми даними в Росії функціонувало 1534 іноземних дочірніх філій ТНК. Росія показує високу штатну залежність від ПІІ в інноваційній діяльності. Входження іноземних ТНК в НДДКР Росії знаходиться на низькому рівні і в більшості випадків обмежене альянсами та іншими контрактними угодами. Хорватія, Азербайджан та Республіка Сербія й Чорногорія належать до напівзалежних

масових донорів. Україна належить до повністю незалежних зворотних донорів та показує високий рівень патентної залежності від ПП в інноваційній діяльності. Інноваційна активність іноземних компаній в Україні на сучасному етапі досить низька (їх обсяг фінансування становить всього 2,9% від загального), хоча велику активність вони проявляють при патентуванні.

Отже, інноваційний напрямок розвитку кожної держави багато в чому залежить від кон'юнктури світових ринків інновацій та капіталу. Особливо важливу роль інноваційного та фінансового каталізатору в цьому процесі відіграють ТНК. Тож, дослідження інноваційної стратегії ТНК в умовах світової фінансової кризи є вкрай важливим для науки і практики. І для України аналіз постсоціалістичних країн в цьому сенсі відіграє ключову роль.

**ДІАНА БУТА**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## **АНАЛІЗ ЦИКЛІЧНОГО ХАРАКТЕРУ ПРОЦЕСІВ ЗЛИТТЯ І ПОГЛИНАНЬ МІЖНАРОДНИХ КОМПАНІЙ НА РИНКУ США**

В умовах глобалізації світової економіки, збільшення масштабів концентрації виробництва й капіталу міжнародним компаніям у конкурентній боротьбі необхідно шукати дедалі ефективніші шляхи до зростання. Процеси злиття і поглинання займають серйозне місце в глобальних стратегіях міжнародних корпорацій як найбільш швидкий спосіб придбання активів в різних державах, нових джерел сировини і нових стадій виробничого процесу, освоєння нових ринків.

Теоретичні та прикладні проблеми, пов'язані із процесами злиттів і поглинань, досліджувалися у роботах як зарубіжних, так вітчизняних вчених: П. Гохана, Т. Галпина, А. Дамодаран, А. Десаї, В. Гейця, Ю. Макогона, Ю. Руденка, А. Румянцевої, С. Сіденко та ін.

Світовий ринок злиттів і поглинань розпочав набувати рис організованої структури наприкінці ХІХ століття. Найбільший внесок у його розвиток вніс національний ринок США, в рамках якого вперше було випробувано велику кількість інтеграційних механізмів і процедур здійснення угод. На початку ХХІ століття процеси злиття ТНК набирають небувалих досі масштабів і темпів, набувають властивостей стійкої економіко-політичної тенденції. Сьогодні ТНК контролюють понад 50% світового промислового виробництва, 67% міжнародної торгівлі, більше 80% патентів і ліцензій на нову техніку, технології і ноу-хау, майже 90% прямих закордонних інвестицій [1].

Американські фірми вирішують використовувати перевагу володіння власними активами за допомогою інтернаціоналізації в тих випадках, коли вигоди від придбання нової компанії перевищують витрати і ризики цієї операції. В умовах глобальної економіки та кризових явищ у світовій економічній системі ключовим джерелом конкурентної сили корпорації стає

можливість швидкого формування інвестиційного портфелю активів інших компаній. Особливо часто цей чинник є вирішальним в олігополістичних галузях економіки США, де угоди по ЗіП здійснюються у відповідь і в очікуванні дій конкурентів.

Американські ТНК активно беруть участь у процесах ЗіП серед авіаційних компаній, головна мета яких полягає у боротьбі за глобальні ринки повітряних перевезень. Так, до складу авіаційного альянсу – Star Alliance увійшли найпотужніші авіаперевізники Європи, Північної Америки, такі як – SAS (Швеція), – Austrian airlines (Австрія), – Lufthansa (Німеччина), – Air Canada (Канада), – United (США), – Mexicana (Мексика), а також авіакомпанії з Сінгапуру, Тайваню, Австралії, Японії, Нової Зеландії, Бразилії, що завдяки ефекту масштабу та географічній віддаленості дозволяє контролювати значну частину ринків світових авіаперевезень [2]. Операція по поглинанню американської пивної компанії Anheuser-Busch бельгійською – InBevII стала найбільшою операцією ЗіП 2008 року в світі. Тенденції у процесах злиття і поглинання у сфері військових витрат та озброєння для американських ТНК останніми роками були суперечливі. У передкризові 2007–2008 рр. відбувається придбання британськими компаніями американських у цій сфері. Крім того, було укладено ще принаймні 10 угод, фінансові дані про які не розкриваються. Більшість з них були придбаннями більшими компаніями менших приватних компаній з метою заповнення прогалін у номенклатурі продукції, надання доступу до бажаних ринків тощо. Разом з тим спостерігались процеси внутрікраїнових ЗіП у сфері військових витрат та озброєння США. Так, американська – Textron продала – HR TextronI компанії – Woodward GovernorI. При тому, що із загальним доходом більше 10 млрд. дол. США і більш, ніж 37 тис. співробітників у 33-х країнах світу, компанія займала 190-е місце в списку Fortune – 500 найбагатших компаній США [1]. Нерідко процеси злиття відбуваються між американськими ТНК і фірмами, які надають ТНК консультаційні, транспортні послуги, зв'язок. Такі злиття сприяють формуванню глобальних мереж у різних сферах економіки.

Активності процесів злиття і поглинання американськими ТНК, сьогодні сприяють багато чинників. Передусім це, звичайно, процеси глобалізації світової економіки. Для багатьох компаній боротьба за виживання і розвиток в умовах глобального ринку стає найважливішим стратегічним фактором, що обумовлює активність, яка посилюється у сфері трансграничних ЗіП. Цьому сприяє всесвітня лібералізація економічних відносин, що знайшла віддзеркалення у міжнародному праві і в національних законодавствах країн.

Мета здійснення процесів ЗіП американськими ТНК збігається з їх глобальною стратегією, оскільки виконуються наступні характерні вимоги [2; 3]:

- розгляд ринку і конкуренції зі світових позицій;
- здійснення своєї діяльності у загальносвітовому або значному регіональному масштабі;
- гарне (досконале) знання своїх конкурентів і методів ведення глобальної конкурентної боротьби;

- напрям значної частини своїх прибутків на науково-дослідні і дослідно-конструкторські розробки (НДДКР), передусім на вивчення високотехнологічних виробництв;

- інтеграція своїх підприємств і виробничих філій в єдину міжнародну мережу управління.

Отже, корпоративні злиття і поглинання є однією з головних характеристик глобальної економіки і активно використовуються американськими транснаціональними корпораціями як засіб здійснення прямих закордонних інвестицій. Їх роль в глобальних стратегіях корпорацій визначається можливістю як уникнення банкрутства, так і придбання і зміцнення конкурентних переваг, необхідних для подальшої транснаціоналізації компаній з метою посилення їх ринкової влади в умовах глобалізації. Процеси ЗіП займають серйозне місце в глобальних стратегіях корпорацій США як найбільш швидкий спосіб придбання активів в різних державах, нових джерел сировини і нових стадій виробничого процесу, освоєння нових ринків.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Institute of Mergers, Acquisitions and Alliances [Electronic Resource]. – Mode of access : <http://www.imaainstitute.org/statistics-mergers-acquisitions.html>.*

2. Румянцев С. Оцінка ефективності злиття і поглинання компаній [Текст] // Цінні папери України. – 2006. – № 44. – С. 13–14.

3. Етокова О. Транснаціональні злиття і поглинання, за умови нерозвиненості системи корпоративного керування, на прикладі України [Текст] // Конкуренція. – 2012. – № 7. – С. 12.

**ПАВЛО ДРУШЛЯКІВСЬКИЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ФАКТОР ТОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯПОНІЇ**

Сучасний етап еволюції світового господарства характеризується динамізацією та поглибленням процесу глобалізації, що виявляється у формуванні глобального інформаційного, валютно-фінансового, торговельного, інфраструктурного простору, через розширення та ускладнення взаємозв'язків та взаємозалежностей між державами. Характерною тенденцією розвитку міжнародної економіки протягом останніх років є інтенсифікація зовнішньоекономічних зв'язків, зокрема міжнародної торгівлі товарами і послугами, міжнародного руху капіталу, міжнародних науково-технічних відносин.

Питання підвищення конкурентоспроможності країн, галузей, підприємств, товарів на основі інтенсифікації торгової політики є об'єктом

дослідження багатьох науковців, зокрема, Л. Л. Антонюк, А. Е. Воронкової, Р. А. Довбуша, В. Д. Жука, Ю. Б. Іванова, О. Є. Кузьміна, Д. А. Максим'юка, В. А. Павлової, О. Д. Павловської, І. О. Піддубного, М. Портера, В. І. Савчука, Д. А. Коржа, І. Ю. Сіваченка, Р. А. Фатхутдінова, О. Б. Чернеги.

Конкурентоспроможність національної економіки можна визначити як здатність національної економіки в умовах вільної конкуренції виробляти товари й надавати послуги, що задовольняють вимоги світового ринку, реалізація яких збільшує добробут країни в цілому і й окремих її громадян. Конкурентоспроможність залежить від здатності держави створювати економіко-правове середовище, яке сприяє стійкому процесу створення доданої вартості. Останній підкреслює стабільність конкурентоспроможності країни в майбутньому. В зв'язку з цим оцінка конкурентоспроможності країни передбачає врахування розвитку торгівельного потенціалу країни [1].

Відтак, для досягнення підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку в першу чергу розглядаються її конкурентні переваги та зосереджують увагу на конкурентні позиції участі національної економіки у міжнародній торгівлі. За методикою оцінки конкурентоспроможності економік країн світу Всесвітнього Економічного Форуму, станом на 2012–2013 роки в групу лідерів в Глобальному рейтингу входить Японія поряд з Швейцарією, Сінгапуром, Фінляндією, Швецією, Нідерландами, Німеччиною та ін. [2].

Економічна система Японії являє собою унікальний досвід забезпечення стійкого розвитку, базованого на новітніх технологіях. Ключ до розуміння динамічних змін у японській індустрії можна знайти у здатності компаній, що представляють визначені галузі (як правило, це автомобілебудування, металургія, електроніка) швидко та гнучко координувати свою операційну діяльність відповідно до змін ринкових умов та інших факторів індустріального оточення, таких як технічний та технологічний розвиток. Зовнішня політика Японії в першу чергу спрямована на забезпечення національної безпеки і динамічного господарського прогресу, зокрема надійного доступу до джерел енергопостачання і сприятливих умов експорту японських товарів та капіталу. Національним інтересам Японії відповідає стабільна економічна і політична ситуація в регіоні і світі.

Однією із передумов підвищення міжнародної конкурентоспроможності Японії є виважена економічна та, зокрема, торгова політика. Основними напрямками торгової політики в Японії є забезпечення стабільного економічного зростання та соціальної безпеки. В структурі товарообороту та в напрямках зовнішньоторговельних потоків постійно відбуваються зміни. В сучасних умовах в міжнародній торгівлі суттєво скорочується питома вага сировини і різко підвищується частка готових виробів. В Японії частка готової продукції в експорті становить близько 90%.

З метою надання національним компаніям Японії можливості підняти свою конкурентоспроможність у порівнянні з конкурентами, мали місце як прямі заборони доступу іноземних компаній на національний ринок і практика контролю за обігом іноземної валюти, так і обмеження на інвестування та власність. За сучасних умов якість продукції стала вирішальним показником

міжнародної конкурентоспроможності, а управління якістю – мірою успіху будь-якої країни в економічній сфері. Досвід Японії в досягненні випуску високоякісної продукції став однією із складових «економічного дива» та підвищення конкурентоспроможності країни.

Конкурентоспроможність підприємств Японії обумовлюється такими особливостями:

- орієнтацією на виробництво продукції з високою якістю, ніж у інших країнах, бідних на сировинні й енергетичні ресурси, які необхідно імпортувати;
- охопленням комплексною системою управління конкурентоспроможністю підприємств всієї діяльності підприємств;
- врахування в системі управління конкурентоспроможності підприємств досягнень інших держав – США, Великобританії, Німеччини, Італії, Франції тощо;
- виваженими ефективними діями керівників, спеціалістів підприємств, які реалізували принципи комплексного управління конкурентоспроможності підприємств успішніше, аніж у інших державах.

Особливістю систем управління конкурентоспроможності підприємств в Японії є орієнтація на запобігання дефектів, а не їх виявлення й усунення. Характерним є переважання контролю конкурентоспроможності підприємств технології й технологічних процесів над контролем продукції. У системі управління конкурентоспроможності підприємств діє принцип «п'яти не»: на робочому місці не повинні створюватись умови, що сприятимуть виникненню дефектів; дефектна продукція не передається на наступну операцію й не приймається з попередньої; не можна порушувати чи зменшувати технологічні параметри; не можна повторювати допущені помилки.

У зв'язку з високою ймовірністю стихійних лих у Японії, наочно продемонстрованої цунамі 2011 року, деякі компанії почали експансію за кордон для скорочення ризиків у ланцюгу постачань, а ряд гравців провели зміни у своїх виробничих моделях.

У рамках дослідження експерти Roland Berger проаналізували стратегії японських компаній і виявили п'ять характерних ознак успішного міжнародного бізнесу:

- компактний бізнес портфель з чіткою внутрішньою синергією;
- цілеспрямовані зусилля з підвищення лояльності клієнтів;
- забезпечення прибутковості в умовах скорочення життєвого циклу продуктів;
- висока гнучкість і керованість ланцюжка створення вартості;
- культурне розмаїття як основа інновацій.

Отже, економічна глобалізація як провідна тенденція розвитку світового господарства не тільки не заперечує, а навіть каталізує динаміку розвитку окремих регіонів і підвищує їх роль у національних та світогосподарських економічних процесах. Досвід Японії показує, що конкурентоспроможність національної економіки та її складових може швидко підвищуватись внаслідок продуманої системи цілеспрямованих дій, в яких значна роль належить інститутам держави.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Антоюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації. – К.: КНЕУ, 2004. – 276 с.

2. Індекс глобальної конкурентоспроможності 2012–2013 // *The global competitiveness report 2012–2013* // <http://www.weforum.org/documents/GCR0809/index.html>.

**АНТОН КІНАСЕВИЧ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Колінець Л. Б.**

### **МІЖНАРОДНА КРИЗА ЗАБОРГОВАНОСТІ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ**

Міжнародна криза заборгованості є однією з найбільш серйозних проблем функціонування глобальної фінансово-економічної системи. Кризи зовнішньої заборгованості починаються з того, що країна оголошує про неможливість виплачувати свої зовнішні борги, або неможливість оголошення анулювання свого боргу. Тобто, однією з ознак настання кризи є порушення графіку погашення кредитів, запозичених у інших країнах або світових організаціях. Варто зазначити, що у ролі позичальника зазвичай виступає уряд іноземної держави, тому здійснити чітко визначені санкції до такого позичальника, які б могли застосовуватись до звичайного платника, неможливо. Коли такі порушення відбуваються постійно та неконтрольовано, приймають масовий характер, може виникнути чергова криза зовнішньої заборгованості.

Причиною повторюваності міжнародної кризи заборгованості є бажання уряду-боржника відмовитись від боргу, аби тільки уникнути впливу ресурсів у майбутньому. Як наслідок, збільшення обсягів державної заборгованості на тлі нестабільної економічної ситуації та значних обсягів державних дефіцитів зумовило виникнення боргової кризи [1].

Економічне становище країни внаслідок глобалізації фінансових ринків дедалі більше залежить від зовнішніх джерел, необхідних для покриття дефіциту державного бюджету, внутрішнього інвестування, соціально-економічних реформ. Згідно із прогнозами МВФ, у 2014 р. сума державних боргів десяти найбільш розвинених країн світу зростатиме: з 78% від ВВП у 2007 р. до 120% у 2015р.

Досліджуючи досвід ряду країн, збільшення державних боргових зобов'язань все частіше стають нагальною проблемою для Європи, що потребують швидкого вирішення. У цілому можна виділити ряд факторів, які спричинили боргову кризу в країнах Єврозони, зокрема:

- 1) різниця в рівнях економічного розвитку країн-членів ЄС;
- 2) подання неправдивої інформації про стан державних фінансів;

3) прийняття до Європейського союзу країн, які мали високий рівень державної заборгованості;

4) втрата конкурентних позицій окремих країн, спричинена глобалізацією світових ринків, лібералізацією торгівлі.

Як відомо, згідно з Маастрихтською угодою, державний борг країн, що вступають в Європейський валютний союз та є його членами не повинен перевищувати 60% від ВВП [2]. Проте на сьогодні тільки Австрія та Фінляндія задовольняють даний критерій конвергенції.

Світова практика показала, що способом вирішення права власності на кредити, що надаються суверенним державам боржникам, є введення застави що може перейти у власність кредитора у випадку зупинення виплат по боргу позичальника. В угодах по позиках у середині країни юридично оформлена застава відіграють вагомую роль у підтриманні виплат по боргу і, разом із тим, у зміцненні кредитоспроможності боржника, дозволяючи йому отримувати позику за нижчою відсотковою ставкою. У минулому країнами, що своєчасно сплачували борги, виявлялись ті, чиї кредитори мали можливість накладати арешт на активи боржників.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кірєєв О. П. *Міжнародна економіка*. – М.: *Міжнародні відносини*, 2009. – 416 с.

2. *International Monetary Fund [Electronic recourse]*. – *Regime of access* <http://www.imf.org/external/index.htm>.

НАТАЛІЯ КОМАР

## ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ КЛАСТЕРНИХ СТРУКТУР: ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ

Кластерні об'єднання, як показує світовий досвід, є однією з найефективніших форм організації інноваційних процесів, вирівнювання соціально-економічного розвитку регіонів, зміцнення конкурентоспроможності та обороноздатності країни, оскільки на ринку конкурують вже не окремі підприємства, а їх сукупність, які скорочують свої витрати завдяки спільній технологічній кооперації компаній. Ідентифікація й визначення переваг потенційного кластеру є різними, оскільки кожна країна має свої національні особливості, можливості, пріоритети економічного зростання, а також певні характеристики, притаманні їй регіонам. Жодна країна не може бути конкурентоздатною у всіх сферах. Саме тому у розвинених країнах міжнародна конкурентоздатність спочатку знаходилася та зміцнювалася в рамках окремих кластерів, оскільки останні дозволяли підвищити ефективність взаємодії держави, приватного сектора, торгових асоціацій, дослідницьких та освітніх установ в інноваційному процесі.



Аналізуючи визначення поняття інноваційного кластера різні автори трактують його по різному. Здебільшого характерною ознакою сутності інноваційного кластера є об'єднання за *географічною ознакою* взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій. Проте, на думку Е. Фезера, Я. Дранева, Н. Семенової та ін., в сучасних умовах з'явилася можливість відійти від географічної близькості розташування підприємств, що входять у кластер, завдяки новим технологіям передачі даних. Інноваційно-технологічні (високотехнологічні) кластери створюються при сприятливому сполученні як позитивних, так і негативних факторів (табл. 1).

Таблиця 1

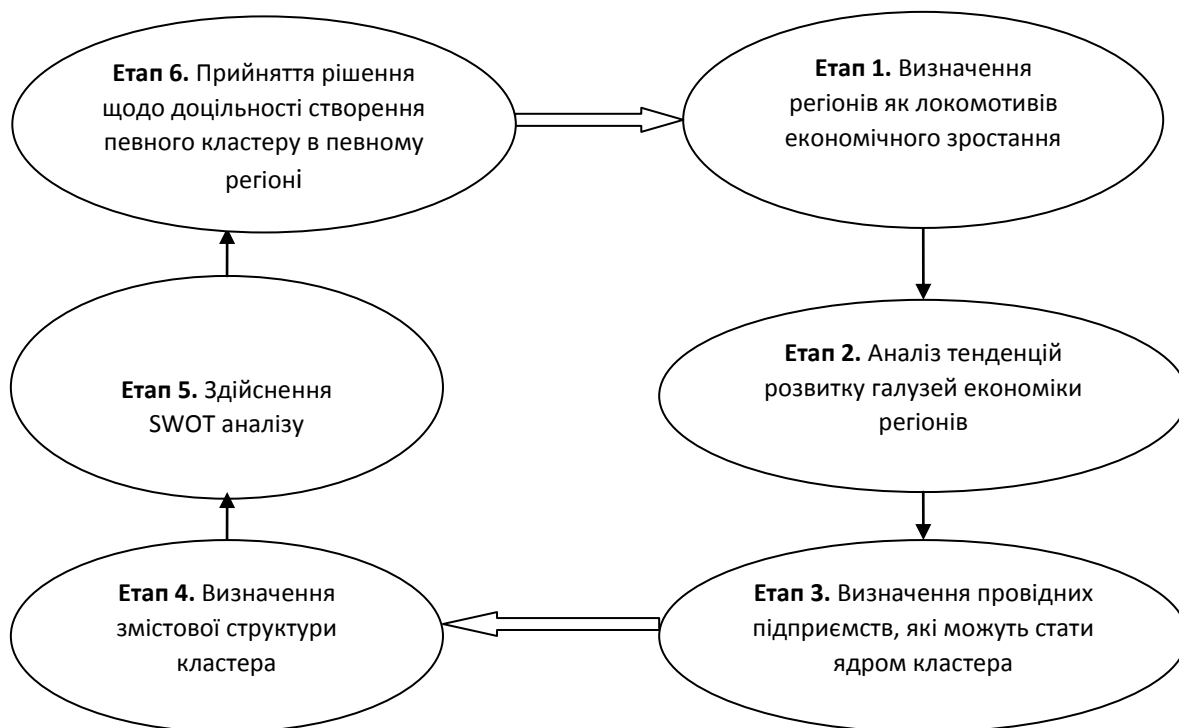
**Фактори, які впливають на створення та розвиток інноваційних кластерів\***

<b>Позитивні фактори</b>	<b>Негативні фактори</b>
- потужний науково-технічний потенціал та наявність у господарському секторі «ноу-хау»;	- недосконалість нормативної бази;
- технологічна спорідненість певних суб'єктів господарювання, які функціонують заради спільного кінцевого результату;	- відсутність зацікавленості фінансових установ у підтримці інноваційних проектів;
- певна географічна близькість ряду суб'єктів господарювання, які технологічно та економічно пов'язані між собою;	- низька платоспроможність вітчизняних споживачів нової техніки;
- розвиненість комунікаційних та інформаційних технологій;	- вироблена промислова продукція не відповідає світовим стандартам та не враховує кон'юнктуру світового ринку;
- наявність ресурсів кваліфікованої робочої сили;	- відсутні умови для організації наукомісткої продукції.
- ефективне використання внутрішніх та зовнішніх інвестицій;	- політична нестабільність в країні;
- створення умов стабільності та розвитку організаційно-економічних зв'язків між суб'єктами кластера.	- прагнення західних замовників без істотних інвестицій комерціалізувати в своїх інтересах наявний в країні науковий потенціал.

\*складено автором на основі [1; 2]

Процес впровадження кластерної моделі інноваційного розвитку країни загалом та регіонів зокрема полягає у наступному:

- гнучке формування цілей та стратегії розвитку регіонів на основі економіко-статистичного моделювання;
- моніторинг напрямків (галузей, секторів) інноваційної діяльності регіонів;
- виявлення конкурентоспроможних підприємств за характером інновацій та прийняття рішень щодо подальшої їх реструктуризації, залучення інвестицій, диверсифікації;
- вибір моделі кластера та визначення взаємовідносин між учасниками інноваційного процесу;
- прогнозування та оцінка ефективності створення інноваційного кластера в певних регіонах (рис. 1).



**Рис. 1. Етапи формування інноваційних кластерів (складено автором).**

Слід відмітити, нарощування інноваційної активності в країні є неможливим без забезпечення стабільної державної підтримки, яка б інтегрувала політико-правові, фінансові, науково-технологічні, комунікативні інструменти, спрямовані на створення належних умов для розвитку інноваційних процесів в економіці, стимулювання впровадження результатів інноваційної діяльності у виробництво. На думку більшості експертів більш доцільною є державна підтримка на етапі розвитку, а не створення кластера, оскільки практично неможливо вплинути на бажання підприємців стати членами кластера, а створення стимулюючих та сприятливих умов потребує значних фінансових ресурсів. Інша справа – на етапі розвитку кластера, коли він вже довів свою життєздатність, державна підтримка може стати критичним чинником.

Отже, для більшості країн світу кластери є ключовим елементом національних та регіональних стратегій соціально-економічного розвитку, що сприяє технологічному поступу держави, а їх функціонування забезпечується за рахунок різних прямих та непрямих методів державної підтримки, які стимулюють регіональний розвиток через збільшення зайнятості, відрахувань у бюджети різних рівнів, підвищення рівня оплати праці, стійкості та конкурентоспроможності регіонального виробництва.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Руднева П. С. Опыт создания структурных кластеров в развитых странах [Электронный ресурс] / П.С. Руднева // Экономика региона. – 2007. – № 18. – Ч. 2. – Режим доступа : <http://journal.vlsu.ru>.
2. Сорока Р. Ю. Механізм запуску стратегії організації регіональних кластерів / Сорока Р. Ю. – Львів: ГУПРІ ЛОДА, 2008. – 39 с.

**ГАННА КОРОЛЬ**  
**Науковий керівник:**  
**д.е.н., доцент Куриляк В. Є.**

## **РОЗВИТОК НЕДЕРЖАВНОГО ПЕНСІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ РЕФОРМУВАННЯ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ**

Пенсійне забезпечення є однією з базових соціальних гарантій стабільного існування суспільства. Інформаційна й економічна глобалізація зумовила інституційні зміни у багатьох країнах, що змушувало уряди до проведення відповідних соціально-економічних реформ. Соціальна політика держав захоплених цією хвилею потребувала суттєвих коректив. Не могли залишитись без змін і пенсійні системи, які сформувалися залежно від специфічних для кожної країни економічних і соціально-культурних чинників.

На сьогодні діюча пенсійна система України продовжує перебувати в стадії реформування, що зумовлено, у першу чергу, погіршенням демографічної ситуації в країні та складною економічною ситуацією, що супроводжується зростанням дефіциту Пенсійного фонду України. Одним із напрямків реформування пенсійної системи є створення умов для розвитку недержавного пенсійного забезпечення з метою залучення громадян до формування пенсійних активів.

Побудова ефективно функціонуючої системи недержавного пенсійного забезпечення в Україні означає створення нового потужного механізму пенсійного забезпечення. Значущість недержавних пенсійних фондів визначається їхньою спроможністю бути суттєвим джерелом підтримки соціальних стандартів та водночас акумулятором внутрішніх інвестиційних ресурсів для прискореного розвитку національної економіки. Рівень розвитку недержавного пенсійного забезпечення є показником економічного та соціального становища населення країни [2, с. 104].

Загальновідомо, що система недержавного пенсійного забезпечення становить третій рівень пенсійної системи. Її розвиток розпочато з 2004 року після набрання чинності Законом України «Про недержавне пенсійне забезпечення». Основу такої системи складають недержавні пенсійні фонди. Недержавні пенсійні фонди (НПФ) – це непідприємницькі, тобто створені не з метою розподілення прибутку між засновниками, товариства і створюються відповідно до Закону, головною метою їх створення є накопичення пенсій для своїх учасників [4].

Станом на 30.09.2013 в Державному реєстрі фінансових установ України містилася інформація про 89 недержавних пенсійних фондів та 34 адміністраторів НПФ (довідково: станом на 31.12.2012 їх налічувалось 94 та 37 адміністраторів), тобто за 2013 рік кількість НПФ зменшилася на 5, а кількість адміністраторів на 3 [3].

Згідно даних Державного реєстру фінансових установ недержавні пенсійні фонди зареєстровано у 9 регіонах України. Найбільша кількість їх

зосереджена у м. Києві – 63 або 70,8% від загальної кількості. Станом на 30.09.2013 адміністраторами недержавних пенсійних фондів було укладено 61,3 тис. шт. пенсійних контрактів з 49,9 тисячами вкладників, з яких юридичні особи становлять 2,4 тисячі вкладників або 4,7%, на яких припадає 1 436,4 млн. грн. пенсійних внесків (95,7% від загального обсягу пенсійних внесків за системою НПЗ), а 47,5 тисяч вкладників або 95,3% є фізичні особи. При цьому, порівняно з кінцем 2012 року кількість контрактів з юридичними особами зменшилася на 2,2%, а з фізичними особами зросла на 0,2%.

Кількість учасників НПФ відповідно до укладених контрактів становила 589,2 тис. осіб (на кінець 2012 року – 584,8 тис. осіб). Починаючи з 2012 року кількість учасників НПФ дещо збільшилась. Серед учасників НПФ переважну більшість становили особи віком від 25 до 50 років (63,9%), та особи вікової групи від 50 до 60 років (24,4%). Частка учасників НПФ вікової групи старше 60 років – 7,9%, вікової групи до 25 років – 3,8%.

Пенсійні виплати (одноразові та на визначений строк) станом на 30.09.2013 становили 285,0 млн. грн., і збільшились протягом 2013 року на 13,1%, при цьому одноразові виплати – на 10,9%, пенсійні виплати на визначений строк – на 61,8%.

Одним із основних якісних показників, які характеризують розвиток системи НПЗ, є сплачені пенсійні внески. Станом на 30.09.2013 сума пенсійних внесків становила 1501,2 млн. грн., що на 14,2% більше або на 187,2 млн. грн. порівняно з кінцем 2012 року. Загальний обсяг активів, сформованих пенсійними фондами становить 1933,6 млн. грн. Усього за 2013 рік активи НПФ зросли на 16,5% або на 273,5 млн. грн.

Метою інвестування пенсійних активів є, насамперед, збереження пенсійних заощаджень громадян. Тому стратегія інвестування НПФ є більш консервативною, ніж у інших фінансових установ. Загальна вартість доходу, отриманого від інвестування пенсійних активів становила 733,5 млн. грн. або 48,9% від суми залучених внесків, збільшившись протягом 2013 року на 113,2 млн. грн., або на 18,2%.

Офіційна статистика показує, що більшість тих, хто робить внески до НПФ – це юридичні особи і лише 4% внесків до НПФ становлять платежі фізичних осіб. Пасивність населення зумовлена, перш за все, недовірою до фінансових установ.

Іншою проблемою, що стримує розвиток НПЗ є відсутність достатньої кількості фінансових інструментів, в які можна прибутково інвестувати накопичені в НПФ кошти. Основними об'єктами інвестування активів НПФ є: депозити в банках (37% інвестованих активів), облігації підприємств, емітентами яких є резиденти України (32%), акції українських емітентів (14%), цінні папери, дохід за якими гарантовано Кабінетом Міністрів України (10%). В умовах слаборозвиненості фінансового ринку в Україні така політика і є виправданою, проте вона суттєво уповільнює розвиток НПФ [1].

Для розвитку недержавного пенсійного забезпечення в Україні необхідно розробити комплекс заходів щодо інформування громадян про розвиток недержавного пенсійного забезпечення. Уряд повинен забезпечити громадянам

України гарантії повернення своїх внесків і створення механізмів їх захисту. Потребує розширення фінансових інструментів, які дадуть можливість залучати кошти фізичних та юридичних осіб у сферу недержавного пенсійного забезпечення та інструментів, у які НПФ можуть вкладати свої активи. Необхідно також забезпечити зі сторони держави сприятливі умов на фондовому ринку, що дасть можливість розширення напрямів інвестування пенсійних активів.

Отже, розвиток НПЗ дасть можливість забезпечити додаткові до державних пенсії громадянам та надасть внутрішньому ринку інвестиційні ресурси, які так потрібні сьогодні Україні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бірюк С. О. Недержавне пенсійне забезпечення сьогодні та завтра. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://uaib.com.ua/files/articles/1841/87\\_4.pdf](http://uaib.com.ua/files/articles/1841/87_4.pdf).

2. Голда Є. С. Сучасний стан та перспективи розвитку недержавних пенсійних фондів України. – Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля № 16 (205) 2013. – С. 104–107.

3. Підсумки розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення станом на 30.09.2013 року. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://nfp.gov.ua/files/docs/Ogliad/NPF/NPF\\_III\\_kv%202013.doc](http://nfp.gov.ua/files/docs/Ogliad/NPF/NPF_III_kv%202013.doc).

4. Чавс Х. В. Діяльність недержавних пенсійних фондів в Україні. – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://libfor.com/index.php?newsid=2100>.

**ЮЛІЯ ЛЕЩУК**

**Науковий керівник:**

**д.е.н., професор Савельєв Є. В.**

## **ШЛЯХИ ЗНИЖЕННЯ ВАЛЮТНИХ РИЗИКІВ НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ПОСЛУГ**

В умовах посилення процесу глобалізації на сучасному етапі розвитку банківської системи розширюється спектр нових фінансових послуг і зростають обсяги банківських операцій з іноземною валютою. За таких умов банки змушені враховувати зміни валютного курсу шляхом керування валютними ризиками. Оптимізація ризиків, зокрема валютних, є головним у системі факторів, які впливають на фінансовий стан банків та перспективи їх розвитку.

Проблеми ідентифікації, аналізу та управління валютними ризиками банківських установ знайшли своє втілення у працях: Л. О. Примостки [3], Т. А. Коломієць [2], Н. М. Ткачук [4], Н. О. Ботвіної [1].

Валютний ризик – це потенційна загроза фінансовому стану банку в результаті несприятливих змін валютних курсів під впливом різноманітних

факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ та є комбінацію джерела ризику, валютної експозиції та наслідків.

Для ефективного управління валютними ризиками необхідно запровадити певну методику аналізу банківських ризиків, яка б включала аналітичні прийоми, що уможливають ефективну реалізацію процесу управління ризиками, котрий включає широкий спектр дій. В систематизованому вигляді процес управління валютними ризиками в банку є послідовністю наступних етапів:

1. ідентифікація – виявлення валютного ризику та визначення причин його виникнення;
2. квантифікація – вимірювання, аналіз та оцінка валютного ризику;
3. контроль – мінімізація валютного ризику за допомогою відповідних методів управління;
4. моніторинг – здійснення постійного контролю за рівнем валютного ризику з механізмом зворотного зв'язку.

Процес управління валютним ризиком полягає у проведенні його детального аналізу, оцінюванні можливих наслідків та виборі методів управління.

Аналіз та оцінка валютного ризику банку включають аналіз тенденцій та ситуації на валютному ринку, зміни процентних ставок за кредитами та депозитами в іноземних валютах на грошово-кредитному ринку, визначення відкритих валютних позицій та дотримання лімітів відкритої валютної позиції по банку в цілому та в розрізі структурних підрозділів, розрахунок та оцінку розміру неузгодженості активів та пасивів в іноземній валюті за термінами до погашення, визначення напрямів та обсягу потоків грошових коштів в окремих валютах, оцінку обсягу балансових та позабалансових статей, які підлягають переоцінці у зв'язку із змінами валютного курсу, аналіз структури балансових та позабалансових статей за валютами, а також продуктів та операцій, що впливають на валютну позицію, розрахунок та оцінку ризику можливих втрат від переоцінки валютних позицій.

В процесі управління валютним ризиком банки використовують дві основні групи методів: управління валютною структурою балансу та хеджування валютного ризику [3].

До методів управління валютною структурою банку належать: управління відкритою валютною позицією або лімітування та диверсифікованість валютного ризику.

Лімітування належить до інструментів адміністративного (неекономічного) типу і як метод управління валютним ризиком полягає у встановленні прямих обмежень на операції з валютними цінностями. Використовуються наступні види лімітів:

- ліміт на операції з контрагентами та клієнтами;
- ліміт на кожен день і кожного дилера;
- ліміт на іноземні держави;
- ліміт інструментарію;
- ліміт збитків.

Диверсифікованість валютного ризику полягає в розподілі активів за різними валютами.

Відомим в сучасній практиці є досвід використання методів мінімізації валютного ризику до якого належить метчінг – метод, що передбачає взаємний залік купівлі або продажу іноземної валюти по активу і пасиву та неттінг – максимальне скорочення обсягів валютних операцій шляхом їх укрупнення.

Широкого застосування набуває страхування валютних ризиків, яке у світовій практиці називають хеджуванням. Його суть полягає у застосуванні фінансових операцій та угод, які дають змогу зменшити ризик.

З появою плаваючих валютних взаєморозрахунків росте увага до пошуку методів хеджування валютних ризиків. Сьогодні фінансовий світ використовує п'ять альтернативних методів хеджування валютних ризиків:

*Таблиця 1*

### **Методи хеджування [1]**

<b>Метод</b>	<b>Пояснення</b>
1. Форвардний контракт	Контракт, який дає право на купівлю чи продаж іноземної валюти з поставкою в якийсь визначений час у майбутньому
2. Ф'ючерсний контракт	Стандартизований контракт по валютному ф'ючерсу, який можна купувати і продавати. Якщо учасники контракту здійснюють продаж, то це значить, що він знаходиться в «короткій позиції» за вказаною валютою, а якщо здійснює купівлю – то в «довгій позиції» за цією валютою
3. Опціонний контракт	Стандартизований контракт, який дає своєму володарю право купити (опціон «колл») або продати (опціон «пут») іноземну валюту за фіксованою ціною
4. Опціон по ф'ючерсу	Стандартизований контракт, який дає своєму власнику право купити або продати ф'ючерсний валютний контракт
5. Валютний своп	Контракт, який передбачає обмін борговими платіжними зобов'язаннями сторін, які виражені в різних іноземних валютах

Головною метою використання відповідних методів хеджування є своєчасне здійснення валютно-обмінних операцій – ще до того як відбудеться небажана зміна курсів, або ж компенсування збитків від такої зміни за рахунок паралельних операцій з валютою, курс якої змінюється в протилежному напрямку [6].

При виборі та застосуванні методів регулювання валютного ризику банку доцільно враховувати доступність та економічну доцільність їх використання з огляду на зовнішні та внутрішні обмеження, а також валютну ризик-стратегію банку. Порядок застосування розглянутих вище методів визначатиметься величиною, динамікою та структурою внутрішньобанківських фінансових пропорцій, які формуються внаслідок проведення валютних операцій та визначають напрямки впливу на рівновагу банку валютного ризику. Удосконалення методів регулювання валютного ризику банку також є однією з передумов інтенсифікації регіональної валютної інтеграції як на рівні окремих суб'єктів господарювання, так і на макроекономічному рівні.

Порівнюючи зазначені деривативи з позиції їх дієвості в управлінні валютним ризиком банківської установи, я дійшла висновку, що операції типу «своп» мають найбільший потенціал мінімізації валютного ризику у сучасних умовах. Вони являють собою комбінацію угод купівлі та продажу іноземної валюти з різними датами валютування, що поєднує в собі операції «спот» і «форвард». При цьому обсяги вимог і зобов'язань у певній валюті є рівними, отже не утворюється відкрита валютна позиція.

Отже, основою успішної діяльності фінансової установи, в тому числі й банківської, є індивідуальний комплексний підхід до вирішення проблемного питання засобами підбору адаптивної комбінації методів керування валютними ризиками. Реалізація запропонованих заходів дозволить банкам знизити ступінь ризиковості операцій які підлягають зустрічі з валютним ризиками, оскільки уникнути його повністю не можливо.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ботвіна Н. О. Проведення валютних операцій комерційними банками та методика їх оцінювання / Н. О. Ботвіна // *Бізнес-навігатор*. – № 2 (17). – Херсон, – 2009. С. 82–88.

2. Коломієць Т. Причини та методи подолання нестабільності курсової політики у банківській сфері / Т. Коломієць, Н. Чемна, М. Подолець // *Облік, фінанси, кредит*. – 2010. – № 1. – С. 56–63.

3. Примостка Л. О. Фінансовий менеджмент у банку – К.: КНЕУ, 2004. – 468 с., с. 306–308.

4. Ткачук Н. М. Методи управління валютними ризиками банку / Н. М. Ткачук, Ю. І. Стремецька // *Наука й економіка*. – 2010. – № 2(18). – С. 106–111.

5. Управління ризиками банків: монографія у 2 томах. Т. 2: Управління ринковими ризиками та ризиками системних характеристик / [А. О. Єпіфанов, Т. А. Васильєва, С. М. Козьменко та ін.] / за ред. д-ра екон. наук, проф. А. О. Єпіфанова і д-ра екон. наук, проф. Т. А. Васильєвої. – Суми: ДВНЗ «УАБСНБУ», 2012. – 299 с.

6. Ющенко В., Міщенко В. Управління валютними ризиками. – Київ – Знання. – 2003. – С. 17–30.

## ІГОР ЛІЩИНСЬКИЙ

### РЕГІОНАЛЬНА СТРУКТУРА БІДНОСТІ КРАЇН АФРИКИ

За економічними показниками країни Африки значною мірою відрізняються між собою. Так, згідно класифікації Секретаріату ООН (Звіт: «World Economic Situation and Prospects 2012») усі країни Африки відносять до країн, що розвиваються (*developing economies*). [1]

Дана класифікація переважно ґрунтується на оцінці Індексу розвитку людського потенціалу (ІРЛП, англ. *Human Development Index*, HDI) – індекс для порівняльної оцінки бідності, грамотності, освіти, середньої тривалості життя й



інших показників країни; публікується ПРООН. Він показує якість життя населення, яке є об'єктивно-суб'єктивним поняттям, у якому враховується багато факторів – економічних, соціальних, політичних, ідеологічних, екологічних та ін. Хоча індекс людського розвитку не враховує такі важливі показники якості життя, як забезпеченість житлом, побутовим і медичним обслуговуванням, установами культури й освіти, наявність політичних свобод, дотримання прав людини та ін., проте він загалом дає уявлення про загальну кількісну оцінку якості життя населення. Градація країн Африки за даним індексом станом на 2012 р. [2] показує, що жодна африканська держава не демонструє дуже високого значення людського розвитку. Високий рівень індексу притаманний для Сейшельських островів, Лівії (очевидно скоротиться після минулорічних воєнних подій), Маврікію, Тунісу. На дні світового рейтингу перебувають африканські країни Мадагаскар, Бурунді, Нігер, ДР Конго. Протягом останніх п'яти років найвище зростання позиції в рейтингу країн спостерігалось для Танзанії (піднялась на 7 позицій) та Гани (на 5 позицій).

Країни із найнижчим рівнем ІРЛП виділяються ООН в окрему групу – найменш розвинуті країни (*Least Developed Countries*), куди станом на 2012 рік відносять 33 країни Африки (загалом в цю групу включено 48 країн). [3]

МВФ та Світовий банк, як і ООН, також виділяють в окрему групу найбільш знедолені країни із високим рівнем заборгованості (*heavily indebted poor countries* (HIPC), чисельність яких у 2012 році становила 39 – із яких 33 африканські.

Світовий банк розглядає 4 групи країн, беручи до уваги рівень валового національного доходу на душу населення: країни з низьким рівнем доходів (\$1025 або менше) – 36 країн (26 із них африканські); країни з рівнем доходів нижче середнього (\$1026 – \$4035) – 54 (16 із них африканські); країни з рівнем доходів вище за середній (\$3976 – \$12 275) – 54 (10 із них африканські); країни з високим рівнем доходів (\$12 476 і вище) – 70 (тільки 1 із них африканська – Екваторіальна Гвінея). [4]

На рисунку 1 ілюстровано градацію країн південніших Сахари відносно бідності за доходами. Традиційно, в світовій практиці її індикатором вважається дохід на одного зайнятого, який не перевищує 1,25 дол. США. Як бачимо, серед тих країн, для яких доступна зазначена інформація, найвища частка бідних осіб (понад 80%) проживає в ДР Конго, Ліберії, Бурунді та Мадагаскарі.

Проте врахування виключно показників доходів не може продемонструвати цілісної картини бідності. Саме з цією метою в 2010 році Оксфордською ініціативою з подолання бідності і людського розвитку та Програмою розвитку ООН був розроблений Індекс багатовимірної бідності (ІББ, англ. *The Multidimensional Poverty Index*, MPI). Даний індекс прийшов на заміну індексу бідності населення, який використовувався до 2009 р. і слугує доповненням до індексу людського розвитку, розглянутого раніше. Він враховує різні фактори, щоб визначити межі бідності, не беручи до уваги показників доходів. Складові ІББ наведені в таблиці 1.

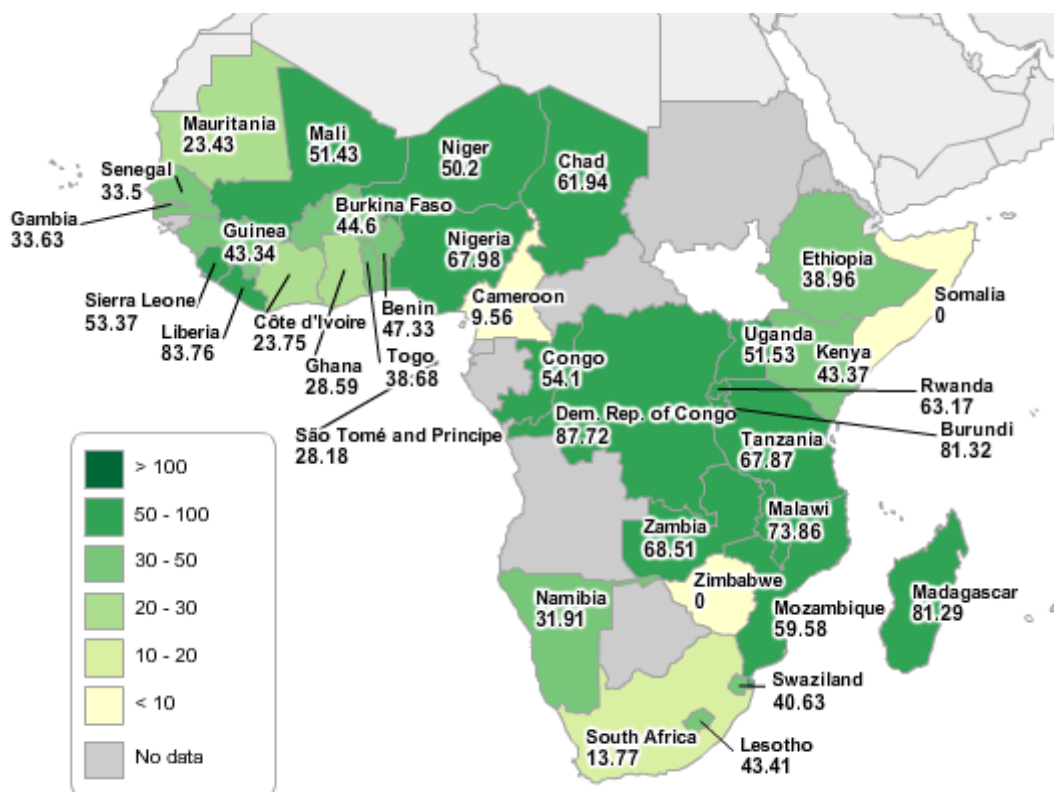


Рис. 1. Частка населення із доходом менше \$1,5 на день, % [5]

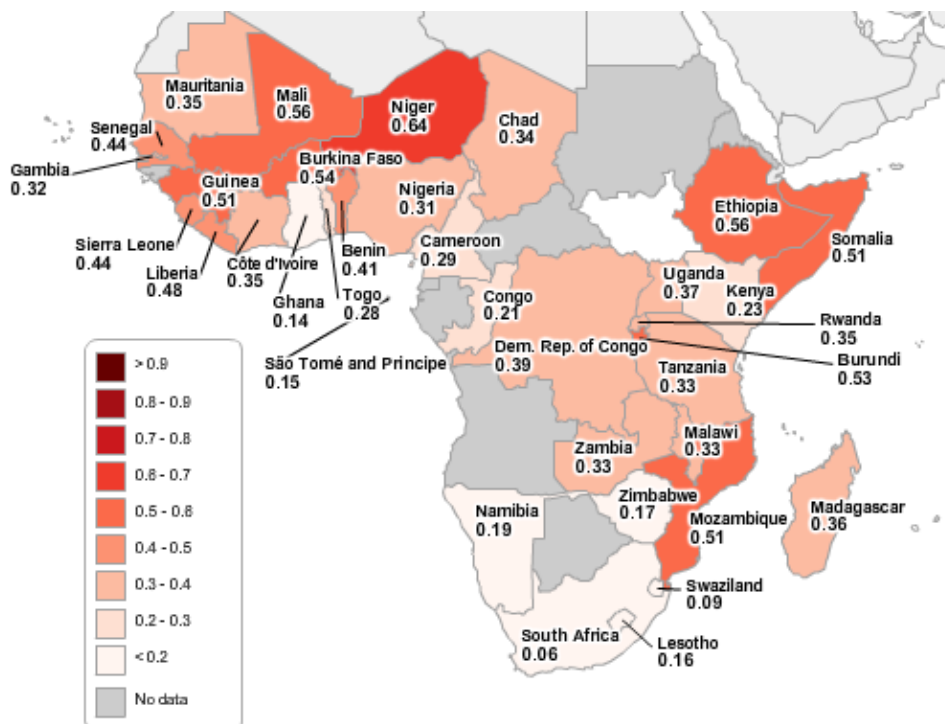
Таблиця 1

### Індикатори індексу багатовимірної бідності

Сфера	Індикатор	Методика вимірювання
Освіта	Тривалість навчання	% сімей, в яких жоден член не пройшов 5 річного навчання
	Відвідування школи дітьми	% дітей шкільного віку, які не відвідують школу до 8 класу
Здоров'я	Дитяча смертність	% сімей, у яких померла дитина
	Харчування	% населення, яке недоїдає
Стандарти життя	Електрика	% домогосподарств без забезпечення електричним струмом
	Санітарія	% домогосподарств без покращених санвузлів (або які використовують санвузли спільно з іншими домогосподарствами)
	Питна вода	% домогосподарств позбавлених доступу до безпечної питної води (або якщо вона знаходиться на відстані понад 30 хвилин ходьби)
	Підлога	% домогосподарств, які проживають в будівлях із підлогою без дерев'яного (кам'яного) покриття
	Паливо для приготування їжі	% домогосподарств, які готують їжу, використовуючи паливо із гною, дров або деревного вугілля
	Активи у володінні	% домогосподарств, які не володіють принаймні одним радіоприймачем, телевізором, телефоном, велосипедом, мотоциклом або холодильником і не є власниками автомобіля чи вантажівки

Примітка: склав автор за даними [6]

На рис. 2 наведені значення ІББ для країн Африки південніших Сахари. Найгірші значення притаманні для Нігеру, Ефіопії та Малі. Найкраща ситуація спостерігається в ПАР, Свазіленді та Гані.



**Рис. 2. Значення індексу багатовимірної бідності для країн Африки [5]**

Проведений аналіз показує, перед країнами Африки на сучасному етапі їхнього розвитку виникли різні проблеми соціального характеру. Такі проблеми, як бідність населення, хронічне недоїдання, низький рівень розвитку освіти, охорони здоров'я, високе безробіття, низький рівень соціального захисту, соціальна нерівність, зростання злочинності, є взаємопов'язаними і взаємодоповнюваними. У країнах регіону вони передусім виникли через високі темпи зростання населення (демографічний вибух), низькі темпи розвитку економіки, політичну нестабільність, етнічні конфлікти, а також через історичні передумови. Соціальні проблеми розвитку потребують свого вирішення, оскільки вони суттєво впливають на рівень розвитку суспільства й зумовлюють виникнення соціальної напруженості і конфліктних ситуацій соціально-економічного й політичного характеру. Країни регіону змушені виробити основні принципи проведення соціальної політики, спрямовані на захист рівня життя населення, надання допомоги найбільш знедоленим верствам населення, забезпечення політики соціального страхування, установлення мінімальної заробітної плати, розвиток освіти, охорони здоров'я, захист оточуючого середовища за рахунок держави тощо.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *World Economic Situation and Prospects. Statistical annex. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp\\_current/2012country\\_class.pdf](http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp_current/2012country_class.pdf).*

2. *Human Development Report 2013. The Rise of the South: Human Progress in a Diverse World* [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://hdr.undp.org/en/media/HDR2013\\_EN\\_Summary.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/HDR2013_EN_Summary.pdf).

3. *The least developed countries report 2012. United nations Conference on trade and development* [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ldc2012\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ldc2012_en.pdf).

4. *Country and Lending Groups. Data of the World bank* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/about/country-classifications/country-and-lending-groups>.

5. *Oxford Poverty & Human Development Initiative statististic* [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ophi.org.uk/wp-content/uploads/MPI2013/web/StatPlanet.html>.

6. *Sabina Alkire, Adriana Conconi and José Manuel Roche. Multidimensional Poverty Index 2013. S. Alkire, A. Conconi and J. Roche.* [<http://www.ophi.org.uk/wp-content/uploads/MPI-2013-Brief-Methodological-Note-and-Results1.pdf?cda6c1>].

**ТАРАС МАРКІВ**

**Науковий керівник:**

**д.е.н., професор Козюк В. В.**

## **ЗАГРОЗИ ПОЯВИ ВУГЛЕЦЕВОЇ БУЛЬБАШКИ В ПОСТКІОТСЬКИЙ ПЕРІОД**

Глобальні екологічні проблеми, які створюють загрози для економічних систем, спонукають світові інститути до інтеграції зусиль в вирішенні завдань міждисциплінарного характеру. Нещодавня Конференція ООН зі сталого розвитку “Ріо +20” окреслила проблеми майбутнього, виділивши чільне місце проблемам зеленої економіки та інституційних рамок сталого розвитку, де в ході дискусій було окреслено поточний стан справ однієї з найразючіших міжнародних тем – теми глобального потепління.

На сьогодні Кіотський протокол не виправдав покладені на нього надії щодо вирішення глобальних антропоцентричних проблем. Механізм кількісного підходу до емісійних обмежень виявився неієздатним, чим залишив світ з строкатою мозаїкою спорадичного регіонального волонтаризму урядів країн, суть якого зводиться до добровільних асиметричних кількісних обмежень шкідливих парникових викидів. На стадії імплементації Кіотських домовленостей врегулювання глобальних кліматичних змін, країни показали свою інертність і нерішучість в питанні корекції майбутніх обсягів емісії вуглекислого газу. Кіотський протокол виявився неефективний як з огляду на великі трансакційні витрати з приводу пошуку партнерів для торгівлі квотами, проведення переговорів і оформлення угод, так і з огляду на можливості процвітання клептократії (особливо в висококорумпованих країнах), оскільки запропонована дозвільна система малоімовірно реалізуватиметься за допомогою ринкових сил [1].

Принципово іншим аспектом негативних екстерналій, породжених глобальним потеплінням і інституційною слабкістю його запобігання, є генерація системних ризиків в сфері глобальних фінансів. Мова йде про так звану вуглецеву бульбашку (carbon bubble), поява якої, на наш погляд, що обстоюється в статті, є наслідком впровадженого механізму квотування емісій вуглекислого газу. Протягом останніх років відбувається систематичне завищення вартості паливно-енергетичних активів, спричинене позитивним трендом глобальних цін на енергоресурси, зростанням споживання, надмірною фінансизацією ринків та поведінкою інвесторів, які орієнтуються на зростання вартості активів паливно-видобувної галузі. З іншої сторони, імпульс до переходу до природозберігаючих технологій, інкорпорація “зеленої” політики, зрушення людських настроїв в сторону “зеленого” мислення (збереження навколишнього середовища) дає обґрунтовані підстави до переоцінки паливно-видобувних активів в бік їх знецінення, оскільки використання останніх створює екокатастрофічну петлю для людства в планетарному масштабі.

Для наочного відображення процесів, які мають місце до утворення бульбашкових активів, керуватимемось рис. 1. Великі обсяги інвестиційних ресурсів компаній та заощаджень людей знаходять об’єкти інвестування через інституціональних інвесторів, які в свою чергу проводять аналіз ринку активів за відпрацьованими методиками. Компанії нафтогазового комплексу функціонують далеко не на ринках досконалої конкуренції, чим і пояснюються високі рівні дохідності на інвестований капітал, великі обсяги інвестицій (станом на 2012 р. 200-топ компаній випустили 1,27 трлн. дол. США боргових зобов’язань та близько 4 трлн. дол. США корпоративних прав власності [2]) і, зазвичай, надійні рейтинги з боку світових рейтингових агентств. Тому в моделі раціонального інвестора володіння даними активами є доволі обґрунтованим. Отож, за рахунок фінансового ринку формується капітал паливно-видобувних компаній, основна частка активів яких припадає на ті ж самі газ, нафту, вугілля, або ж на інструменти їх пошуку.

Наступним логічним етапом в ланцюжку функціонування ринку видобувних і паливних ресурсів є їх використання, тобто спалювання, яке призводить до емісії вуглекислого газу. А це в свою чергу, за твердженням екологів, має деструктивну дію на озоновий шар і активізує проблему глобального потепління, на що існує реакція всього світу.

Звичайно, консенсусне вирішення глобальної проблеми повинно здійснюватись на глобальному рівні. Слід сказати, що міжнародна ініціатива пошуку шляхів запобігання розвитку глобального потепління розпочалась ще 1972 році в Стокгольмі. Незважаючи на констатацію проблеми змін клімату ще 4 десятиліття тому, на велику кількість всесвітніх форумів та матеріалів конференцій, значні обсяги літератури та публічного дискурсу з даної проблематики, країни-лідери за видобутком і запасами нафти й газу залишаються інертними до вирішення проблеми глобального потепління, хоча номінально проголошують стратегії розвитку, базовані на концепціях стійкого, сталого, збалансованого розвитку. Неefективний підхід у вигляді кількісного обмеження викидів парникових газів, задекларований Кіотським протоколом,

лише затвердив статус-кво в питаннях емісії шкідливих викидів, оскільки деякі країни зупинилися на етапі ратифікації договору, інші – відмовились, а треті – прийняли, але згодом відмовились. Хоча, слід сказати, що згідно Копенгагенської згоди у 2009 році, 167 країн погодилися втримати зміну температури по причині глобального потепління на рівні не більше 2°C, і для цього потрібно обмежити емісію вуглекислого газу на рівні не більше 565 гігатон протягом 2010–2050 років. Доречно зауважити, що спалювання усіх наявних і розвіданих ресурсів (нафти, газу, вугілля) достатньо, щоб випустити 2795 гігатон вуглекислого газу в атмосферу. Це майже в п'ять разів більше дозволеного “вуглецевого бюджету” розміром в 565 гігатон [2].

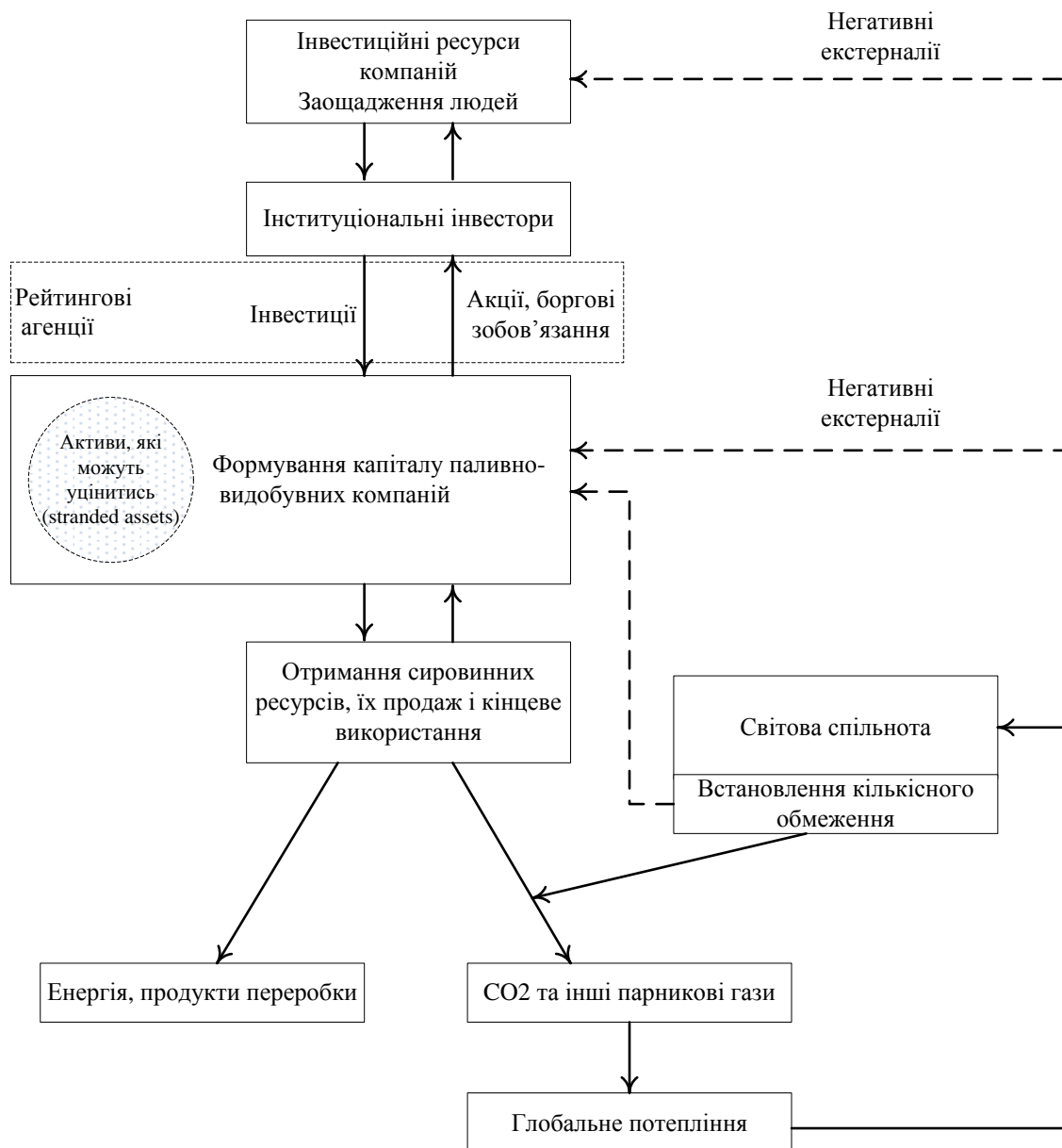


Рис. 1. Взаємодія інвесторів паливно-вугільних компаній в глобальній екосистемі. [Розроблено автором]

Таким чином, спроможність світової спільноти втримати рівень спалювання паливно-видобувних речовин на зазначеному рівні дає поштовх до появи спонукальних мотивів до перегляду вартості сировинних ресурсів, які в

довгостроковій перспективі тяжітимуть до падіння. Такі активи з середини 2011 року в економічній літературі отримали назву активів, які можуть уцінитись, “лягти на мілину” (stranded assets). Значний ризик обвалу цін на нафту, газ та вугілля позначиться на падінні курсу акцій, втраті ліквідності та платоспроможності [3]. Оцінюючи економічну значимість паливно-видобувних галузей країн світу, можна стверджувати, що від швидкості та рішучості дій відповідних урядів в питанні обмеження парникових викидів залежатиме сила тригерної дії розриву вуглецевої бульбашки, екстерналізація якої прямо вказує на глобальну фінансову кризу.

З іншої сторони, неспроможність вирішити проблему зміни кліматичних умов генерує екологічну пастку, сценарії розвитку якої не є предметом нашого дослідження. Антропоцентричні підходи вказують нам, що екологічна катастрофа виглядатиме більш загрозливою для людства загалом.

За умов незмінності технологічного устрою, наше бачення розв’язання даної проблеми природокористування, яка генерує загрозу фінансового колапсу, може здійснюватись в таких площинах. Перше, зсув в філософії інвестування: відмова від інвестицій в “брудні” галузі; перегляд системних ризиків щодо активів, які можуть уцінитись в вартості; включення ризиків, пов’язаних із зміною навколишнього середовища; стрес-тести проблемних галузей. Друге, перепрофілювання компаній паливно-енергетичної індустрії. Тут механізм здійснення “хірургічного втручання” визначатиметься програмами національних урядів країни базування.

Підсумовуючи, слід сказати, що економічна сфера діяльності людини тісно переплетена з екологічною, тому ігнорування проблем останньої, як це нами показано в даній роботі, створює великі загрози для глобальної фінансової системи. Здатність протистояти цим загрозам в більшій мірі залежатиме від консенсусного прийняття рішень світовою спільнотою. Неадекватність наявного устрою регулювання викидів шкідливих газів залишає місце для роздумів альтернативного вирішення проблем.

## ЛІТЕРАТУРА

1. M. Weitzman. *Can Negotiating a Uniform Carbon Price Help to Internalize the Global Warming Externality?* // *NBER Working Papers*. 2013. – № 19644. – P. 4–7.

2. *Unburnable Carbon 2013: Wasted Capital and Stranded Assets*. Carbon Tracker Initiative. [Electronic source] – Mean of access: [www.carbontracker.org](http://www.carbontracker.org).

3. B. Caldecott. *Why High-Carbon investment could be the next sub-prime crisis*. [Electronic source] // *The Guardian*. July 12, 2011. – Mean of access: <http://www.theguardian.com/environment/2011/jul/12/high-carbon-investment>.

**Н. НИКОЛОВ**  
(Болгарія)

## **ИНДЕКСНОЕ СИМУЛИРОВАНИЕ ПОСРЕДСТВОМ ЭПСИЛОН ОПТИМИЗАЦИИ**

Портфельный менеджмент представляет большое количество и различные техники и модели создания инвестиционных портфелей. В сущности, идея инвестирования в рыночный индекс, покупая портфель акций, структура которого копирует индексную, не противоречит основным концепциям создания инвестиционного портфеля. Созданным на этом принципе портфелям необходимо следовать развитию рынка, а следовательно, и обеспечиваемая ими доходность должна быть равна присущей рынку доходности.

Применение Эпсилон оптимизации направлено на редуцирование состава портфелей, генерированных как симуляция выбранного бенчмарка индекса. Цель оптимизации таким путем портфелей – сохранить во времени максимальный синхрон с демонстрируемым ранее со стороны симулированного индекса поведением. Желаемый результат получается при достижении минимальных значений Эпсилон критерия.

Представленная идея в состоянии генерировать симуляционно-индексные портфели с редуцированным составом участвующих в их составлении акций, характеризующихся средней доходностью, равной доходности симулированного индекса и минимальным значениям использованного в качестве критерия оптимизации Эпсилон.

### **2. Методология Эпсилон оптимизации:**

Используемая методология Эпсилон оптимизации симуляционно-индексного портфеля может быть подразделена на два основных этапа:

2.1. Генерирование симуляционно-индексного портфеля, содержащего максимальное количество предварительно подобранных акций. Процесс генерирования этого первичного портфеля состоит в решении оптимизационной задачи, целевая функция которой преследует цель достижения минимального Эпсилон отклонения по отношению к выбранному для симулирования индексу и ограничительным условиям равенства между доходностью индекса и симуляционно-индексным портфелем. Одновременно весовые коэффициенты участвующих в составлении симуляционно-индексного портфеля акций должны быть неотрицательными (отсутствие коротких продаж), а их сумма должна равняться единице или 100%.

2.2. Редуцирование состава базисного симуляционно-индексного портфеля, базирующегося на последовательном элиминировании акций из его состава. Этот этап в будущем будет назван симуляционным субиндексированием, так как полученные вследствие его проведения симуляционно-индексные портфели являются производными базисного симуляционно-индексного портфеля, но с постоянно уменьшающимся составом участвующих акций в их создании.



#### **А. Оптимизационная задача – дефиниция.**

Оптимизационная задача, которая решается при осуществлении вышеописанного механизма индексного симулирования, может быть представлена в следующем математическом виде:

$$\begin{aligned} Z = \varepsilon \rightarrow \min &= \sum (r_i - r_{xi})^2 \\ \sum W_i &= 1 \\ \overline{R_{Sim\_I\_P}} = \overline{R_{Ind}} &= \sum w_{xi} * r_{xi} \end{aligned}$$

где:

$Z$  – целевая функция, по которой осуществляется оптимизация;

$W_i$  – вес участвующих в составе симуляционно-индексного портфеля акций;

$r_i$  – доходность индекса на определенный момент;

$r_{xi}$  – доходность акций на определенный момент;

$\overline{R_{Sim\_I\_P}}$  – доходность симуляционно-индексного портфеля;

$\overline{R_{Ind}}$  – доходность индекса.

**Б. База данных – критерии, временные рамки и интервалы, показатели (доходность, дисперсия, средняя доходность).**

Используемая при исследовании база данных включает в свой состав:

Динамические ряды, прослеживающие изменения в ценах индекса, и информацию о параллельных изменениях в ценах подобранных акций.

При селектировании участвующих акций в каждой симуляции используется дополнительный критерий, касающийся наличия достаточного количества котировок для соответствующей акции в рамках периода в один год. Акции с недостаточным количеством реальных наблюдений исключаются предварительно и не участвуют в последующей Эпсилон оптимизации.

К первоначальным данным об изменении в ценах на акции вычислены и дополнены критерии: доходность (логаритмичная), средняя доходность за период; дисперсия; при этом и составлена VCM матрица акций, отвечающих первоначальным критериям.

**В. Алгоритм оптимизации – последовательность и обоснование.**

Используемый при Эпсилон оптимизации алгоритм может быть описан следующим образом:

- генерирование симуляционно-индексного портфеля и определение базисного уровня Эпсилон критерия;

- процедура симуляционного субиндексирования – последовательное редуцирование состава участвующих акций в симуляционно-индексном портфеле, основывающееся на достижении самой низкой величины по Эпсилон критерию, при элиминировании конкретной акции из состава симуляционно-индексного портфеля и генерировании производного такого;

- определение границы эффективного редуцирования состава участвующих акций в симуляционно-индексном портфеле. Этот шаг осуществляется на основе графического способа, представляющего степень

увеличения Эпсилон критерия параллельно с редуцированием состава симуляционно-индексного портфеля.

Показателями, которые учитываются при достижении конкретного Эпсилон оптимального решения, являются следующие: доходность симуляционно-индексного портфеля, Эпсилон и общий риск портфеля, характеризующий минимальное значение Эпсилон критерия.

### 3. Критический анализ результатов Эпсилон оптимизации.

С целью проведения критического анализа в отношении качеств и потенциальной эффективности генерированных посредством Эпсилон оптимизации симуляционно-индексных портфелей следует провести дополнительное исследование. Оно фокусируется на проверке эффективности и адекватности симуляционно-индексных портфелей, генерированных посредством Эпсилон оптимизации.

Достигнутые результаты посредством Эпсилон оптимизации предоставляют списочный состав акций, участвующих в симуляционно-индексных портфелях. Таким образом обособленный списочный состав симуляционно-индексных портфелей в дальнейшем может быть оптимизирован по трем возможным сценариям.

3.1. Исследование эффективности Эпсилон оптимизированных симуляционно-индексных портфелей по отношению к критериям доходности и риска. Выбранные в качестве возможных сценариев проверки эффективности симуляционно-индексных портфелей, генерированных на базе Эпсилон оптимизации, являются следующие:

А. При  $\overline{R_{Sim\_I\_P}} = \overline{R_{Ind}}$  и переменном общем риске симуляционно-индексного портфеля;

Б. При  $\sigma_{Sim\_I\_P}^2 = \sigma_{Ind}^2$ <sup>3</sup> и максимальной доходности симуляционно-индексного портфеля;

В. Как возможная самостоятельная альтернатива предыдущим двум сценариям рассматривается и возможность сопоставления качества и потенциальной эффективности симуляционно-индексных портфелей по отношению к угловому портфелю, созданному на базе оптимизации

$$\frac{R_{SimIP}}{\sigma_{SimIP}^2} \rightarrow \max$$

соотношения

### 4. Выводы.

Конструирование портфелей, имитирующих выбранный для бенчмарка рыночного индекса, которые могут обеспечить те же рисковно-доходные характеристики, что и по индексу, но с меньшим количеством активов в нем, возможно. Эффективность этих портфелей будет адекватна эффективности рыночного индекса.

<sup>3</sup>  $\sigma_{Sim\_I\_P}^2$  – дисперсия симуляционно-индексного портфеля

$\sigma_{Ind}^2$  – дисперсия индекса

Симуляционно-индексные портфели, генерированные на базе Эпсилон оптимизации, содержат в себе ограничения и качественные характеристики используемых в качестве бенчмарка индекса. Преодоление этих ограничений может быть достигнуто посредством дополнительного модифицирования математической оптимизационной модели. Этот эффект может быть достигнут посредством добавления дополнительных ограничительных условий и/или освобождения первоначальной модели от константно дефинированных ограничений.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Пътев, П., Канарян, Н. *Управление на портфейла. В. Търново, Абагар, 2008.*

2. Адамов, В., Холст, Дж., Захариев, А. *Финансов анализ. В. Търново, АБАГАР, 2006.*

## ГАННА НЯМЕЩУК

### **БАЗОВІ УМОВИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СИСТЕМИ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЗАСАДАХ ІНФОРМАТИЗАЦІЇ ТА ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ**

Поширення та активний розвиток комп'ютерних технологій можна називати визначальним трендом сучасного суспільства. Встановлення безпосередніх прямих зв'язків між економічними суб'єктами у віртуальному просторі на основі використання інформаційно-комунікаційних технологій обумовлює виникнення т. зв. «нової економіки».

На думку П. Дімаджіо, зміни в інформаційних технологіях прискорили зміни в світовій економіці, зробили конкурентне середовище надзвичайно мінливим, обумовили зсув економічної структури від виробництва до сфери послуг. Тепер фірми мають розвивати конкурентні переваги, відразу адаптовані до світового ринку; залучати співробітників – стратегічний ресурс – не лише до виробничих процесів, але й до організаційних змін; збільшувати споживання інформації і виводити на ринки нові продукти за допомогою способів, що значно змінюють структуру витрат та організаційні конструкції [1, с. 4].

Аналіз наявної наукової літератури дозволив автору виділити такі загальні уявлення учених щодо феномену «нової економіки»:

- часовим моментом зародження нового економічного укладу є природне відмирання індустріальної технології виробництва внаслідок поширення інформаційної технології, перехід від індустріального до постіндустріального (інформаційного) суспільства. Як зазначає Р. М. Нижегородцев, «більшість застосовуваних сьогодні індустріальних технологій (механічних, фізичних, хімічних) дуже близькі до своєї технологічної межі. За останні 100 років швидкість пересувань зросла майже в 100 разів, потужність джерел енергії – в

1000 разів, потужність зброї – в 100 тис. разів, швидкість обробки інформації – в мільйон разів ... але можливості розвитку техногенної цивілізації в межах індустріальної парадигми майже вичерпані» [2, с. 39];

- внаслідок становлення «нової економіки» втрачають силу і стають недієвими закони традиційної політичної економії та економічної теорії, змінюється парадигма світового розвитку і підприємницької діяльності. На думку Н. В. Смородинської, відбувається «трансформація безпосередньо організаційного коду економічних систем – їх перехід до мережевого укладу на всіх рівнях соціальної взаємодії» [3]. Новий уклад характеризується органічним взаємозв'язком технологічної (віртуальні мережі) та інституційної (мережеве соціальне середовище) специфіки життя. Накопичення нового знання відбувається шляхом його мережевого тиражування (поділу), а інноваційне зростання забезпечується мережевою моделлю координування зв'язків. Світова економіка освоює гібридний варіант організації виробництва та управління, змінюючи свою будову на кластерно-мережеву – більш пластичну, ніж модель ієрархії, і більш інтегровану, ніж модель ринка;

- в центрі уваги «нової економіки» постає людина, як суб'єкт інтелектуальної праці та керуючий трансформаціями. Класик інформаційної економіки М. Кастельс зазначає: «здатність або нездатність суспільства управляти технологією, особливо стратегічними технологіями, значною мірою формує долю суспільства... технологія (чи її відсутність) втілює здатність суспільств трансформувати себе і визначає напрями, за якими суспільство вирішує застосувати свій технологічний потенціал» [4, с. 17];

- основними (найбільш помітними і характерними) проявами становлення «нової економіки» є тенденції інформатизації і комп'ютеризації суспільства та економічних відносин. Згідно із концепцією С. І. Парінова і Т. І. Яковлевої, основним процесом, що створює засади для становлення «нової економіки», є розвиток і поширення Інтернет-технологій [5]. Активне протікання цього процесу тягне за собою розвиток інших тенденцій, що знаменують більш глибоке втягування сучасного суспільства до нового укладу. Такими тенденціями учені називають перенесення до електронного середовища мережі Інтернет різних видів соціально-економічної діяльності, створення мережевих організацій (частіше за рахунок перетворення традиційних форм) і мережевих варіантів «горизонтальних» економічних структур, що обслуговують усе різноманіття організацій в економіці (мережеві інституційні структури);

- зростає значення міждисциплінарного аналізу і технічної складової в економічних відносинах. Як зазначає В. І. Катеньов, «інтерес до мереж як альтернативних ринкових структур, що знаходяться між класичним ринком та ієрархією, виник в результаті зусиль соціологів в рамках міжорганізаційної теорії» [6]. Починаючи з 1980-х рр. методологічні основи мережевого підходу почали використовуватися в економіці – спочатку в маркетингу і менеджменті (теорія сітьового маркетингу і теорія мережевої організації), а згодом й в логістиці (управління ланцюжками постачань). На думку П. Дімаджіо, «більшість учених концентрують увагу на дослідженні за географічною, галузевою або управлінською ознаками. Але для вивчення вказаних змін

неприпустимим є фрагментарний аналіз окремих складових поза аналізом єдиного цілого чи спеціалізований аналіз в межах окремої галузі наук поза багатопрофільного розгляду» [1, с. 6]. Вихідною умовою дослідження «нової економіки» є необхідність використання інформаційних мереж – «це засновані на передових електронних технологіях глобальні комп'ютерні (Інтернет), космічні і телекомунікаційні канали зв'язку, обміну, виробництва і розподілу інформації, організовані системно-мережовим чином між країнами (урядами), регіонами, великими міжнародними корпораціями, середніми і малими підприємствами, домогосподарствами, окремими абонентами (людьми)» [7].

На основі отриманих результатів автор вважає за необхідне у подальшому досліджувати феномен «нової економіки» в економічних системах як сукупність процесів трансформації їх структури (як окремої організації, так й об'єднання організацій у нову структуру, мережеву за ознаками), способів і форми взаємодії суб'єктів господарювання (мережева взаємодія, відносини в мережі, мережева інфраструктура, відносини кооперації), форми управління та використання потоків інформації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *The twenty-first-century firm : changing economic organization in international perspective / edited by Paul DiMaggio ; with contributions by Paul DiMaggio [et al.]. – Princeton: Princeton University Press, 2001. – 284 p.*

2. *Нижегородцев Р. М. Информационная экономика. Книга 1. Информационная Вселенная: информационные основы экономического роста: монография / Р. М. Нижегородцев. – Москва – Кострома: Изд-во Костромского государственного университета, 2002. – 163 с.*

3. *Смородинская Н. В. Смена парадигмы мирового развития и переход экономических систем к сетевому укладу / Н. В. Смородинская // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2012. Том XV. № 5 (64), тематический номер «Сети в глобальном мире». – с. 186–210.*

4. *Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс: пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: Изд-во Гос. ун-та Высш. шк. экономики, 2000. – 606, [1] с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/63184/>.*

5. *Паринов С. И. Экономика 21 века на базе Интернет-технологий / С. И. Паринов, Т. И. Яковлева [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm#\\_Точ427137867](http://rvles.ieie.nsc.ru/parinov/economy21.htm#_Точ427137867) (дата доступа 21.01.2014 р.).*

6. *Катенев В. И. Перспективы развития сетевой экономики в условиях формирующегося общества знаний / В. И. Катенев // Проблемы современной экономики. – 2007. – № 2 (22) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=1353> (дата доступа 08.01.2014 р.).*

7. *Дятлов С. А. Принципы информационного общества / С. А. Дятлов // Информационное общество. – 2000. – Вып. 2. – С. 77–85.*

## ІННОВАЦІЙНА СИСТЕМА НІМЕЧЧИНИ

Тенденції розвитку світової економіки переконливо свідчать, що єдиним можливим шляхом підвищення конкурентоспроможності країни на міжнародній арені є формування економіки, що базується на знаннях. В умовах глобалізації значення інноваційної складової соціально-економічного розвитку країни постійно зростає, інновації перетворюють на важливе джерело економічного зростання, підвищення рівня та якості життя населення. Переорієнтація економіки на інноваційну модель розвитку потребує формування дієвих механізмів взаємодії між всіма суб'єктами інноваційного процесу, оскільки рівень її ефективності залежить не лише від ефективності окремих самостійних економічних агентів (виробничих підприємств, наукових організацій, вищих начальних закладів, державних установ), але й від того, як вони взаємодіють між собою, а також з суспільними інститутами.

Під “національною інноваційною системою” можна розуміти сукупність інститутів, які стосуються приватного та державного секторів, які індивідуально і у взаємодії один з одним обумовлюють розвиток і поширення нових технологій в межах конкретної держави. Акселератором економічного оздоровлення, зокрема після світової фінансової кризи, може стати інноваційний потенціал німецької економіки. Майже 2,6% ВВП Німеччина виділяє на наукові дослідження і розробки (НДДКР), що є вище за середній рівень ЄС – 1,9%. До 2015 р. федеральний уряд разом з землями і підприємствами має намір збільшити витрати на НДДКР до 3% ВВП. Німеччина посідає провідне місце і за фінансуванням НДДКР з боку підприємств (49 млрд. дол. США). У винахідництві на частку інвесторів та підприємств з Німеччини припадає майже 11% заявлених у всьому світі патентів – третє місце в світовому рейтингу [1].

В області багатьох перспективних технологій Німеччина належить до числа провідних країн. Сюди можна віднести біо-, нано- та інформаційні технології, а також багато високотехнологічних сфер в окремих галузях (біометрія, авіація та космонавтика, електротехніка, логістика). Хороші позиції на світових ринках займають підприємства в сфері екологічно чистих технологій (вітроенергетика, фотогальваніка, біомаса), при цьому частка німецьких виробників вітроенергетичного обладнання на світовому ринку становить майже 28%[2]. Інформаційні та комунікаційні технології (ІКТ) поряд з автомобільною промисловістю, машинобудуванням та електронною промисловістю є однією з найбільших галузей економіки. Галузь ІКТ розвивається помітно швидше, ніж економіка в цілому. В області біо- і генних технологій Німеччина вже багато років займає одне з провідних місць в Європі, а в сфері нанотехнологій країна володіє великим потенціалом знань.

Традиційно сила німецької економіки ґрунтувалася на швидкому поширенні нових технологій. Однак у міру того, що інноваційні цикли стають все коротшими, ця перевага Німеччини ставиться під питання. Крім того,

численні конкуренти з країн, що розвиваються, головним чином Південно-Східної Азії, становлять загрозу позиціям німецьких підприємств. Їх технологічний рівень вже дозволяє успішно вести боротьбу за німецькі ринки збуту. ФРН має достатньо можливостей для активізації інноваційної діяльності по випробуванню траєкторій в машинобудуванні і, зокрема, в автомобілебудуванні. Що ж до нових технологічних напрямів, наприклад, сфери інформації, комунікації або біологічних досліджень, то тут Німеччина істотно поступається США, Японії, Великобританії і навіть скандинавським країнам.

У ФРН організація НДДКР має свою особливість: у ній немає центрального механізму, координує проведення наукових досліджень і визначальних пріоритетних напрямків. Університети та науково-дослідні установи фінансуються як за рахунок державного бюджету, так і за рахунок регіональної. Закони ФРН обмежують вплив федерального уряду на вибір пріоритетів і цілей у наукових дослідженнях, що дає можливість для розвитку різних підходів щодо вирішення тих чи інших питань. При цьому посилюється відповідальність і зацікавленість регіонів, розширюються можливості і стимули для співробітництва вищих навчальних закладів з економікою, особливо з середніми за розміром підприємствами.

У Німеччині інноваційні заходи держави орієнтовані переважно на малі та середні підприємства. Поряд з організаційною та технологічною рухливістю цих підприємств, що дозволяє більш оперативно реагувати на зміни ринкової обстановки, підвищена увага до них з боку уряду пояснюється міркуваннями соціальної політики. Справа в тому, що у сфері малих та середніх підприємств зайнято 24 млн. чол., що становить майже 60% всіх працюючих, причому більшість з них безпосередньо пов'язана з високими технологіями. У малих і середніх підприємствах зосереджена значна частина інноваційного потенціалу економіки Німеччини. Причому, якщо великі фірми концентрують свої зусилля в традиційних галузях – машинобудуванні, автомобілебудуванні, хімічній промисловості, то малий і середній бізнес схильний концентрувати свої зусилля на “технологіях майбутнього”. У землях колишньої НДР малий і середній бізнес відіграє провідну роль в інноваційному процесі.

Інноваційна політика на федеральному рівні ґрунтується на наступних принципах:

1. Сприяння інноваційній активності фірм шляхом створення сприятливих умов (податкові пільги, обов'язкові до виконання інструкції) і прямої підтримки (фінансування досліджень та інновацій).

2. Посилення позицій Німеччини в галузі нових інформаційних і комунікаційних технологій, включаючи ініціативи з реформування професійної освіти і запрошення висококваліфікованих іноземних фахівців.

3. Збільшення співробітництва та технологічного обміну між дослідницькими центрами та промисловістю.

4. Оптимізація середньо-спеціальної та вищої освіти в напрямі більшої обізнаності про нові технології, модернізація університетської системи навчання та професійної освіти.

5. Стимулювання розвитку “технологій майбутнього”, таких, як біотехнологія та мультимедіа.

6. Розвиток ринку венчурних капіталів.

Основною проблемою німецької інноваційної політики як на федеральному, так і на регіональному рівні є створення особливої інноваційної культури населення. Політичні та громадські діячі єдині в думці, що існує гостра нестача обізнаності та готовності впроваджувати інновації в економіку і суспільне життя. Таким чином, всі зацікавлені сторони надають цьому питанню особливу важливість і здійснюють ряд ініціатив по вирощуванню інноваційної та підприємницької культури в Німеччині, особливо в галузі освіти; всіляко стимулюється співробітництво учасників інноваційного процесу.

Питання про збереження країною провідного становища в світі технологій розглядається в Німеччині значно ширше, ніж проста підтримка перспективних досліджень і винаходів. Виходячи з тези, що наука є невід’ємною і найважливішою складовою німецької культури, що від загального визнання якості німецької технології залежить міжнародний авторитет країни, і, як один з наслідків, її місце на світовому ринку, підтримка високого рівня вітчизняної науки також входить в систему державних пріоритетів Німеччини.

Одночасно з визнанням зростання міжнародної конкуренції у сфері науки та економіки більшість німецьких експертів єдині в думці, що Німеччина повинна залишатися відкритою для світової науки і разом з тим привабливою для кращих розумів світу. Тому важливою складовою частиною державної науково-технічної політики є сприяння інтернаціоналізації науково-дослідного ландшафту країни шляхом досягнення такого рівня науково-дослідної роботи у вищій школі і позауніверситетських наукових установах, який дозволив би залучити більше іноземних студентів і вчених із ступенями.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Интеллектуальная собственность в национальной инновационной системе: Научно-аналитическая доповідь / Л. І. Федулова, Г. О. Андрощук, В. К. Хаустов; НАН України, Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2013. – 216 с.*

2. Бендерський Ю. “Реалії світогосподарських процесів і місце в них України”. *Економіка України, № 1. – 2013, стор. 70–75.*

**Ц. ПАВЛОВ**  
(Болгарія)

## АНАЛИЗ КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ РАЗЛИЧИЙ МЕЖДУ ПОВЕДЕНЧЕСКИМИ И ТРАДИЦИОННЫМИ ФИНАНСАМИ

Поведенческие финансы (ПФ) представляют собой быстроразвивающееся поле экономической теории, которое все более увеличивает свою популярность и влияние в академической среде и инвестиционном сообществе. Рост,



постоянно изменяющиеся границы и охват этого поля являются основной причиной того, что в специализированной литературе отсутствует единая точка зрения в определении, целей и акцентов ПФ. В настоящем докладе анализируется сущность ПФ через выведение трех основных характеристик этого понятия: (1) ПФ интегрируют познание из различных областей поведенческих наук в финансовую теорию; (2) ПФ – это наука, в которой исследуются отклонения (аномалии) от догм традиционных финансов с целью интерпретирования и моделирования реального поведения рынков и экономических агентов; (3) ПФ представляют сравнительно новую концепцию, заменяющую стандартные финансовые модели такими, которые предлагают лучшую интеграцию человеческого поведения.

Отличительной чертой ПФ является объединение исследователей, специализирующихся в различных областях науки, для решения конкретных финансовых проблем. Такое сотрудничество и интеграция познания широкого спектра превращает ПФ в сложный междисциплинарный предмет, связывающий финансовую теорию с достижениями, в основном, психологии, социологии, поведенческой экономики и даже антропологии и нейронауки (*neuroscience*). Основное влияние в концепциях ПФ оказывают классические финансы. Две дисциплины разделяют общий объект и предмет анализа, в то время как различия между ними преимущественно коренятся в используемом подходе (математическом/поведенческом) и инструментарии.

Применяя достижения поведенческих наук, ПФ предпринимают попытки ответить на вопросы: как *реально* экономические агенты принимают финансовые решения и каково их отражение на функционирование рынков. Очевидно, поведенческий подход находится в ярком противоречии с тем, который применяется традиционной финансовой парадигмой. Она сфокусирована на том, каким *должно быть* поведение экономических агентов и финансовых рынков, принимая по презумпции, что люди рациональны, а рынки эффективны.

К сожалению, между эмпирическими данными и предположениями используемых классическими финансами упрощенных моделей человеческого и рыночного поведения наблюдаются значительные несоответствия. Эти аномалии являются объектом внимательного анализа со стороны ПФ и формируют два ее фундаментальных блока (см. таблицу 1.1): *микроуровень ПФ /когнитивная психология, индивидуальное инвесторское поведение/* и *макроуровень ПФ /ограничения арбитража, инвесторские настроения, отклонения от гипотезы эффективных рынков/*.

В пределах классических финансов допускается, что экономические агенты рациональны. Рациональный инвестор может мгновенно ассимилировать огромный поток новой информации и произвести сложные математические вычисления, из которых вывести основные инвестиционные альтернативы. Предусматривает корректно вероятность наступления каждого события, применяя закон Bayes и формирует свои предпочтения через субъективную теорию полезности. Также принимает инвестиционные решения единственно через объективную призму – риск-доходность и специфическое сочетание между активами.

### Сравнительная характеристика между поведенческими и традиционными финансами

	<b>ТРАДИЦИОННЫЕ ФИНАНСЫ</b>	<b>ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ФИНАНСЫ</b>
Инвесторское поведение (микроуровень)	<p>Рассматривают инвесторов «Рациональными»:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ у них есть доступ ко всей наличной информации и анализируют все инвестиционные альтернативы;</li> <li>➤ обновляют свои убеждения моментально и корректно при поступающей новой информации;</li> <li>➤ всегда принимают решения, позволяющие максимизировать их собственную выгоду (конечная величина богатства);</li> <li>➤ делают непредубежденные прогнозы;</li> <li>➤ они избегают рисков или относятся к ним нейтрально;</li> <li>➤ оценивают свои портфели как одно целое;</li> </ul>	<p>Рассматривают инвесторов “Нормальными“:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ имеют ограниченный доступ к информации. Анализируют только лимитированное количество альтернатив согласно своим предпочтениям и наклонностям;</li> <li>➤ используют набор эвристик при обработке объемной информации и при решении сложных проблем, что предрасполагает их делать систематические ошибки и соответственно нерациональные прогнозы, решения и действия;</li> <li>➤ интересуются больше изменениями в богатстве, чем конечной его величиной;</li> <li>➤ в определенных ситуациях избегают рисков, а в других – ищут их;</li> </ul> <p>распределяют свое богатство между ментальными счетами, представление которых оценивают по отдельности.</p>
Функционирование рынков (макроуровень)	<p>Воспринимают рынки “Эффективными”:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ текущие цены отражают всю наличную информацию и являются точной индикацией фундаментальной величины активов;</li> <li>➤ динамика цен активов подчиняется модели случайного блуждания (random walk) и невозможно реализовать более высокую рискованно-взвешенную доходность чем рыночная;</li> <li>➤ арбитраж безрисковый и способен элиминировать влияние нерациональных инвесторов и поддерживать рынок в равновесии.</li> </ul>	<p>Воспринимают рынки “Неэффективными”:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ возможны серьезные и продолжительные отклонения от равновесных рыночных уровней, порожденных:               <ul style="list-style-type: none"> <li>-&gt; влиянием нерациональных инвесторов (noise traders) на рыночные цены;</li> <li>-&gt; ограничениями перед арбитражем, возникающих в результате:                   <ol style="list-style-type: none"> <li>1. нерациональных инвесторов риска (возможность дополнительного увеличения неравновесия);</li> <li>2. фундаментального риска;</li> <li>3. расходов на осуществление арбитража.</li> </ol> </li> </ul> </li> </ul>

Очевидно, традиционная финансовая парадигма придает каждому инвестору безграничные когнитивные умения и возможности принимать решения, которые мотивированы только объективными фактами без вмешательства эмоций и чувств. Со своей стороны, ПФ воспринимают экономических агентов “нормальными” человеческими существами, которых сопровождают биологические ограничения и психологические специфики. Эта точка зрения базируется на сотнях исследований, экспериментах, полевых играх и т. д., связанных с человеческим поведением, которые показывают, что люди испытывают серьезные затруднения при корректной обработке большего количества информации и мгновенном обновлении своих суждений. Для того, чтобы справиться с подобными вызовами особенно в условиях динамичного

финансового мира, „нормальные“ инвесторы рассчитывают на набор развитых опытом эвристик. Они способствуют нахождению сравнительно быстрых решений, но в то же время приводят к ряду психологических наклонностей.

Если гипотеза о рациональном поведении экономических агентов будет принята, то автоматически следует, что и рынки должны быть рациональными (функционируют эффективно). Инвесторы были бы мотивированы покупать и соответственно продавать ценные бумаги единственно по их фундаментальной стоимости. Далее изменение в цене каждой участвующей в торгах на бирже ценной бумаги будет продиктовано только изменением в стоимости ее базового актива, и следовательно, будет наблюдаться слабая изменчивость рыночных цен. Более того, при эффективном рынке невозможно реализовать более высокую рискованно-взвешенную доходность чем рыночная независимо от размера и подготовки рыночного игрока, потому что вся наличная информация уже отражена в текущих ценах.

Одним из больших достижений ПФ является обстоятельство, что способны показать несовместимость между гипотезой об *эффективных* рынках и механизмами, приводящими в движение *реальные* финансовые рынки. Серия исследований доказывает, что на рынках, где взаимодействуют рациональные и нерациональные инвесторы, иррациональное поведение может оказать значительный эффект на рыночные цены и при этом на продолжительный период времени. Основные проявления влияния нерациональности на рыночные цены (так называемые рыночные аномалии) связаны с: *нарушениями закона единичной цены; наличием высокой рыночной волатильности, не связанной с потоком фундаментальных новостей; пазл рискованной премии акций; закономерностями в поведении рыночных цен (возможность прогнозирования цен); календарными аномалиями в доходности и такими, которые связаны с размером компаний; формированием неравновесий, охватывающих весь рынок.*

ПФ проводят внимательный анализ рассматриваемых аномалий и предлагают обещающее, правдоподобное объяснение их природы. Фокус сосредотачивается на массовой психологии и закономерностях в нерациональном поведении. Рыночные настроения (сантименты) способны сформировать значительные отклонения от справедливых равновесных уровней и в то же время оказывают сильное влияние на поведение “умных денег”. Мощь нерациональных трейдеров (noise traders) и их возможность дополнительно расширять наличные отклонения ставят объективные ограничения перед агрессивностью арбитражистов (arbitrageurs). Этот риск вместе с изменчивостью фундаментальных показателей, отсутствием достаточно идентичных ценных бумаг для проведения арбитража, коротким временным горизонтом инвесторов, высокими расходами, связанными с осуществлением сделок и их финансированием, препятствуют рациональным инвесторам поддерживать рынок в состоянии равновесия. Эти факторы могут быть выдвинуты в качестве основной причины случаев нерациональной аллокации ресурсов.

Из проведенного обзора приходим к заключению, что ПФ рассматривают влияние психологических факторов на решения инвесторов и последовавших эффектов на динамику рынков. Защищается тезис, что люди не являются

полностью рациональными, а рынки неэффективными. Своим развитием и охватом анализа ПФ предлагают альтернативную поведенческую концепцию<sup>4</sup> каждому из базовых блоков традиционных финансов. Это служит достаточным аргументом для возможностей и потенциала бихевиористических финансов заменить неоклассическую доктрину в ее роли доминантной финансовой парадигмы.

**ЛАРИСА ПІДДУБНЯК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ПРИМУСОВОГО ВИКОНАННЯ РІШЕНЬ СУДІВ ТА ІНШИХ ОРГАНІВ В УКРАЇНІ ТА КРАЇНАХ ЄС**

Вдосконалення національного законодавства, творення національної правової системи, яка б відповідала європейським стандартам, потребам захисту прав і свобод громадян, суті та природі нових соціальних і економічних відносин є одним з найактуальніших питань сьогодення. Правова держава характеризується не тільки недопущенням порушень законодавства, прав і свобод людини, а ще й створенням відповідних гарантій для відновлення цих прав. Саме державна виконавча служба, завданням якої є своєчасне, повне і неупереджене примусове виконання рішень, передбачених законом, відновлюючи порушені права та свободи, має забезпечити невідворотність майнової та іншої юридичної відповідальності несумлінних боржників у цивільному та економічному обігу.

У практиці цивільних правовідносин виникає безліч ситуацій, в ряді яких компетентне рішення приймається несудовим органом (наприклад, визнання претензійних вимог, вчинення виконавчого напису нотаріусом, рішення третейський судів тощо), коли потрібна уповноважена державна служба, яка б здійснювала примусове виконання даних рішень. Тому кожна влада, яка опікується авторитетом держави і цінує довіру власних громадян і народу країни, повинна дбати про чітке і своєчасне виконання законів, владних і інших рішень, які визначені законодавством.

Проблема примусового виконання рішень судів та інших органів (посадових осіб) на сучасному етапі набула нового змісту, адже виконавчим провадженням здійснюється правозахисна функція держави в силу здійснення при цьому остаточного захисту прав громадян і юридичних осіб, що є фактичним продовженням правозахисної функції суду. Формуючи систему принципів організації та діяльності державної виконавчої служби, необхідно зробити акцент, що виконавче провадження – це завершальна стадія судового

---

<sup>4</sup> Визируются: концепция о “нормальном” инвесторе, неэффективных рынках, поведенческая портфельная теория и поведенческая модель оценки капитальных активов. Подробнее см. **Statman**, M. What Is Behavioral Finance? Handbook of Finance, vol. II, chapter 9, 2008, pp. 79–84.

процесу. Визначення місця та ролі органів державної виконавчої служби у системі органів державної влади, їх організаційно-правової структури є вкрай важливим.

Основні відмінності виконавчого провадження систем права у різних країнах світу полягають в організаційно-правових формах служб примусового виконання рішень та ступені контролю суду за діяльністю судових виконавців. У багатьох державах Європи судові виконавці не перебувають на державній службі. Вони є приватними особами, які мають відповідну юридичну освіту, склали спеціальні іспити та отримали ліцензію на цей вид діяльності. Контроль за їхньою роботою здійснює Міністерство юстиції та його територіальні підрозділи або регіональні (національні) палати як органи самоврядування. Зокрема, у Франції судові виконавці не є державними службовцями, вони діють на підставі державної ліцензії як приватні підприємці. Судовий виконавець має монополію на виконання судового рішення, вручення повісток, повідомлень, складення актів і протоколів, проведення публічних торгів рухомого майна. На рівні департаменту інтереси судових виконавців у суді та органах виконавчої влади представляє Департаментська палата судових виконавців, яка має дисциплінарні повноваження щодо судових виконавців певного департаменту. Виконавче провадження Італії регулюється Цивільним процесуальним кодексом, третій том якого визначає: поняття та характеристику виконавчих документів; процедури примусового відчуження майна; відчуження майна боржника, яке знаходиться у третіх осіб; порядок проведення публічних торгів та інше. У Німеччині порядок виконання рішень регламентується Цивільним процесуальним кодексом, де зазначено загальні положення виконавчого провадження, види виконавчого провадження, звернення стягнення на грошові кошти боржника та інше майно тощо [1]. Рішення виконують реєстратори того суду, на території якого провадяться виконавчі дії. Реєстратори діють на підставі спеціального сертифікату, який надає відповідне право на виконання.

Зазначимо, що у 1952 р. у Франції був утворений Міжнародний союз судових виконавців та службовців (Union International des Huissiers de Justice et Officiers Judiciaires). Це відбулося на Першому конгресі національних палат судових виконавців Франції, Італії, Бельгії, Голландії, Греції та Люксембургу. Згодом до них приєдналися Австрія, Німеччина та Польща. Зараз ця організація налічує більше 60 учасників. Міжнародний союз має статус неурядової організації, головними завданнями якого є: зміцнення професійних зв'язків між судовими виконавцями; проведення аналізу законодавства щодо статусу виконавців; обмін досвідом та документами, зосередження уваги державних органів до важливості статусу судових виконавців тощо. Міжнародний союз судових виконавців та службовців періодично проводить міжнародні конгреси, де розглядають найбільш актуальні питання виконавчого провадження. Одною з останніх ініціатив було обґрунтування необхідності введення Європейського виконавчого листа, котрий вдосконалив процедуру виконання як на території Європейського Союзу, так і в інших країнах [2].

Створення Державної виконавчої служби України (ДВС), поза всякими сумнівами, було мірою вкрай необхідною. Справедливим є твердження про те,

що виконавче провадження є однією з правозахисних функцій держави. Органами Державної виконавчої служби згідно зі ст. 3 Закону «Про Державну виконавчу службу» є [3]:

- Департамент Державної виконавчої служби Міністерства юстиції України;

- управління державної виконавчої служби Головного управління юстиції Міністерства юстиції України в Автономній Республіці Крим, головні управління юстиції в областях, містах Києві та Севастополі, до складу яких входять відділи примусового виконання рішень;

- районні, районні у містах, міські (міст обласного значення) державної виконавчої служби відповідних управлінь юстиції.

Аналізуючи численні зв'язки, що виникають між органами Міністерства юстиції України та органами ДВС, слід зауважити, що організаційно відділи ДВС виступають структурними підрозділами управлінь юстиції на місцях, але функціонально вони підпорядковані Департаменту ДВС Міністерства юстиції України.

Варто зазначити, що Департамент державної виконавчої служби утримується за рахунок державного бюджету в межах коштів, передбачених на утримання Мін'юсту, а штатний розпис і кошторис Департаменту затверджує його директор за погодженням з міністром юстиції та Міністерством фінансів України.

Аналіз чинного законодавства дозволяє виділити дві групи принципів функціонування Державної виконавчої служби:

- загальні (властиві не лише діяльності Державної виконавчої служби, але й діяльності інших органів виконавчої влади);

- спеціальні (властиві лише діяльності Державної виконавчої служби).

До загальних принципів належать: верховенство права, законності правової впорядкованості, системності, гласності, пріоритетності прав громадян, реордінації, субординації, науковості, комбінування, професіоналізму і компетентності, персональної відповідальності, компетенційності, контролю, неупередженості, планованості.

До спеціальних відносяться принципи: одноособовості прийняття рішення в конкретному виконавчому провадженні, своєчасності виконання рішень, обов'язковості вимог державного виконавця, повного виконання рішень, безпосередності виконавчої діяльності.

Характеризуючи принципи діяльності Державної виконавчої служби, необхідно виділити принцип верховенства права. У ньому втілюється забезпечення неухильного дотримання прав і свобод стягувача, боржника та інших учасників виконавчого провадження, адміністративного та судового оскарження суб'єктами виконавчого провадження рішень, дій або бездіяльності державних виконавців та інших посадових осіб Державної виконавчої служби. На запровадження цього принципу слід спрямувати роботу з формування правової свідомості учасників виконавчого провадження.

Як свідчить практика, в Україні функціонування системи суб'єктів виконавчого провадження не досить ефективне і повноцінне, це зумовлено

недостатнім досвідом правового регулювання системи суб'єктів виконавчого провадження як складової інституту адміністративного права. Цей чинник сприяв неналежному та несвоєчасному виконанню рішень судів та інших органів, що стало однією з головних причин падіння авторитету судової влади.

Таким чином, для підвищення ефективності діяльності державної виконавчої служби та виконання в Україні рішень судів, на нашу думку, необхідно розглянути можливі варіанти подальшого розвитку системи органів державної виконавчої служби, а як наслідок – системи виконання. Одним із варіантів організації та діяльності Державної виконавчої служби є її подальше вдосконалення на основі чинного законодавства із завершенням внесення змін до законодавства України з метою поліпшення діяльності державної виконавчої служби, тобто концепція, яка діє на сьогодні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Гук Б. М. *Історико-правові передумови створення та розвитку Державної виконавчої служби України* // *Публічне право [Текст]: наук.-практ. юрид. журн.* / Б. М. Гук. – 2012. – № 3 (7). – С. 205–211.

2. Фурса С. *Проблеми виконання рішень господарських судів: нові механізми та відповідальність* / С. Фурса // *Право України.* – 2011. – № 6. – С. 67–72.

3. *Указ Президента України «Про затвердження Положення про Державну виконавчу службу України» від 06.04.2011 р. № 385/2011 2010* / [Електронний ресурс] : Офіційний веб-сайт ВР України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/385/2011>.

**АНДРІЙ ПІНЬ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Гродський С. В.**

## **ЗОВНІШНЯ ЗАБОРГОВАНІСТЬ ЯК ФАКТОР ВИНИКНЕННЯ КРИЗ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Проблемою функціонування глобальної економічної системи є міжнародна криза заборгованості. Сьогодні міжнародне кредитування є тією всеохоплюючою сферою світової економіки, яка забезпечує акумулювання та перерозподіл всіх видів фінансових ресурсів між країнами та їх резидентами. При чому залучення кредитних коштів стало розповсюдженим явищем на всіх рівнях світового господарства. Економічна ситуація в ЄС характеризується борговим тягарем та кризою неплатоспроможності певних країн-учасниць, передусім Греції. Боргова яма окремої економіки призводить до посилення тиску на економіку всього економічного союзу, вимагаючи проведення низки відповідних заходів для підтримки рівноваги на товарному та валютному ринках, стабілізації курсу Євро та запобіганню умов для здійснення спекулятивних атак. Сполучені штати Америки продовжують впевнено

нагромаджувати зовнішній борг великих масштабів, спричиняючи додатковий тиск на власну національну грошову одиницю. Процеси виникнення та розвитку зовнішньої заборгованості неодмінно є носіями загрози економічній та фінансовій безпеці не лише окремої держави, але й світовій економічній системі в цілому. Наслідком розбалансування системи міжнародних фінансів є економічні кризи, які були спричинені посиленням міждержавних дисбалансів, державних боргів та дефіцитами державних бюджетів.

Актуальною проблемою міжнародних кредитних відносин є незмінна тенденція, яка стосується нагромадження зовнішньої заборгованості і зумовлює потребу у проведенні об'єктивної оцінки тенденцій й вектору розвитку даного процесу. Проблема зовнішньої заборгованості впливає з факту прискореної глобалізації та інтернаціоналізації повсякденного економічного життя суб'єктів господарювання різних рівнів. Наявність тимчасово вільного капіталу в одній країні спричиняє необхідність ефективного його використання. Таким чином, міжнародний рух капіталу у формі кредитних ресурсів вже набув широкого застосування. Ефективність використання отриманих позик залежить від особливостей запланованих економічних реформ та сформованої в певний проміжок часу макроекономічної кон'юнктури. Невдале використання ресурсів призводить до збільшення рівня зовнішньої заборгованості держави, що є одним з вирішальних факторів її подальшого економічного розвитку. Тягар зовнішнього боргу країни здатний справити депресивний вплив на розвиток економіки через неплатоспроможність країни-боржника, втрату довіри кредиторів та обмеження доступу до зовнішніх джерел фінансування. На основі цього, проблема зовнішньої заборгованості потребує нових підходів та рішень, зважаючи на глобалізаційні процеси та прискорені темпи зростання обсягу позик як у розвинених країнах, так і в тих, що розвиваються.

Вагомий внесок у формування проблематики здійснили провідні західні економісти – С. Фішер, Е. Прасад, К. Райнхарт, Д. Блейк, Н. Рубіні. Неодмінно, важливою для світової спільноти проблемою зовнішньої заборгованості займалися й українські вчені, зокрема В. Базилевич, О. І. Барановський, В. В. Лісовенко, І. О. Лютий, Г. Циганкова та інші. Погляди авторів можна вважати уніфікованими тому, що вони дотикаються в поглядах на проблему зростання зовнішньої заборгованості та потреби впровадження покращених механізмів управління, регулювання та обслуговування. Нажаль, у більшості країн ще не сформована цілісна програма дій щодо вирішення проблеми зовнішньої заборгованості.

Більшість фінансових криз світового масштабу пов'язані з надмірним розміром зовнішньої заборгованості, який є суттєвим бар'єром для економічного зростання. Гальмування розширеного відтворення пов'язане з тим, що певна частина створеного національного продукту перерозподіляється на користь кредиторів. Таким чином, певні обсяги активів не спричиняють нагромадження капіталів, що, у свою чергу, уповільнює виробництво в середні країни та пригнічує сукупний попит. Більше того, залучення надмірної кількості кредитних ресурсів ставить під удар національну фінансову систему,

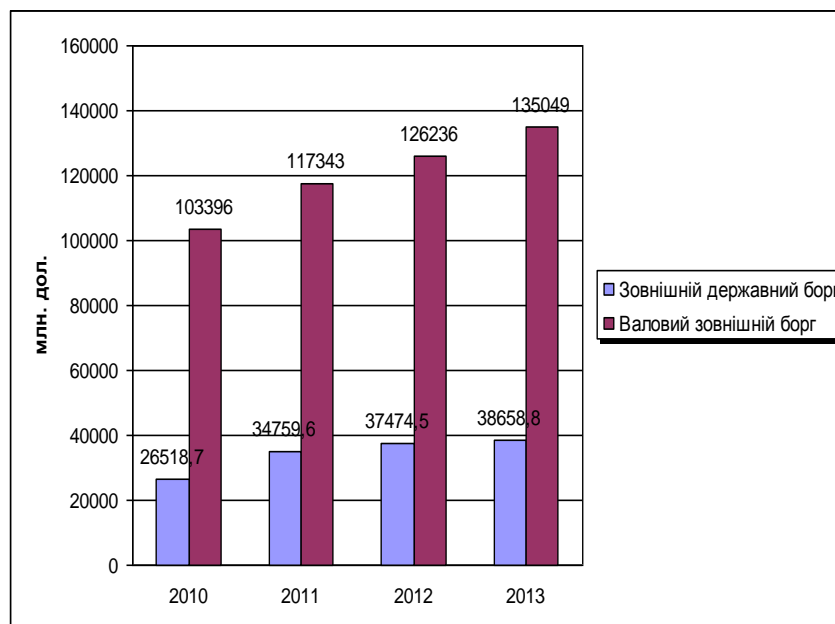


роблячи її вразливою до зовнішнього впливу. Наслідком такої загрози є виникнення макроекономічної нестабільності.

Поточний економічний та фінансовий стан розвинених країн і тих, що розвиваються, характеризується зростанням зовнішньої заборгованості. У відповідності з даними МВФ, зовнішній борг США становить 100% до ВВП, Великої Британії – 416%, Німеччини – 159%, Франції – 188%, Італії – 101%, Нідерландів – 470%, та ЄС у цілому – 108%. [1]. Більше того, провідні експерти Міжнародного валютного фонду вважають, що боргове навантаження країн із розвинутою економікою вже досягло максимуму, а вартість кредитних ресурсів для даних країн зростатиме. Такий високий рівень зовнішнього боргу у розвинених країнах пояснюється не лише фінансовою кризою, але й недосконалою бюджетно-податковою політикою, особливістю якої полягала в тому, що у несприятливі часи рівень боргу підвищувався, а в сприятливіші періоди не скорочувався [3, с. 64].

Характеризуючи зовнішню заборгованість країн членів ЄС, варто зазначити, що лише Австрія та Фінляндія відповідають умові Маастрихтської угоди щодо розміру державного боргу. Найбільшим тягарем для економічного союзу є такі країни як Греція, Іспанія, Португалія та Ірландія, які користуються допомогою міжнародних фінансово-кредитних організацій для уникнення дефолту.

Беручи до уваги поточну ситуацію України, можна спостерігати сталу тенденцію щодо нарощування обсягів зовнішньої заборгованості, про що свідчать дані, відображені на рисунку 1.



**Рис. 1. Динаміка зовнішнього боргу України за період з 2010 по 2013 роки. [2]**

Основною причиною збільшення обсягу заборгованості є політична нестабільність, що призводить до різких коливань курсу національної грошової одиниці, відпливу капіталу, зниження сукупного попиту, збільшення частки населення пенсійного віку у зв'язку із міграцією працездатного активу.

Здійснене теоретичне дослідження основних тенденцій та показників зовнішньої заборгованості як вагомого чинника кризових явищ дає підстави для наступних висновків:

1. Зовнішня заборгованість розвинутих країн та тих, що розвиваються, постійно зростає, а така тенденція може призвести до дестабілізації як національних економік так і глобальної економіки, формування передумов для виникнення фінансових криз.

2. Вагомим інструментами регулювання зовнішньої заборгованості та запобігання виникнення боргового тягаря є фіскальна та бюджетна політика держави. Таким чином, нові підходи в контексті цих політик розширяють коло засобів та механізмів впливу на рівень та динаміку зовнішньої заборгованості.

3. Взнявши до уваги політичну та економічну ситуацію в Україні, очевидним є факт того, що політична нестабільність спричиняє зменшення довіри до національної грошової одиниці та посилення девальваційних очікувань, що призводить до збільшення вартості підтримання фіксованого валютного курсу. Таким чином, розхитаність курсу гривні, спричинене політичною нестабільністю та підсилене спекулятивними атаками, ставить під загрозу платоспроможність країни як позичальника.

4. Запобігання кризових явищ, спричинених зовнішньою заборгованістю, передує розробка чіткої стратегії економічного розвитку країни, де враховується співвідношення обсягів запозичень з макроекономічними показниками.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *International Monetary Fund [Electronic recourse]. – Regime of access : <http://www.imf.org/external/index.htm>.*

2. *Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua>.*

3. *Пількевич К. Зовнішня заборгованість як детонатор майбутніх криз в умовах глобальної трансформації // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. 2012. – № 138. – с. 63–68.*

**С. РАДУКАНОВ**  
(Болгарія)

## СПЕЦИФИКА БАНКОВСКОГО ПРЕДПРИЯТТЯ

Банк как предприятие обладает рядом общих и функциональных параметров с остальными предприятиями. Современное банковское предприятие представляет собой специфическую хозяйственную организацию, наделенную экономической, административной и юридической самостоятельностью. На рынке денег и денежных капиталов или на так называемом глобальном финансовом рынке банковское предприятие присутствует не как обычный торговец, а как постоянный участник или маркетмейкер. Наряду с

некоторыми другими финансовыми институтами или посредниками он специализируется в проведении сделок и операций с финансовыми активами в самом общем смысле этого слова и осуществляет эту деятельность постоянно как за собственный счет, так и за счет своих клиентов.

Три основных генетических столпа, на которых можно “построить” характерные особенности банковского предприятия:

1. Оно представляет закономерный и естественный результат целостного развития денежно-кредитных сделок, процессов и отношений. Это означает, что банковскому предприятию внутренне присуще совершать сделки, “производить”, продавать и управлять деньгами и денежными капиталами и все услуги в этой сфере экономики. Современное банковское предприятие не является обычным торговцем, а ответственным хозяйствующим субъектом, который производит деньги и денежные капиталы, оказывает качественные и совершенные услуги другим хозяйствующим субъектам (физическим и юридическим лицам).

2. Известно, что банковское предприятие представляет собой законченную институциональную форму денежно-кредитных процессов и отношений. Оно является естественно созданной институцией, которая может непосредственно регулировать (управлять) экономикой через деньги, кредит и процентную ставку, которые находятся в его руках, и косвенно посредством других экономических регуляторов. Никто другой в современном обществе не в состоянии и не имеет возможности эффективно делать это. Место банковского предприятия в экономической структуре общества и рычаги, которыми оно на практике располагает, постепенно и неминуемо превращают банковские предприятия в самые важные управленческие субъекты в будущем хозяйственном и социальном менеджменте.

3. Банк – это общественная институция. Это так, потому что более 90% капитала, с которым работает современное банковское предприятие, – это “*деньги, принадлежащие другим*”, т. е. общественным капиталом<sup>5</sup>. Точно эта генетическая определенность или предопределенность по самой сути отличает банковское предприятие от обычных торговцев деньгами и денежными капиталами как в прошлом, так и в настоящем. С еще большей силой эта констатация касается отличия от предприятий реального сектора экономики. В них доля собственного (частного) капитала<sup>6</sup> обычно является доминирующим над общим ангажированным в хозяйственном обороте. Это, в сущности, представляет материальную основу самостоятельности и относительной независимости предприятий реального сектора по отношению к общественному интересу.

Именно эти генетические особенности являются основными или базисными, предопределяющими и обуславливающими современный характер коммерческого банка. Он представляет собой финансовую институцию,

---

<sup>5</sup> См. Стефанова, П. Банки и кредитно посредничество. София, Издателство Тракия – М, 2000, с. 170.

<sup>6</sup> См. Адамов, В. Управление на капиталите в търговската банка. В. Търново, Издателство Абагар, 1996, с. 138–174.

которая возникает и обособляется как специфическое предприятие в сфере денежного сектора, который является надстройкой к реальному. Иными словами, происхождение или природа банка детерминирует ряд и других различий от обычных предприятий. Последние являются второстепенными или производными. Эти специфики проявляются в отношении:

- *регуляции* – общественный характер банковских капиталов является причиной сильной регуляции, которая находит выражение в нормативной базе. Создание, функционирование и ликвидация коммерческого банка определяется множеством законодательных и нормативных документов<sup>7</sup>. Необходимо подчеркнуть, что существуют регуляция и международного уровня. Основной целью Базельского комитета по эффективному банковскому надзору является функционирование стабильных банковских систем. Осуществляется контроль и регуляция ряда показателей, что не характерно для предприятий реальной экономики;

- *сырья* – основное сырье банковского предприятия является специфическим – это деньги. На практике сырье добывается через продажу различных видов депозитов. С этой точки зрения продажа депозитных продуктов одновременно является снабжением сырьем. Это служит важным отличительным моментом от обычного предприятия. Известно, что депозиты не управляемы, т. е. банк выступает в роли пассивной стороны в отношении продаж. Это создает необходимость использования других подходов к планированию и прогнозированию депозитных ресурсов (поставок сырья) в сравнении с обычным предприятием;

- *продуктов* – банки осуществляют в основном продажи различных видов депозитных и кредитных продуктов. Наряду с этим осуществляют и ряд банковских услуг по отношению к платежному посредничеству. Они носят нематериальный характер. Это усиливает конкуренцию, так как ведет к быстрому “копированию” со стороны банков-конкурентов. Для предприятий реального сектора для того, чтобы запустить новый продукт, зачастую необходимы инвестиции в новые машины, сооружения, а самое малое – технологическое время;

- *персонала* – работающие в банке независимо от должностей, которые занимают, имеют высокую квалификацию. Преобладает умственный характер осуществляемых трудовых операций. На практике налицо непрерывное обучение банковских служащих на основе различных систем развития персонала, продиктованное постоянно изменяющейся рыночной средой. Следующая отличительная черта банковского персонала состоит в том, что каждый отдельный служащий своими действиями сознательно или несознательно оказывает прямое влияние на результаты банка, имидж и будущее развитие (*случай Берингс*);

- *прибыли* – в сущности, за счет доходов и прибыли провизируются так называемые “плохие кредиты”. При наличии значительных таковых, прибыль отмечает тенденцию к уменьшению, а иногда возможно формирование и

---

<sup>7</sup> Подробнее см. [www.bnb.bg](http://www.bnb.bg).

убытка. С другой стороны, банки приобретают имущество, которое не могут сразу превратить в наличные деньги. Необходимо, чтобы прошел определенный период – месяцы, а иногда и годы. В результате этого процесса при ухудшении макроэкономической ситуации (как сейчас в Болгарии) возможно, что прибыль отметит спад, а в определенный момент увеличится резко в связи с продажей скопившегося недвижимого имущества. В этом кроется важное отличие банковской прибыли от фирменной. Для предприятия реального сектора при одинаковом объеме деятельности в течение нескольких лет и при равных других условиях прибыль останется неизменной.

В заключение можно обобщить, что таким образом обособленные специфики внутренне присущи банковскому предприятию. Рассмотрение и анализ различных аспектов банковской деятельности необходимо для ее осуществления с учетом особенностей банковского предприятия.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Стефанова П. *Банки и кредитно посредничество*. София, Издателство Тракия – М, 2000.

2. Адамов, В. *Управление на капиталите в търговската банка*. В. Търново, Абагар, 1996.

3. [www.bnb.bg](http://www.bnb.bg).

## РОМАН СИНОВЕРСЬКИЙ

### СХИЛЬНІСТЬ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ

У сучасній ринковій економіці ринок цінних паперів займає особливе і дуже важливе місце. Фондовий ринок є частиною фінансового ринку і в умовах розвиненої ринкової економіки виконує ряд важливих макро- і мікро-економічних функцій.

Ринок цінних паперів виконує роль регулятора інвестиційних потоків, що забезпечує оптимальну для суспільства структуру використання ресурсів. Ринок цінних паперів дуже чутливо реагує зміни в політичній, соціально-економічній, зовнішньоекономічній та інших сферах життя суспільства. У зв'язку з цим узагальнюючі показники стану ринку цінних паперів є основними індикаторами, за якими оцінюють стан економіки країни.

1. Сучасні особливості фінансових ринків і загальносвітові тенденції, що збільшують їх схильність до кризових явищ.

Для своєчасного виявлення ризиків кризи, перш за все, потрібно на якісному рівні розуміти загальносвітові тенденції, які мають істотний вплив на фінансові ринки і рухають ними. Перерахуємо ті світові тенденції, які представляються найбільш значущими. До зазначених тенденцій відносять такі [1]:

- Глобалізація;
- Дерегулювання;

- Сек'юритизація;
- Глобальна надлишкова ліквідність;
- Трансформація світової фінансової системи в умовах високої динаміки її змін.

Глобалізація. Фінансова глобалізація – транскордонна мобільність капіталів (значне збільшення потоків капіталів, що проходять через світові фінансові ринки). Процес глобалізації істотно змінює характер фінансових ринків та їх учасників. Глобалізація неминуче тягне за собою фінансове зростання цінової і фінансової нестабільності, посилюючи ризики виникнення та поширення криз. Коли ринок стає глобальним, недостатня прозорість будь-якого фінансового ринку тільки розширюється. Збільшується ризик і невизначеність.

Дерегулювання. Фінансова нестійкість зростає в міру дерегулювання на фінансових ринках. Основи дерегулювання були закладені близько 30 років тому в 1980-і рр. при М. Тетчер і Р. Рейгана. Фінансовий розвиток країн з ринками, що формуються в 1990-і рр. принесло значну вигоду для ліберальних країн [2]. Досягнувши більшої стабільності (починаючи із введення сучасної системи регулювання та зміцнення банків і фінансових ринків), багато країн зробили кроки на шляху послідовної лібералізації.

Сек'юритизація. З позицій ризиків фінансових криз сек'юритизація, тобто перетворення все більшої частини фінансових продуктів в фінансові інструменти, може означати більш високу волатильність в порівнянні з ринками непублічних фінансових продуктів, а також більш високу швидкість поширення впливів з одного сегмента фінансового ринку на інший, насамперед при кризових явищах.

Глобальна надлишкова ліквідність. Відмінність сучасної економіки полягає в тому, що надлишкова глобальна ліквідність не трансформується у зростання товарних цін. Коли центральні банки накачують в економіку «сильними грошима», які мультиплікуються в надлишкові обсяги глобальної ліквідності, то сенс самого поняття ліквідності істотно змінюється. Якщо ліквідність надлишкова, то її конвертація в товари або активи здійснюється повільніше, з обмеженнями і додатковими витратами. Надмірність ліквідності говорить про те, що від грошей важко позбутися.

Трансформація світової фінансової системи в умовах високої динаміки її змін. Оцінки можливих трансформацій пов'язані з істотними змінами чинників формування ціни на фондовому ринку. В якості ключових факторів, які можуть мати серйозний вплив на глобальний фондовий ринок, слід віднести доступність інформації про учасника ринку і швидкість здійснення угоди. За експертними оцінками, істотна частка прибутку інвестиційних банків і компаній була отримана за останні роки завдяки доступу до унікальної інсайдерської інформації про операторів ринку. Перегляд основних ціннісних орієнтирів призведе до того, що замість інсайдерських з'являться нові чинники формування ціни фондового ринку. Фінансові посередники повинні будуть перебудувати свій бізнес таким чином, щоб орієнтуватися не на випереджаючий отримання цінної інформації, а на можливість детального і високоточного прогнозування ситуації на фондовому ринку в умовах

обмеженого часу здійснення угоди. Надалі ціна буде формуватися за рахунок ефективного управління ризиками. Завдання учасників ринку буде полягати в тому, щоб удосконалити власну методологію аналізу і прогнозування ризиків.

## 2. Фінансові бульбашки – провісники кризи.

Економічні «бульбашки» в цілому вважаються шкідливими для економіки, оскільки призводять до неоптимальної розподілу і витраті ресурсів.

Принцип дії бульбашок мало чим відрізняється від відомих по дев'яностих роках фінансових пірамід [3]. Головна їхня відмінність у тому, що масштаби бульбашок значно більші і надуваються вони на ринках товарів, ціна яких формується на біржах, обороти яких багаторазово перевершують обороти споживчих ринків. Оскільки призначенням «бульбашки» є збільшення товарообігу, біржі для цієї мети підходять ідеально. По-перше, створення товарної маси, що обертається на фондових ринках – похідних цінних паперів і особливо ф'ючерсів, практично не вимагає витрат. По-друге, оборот цінних паперів та деривативів дозволяє досягти обсягів, які на ринку споживчих товарів забезпечити неможливо.

Ще в першій половині минулого століття відомий економіст Хайман Мінські виділив п'ять стадій розвитку бульбашки [3]:

- 1) заміщення;
- 2) бум;
- 3) ейфорія;
- 4) отримання прибутку;
- 5) паніка.

1. Заміщення. Кожна фінансова криза починається з певної зміни на ринку. Заміщення відбувається, коли інвестори починають масово вкладатися або в нові технології, або у папери, ставки по яких традиційно були низькими. На цьому етапі прибутковність інших інструментів різко знижується.

Класичний приклад – падіння федеральних фондів США з 6,5% у травні 2000 року до 1% в червні 2001-го. За той же період прибутковність 30-річних іпотечних паперів впала на 2,5% до історичного мінімуму в 5,21%, створивши передумову для виникнення майбутньої бульбашки [3].

На першому етапі ринок завжди переживає неспокійні часи, а інвестори фокусуються лише на одному або декількох "модних" інструментах.

2. Бум. У результаті наявності доступних і дешевих кредитів починається розігрів ринку. Торгівля в борг стимулює зростання обсягу продажів, і тут починає позначатися дефіцит предмету продажів. З підключенням все більшої кількості нових гравців ціни повністю виходять з під контролю. Будь-яке довгострокове прогнозування стає неможливим.

3. Ейфорія. Далі «бульбашка» вступає в свою найбільш драматичну фазу. Ця стадія характеризується різким зльотом вартості активів. У такі моменти інвестори часто відкидають обережність в гонитві за прибутком, а "теорія більшого дурня" щосили опановує їхній розум. Відповідно до цієї теорії, потрібно скуповувати активи, не особливо звертаючи увагу на їх якість, і скидати їх на піку зростання, тому що завжди знайдеться "більший дурень", який ці активи обов'язково купить.

Подібним чином надувалася і бульбашка доткомів: у 2000-му сукупна вартість всіх інтернет-активів, що торгувалися на NASDAQ, перевищувала ВВП багатьох країн світу [3].

4. Отримання прибутку. На це час всі розумні інвестори, бачачи ознаки, які насторожують, починають збувати переоцінені інструменти і забирають прибуток. Варто відзначити, що, для того щоб проколоти бульбашку, достатньо найменшого коливання, і після цього вона вже не зможе надутися заново.

5. Паніка. Тепер активи так само стрімко падають у ціні, як до того зростали. Інвестори, бачачи, як швидко вони знецінюються, прагнуть позбутися від них за будь-яку ціну. Зі зниженням попиту дешевшають і раніше популярні цінні папери.

Існує два види визначень бульбашки на ринку активів і дві групи бульбашок. Визначення першого типу, вважають бульбашку як стійке зростання ціни на розглянутий актив протягом досить тривалого періоду часу внаслідок підвищеного попиту інвесторів на даний актив, що визначається очікуваннями більш високих цін на актив у майбутньому, за яким слідує різке падіння вартості активу.

Визначення другого типу, пропонують чисельні критерії для виявлення бульбашок, засновані на величині відхилення фактичної ціни на розглянутий актив від деякої фундаментальної оцінки його вартості або довгострокового середнього значення.

Деякі пояснення виникнення бульбашок пов'язані з інфляцією і вважають, що причини інфляції також є причинами виникнення бульбашок.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дробышевский С. Разработка модели прогнозирования на основе теории принятия решений // Изв. ВолгГТУ. Серия «Актуальные проблемы управления, вычислительной техники и информатики в технических системах». Вып. 9: межвуз. сб. науч. Ст. – Волгоград: ВолгГТУ, 2011.

2. Иванюк В.А., Богданов Д. Д. Особенности развития фондового рынка/ *Wschodnie Partnerstwo – 2012: Materiały Viii Międzynarodowej Naukowi-Praktycznej Konferencji.* – Volume 1 Ekonomiczne nauki. – Польша, 2012.

3. Идентификация периодов спекулятивного роста на фондовых рынках: монография / Н. А. Станик, В. А. Иванюк, Е. В. Маевский, В. Ю. Попов, А. Б. Шаповал. – М.: 2012. – 245 с.

**ІРИНА СКАВРОНСЬКА**

## ЕКОНОМІЧНИЙ ВПЛИВ МІЖНАРОДНОГО ТЕРОРИЗМУ

Міжнародний тероризм – це умисне використання або загроза застосування насильства щодо цивільних осіб з метою досягнення політичних цілей. Терористичні акти, будь-то місцеві чи міжнародні, викликають негайні людські, економічні та психологічні наслідки різної інтенсивності. Однак, їх



вплив не зупиняється на досягнутому, тому що спостерігається більша частина непрямих наслідків, які широко диверсифікуються за видами діяльності, галузями, країнами і часом.

Метою наукового дослідження є виявлення і обґрунтування економічного впливу міжнародного тероризму на світову спільноту.

Реалізація поставленої мети передбачає виконання таких завдань:

– окреслити теоретичні підходи до виявлення впливу міжнародного тероризму;

– визначити галузі, які міжнародний тероризм вражає найбільше;

– пояснити взаємозв'язок між міжнародним тероризмом і глобальною економікою;

– описати тероризм, як механізм і внутрішню економічну організацію.

Протягом останніх 35 років світ став свідком майже 20 000 терористичних інцидентів, починаючи від захоплення заручників під час Олімпіади-72 у Мюнхені, до туристичних вибухів на Балі в 2002 р. і 2005 р., в Єгипті 2014 р. тощо. Ці інциденти призвели до більш, ніж 90 000 жертв по всьому світу.

Деякі вчені, наприклад, С. Бломберг, Г. Хесс і А. Уірепана розробили теоретичну модель, згідно якої ймовірність терористичної діяльності вища у більш демократичних країнах з високим доходом на душу населення у період рецесії [1, р. 22].

Якщо терористична діяльність не припиняється, то економічні витрати теж можуть бути постійними. Сакстон стверджує, що економічний збиток від міжнародного тероризму асоціюється із «безпекою» чи так званим «терористичним податком» у зв'язку із додатковими витратами на безпеку. Наприклад, за дослідженнями Світового банку, проведеного у 2002 р., палестино-ізраїльського конфлікту коштував ізраїльській економіці близько 4% ВВП [2]. Інше дослідження Світового банку, дійсне у 2003 р., демонструє зниження із-за конфлікту ВВП на 50% з 1992 р. по 2004 р. на палестинській території [3].

А. Абаді і Х. Гардізабаль [4] оцінюють вплив міжнародного тероризму на рівень ВВП на душу населення в Країні Басків в Іспанії – регіоні, в якому спостерігаються теракти з 1970 р. Дослідники побудували синтетичну область, яка складається із зваженої комбінації різних регіонів Іспанії і розглядається в якості «гіпотетичної» Країни Басків без тероризму. Така модель призначена для відображення економічного профілю регіону до початку терористичної діяльності. Автори вважають, що до-терористичний період з 1955 р. по 1975 р., фактичний і «синтетичний» баскські регіони були схожими протягом фази зростання. Однак, з 1975 р., «гіпотетичні» дані розходяться з фактичними даними регіону: ВВП на душу населення відстає від «синтетичного» баскського регіону на 12%. Проведені дослідження свідчать, що терористична діяльність ідеально пояснює розрив у рівнях ВВП.

Найбільш значним результатом міжнародних терористичних атак є втрата людей. Чим більше загиблих від терористичних атак, тим більший психологічний ефект це має на населення. Така ситуація може не мати прямого

економічного впливу, але паніка серед людей різко впливає на економіку. Паніка вражає структуру споживання й інвестиційну поведінку приватних осіб і компаній, а потім може призвести до різних збурень ринку. Тому одним із найбільш важливих короткострокових наслідків терактів є почуття незахищеності. Основний ефект терористичних атак є їх здатність порушувати споживчу поведінку населення. Наприклад, у Сполучених Штатах опитування споживачів та бізнес-представників показали, що загальний спад довіри спостерігався в результаті вторгнення Іраку в Кувейт у 1990 р.

Насправді, глобалізація посилює можливості міжнародних терористичних груп, а терористичні атаки, як правило, є синонімом негативного впливу на економічне зростання. Терористичні інциденти мають прямий і безпосередній економічний вплив на капітал країни – як фізичний, так і людський. Відтак, вагомий вплив міжнародний тероризм справляє на сектор страхування. Так, з 1998 р. приватні і державні бізнес-центри є головною мішенню терористичних атак. Наприклад, терористичні атаки 11 вересня 2001 р. в США знищили 0,06% статутного капіталу. Руйнування Всесвітнього торгового центру та прилеглих будівель призвело до втрати 4% офісних приміщень на Манхеттені.

Можливість міжнародних терактів на таких об'єктах породжує необхідність формування нових механізмів страхування, оскільки ризики, пов'язані з тероризмом, важко оцінити, не в останню чергу тому, що кілька катастрофічних подій можуть відбутися одночасно (кореляційний ризик).

Згідно з доповіддю ОЕСР від 2002 р. про економічні наслідки після 11 вересня 2001 р., безпосередні витрати становили: 14 млрд. дол. США, які було виділено приватному бізнесу; 1,5 млрд. дол. США – до державного та місцевих органів влади та 0,7 млрд. дол. США – до федерального уряду. Більше того, 11 млрд. дол. США були виділені на додаткові витрати, такі як порятунок людей, прибирання з метою забезпечення основи для можливої реконструкції тощо. Ці кошти надійшли із пакету екстрених витрат (40 млрд. дол. США) на замовлення Конгресу 14 вересня 2001 р. [5].

Вплив міжнародному тероризму на туризм виражається у недоотриманих доходах. У Сполучених Штатах разом з країнами Карибського басейну готелі, ресторани, туристичні агентства та інші підприємства, пов'язані з туризмом, стикнулися з різким падінням попиту відразу після 11 вересня 2001 р. Зокрема, в період з 1974 р. по 1988 р., Австрія постраждала на 4,5 млрд. дол. США у вигляді недоотриманих доходів від туризму, Італія втратила 1,1 млрд. дол. США, Греція недоотримала 0,8 млрд. дол. США, у той час, як континентальна Європа в цілому зазнали збитків у розмірі 16,1 млрд. дол. США [6, 20].

Наслідки тероризму у галузі туризму в одній країні можуть виступати, як ефект заміщення в іншій. Існування такого ефекту можна спостерігати на прикладі таких країн, як Греція й Італія, в результаті чого теракти в Греції поживляють туризм в Італії і навпаки.

Взаємозв'язок між міжнародним тероризмом і глобальною економікою позначається наступним чином:

– чим більша кількість терактів на мільйон населення, тим нижчий реальний ВВП на душу населення;

– чим більша кількість терактів на мільйон населення, тим нижче накопичення капіталу у відсотках від ВВП;

– більшість терактів щодо приватних громадян на мільйон населення пов'язана з низьким накопиченням капіталу/ВВП;

– більшість терактів на авіалініях, в аеропортах, на транспорті пов'язана як із зниженням реального ВВП на душу населення, так і накопиченням ВВП.

Міжнародний тероризм може розглядатися двояко: з одного боку, він породжує безліч короткострокових і середньострокових наслідків у національній та міжнародній економіці, а з іншого – він функціонує, як механізм і внутрішня економічна організація. Синхронізовані напади терористів-смертників підкреслюють важливу роль, яку відіграють фінансові та матеріально-технічні мережі в операціях міжнародних терористичних організацій. За даними ФБР, напади вартують 303 672-500 000 дол. США. [7] Міжнародний тероризм використовує різні засоби, щоб зібрати ресурси з різних джерел для фінансування їх підготовки і планування своїх нападів.

Джерела фінансування терористів є численними. Терористичні групи фінансують власну діяльність через мережу благодійних та гуманітарних організацій, злочинних підприємств, підставних компаній, незаконних і нерегульованих банківських систем та особистий статок окремих осіб.

Отже, у сучасному суспільстві все ще тривають дискусії стосовно того, чи має міжнародний тероризм значний вплив на світову економіку. Дехто стверджує, що це є периферійне порушення, і що міста, які є основними об'єктами нападів, як правило, відновлюються швидко і ефективно. Інші автори вважають, що міжнародний тероризм результує у довгострокові наслідки у певних галузях, наприклад, туризмі, і ці наслідки можуть мати ефект доміно в інших сферах економіки. Більше того, реакція людей на міжнародні терористичні атаки може бути настільки непропорційною, що важко передбачити можливі обставини, які можуть скластися на фондових ринках або у сфері споживання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Blomberg, S. Brock, Gregory Hess and Akila Weerapana. 2004. "An Economic Model of Terrorism," *Conflict Management and Peace Science*, Vol. 21, pp. 17–28.

2. World Bank. 2002. "Fifteen Months – Intifada, Closures and Palestinian Economic Crisis: An Assessment," *World Bank Report No. 24931*, World Bank.

3. World Bank. 2003. "Twenty-seven Months – Intifada, Closures, and Palestinian Economic Crisis: An Assessment," *World Bank Report No. 26314*, World Bank.

4. Abadie, Alberto and Javier Gardeazabal. 2005. "Terrorism and the World Economy," *Working Paper Harvard Kennedy School of Government*, <http://ksghome.harvard.edu/~aabadie/twe.pdf>.

5. Krueger, A. B. (2007) *What Makes a Terrorist: Economics and the Roots of Terrorism*, Princeton UP, Princeton.

6. James R. Barth, Tong Li, Don McCarthy, Triphon Phumiwasana and Glenn Yago. *Economic Impacts of Global Terrorism: From Munich to Bali*. – Capital Studies, Milken Institute. – 38 p.

7. Kugel Laura. *Terrorism and the Global Economy*. – August 31. – 2011, <http://www.e-ir.info/2011/08/31/what-is-the-impact-of-terrorism-on-the-ipe/>.

ЛЮДМИЛА СОЗАНСЬКА

## МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО У СФЕРІ БОРОТЬБИ ЗІ ЗЛОЧИННІСТЮ ТА КОРУПЦІЄЮ

Пришвидшення процесу глобалізації дозволило злочинності та корупції збільшити діапазон своєї діяльності: вони все більше виходять за межі державного контролю і вступають у протистояння зі із міжнародним правопорядком. Безпрецедентне зростання масштабів і загрози злочинності спричиняє підвищенню значення співпраці держав у протидії їй і, відповідно, наукових досліджень у цій сфері.

Міжнародна злочинність та міжнародна корупція – це глобальні проблеми, які потребують масштабної реакції. Відбувається «інтернаціоналізація» заходів запобігання і припинення злочинності та корупції, розробка та узгодження яких піднімається до міжнародно-правового рівня. Міжнародно-правової регламентації потребують питання гармонізації кримінально-правової заборони, оптимізації систем кримінального правосуддя, координації превентивних антикримінальних зусиль держав. У цих умовах пріоритетного значення набуває досягнення концептуальної чіткості та узгодженості поняття «міжнародний злочин», теоретичне обґрунтування якого переміщується у русло міжнародно-правової науки.

Мета і задачі дослідження. Мета дослідження полягає в теоретичному узагальненні та новому розв'язанні наукової проблеми, що полягає у створенні цілісної міжнародно-правової концепції міжнародних злочинів та міжнародної корупції у контексті міжнародної протидії злочинності та корупції.

Об'єктом дослідження є сукупність норм міжнародного права, які регламентують міжнародне співробітництво у протидії злочинності та корупції, а також правовідносини, які складаються у процесі міжнародного реагування на злочинність та корупцію.

Предмет дослідження – поняття «міжнародний злочин» та «міжнародна корупція» як категорії міжнародного права, їх юридична природа, зміст та види; міжнародно-правові стандарти криміналізації правопорушень; існуюча практика, тенденції та перспективи міжнародної протидії злочинності.

Методологічні основи дослідження. Методи дослідження обрані з урахуванням поставленої мети і завдань дослідження, його об'єкта та предмета. Методологічне підґрунтя склали філософські, загальнонаукові методи пізнання, а також спеціальні методи правової науки. Широко використано діалектичний метод, який вимагає враховувати загальний взаємозв'язок і постійний розвиток явищ.

У даних сучасних умовах злочинність набуває нових форм. В її розпорядженні зосереджені величезні силові і фінансові кошти ресурси, новітні досягнення науки і техніки. Виникають і швидкими темпами розвиваються нові види злочинів, особливо в економічній сфері, такі як, комп'ютерні, інформаційні, банківські злочини, для яких не існує національних кордонів, а досвід боротьби з ними у міжнародного співтовариства в цілому, і в окремих державах зокрема, ще недостатній.

На даний час, жодна держава не має можливості самостійно боротись із міжнародною злочинністю та корупцією, а тому вкрай важливим є міжнародне співробітництво у цій сфері.

Загальноновизнаним центром з координації та розвитку міжнародних зв'язків є ООН. У рамках цієї Організації здійснюється і співробітництво з в боротьби зі злочинністю (передусім під час Конгресів ООН з відвернення злочинності та поводження з правопорушниками, у роботі Комісії з запобігання злочинності та кримінального правосуддя, Управління ООН з боротьби з наркотиками і злочинністю, Міжрегіонального науково-дослідного інституту ООН з питань злочинності).

Важливе місце в організаційно-правовому механізмі боротьби зі злочинністю належить Міжнародній організації кримінальної поліції (далі — Інтерпол). Метою Інтерполу, відповідно до ст. 2 її Статуту, є: забезпечення широкої взаємодії всіх органів (установ) кримінальної поліції в рамках відповідного законодавства країни в дусі Загальної декларації з прав людини та створення і розвиток установ, які можуть успішно сприяти відверненню міжнародної злочинності та боротьбі з нею.

Міжнародне співробітництво в боротьбі з корупцією являє собою систему відносин між державами в особі їх органів, міжнародними урядовими та неурядовими організаціями, транснаціональними корпораціями та іншими організаціями у сфері протидії корупції, що включає погоджені політику, антикорупційну стратегію і тактику, вироблення міжнародних договорів і угод, їх імплементацію у внутрішнє законодавство держав, правозастосовчу, організаційно-правову, інформаційну та науково-дослідну діяльність відповідних суб'єктів співпраці з попередження корупції, безпосередній боротьбі з нею на основі міжнародно-правових документів та прийнятих відповідно до них положень національного законодавства.

Найавторитетнішими міжнародно-правовими документами, де вони були вперше зібрані, стали Статут Організації Об'єднаних Націй, прийнятий в 1945 році, а також спеціальний документ з широкою назвою «Декларація про принципи міжнародного права, що стосуються дружніх відносин і співробітництва між державами відповідно до Статуту ООН», прийнятий у 1970 році. Декларація закликала держави «керуватися ними у міжнародній діяльності та розвивати свої взаємини на основі їх суворого дотримання».

Україна, враховуючи підвищений стан злочинності, яка виходить за межі однієї держави, почала активно брати участь у міжнародній боротьбі зі злочинністю та корупцією. Таким чином у 1992 року Україна стала членом Інтерполу, а 1993 року було утворено Національне центральне бюро цієї

організації у нашій державі. Його цілями стало координація діяльності правоохоронних органів України у боротьбі зі злочинністю, яка має транснаціональний або такий, що виходить за кордони нашої держави, характер і забезпечення при цьому взаємодії з Генеральним секретаріатом і відповідними органами країн-членів Інтерполу.

Згідно соціологічних опитувань Україна займає найвищий рівень по корупції серед «нових незалежних країн». Для подолання гіперкорупції в нашій державі необхідно підібрати відповідну стратегію, яка б успішно діяла. Насамперед, на нашу думку, слід позбутись поняття «неофіційної винагороди», під якою ми розуміємо передачу тих чи інших матеріальних благ для чиновників за виконання покладених на них трудовим законодавством професійних обов'язків, при цьому, що дана винагорода ніде не задокументовується і жодного документального її підтвердження не існує. Також, ми вважаємо, що слід підвищити відповідальність за отримання так званої неправомірної винагороди. Нам відомо, що суб'єктами кримінальних правопорушень є особи, які отримують правомірну винагороду, які її дають або пропонують надати, тому відповідальність повинна бути однаково високою для обох сторін – отримувача хабара та особу, яка дає чи пропонує хабар або провокує на його отримання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бачинин В. А. *Философия права и преступления.* – Харьков: Фолио, 1999. – с. 452.
2. Білоус В. Т. *Координація боротьби з економічною злочинністю : монографія / Білоус В. Т.*– Ірпінь: Академія державної податкової служби України, 2002. – 449 с.
3. Гавриш, Т. С. *Теорія та практика міжнародної правової допомоги в кримінальних справах (проблеми сучасного співробітництва України) / Т. С. Гавриш.* – Х. : Право, 2006. – 192 с.
4. Зозуля Є. *Міжнародне співробітництво в боротьбі зі злочинністю як історико-правове явище / Є. Зозуля // Схід.* – 2009. – № 4. – С. 90–93.
5. Мельникова Э. Б. *Теоретическая концепция международного сотрудничества в сфере уголовной юстиции / Э. Б. Мельникова // Уголовная юстиция : проблемы международного сотрудничества.* – М., 1995. – С. 1–20.
6. Мельник М. І. *Корупція: сутність, поняття, заходи протидії: Монографія.* – К.: Атіка 2001. – С. 9.
7. Панкратов В. В. *Сочетание уголовно-правовых и политико-экономических мер в борьбе с коррупцией // Изучение организованной преступности: российско-американский диалог.* – М.: Олімп, 1997. С. 269–271
8. *Угода про взаємодію міністерств внутрішніх справ у сфері боротьби зі злочинністю від 24 квітня 1992 р. // Правові основи міжнародної діяльності МВС України : зб. міжн.-правових договорів документів : [у 2-х т.] / МВС України. Відділ міжнародних зв'язків.* – К., 1997. – Т. 2. – С. 68–73.

**Т. СУМСКАЯ**  
*(Росія)*

## **IMPLEMENTATION CHALLENGES OF PERFORMANCE BUDGETING ON REGIONAL AND LOCAL LEVELS IN RUSSIAN FEDERATION<sup>8</sup>**

Local budget's expenditure management is the important part of sub-federal budget policy. It is determined mainly by conditions of budget process and system of composition, ratification and execution of budget (concerning expenditures). So budgeting improvement is important instrument of increasing the effectiveness of expenditures on the level of subjects of federation and municipalities.

In Russia, budget policy improvement is aimed at creation of conditions for effective management of state and municipal finances, according to socio-economic policy of the state. Among the possible measures there are:

- focus on long-term purposes of socio-economic development of the country and expenditure priorities of federal budget (including the possibilities of their defrayal);
- guaranteeing the forecast of conditions' of budget's forming on all the levels including federal, regional and local ones;
- transition from one-year to medium-term budget planning, assuming budget expenditure structuring for 3 years;
- forming the monitoring system of socio-economic effectiveness of budget expenditures with the use of indicators which can qualitatively and quantitatively estimated for budgets of all the levels.

In world practice for carrying out such measures one should mention performance budgeting (PB). Performance budgeting is a method of planning, execution and monitoring of budget, which distributes resources among goals, purposes and functions of the state, according to priorities of state policy and social meaning of direct and terminal results of budget execution [1]. PB gives an opportunity to measure up expenditures and results, to choose the most effective ways of budget resources spending, to estimate an extent of pre-arranged results' achievement and their quality in proper time. Results can be estimated by either quantitative or qualitative indices, which should be measurable and comparable. Using the PB principles allows to construct a budgeting accenting results management due to responsibility reinforcement, and widening independence of budget institutions (and budget managers) within the strict medium-term guiding line.

Medium-term performance budgeting is a permanent process. It means that forward-looking plans for second and third year of previous medium-term budget cycle becomes a foundation for first and second year plans of current budget cycle. This approach allows a coordination between one-year budget plan and medium-term planning.

---

<sup>8</sup> This article was prepared as part of the 7<sup>th</sup> Framework Programme FP7-PEOPLE-2011-IRSES Project No. 295050 FOLPSEC – Functioning of the local production systems in the conditions of economic crisis (comparative analysis and benchmarking for the EU and beyond).

The advantages of performance budgeting model are clarified by following potential [1, 2]:

1. Separate planning of current and accepted liabilities, which allows not only to consider their different characters and role in budget planning better, but also to carry out a decision succession during a planned period.

2. State provision of social goods and services people really need;

3. Transition to performance budgeting allows to consider *sine ira et studio* the current trends of expenditure and to break down many expenditures, being carrying out only traditionally, without proper socio-economic justification of its necessity.

4. Approval of maximum budget for budget planning subjects on 3 years. At the same time, decision making is carried out with taking into account the priorities of medium-term policy, instead of momentary after-effects.

5. Strengthening the responsibility of the state ministries for terminal result, which is not just an accordance of certain services' amount or fulfillment of some range of works, but orientation on specific quality indexes.

6. Increase of decision validity, concerning state expenditure due to increase of informational supply.

The advantages of budget process based on PB within medium-term planning are clearly seen from the point of view of new budget classification, taking into consideration the procedures of budget working up and discussion. One should note that these procedures create conditions for administrative accountancy. Particularly, it applies to forming of forward-looking financial plan of Russia for 3 years and, above all, its new aspect and role in budget process. In 2005 significant changes in law were done. They resulted in changes in principles of structure and composition of forward-looking financial plan. The table 1 shows these changes.

Table 1.

### Changes in the principles of forward-looking financial plan

Before 2005	Since 2005
<ul style="list-style-type: none"> <li>– for 3 years;</li> <li>– needn't ratification;</li> <li>– weak correlation with the yearly budget;</li> <li>– aspect is not determined;</li> <li>– stages of working up are not determined;</li> <li>– current and new liabilities are not marked;</li> <li>– extended functional classification;</li> <li>– without departmental section;</li> <li>– every year anew.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– for 3 years;</li> <li>– is ratified by the federal government;</li> <li>– strict correlation with the budget (with the same parameters, as year before);</li> <li>– 3 stages (main parameters, plan, detailed plan);</li> <li>– 3 tables;</li> <li>– separate planning of current and new liabilities;</li> <li>– functional classification is not obligatory;</li> <li>– departmental section is obligatory;</li> <li>– «sliding triennial».</li> </ul>

Source: Лавров А. М. (2005), *Бюджетная реформа 2001–2008 гг.: от управления затратами к управлению результатами*. // Финансы. – 2005. – № 9. – С. 3–12. (Lavrov A. M. Budget reform 2001 – 2008: from input management to result management. // The Finance. 2005. – № 9. – P. 3–12).



Apparently, the modifications of budget working-up conditions promote better organization of budgeting, because forward-looking financial plan is ratified by The Russian Government and first-year parameters of 3-year period correspond with federal budget project, under further parameters correction of second and third years.

In Russian literature, most of researchers consider performance budgeting as one of the most important parts of budget reforming [1, 3]. The importance of it is critically strengthened during current crisis. Today one must get maximum social and economic result by previous or even smaller amount of budget assignment.

Beside all above-mentioned opportunities of performance budgeting to improve budget process, PB includes some restrictions. Some authors [3, 4,] note, that PB cannot cover all the problems of expenditure management. They mean fields where quantitative evaluation of expenditure quality cannot be always connected with results (e. g. work of courts, armed forces, medical and educational organization, etc). Such results are fully explained. Performance budgeting is an attempt of application of quasi-market mechanism to public sector. Otherwise, it doesn't create a market sector, but make state organization work on market-like principles. So, Russia is not ready to apply PB because there is no government, responsible to the society, political competition, separation of powers, primacy of law, free mass media, low corruption etc [4].

Thus, PB includes many problems and suits mainly for easy routine management functions, and cannot be used for many practical purposes. In Russia, introduction of PB reflects interests of central power (in the case of maximum financial centralization), and minimum responsibility suits to bureaucracy. One needs power, others need irresponsibility, so Pareto improvement is achieved. Thus, PB creates an illusion of good bureaucracy [4].

Besides, it is necessary to mark one more important aspect of PB using. Introduction of PB is multi-stage process, which must cover all the levels of budget system, and on every level, PB using has some specific features.

Till now principal attention in PB introduction, including methodic elaborations, was paid on federal level. They have been carrying out this work since 2004, but the work hasn't yet been done. One should mention, that PB system as a whole hasn't been realized nowhere abroad yet. We can see only its fragmentary use for specific budget expenditures on every level of budget system. According to experts, the reason of it lays in the fact, that types of required results (social effects and/or budget services), which form PB system, are not determined. Also, in relationships between regions and municipalities two aspects of PB introduction are critical.

Firstly, one should choose, how to estimate results of budget services: by achievement of certain parameters of these services or by stimulated socio-economic effects. Secondly, there is a problem of practical using of effectiveness parameters immediately in budget planning. It is generally known, that practical using of PB requires distinct revealing of intermediate results determined, as a rule, in absolute parameters, and terminal social results, determined in degree of achieving (right up to 100%). At that, prospective results of budgeting shouldn't be achieved at any cost, when minimization of budget expenditures ends in itself. PB method requires

rationalization, but not minimization of budget expenditures. So, elaboration and using of parameters' system are very important for estimation of achievement of pre-arranged budgeting results and its quality.

Some authors propose rational minimization of budget expenditures without decrease of budget services' quality and quantity as integral indices of socio-economic effectiveness of budgeting in a given fiscal year [3]. Generally speaking, the socio-economic effectiveness of performance budgeting's execution is seen only as a trend. This trend is got through estimation of social results. So, socio-economic effectiveness of budget's execution is a degree of achievement of pre-arranged terminal social results of budgeting, and rational minimization of budget expenditures. As terminal social results one can mention:

- increase of percentage of employed people (that were unemployed);
- increase of percentage of cured patients without loss of ability to work;
- increase of percentage of cured patients with positive medical result;
- decrease of children death-rate in maternity hospitals;
- decrease of women death-rate in maternity hospitals;
- decrease of part of second-session schoolchildren;
- increase of part of schools, connected to internet.

Using of such indices (which are social standards) in PB needs quantitative expression, even in financial form.

Financial expression of social standards is financial standards, which can be used for calculating of financial volume on social expenditures. Financial standards are determined for one unit of budget services. But there is a problem: in market (competitive) economy with instable prices in conditions of territorial differentiation one cannot determine these standards on federal level. So, practical use of PB needs decentralization not only within determination of result-evaluating indices, but also in system of regional social and financial standards, which expand federal social standards to the conditions of local circumstances.

In a conclusion let's accentuate, that fiscal incomes centralization strengthening has resulted in devastation of territorial and especially of local budgets. This leads to poor financial support of local power and worsen critically the opportunity of PB using on local level. There is also a problem of strengthening of local budgets incomes through the redistribution rationalization of incomes throughout the vertical line of budget system.

## REFERENCES

1. Лавров А. М. (2005), *Бюджетная реформа 2001–2008 гг.: от управления затратами к управлению результатами*. // *Финансы*. – 2005. – № 9. – С. 3–12. (Lavrov A. M. *Budget reform 2001 – 2008: from input management to result management*. // *The Finance*. 2005. – № 9. – P. 3–12).

2. Сергиенко Я. В., Андросова С. А. (2009), *Особенности бюджетного процесса, ориентированного на показатели экономического роста региона*. // *Региональная экономика: теория и практика*. – 2009. – № 17 (110). – С. 46–48. (Sergienko J. V., Androsova S. A. *Peculiarities of budget process, oriented on region*

*economic development. // Regional Economics: theory and practice. 2009. № 17 (110). P. 46–48).*

3. Бухвальд Е., Изудин А. (2009), Внедрение бюджетирования, ориентированного на результат, на региональном и местном уровнях. // *Федерализм. – 2009. – № 3. – С. 93–108. (Boukhvald E., Eagoudin A. Implementation of performance budgeting on regional and local level. // The Federalism. – 2009. – № 3. – P. 93–108).*

4. Синявская С. (2008), Бюджетная БОР-машина. // *Стратегия и конкурентоспособность. – 2008. – № 5 (29). – С. 24–25. (Siniavskaya S. Budget PR-machine. // Strategy and Competitiveness. 2008. № 5 (29). P. 24–25).*

**ІРИНА ТЕЛИЧКО**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЕНЕРГОРЕСУРСІВ**

Розвиток світової економіки супроводжується нарощуванням енергоспоживання, особливо в країнах, що динамічно розвиваються. Це викликало перш за все перенесення енергоємних виробництв у країни з меншою вартістю трудових ресурсів, в той час як найбільш розвинуті країни перейшли до ресурсозберігаючого типу економічного розвитку. Нерівномірність розміщення запасів енергоресурсів призвела до зростання обсягів міжнародної торгівлі ними та загострення конкуренції як світовому енергоринку, так і на регіональних ринках енергетичних ресурсів.

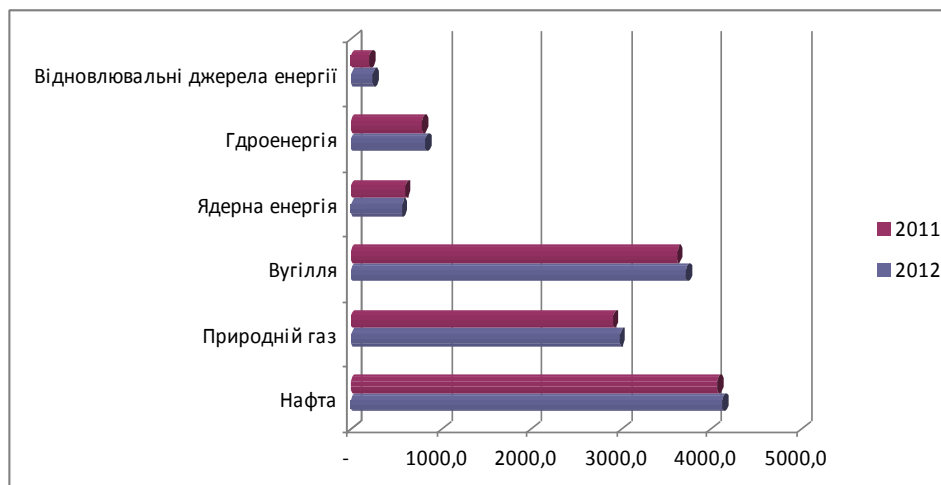
У той час як головними споживачами енергоресурсів є високорозвинені держави і країни Азії, основна частка світових запасів вуглеводнів сконцентрована в порівняно невеликій групі країн, що розвиваються та країн з перехідною економікою. Такі великі споживачі, як США, Євросоюз і Китай зосереджують свої як економічні, так і політичні ресурси для експансії на одні й ті ж ринки, що і призводить до зростання конкуренції.

В останнє десятиліття на світовому енергетичному ринку сформувалися наступні важливі тенденції, які при некерованому перебігу можуть загрожувати стійкості даного ринку [1]:

- зміна взаємовідносин між споживачами і виробниками, посилення конкуренції за обмежені енергоресурси;
- високі темпи зростання енергоспоживання і зміна його регіональних пропорцій;
- висока частка і зростаючі обсяги споживання органічного палива;
- уповільнення темпів зростання пропозиції енергії;
- зміна структури пропозиції енергоресурсів та підвищення ролі окремих постачальників;
- зростання цін на енергоносії та їх волатильність;

➤ зростання обсягів міжнародної торгівлі енергоносіями, розвиток інфраструктурної складової постачань енергоресурсів і загострення ризиків.

У сучасному світовому енергетичному балансі домінуючі позиції займають нафта, вугілля та природний газ (рис. 1.1.) На думку експертів, в довгостроковій перспективі буде посилюватись, діюча протягом попередніх 25 років, тенденція диверсифікації світового енергетичного балансу, тобто зближення частки основних енергоресурсів у виробництві первинної енергії. Зменшення частки нафти будуть компенсувати природний газ, атомна енергетика та відновлювальні джерела енергії [2].



\*Складено автором на основі British Petroleum [3]

**Рис. 1.1. Енергетичний баланс світу, млн. т. н. е.\***

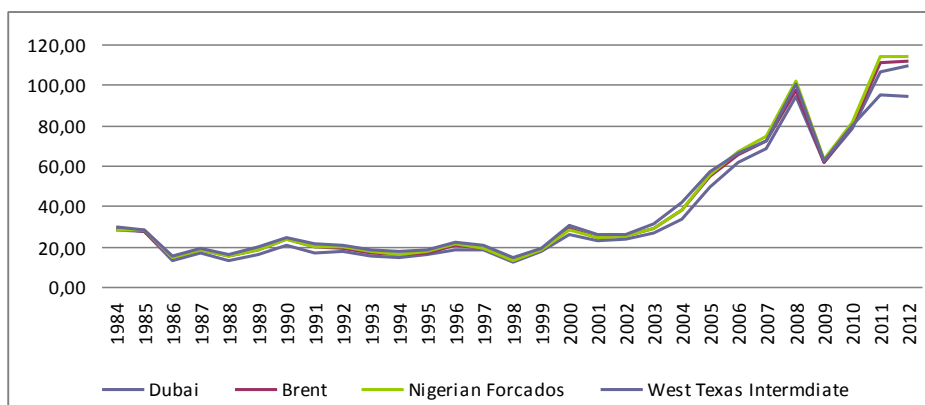
Світовим лідером за запасами мінеральної енергетичної сировини залишається регіон Близького Сходу, на частку якого в 2012 р. припадало 48% нафти і 36% газу (для РФ аналогічні показники склали 5,3% і 21,4% відповідно). Суттєвим є те, що 28% світових запасів газу містить в собі родовище «Південний Парс», що знаходиться на території Ірану і Катару. На сучасному етапі у світовій економіці нафта залишається домінуючим енергоносієм, забезпечуючи більш 1/3 сумарних потреб і, перш за все, – транспортного сектора. За даними British Petroleum, до країн з найбільшими доведеними запасами нафти, належать: Венесуела, Саудівська Аравія, Канада, Іран, Ірак, Кувейт, ОАЕ, Росія. Найбільші доведені запаси природного газу зосереджені в Росії, Ірані, Катарі та Туркменістані, США, Саудівській Аравії, ОАЕ, Венесуелі [3].

У світі за масштабами виробництва і споживання енергоресурсів виділяються три найбільші енергетичні держави – Китай, США, Росія, а також об'єднана Європа (проводить узгоджену енергетичну політику в рамках Євросоюзу). Китайська економіка, що розвивалася в останні кілька років динамічніше економік інших країн, за минуле десятиліття в два з половиною рази збільшила споживання і вироблення енергетичних ресурсів, і вже в 2005 р. наздогнавши США з виробництва енергоресурсів, надалі закріпила за собою світове лідерство за даним показником. США залишаються масштабним і

відносно стабільним споживачем первинної енергії. У результаті активного освоєння нових національних ресурсів (переважно газу) самозабезпечення країни за останні 5 років зросло на 11%, потреба в зовнішніх джерелах знизилася з 720 млн. до 460 млн. т н.е. Росія (третій у світі виробник і споживач енергоресурсів), традиційно експортуючи вуглеводні і нарощуючи з кінця 90-х рр. обсяги їх поставок, за сукупним експортом всіх видів палива за останнє десятиліття є найбільшим у світі нетто-експортером [4].

До числа 10 найбільших нетто-імпортерів енергоресурсів (40% світового виробництва і 58% споживання) крім Китаю відносяться такі країни, як Японія – близько 410 (млн. т. н. е.), Німеччина та Індія – приблизно по 210, Республіка Корея – 220. У багатьох країнах при обмеженості внутрішніх енергоресурсів спостерігалось посилення їх залежності від зовнішніх поставок по мірі їх економічного зростання. Так, з 2000 р. по 2012 р. зросло значення імпорту в забезпеченні паливом Японії – з 81% до 87%, Індії – з 28% до 37%, Німеччині – з 64% до 66%. У цілому досить висока залежність від імпорту характерна для таких країн, як Японія, Республіка Корея, Тайвань (86–89%), а також Іспанія. Дещо меншу напруженість відчуває Франція (53%), яка спирається на атомну енергетику [6].

Особливою тенденцією на світовому ринку енергоресурсів стало подолання в 2011 р. середньорічною ціною на нафту психологічного бар'єру в 100 дол. США/бар. Загалом за вказаний рік ціна нафти Brent досягла 111 дол. США/бар. (що виявилось на 39,4% вище аналогічного показника 2010 р.) і аж до кінця 2012 р. утримувалася на рівні 112 дол. США. Багато в чому це стало наслідком специфіки нафтового ринку, ціна на якому знаходиться під впливом трьох основних чинників: попит та пропозиція, геополітика, а також прагнення нафтовиробників генерувати постійний потік фінансових коштів від продажу сировини [7].

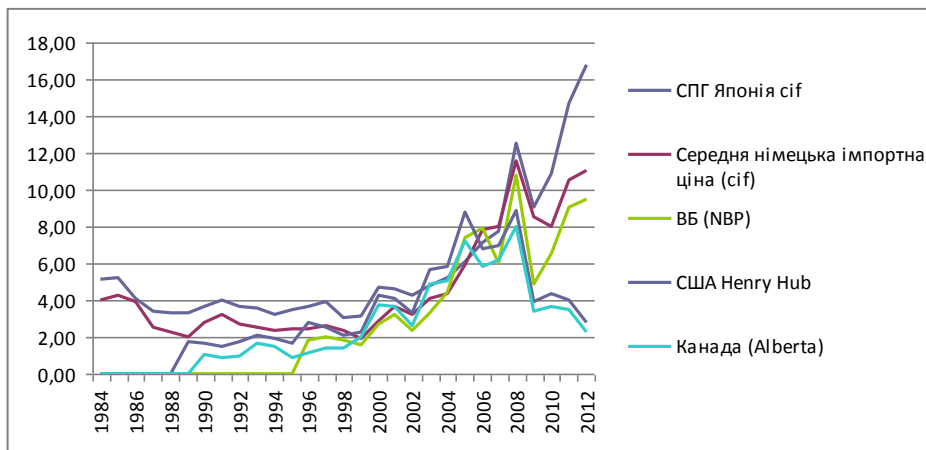


\*Складено автором на основі British Petroleum [3]

**Рис. 1.2. Динаміка цін на основні сорти нафти, дол.США/барель\***

І ще один ціновий феномен мав місце на нафтовому ринку в 2011–2012 рр. Внаслідок розширення видобутку нафти в США і Канаді, завдяки впровадженню технологій розробки нетрадиційних видів сировини, відбулися істотні зміни в регіональних співвідношеннях попиту і пропозиції, що призвело до різкого зниження внутрішніх цін на енергетичні товари. Так, якщо за останні

20 років ціна західно-техаської нафти WTI, як правило, перевищувала ціну Brent в середньому на 6–7%, то в 2010 р. дані показники практично зрівнялися (на рівні 79,8 дол. США/бар.) В 2011 р. ситуація кардинально змінилася – ціна нафти Brent на 17% перевершила ціну WTI, перевищення в 18% зберігалось і майже весь 2012 р., досягнувши в кінці року рекордних 25%.



\*Складено автором на основі British Petroleum [3]

**Рис. 1.3. Динаміка цін на природній газ на основних торговельних майданчиках світу з 1984 по 2012 роки.\***

На рис.1.3. ми бачимо практично одночасне зростання цін на природний газ на провідних торговельних майданчиках світу, і що така ситуація на ринку тривала до 2008 року. Чітка динаміка зростання до 2005 року прослідковувалась на торговельному майданчику США – Henry Hub, тоді як у 2006 році ріст зупинився, що пов'язано з освоєнням нетрадиційного газу. Різке падіння цін на газ на основних торговельних майданчиках спричинила світова фінансова криза у 2008 році.

Отже, для світової енергетики початку ХХІ ст. характерним є випереджаючі можливості видобутку та економії збільшення потреб в енергоносіях економік країн світу. Невідповідність регіонів розміщення запасів викопних видів енергоресурсів, місць їх основного видобутку та регіонів найбільшого споживання викликають в цих умовах суттєве зростання міжнародної торгівлі енергоресурсами, яка є основним чинником як посилення могутності та впливовості окремої групи країн (експортерів), так і поглиблення залежності від цих країн тих, які є імпортерами. У свою чергу, останні вживають заходи щодо зменшення можливостей впливу на них із зовні шляхом розгортання жорсткої боротьби з першими за право контролювати шляхи транспортування відповідних енергоносіїв, а також шляхом зміни структури своїх балансів споживання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Тренды и сценарии развития мировой энергетики в первой половине ХХІ века / А. М. Белогорьев, В. В. Бушуев, А. И. Громов, Н. К. Куричев, А. М. Мастепанов, А. А. Троицкий. Под ред. В. В. Бушуева. – М.: ИД «ЭНЕРГИЯ», 2011. – 68 с.

2. U.S. Energy Information Administration / International Energy Outlook 2013. EIA. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.gov/forecasts/aeo/pdf/0383%282013%29.pdf>.

3. Statistical Review of World Energy 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bp.com>.

4. Энергия и энергоресурсы в глобальной экономике : учебное пособие / И. А. Максимцев [и др.]; под науч. ред. д-ра экон. наук, проф. С. Г. Ковалева. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2012. – 167 с.

5. Асоціація «KAZENERGY» Мировой рынок энергетики: Трансформация трендов. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kazenergy.com/ru/6-50-2011/3762-2012-01-31-10-33-49.html>.

6. International Energy Agency / World Energy outlook 2013. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eia.gov/forecasts/ieo/pdf/0484%282013%29.pdf>.

7. Институт энергетической стратегии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.energystrategy.ru](http://www.energystrategy.ru)

**СТЕПАН ХРОМИШИН**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., ст. викладач Карась О. С.**

## **ОСНОВНІ МОЖЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

За останні роки величезний вплив на розвиток туристичного бізнесу належить Інтернет-технологіям за допомогою яких у глобальній павутині розміщена інформація присвячена зростанню туристичної індустрії, різні сайти туристичних фірм, агентств, пансіонатів, санаторіїв, готельних комплексів, баз відпочинку.

За визначенням яке дає М. А. Морозов, «Інтернет – це всесвітня комп'ютерна мережа, що дає змогу користувачам з різних куточків планети здійснити обмін інформації і спільно використовувати комп'ютерні ресурси» [1, с. 30].

А. Д. Чудновський трактує: що мережа Інтернет – сукупність вузлів які поєднані між собою за допомогою каналів зв'язку. Кожний вузол – це один або декілька масивних комп'ютерів-серверів, які в основному працюють за допомогою операційної системи UNIX. Часто ці комп'ютери називаються головними, або хост-комп'ютерами. Управляє вузлом або підмережею вузлів організація-власник, яка називається провайдером. До серверів здійснюють підключення безліч споживачів. Провайдери, які здійснюють це підключення, надають користувачеві платно або безкоштовно ряд послуг: доступ до інформації, можливість користування електронною поштою, обміну інформацією в режимі реального часу та ін. [2, с. 47].

Інтернет є найбільш перспективнішою галуззю у просуванні туристичних продуктів, через, що сучасний Інтернет є великим конкурентоспроможним ресурсом. Кожного року кількість користувачів і відвідувачів стрімко зростає, реклама в Інтернет мережі є не дуже затратною і при цьому є наймобільнішим і оперативним способом передачі тієї інформації яка потрібна для окремо взятого споживача туристичних послуг.

У бізнесі туристичного господарства послугами Інтернет користуються туристи, туроператори, турагентства та постачальники туристичних послуг. Споживач шукає в мережі інформацію про туристичну фірму, країну або окремі послуги. Для одержання найбільш точної інформації, турист змушений мати теоретичні і практичні навички щодо різних видів пошуку інформації, знати WEB – різних туристичних сайтів, бути обізнаним в користуванні систем бронювання та резервування.

Важливим елементом відмінного функціонування для туристичного агентства є пошук туроператорів, оптових та роздрібних клієнтів, купівля туристичної послуги через мережу Інтернет, відмінний зв'язок з туристичними операторами та постачальниками, отримання необхідної інформації, одержання, підтвердження та розрахунок вартості послуг, які надаються, можливість їх резервування.

За останні роки швидкими темпами популярності зазнає так званий віртуальний туризм за допомогою використання всесвітньої мережі Інтернет. Тут відбувається подорож по музеях світу або відомих місць не виходячи з власного дому сидячи за власним комп'ютером. Тому такий вид подорожей впливає на «віртуального туриста» – розширюючи обізнаність, а також стимулює туриста поїхати в обране ним місце і побачити все на власні очі, на що вони натрапили в мережі Інтернет.

Підприємства в галузі туристичного бізнесу за допомогою встановлення веб-камер і в режимі реального часу передаючи зображення в Інтернет, приваблюють відвідувачів сайтів тієї чи іншої туристичної фірми, таким чином заохочують туристів побувати у визначних місцях обраної країни, музеях, готелях тощо.

Отже, Інтернет сприяє спрощенню взаємодії учасників туристичного ринку, але при цьому не змінюється технологія їхньої взаємодії. На сьогоднішній день можливості застосування глобальної мережі у функціонуванні більшості національних фірм стало невід'ємною частиною ефективної діяльності на ринку. У мережі Інтернеті безперервно створюються нові види електронних грошових взаємовідносин, що спричинило появу такого терміна, як електронний бізнес.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Морозов М. А. *Информационные технологии в социально-культурном сервисе и туризме.* – *Оргтехника: Учеб. (5-е издание) / Издательство: Академия, 2004 г. – 240 с.*

2. Чудновский А. Д. *Информационные технологии управления в туризме: учебное пособие / А. Д. Чудновский, М. А. Жукова.* – М.: КНОРУС, 2006. – 104 с.



**ІРИНА ЯНКО**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Уніят А. В.**

## **СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БІРЖОВОЇ СИСТЕМИ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ**

Накопичений досвід фінансової інтеграції європейських країн містить цілий ряд ініціатив, що відображають прагнення знайти загальні підходи до гармонізації законодавства і регулювання фінансових ринків, до створення єдиного європейського ринку цінних паперів.

Під знаком глобалізації на ринках фінансових послуг відбувається концентрація учасників і операцій, інтенсивно зростають і консолідується фінансові центри [4]. Глобалізація слугує передумовою швидкого зростання регіональних центрів, котрі взяли на себе функції своєрідних провідників міжнародного капіталу на внутрішні ринки.

Однак, світова фінансова криза оголила ряд структурних проблем у сучасній європейській системі. Через ускладнення політичної та економічної ситуації 2012 рік виявився важким для Європи: в цей період було проведено всього 263 операції IPO, в ході яких було залучено лише 10,9 млрд. євро. У порівнянні з попереднім роком, коли в результаті 430 проведених IPO було залучено 26,5 млрд. євро, загальна вартість угод знизилася на 59%. Частково це можна пояснити відсутністю в 2012 році масштабних угод (в минулому році в рамках однієї тільки операції IPO компанії Glencore було залучено 6,9 млрд. євро), а також зниженням рівня активності в різних секторах, особливо в сировинному [2]. Угоди IPO стали відкладатися і скасовуватися одна за одною: і компанії, і інвестори проявляли обережність внаслідок волатильності ринків, стурбованості ситуацією навколо боргової кризи в євросоні, а також через очікуване уповільнення темпів зростання світової економіки.

Найбільш великими угодами року стали проведені у четвертому кварталі IPO компаній «Мегафон» і Direct Line в Лондоні, а також Talanx і Telefónica Deutschland в Німеччині. Ці угоди принесли компаніям-емітентам понад 0,75 млрд. євро кожна, що складає в цілому 39% від всієї суми залученого капіталу за рік. Оптимізм вселяє і той факт, що динаміка котирувань акцій цих компаній після IPO була позитивною, а це дало деяку надію на сприятливий розвиток ситуації в 2013 році.

У третьому кварталі 2013 року у результаті оборудок IPO в Європі було залучено понад 3 млрд. євро. Загальна сума розміщень з початку року склала 11,7 млрд. євро, що перевищує обсяг капіталу, залученого у 2012 р. (11,2 млрд. євро). Огляд європейських IPO подано у табл. 1 та табл. 2.

*Таблиця 1*

### **Огляд європейських IPO за 3 квартал 2012–2013 рр. [3]**

	3 квартал 2013	3 квартал 2012	2 квартал 2013
Загальна кількість IPO в Європі, включаючи:			
Лістинги без залучення коштів	6	17	12
Лістинг із залученням коштів	46	43	64
Загальна кількість лістингів	52	60	76
Загальний обсяг залучених коштів, млн. євро	3043	397	5370
Середній обсяг розміщення, млн. євро*	66	9	84

\*Середній обсяг розміщення розрахований шляхом ділення загального обсягу розміщення на кількість лістингів із залученням грошових коштів

Із даних представлених таблиць, можна зробити висновок, що Лондонська фондова біржа зберегла за собою позиції провідного ринку IPO у Європі, на частку якої припадає 56% від загальної суми надходжень від IPO за квартал. Як бачимо, у 3 кварталі 2013 р. на Лондонській фондовій біржі було проведено 48% усіх оборудок, середній обсяг розміщення яких склав 68 млн. євро. Тоді як на Варшавській фондовій біржі, на яку припадає 19% усіх оборудок IPO, середній обсяг розміщення яких склав 2 млн. євро.

Таблиця 2

**Обсяг розміщення на біржах за 3 квартал 2012–2013 рр., млн. євро [3]**

Біржа	3 квартал 2013	3 квартал 2012	2 квартал 2013
Лондонська фондова біржа	1704	263	2633
Deutsche Börse	500	26	714
Oslo Børs и Oslo Axess (Осло)	409	-	12
Ірландська фондова біржа	310	-	-
Італійська фондова біржа	58	7	318
NYSE Euronext	43	3	922
Варшавська фондова біржа	15	14	44
Стамбульська фондова біржа	2	30	326
Іспанська фондова біржа (BME)	2	-	-
NASDAQ OMX	-	-	371
Люксембургська фондова біржа	-	54	30
РАЗОМ	3043	397	5370

Аналіз розвитку і функціонування бірж у європейських країнах дозволяє зробити висновок про те, що вони виконують роль антикризового механізму в умовах сучасного фінансового ринку. Впроваджуються нові технології, нові фінансові інструменти, дещо видозмінюються форми існування бірж, але вони продовжують функціонувати, що чітко показує їх ефективність і доводить необхідність їх наявності на ринку. Біржі дозволяють більш дієво та успішно запобігати виникненню і подоланню наслідків фінансових криз і маніпулювати цінами на ринку. При цьому не порушується баланс між ринковими і адміністративними методами регулювання.

В умовах глобалізації та усе більш тісної взаємодії різних сегментів фінансового ринку й елементів його інфраструктури біржі поступово відмовляються від орієнтації на певний ринок – фондовий, терміновий або валютний. Тому вони прагнуть надати своїй діяльності універсальний характер.

Об'єднання декількох ринків у рамках однієї біржі відповідає інтересам професійних посередників на фінансових ринках, інвесторів, емітентів, державних регулюючих органів, а, отже, й інтересам європейської економіки. Маючи можливість послідовно і погоджено впливати на ситуацію, що складається на різних сегментах фінансового ринку, держава і професійні учасники ринку можуть з найбільшим ступенем вірогідності і з найменшими витратами здолати періоди нестабільності.

Рухаючись в ногу з прогресом, можна з упевненістю сказати, що розвиток європейських бірж не зупиниться і, швидше за все, глобалізація продовжить збільшувати масштаби, і не виключено, що в майбутньому виникатимуть усе нові і нові торгові майданчики.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Интеграция биржевой деятельности ЕЭП в разрезе глобальных тенденций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.group-global.org/ru/publication/view/3348>.*
2. *Мировые биржи и глобализация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dengi-info.com/archive/article.php?aid=1151>.*
3. *Обзор рынка IPO в Европе. 3 квартал 2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www.pwc.com/en\\_UA/ua/services/capital-markets/assets/ua\\_ipo\\_watch\\_europe\\_quaterly\\_rus.pdf](https://www.pwc.com/en_UA/ua/services/capital-markets/assets/ua_ipo_watch_europe_quaterly_rus.pdf).*
4. *Сахаров А. Международные финансовые центры / А. Сахаров. – М. Минэкономразвития России, 2009. – 350 с.*

**АНДРІЙ ЯСКОВЕЦЬ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИЗМІ

Сучасний етап розвитку світового господарства характеризується домінуванням сфери послуг як у структурі національного виробництва більшості країн світу, так і у системі міжнародних економічних відносин. Світові тенденції у сфері міжнародного туризму дозволяють віднести туристичний бізнес до найперспективніших галузей економіки, але сфера туризму у світі розвивається нерівномірно й має регіональні особливості. Розвинута туристична інфраструктура сприяє покращенню привабливості країни та її конкурентоспроможності у світі, прискорює процеси її інтеграції у світову економіку, забезпечує перехід від аграрної та індустріальної економіки до розвитку економіки на основі сфери послуг.

Характерними рисами сучасного туристичного ринку є висока динамічність, значна кількість суб'єктів та учасників, надзвичайно широка географічна охоплюваність, а також необхідність відповідного оперативного інформування. Активізація і розвиток туристичного ринку, підвищення рівня вимог споживачів до якості і комплексності послуг, які пропонують підприємства сфери туризму, вимагають активного впровадження і використання сучасних інформаційних технологій та методів управління, які призначені для оптимізації діяльності підприємств різних типів, підвищення ефективності процесів обслуговування споживачів. Адже специфіка технології створення та реалізації туристичного продукту вимагає таких систем, які б в найкоротший термін надавали відомості про доступність усіх складових туристичної інфраструктури, а також забезпечували своєчасність вирішення додаткових завдань при наданні туристичних послуг.

Питання про можливість використання інформаційних технологій в сфері туризму висвітлені в ряді праць українських та зарубіжних вчених, таких як

Г. Багієв, А. Макадамс, В. Мартін, А. Виноградов, А. Дурович, В. Квартальнов, М. Морозов, С. Мельниченко, Є. Ромат, М. Скопень, Т. Ткаченко та інші.

Інформаційні технології – це сукупність прийомів, методів і засобів послідовного якісного перетворення інформації на таких етапах інформаційних процесів, як: збір, передача, зберігання, обробка, накопичення. Суть інформаційних технологій становлять методи і засоби формування та підтримки інформаційних потоків у системах управління будь-якими об'єктами, у тому числі підприємствами індустрії гостинності [1]. Індустрія туризму за останні два-три десятиліття зазнала величезного впливу науково-технічного прогресу. Значно спрощується процедура формування туристського продукту з використанням міжнародних систем бронювання, системи Інтернет, систем електронних каталогів туристських подорожей по країнах, електронних баз даних за нормативно-правовими актами в туризмі, автоматизованих систем взаєморозрахунків і т. ін. Сфера туризму ідеально пристосована для впровадження сучасних інформаційних технологій, які мають забезпечувати: інтеграцію і зв'язок; покращання якості послуг; передачу великого обсягу інформації; збільшення швидкості обслуговування та ефективність діяльності; можливість враховувати потреби кожного індивідуального клієнта; ефективний зворотній зв'язок [1].

У даний час сформувалися наступні напрями розвитку інформаційних технологій в туризмі [2]:

- локальна автоматизація роботи в туристському офісі;
- впровадження прикладних програм автоматизації формування, просування і реалізації туристського продукту;
- використання систем управління базами даних;
- використання локальних комп'ютерних мереж;
- впровадження телекомунікаційних систем резервування місць в готелях і бронювання квитків;
- впровадження мультимедійних маркетингових систем;
- використання глобальної мережі Інтернет.

У практичній діяльності туристичних підприємств застосовуються різноманітні види інформаційних технологій, а саме: глобальні розподільчі системи; системи бронювання та резервування; електронні інформаційні системи; інформаційні системи менеджменту; мобільні системи зв'язку; послуги глобальної комп'ютерної мережі Інтернет [1].

У туристичному бізнесі інформаційні технології спрямовані у першу чергу на вирішення завдань управління та мають такі переваги: зниження витрат за рахунок оптимізації бізнес-процесів туристичних підприємств; гарантоване виконання замовлень у необхідному обсязі та в зазначені строки; забезпечення якості туристичного продукту через якість виробничих і управлінських технологій.

Значення Інтернету й інших нових інтерактивних мультимедійних платформ для розвитку туризму важко переоцінити. Організації, які займаються маркетингом, великі постачальники туристичних послуг повинні усвідомити необхідність застосування цих засобів, переваги яких полягають в ефективній

глобальній взаємодії, а також у можливості зближення суспільного і приватного секторів туристичного ринку та їхнього взаємовигідного партнерства.

Позитивний вплив інформаційних технологій на динаміку вітчизняного та міжнародного туристичного потоку привів до трансформування туристичної галузі з такої, що орієнтована на обслуговування організованих туристів, на багатогалузеву сферу діяльності, спрямовану на задоволення різноманітних потреб мільйонів індивідуальних туристів. В Україні за останні п'ять років туристичні потоки збільшились утричі. Але напрями туристичного бізнесу в нашій країні освоєні не повністю. Підтвердженням цього є зростання обсягів виїзного туризму на 53,1% та скорочення в'їзного – на 8,3% [3]. Одна з причин зменшення обсягів останнього – недостатня інформованість про вітчизняний туристичний продукт, складність його інформаційного супроводження, яка пов'язана з неспроможністю суб'єктів туристичної діяльності відслідковувати і підтримувати велику інформаційну базу.

Таким чином, в умовах сучасного ринку при збільшенні обсягів туристичних надходжень і зростаючій конкуренції, суб'єкти туристичної діяльності залежать від ефективного менеджменту, який неможливий без використання сучасних ІТ, що забезпечують швидку реакцію на потреби клієнтів і максимальне їх задоволення, відповідно до отриманих вимог, гнучкість підприємства, упорядкованість і узгодженість операційної діяльності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мельниченко С. В. Інформаційні технології в туризмі: теоретичні та практичні аспекти / С. В. Мельниченко // Вісник Запорізького національного університету. – № 2(6). – 2010. – С. 129–138.

2. Кон'юнктура туристичного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua.textreferat.com/referat-956-4.html>.

3. Туристичні потоки. Пасажирські перевезення. Кількість проведених виставкових заходів [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Держ. ком. статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

## **СЕКЦІЯ 2**

# **МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

**В. БОГАЧОВА, Я. ПОПЛАВСЬКА**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Рябенка М. О.**

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОХОРОНИ ПРАЦІ ТА ЇЇ РОЛЬ У СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВИ**

У сучасних умовах ринкових відносин в Україні функціонує велика кількість організацій, установ, підприємств, де роботодавці повністю несуть відповідальність за створення безпечних і здорових умов праці, навчання працівників попередження випадків травматизму, профзахворювань, аварій і пожеж. Перехід суспільства до широкого використання ринкових відносин, виникнення різноманітних форм власності потребують розроблення нових підходів до побудови сучасної моделі управління охороною й безпекою праці на національному, регіональному й виробничому рівнях.

Вивченню питань охорони праці вивчали вчені, інженери, лікарі, психологи, представники інших наук та фахів вивчали проблеми створення безпечних та нешкідливих умов та засобів праці приділяли велику увагу, адже саме за таких обставин людина здатна високопродуктивно працювати, створювати необхідний матеріальний потенціал суспільства.

Окрім соціального, охорона праці має, безперечно, важливе економічне значення – це і висока продуктивність праці, зниження витрат на оплату лікарняних, компенсацій за важкі та шкідливі умови праці. Незадовільний стан охорони праці, на підприємстві призводить до гальмування економічного та соціального прогресу країни в цілому. За підрахунками експертів Міжнародної організації праці збитки унаслідок нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань складають 4% від світового валового внутрішнього продукту (ВВП). Таким чином, вдосконалення системи охорони праці є одним з актуальних питань на рівні як держави, так і окремого підприємства, компанії.

На жаль, сьогодні стан охорони праці в Україні не можна визнати задовільним. Про це свідчить високий рівень травматизму, оскільки на виробництві щодня одержують травми 55–60 працівників, з них 3–4 – зі смертельними наслідками, що призводить окрім економічних збитків, до соціальних і психологічних втрат [1, с. 203].

В Україні, як і в більшості країн СНД, найбільш несприятливі умови праці виявлено у вугільній, суднобудівній промисловості, чорній і кольоровій металургії, в сільському господарстві, промисловості будівельних матеріалів, будівництві, де знос основних виробничих засобів досягає 65–90%. Основною проблемою сфери залишається моральна застарілість нормативно-правової та нормативно-технічної бази регулювання відносин у сфері охорони праці.

Зокрема, незважаючи на те, що за останні роки в Україні спостерігається динаміка зниження травматизму на виробництві зі смертельними наслідками, його рівень не може враховуватись як допустимий:

Таблиця 1

**Стан умов та безпеки праці в Україні за 2008–2013 рр.**

Показник	Роки					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Число потерпілих унаслідок нещасних випадків на виробництві, тис. осіб	94,0	80,0	64,7	54,5	50,8	43,3
Кількість загиблих на виробництві, осіб	2195,0	1900,0	1646,0	1551,0	1345,0	1325,0
Чисельність працюючих в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, тис. осіб	3504,0	3553,0	3435,0	3491,0	3325,0	3315,0

Аналіз причин нещасних випадків свідчить, що майже 72% нещасних випадків із смертельним результатом сталося з організаційних причин, 19% – з технічних і 9% – по психофізіологічних [2, с. 102]. Серед організаційних причин на першому місці стоять порушення вимог інструкцій, правил експлуатації. Їх усунення не потребує значних витрат, проте може значно скоротити суму штрафів, компенсацій та виплат, що сплачує підприємство.

Наразі розробляються спеціальні методи підрахування соціально-економічних **наслідків виробничого травматизму**, які дають можливість визначати величину витрат, пов'язаних з нещасними випадками, статистичний зв'язок між травмо – небезпечними факторами, проаналізувати причини найчастіше повторюваних нещасних випадків. Структура витрат на заходи з охорони праці, компенсації, пов'язані з наслідками нещасливих випадків, залежить не лише від прийнятих у країні системи соціального страхування, особливостей законодавства про охорону праці та здоров'я працюючих, а також і від методу підрахування матеріальної шкоди.

Отже, наразі надзвичайно важливим є впровадження на підприємствах заходів з підвищення ефективності охорони праці. Конкретними кроками кожного підприємства в цьому напрямку мають стати: створення служби охорони праці, розроблення та затвердження на підприємстві положень, інструкцій та актів з охорони праці, організація проведення інструктажів, забезпечення навчання і перевірки знань з питань охорони праці, також потрібно подбати про проведення медичних оглядів.

Окрім цього, необхідно здійснювати регулярний контроль правильності виконання операцій технологічного процесу, своєчасне проведення попереджувальних ремонтів виробничого обладнання, ефективного використання засобів індивідуального захисту, своєчасний контроль їх стану та дотримання встановленої нормами періодичності їхньої заміни, використання сучасних запобіжних пристроїв і огороження робочих зон. Також з метою підвищення рівня знань з питань охорони праці і, як наслідок, зниження рівня травматизму,

з боку держави необхідно регулярно організовувати та фінансувати навчання фахівців з охорони праці підприємств всіх сфер діяльності.

Лише поєднання контролю за дотриманням норм охорони праці та підвищення поінформованості щодо правил безпеки як з боку працівників, так і роботодавців здатні забезпечити якісні умови праці, що значно підвищить її продуктивність та збільшить економічну результативність.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Охорона праці: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / За ред. Геврика Є. О. – Львів, 2010. – 280 с.*

2. *Геврик Є. О. Охорона праці. / Є. О. Геврик – К.: Ельга; Ніка-Центр, 2009. – 280 с.*

3. *Охорона праці в галузі / За ред. Ярошевської В. М. – К.: ВДП, 2010 – 289 с.*

**ДАРІЯ БОЙДА**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## СПІЛЬНІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК КАТАЛІЗАТОР СУЧАСНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Внаслідок неможливості національної економіки України повною мірою забезпечити собі стабільний розвиток лише за рахунок власних ресурсів, сил та чинників, а також під впливом процесу її інтеграції до глобалізаційного світового економічного простору виникає потреба в пошуку способів трансформації економіки країни до реалій сьогодення. З-поміж можливих шляхів залучення необхідних коштів та стимулювання інноваційної модернізації економіки значну увагу приділяють створенню спільних підприємств – однієї з найпрогресивніших комплексних форм довготривалого економічного, науково-технічного та виробничого співробітництва, що спирається на об'єднання різнонаціональних капіталів і доповнює традиційні торговельно-економічні відносини [3, с. 1].

Найпривабливішими аспектами стимулювання розвитку спільних підприємств є вливання інвестицій, отримання доступу до нових технологій та знань, їх швидке освоєння в інтересах модернізації і реконструкції виробництва, що в результаті, забезпечує процес формування власної ринкової інфраструктури країни-реципієнта.

Популярність створення спільних підприємств у світовій практиці зумовлена рядом переваг, які країна отримує. Серед них варто виокремити такі як:

- економічне пожвавлення – сприяє економічному зростанню завдяки створенню нових чи удосконалення діючих виробничих процесів, що веде до збільшення зовнішньої торгівлі та зменшує від'ємне сальдо платіжного балансу, а в кращому випадку, робить його позитивним;



- науковий розвиток – передбачає впровадження наукомістких та ресурсозберігаючих технологій, що ввозяться співзасновниками такого підприємства із зарубіжних країн;

- фінансова перевага – зростання обсягу податкових надходжень до бюджету приймаючої країни;

- соціальна перевага – створення нових робочих місць, зменшення безробіття, покращення умов праці та її мотивації, зростання заробітної плати;

- нормативно-правові зміни – прийняття законодавчих актів, що регламентують політику регулювання діяльності підприємств з іноземними інвестиціями, наближуючи ці положення до міжнародних стандартів;

- загальнодержавний аспект – підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товарів на світових ринках, наближення їх якісних параметрів до світового рівня [5, с. 3].

Доцільність та результативність від створення спільних підприємств свого часу яскраво проглядалося на практиці їх залучення у виробничий процес Китаю. Для того щоб вийти на передові місця у світі за рівнем економічного розвитку ця країна вдалася до широкого залучення і розвитку спільних підприємств із західними партнерами. Після одержання доступу до знань, ресурсів та необхідних науково-технічних розробок уже через кілька років розпочалася конкуренція з їхньою продукцією на експортних ринках. Небачений прогрес від такого роду діяльності зумовлений тим фактором, що КНР розробила власну схему щодо створення спільних підприємств на території країни, в результаті якої:

1. з моменту заснування СП 51% акцій має належати китайській стороні;

2. через 5-6 років не менше 75% має перейти у власність китайського співзасновника;

3. через 10-12 років – спільне підприємство повинне повністю стати китайським [2, с. 148].

В той час, коли країни, що розвиваються намагаються використати усі переваги від спільної підприємницької діяльності та розробляють власну стимулюючу політику з метою припливу прямих іноземних інвестицій шляхом створення спільних підприємств, в Україні відбувається зворотній процес. Тенденція сьогодення засвідчує, що несприятливе політичне, економічне та правове середовище національної економіки створюють перешкоду для припливу іноземних інвестицій та створення спільних підприємств на довготривалу перспективу. Як наслідок, з метою мінімізації збитків, створені на території України спільні підприємства переважно являють собою малий та середній бізнес, в який іноземні інвестори не вкладають додаткових коштів з метою розширення. Більше того, такі підприємства розраховані на середньострокову стратегію розвитку (приблизно 5–7 років), що призводить до поступового зменшення їх кількості на території України (рис. 1).

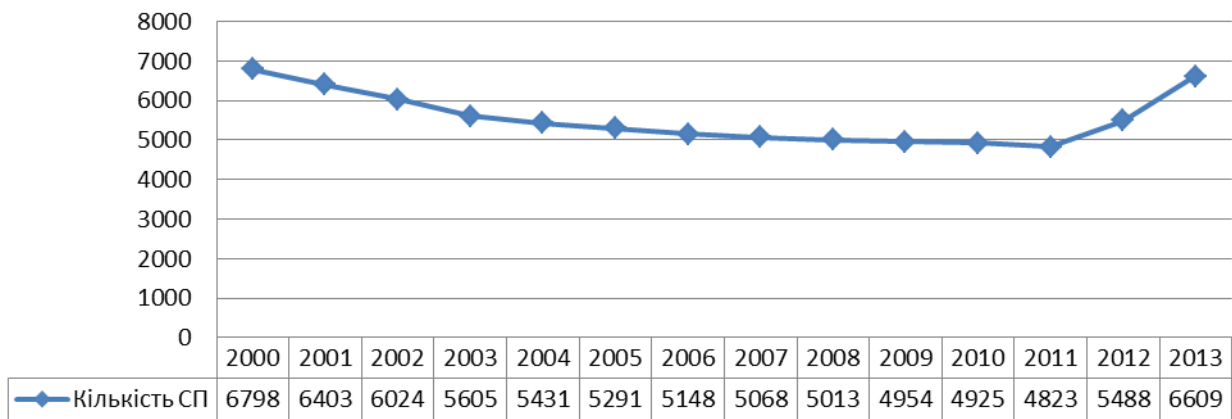


Рис.1 Кількість спільних підприємств в Україні протягом 2000-2013 років

Примітка: складено за [1]

Згідно експертних оцінок, в Україні сьогодні переважно діють спільні підприємства, які виконують посередницьку функцію – сприяють проникненню іноземних товарів на національний ринок України, а отже, поглинають його. Найбільша кількість таких підприємств (понад 95%) діє в обробній промисловості, в тому числі, 22% – у машинобудівній й металообробці, 12% – у деревообробній і целюлозно-паперовій галузях. Аналіз територіального розміщення спільних підприємств показує, що найбільше їх скупчення знаходиться у м. Київ, а також, в Харківській, Львівській та Дніпропетровській областях. За своїми розмірами такі підприємства малі, тому їх розвиток та вклад в національну економіку є несуттєвим та неспроможним розв'язати складні проблеми, що сформувалися в результаті реформування й розвитку ринкових відносин. Більше того, політика Фонду державного майна в питаннях створення спільних підприємств призводить до того, що віддаючи з самого початку контрольний пакет акцій іноземній фірмі, Україна дуже швидко втрачає свій вплив на них [4, с. 49].

Враховуючи вигоди, які країна може отримати від стимулювання розвитку спільних підприємств та проаналізувавши тенденцію їх створення за кордоном і в Україні, можна стверджувати, що актуальним завданням для національної економіки є побудова відкритого суспільства. Таким чином, сприяння діяльності спільних підприємств на території України може стати одним із поштовхів до оновлення технологій, засобів виробництва, до опанування нових методів управління, нарешті, – до стимулювання безпосереднього процесу виробництва, в результаті якого, країна зможе випускати конкурентоспроможну продукцію та полегшить собі умови виходу на міжнародний ринок товарів та послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
2. Дмитренко А. В. Роль спільних підприємств з іноземними інвестиціями у розвитку економіки України / А. В. Дмитренко // Економічний форум. – 2011. – № 3. – С. 148–157.

3. Ковальова Н. Л. Роль спільних підприємств в економіці України / Н. Л. Ковальова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://masters.donntu.edu.ua/publ2003/fem/kovalyeva.pdf>.

4. Погребняк Л. Роль міжнародних спільних підприємств в економіці України / Л. Погребняк, Н. Завальницька // Вісник Львівського національного аграрного університету. – 2012. – № 16(2). – С. 47–52 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem\\_Biol/Vldau/APK/2009/files/09plveou.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Chem_Biol/Vldau/APK/2009/files/09plveou.pdf).

5. Скриль В. В. Спільні підприємства: тенденції та проблеми розвитку / В. В. Скриль // Інноваційна економіка. – 2012. – № 36. – 5 с.

## МАКСИМ ЖИВКО

### НОВИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ ПОРЯДОК: ТЕНДЕНЦІЇ СТАНОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

В останні роки в науковій літературі стали активно використовуватися терміни, в яких дослідники намагаються зафіксувати в соціально-економічних трансформаціях, що спостерігаються на рубежі століть. В 2001 р. в Економічній доповіді Президента США прозвучало: «За останні 8 років американська економіка трансформувалася настільки радикально, що багато хто вважає – ми стали свідками створення нової економіки» [14, с. 19]. На даний момент немає одного загальноприйнятого визначення терміну «нова економіка». У широкому сенсі «нова економіка» представляє собою «світ, в якому люди працюють мізками, а не руками... ІКТ створюють глобальну конкуренцію – не тільки для кросівок і персональних комп'ютерів, але і для банківських позик та інших послуг, які не можна упакувати в ящик і відправити... інновації важливіші, ніж масові продукти... інвестиції більше вкладаються в нові концепції та ідеї... швидкі зміни відбуваються постійно» [15].

Новий економічний порядок є настільки багатогранним явищем тому, що в ньому відбиваються економічні, технологічні, організаційні, інноваційні, соціальні (гуманістичні) процеси трансформації сучасної економіки. Аналіз виділених граней необхідний для того, щоб виявити якісні трансформації, що відбуваються з людиною, її участю і різноманітними ролями в «новій економіці». Характеристика вищенаведених процесів в світлі «нової економіки» буде корисною і в контексті перспектив структурних зрушень та трансформації української економіки.

Нова економіка – це стійке зростання ВВП, низький рівень безробіття, стабільно низька динаміка інфляції, що було характерно для економік багатьох країн світу останнього десятиліття ХХ століття. Основа подібної екстраординарної зміни основних макроекономічних показників – три взаємопов'язані фактори: технологічні інновації, організаційні зміни в бізнесі і економічна політика. Дж. С. Ландефельд доповнив соціально-економічні межі «нової економіки» зростанням продуктивності праці, високим рівнем інвестицій і більш справедливим розподілом вигод і доходів.

Один з найважливіших факторів подібного розвитку «нової економіки» – знання, тому часто її ще називають і «економікою знань», так як вона функціонує, створюючи, поширюючи і використовуючи знання. ХХ століття продемонструвало, швидке освоєння нових ідей, обробку інформації та застосування нових знань.

Близько 80% робочих місць в Європі і США відносяться до різних секторів «нової економіки», що включає виробництво наукових знань, їх комерціалізацію, розробку нових технологій і програмних продуктів.

Формування нового економічного порядку – це структурні зміни. По-перше, до традиційного виробництва додається виробництво знань – величезний комплекс, що включає університети, патентну систему, фундаментальну і прикладну науку, це також дослідження і розробки. По-друге, відчутну частку в галузевій структурі займають види діяльності, що мають тісні зв'язки з наукою і високими технологіями. Це п'ять видів високотехнологічних виробництв (виробництво літальних і космічних апаратів, фармацевтика, виробництво комп'ютерної та офісної техніки, комунікаційного устаткування і наукових інструментів) і п'ять видів наукомістких послуг (фінансові послуги, бізнес-послуги, комунікаційні послуги, в тому числі розробка програмного забезпечення та НДДКР, освіту та охорону здоров'я). Такі види діяльності мають три особливості: 1) високий рівень інвестицій в інновації; 2) інтенсивне використання придбаних технологій; 3) високоосвічена робоча сила. По-третє, спостерігається відчутний зсув від первинного і вторинного секторів (сільське господарство і промисловість) до швидкого розвитку третинного сектору (сфера послуг). На даний момент в числі країн, де частка сфери послуг у ВВП є високою (близько 70%), – США, Канада, Австралія, країни Євросоюзу, Японія, Сінгапур, Південна Корея.

Якщо в розвинених країнах світу в тій чи іншій мірі поступово формується новий економічний порядок, то Україна більшою мірою залишається індустріально-аграрною державою. У рейтингу індексу економіки знань Світового банку Україна займає 56 – у позицію (2013 р.). У числі лідерів даного рейтингу – скандинавські країни, Німеччина, Австралія, Канада, США. У числі основних чинників, що обмежують розвиток української економіки, можна виділити: скорочення витрат на наукові дослідження і зменшення кількості дослідників, високий ступінь зносу основних фондів (50% і більше), негативні зміни в структурі зайнятості (середній вік працюючих у промисловому комплексі перевищує 50 років), демографічні проблеми (скорочення чисельності населення країни та її працездатної частини) та ін.

Незважаючи на гостроту і складність проблем, наша країна має потужний потенціал в особі високоосвіченого та професійного ресурсу значної частини населення. Розраховується в рамках програми розвитку людського потенціалу ООН індекс освіти в Україні виріс з 0,62 до 0,86 (1980–2013 рр.), а рівень грамотності дорослого населення (% осіб від 15 років і старше) залишається дуже високим – в 2005–2013 рр. він становив 99,6%. В результаті масових опитувань (1991–2013 рр.) було встановлено, що в пореформений період система цінностей економічно активного населення зазнала помітні зміни.

Хороший заробіток продовжує займати перше місце в шкалі значущості різних аспектів роботи для росіян (частота вибору 96% в 2012 р.). Але за розглянутий період також виросла частота включення в число важливих таких аспектів роботи, як надійність роботи (80%), цікава робота (72%), можливість чогось досягти в роботі (44%). Автор наведеного дослідження справедливо зазначає, що такі зміни пов'язані з руйнуванням адміністративних обмежень на активність та ініціативу, зниження заробітку і досягнень, звільнення праці і виникнення нових можливостей на тлі спаду і безробіття 1990-х рр., а також появи різноманітних форм адаптації населення до нових умов ринкової економіки. Саме тому на першому місці залишаються матеріальні аспекти трудового життя українців, а не ініціативна самореалізація, соціальне визнання чи соціальна відповідальність.

Якість людських ресурсів – також одна з сильних сторін і резерву зростання української економіки. Підприємництво стає привабливим видом діяльності для багатьох українців. За даними глобального рейтингу ведення бізнесу Україна займає 112 місце. Незважаючи на рівень освіченості, інноваційний потенціал української економіки залишається низьким (71 місце у глобальному індексі інновацій). В Україні немає ефективних механізмів передачі нових технологій і наукових знань від дослідницьких центрів до бізнесу, а система початкової та середньої освіти слабо орієнтована на те, щоб сформулювати в учнів знання та навички, необхідні для створення власної справи.

Необхідність формування нової моделі розвитку української економіки, орієнтованої на знання, давно обговорюється науковим співтовариством. Ідеї модернізації та необхідність створення в Україні «розумної» економіки, що виробляє унікальні знання, нові речі і технології, речі і технології, корисні людям.

Перші помітні кроки в напрямі інтелектуалізації української економіки поки пов'язані з інноваційною активністю ряду високотехнологічних виробництв, діяльністю державних корпорацій («УкрДО Радон», «УкragenrobioBepom», «Державна продовольчо-зернова корпорація України» тощо) і створенням «української Кремнієвої долини». Економіка України, що володіє високим інтелектуальним потенціалом, все ще зберігає шанси для прискореного переходу до економіки знань.

Прискорена інтелектуалізація та інформатизація світової економіки в найбільш розвиненому її стані, зростання наукоємності виробництва та кваліфікації робочої сили, комерціалізація знань і інші зміни, поступово створюють новий економічний порядок, дають підстави говорити про те, що формуються обриси нового економічного суб'єкта – інтелектуала. Його можна назвати «*homo intellectus*» або людина інтелектуальна. У новій економіці інтелект означає не просто компетентність людини в тому, що зачіпає його особисті інтереси і постійне прагнення поліпшити своє становище.

*Homo-intellectus* – це не лише висококласний фахівець, який набуває професійні знання та навички і намагається знайти їм найбільш вигідне призначення, ай сучасний суб'єкт-інтелектуал ще й долучається через освіту до культурної спадщини, моральним ідеалам і суспільним поглядам. У нього

поступово формується нова шкала цінностей, у якій все більше місце займають нематеріальні аспекти буття. Суб'єкт-інтелектуал в новій економіці стає творцем, креативно орієнтованим працівником, підприємцем або споживачем, його інтелект спрямований на швидке вирішення проблемних ситуацій, генерацію нових ідей і творче творення. У новій економіці індивід, озброєний інтелектом, знаходить можливість «всебічно застосовувати свої всебічно розвинені здібності». Через застосування знань припиняється робота, що диктується потребою, що означає перехід людства з царства необхідності в царство свободи. Homo-intellectus багатий не тільки набутими знаннями, навичками, вміннями, досвідом, позбавити яких його вже ніхто не в змозі. Змінюючи роботу, він забирає багаж знань з собою, а тому – менш залежний від роботодавця і організації. Тому справжнє його багатство – свобода. Свобода зовнішня – він більш мобільний і має більше переваг у виборі сфери докладання своїх талантів і здібностей. Свобода внутрішня – він живе і працює не тільки заради матеріального заохочення та кар'єрного зростання, а й чекає морального винагороди та задоволення від виконаної роботи і досягнутих результатів.

Процес переходу до постіндустріальної моделі розвитку має складну багаторівневу структуру, і чинить вплив на всі елементи системи суспільних і економічних відносин. Вплив якісних зрушень, що відбуваються в процесі постіндустріальної трансформації, найбільш яскраво і, що дуже важливо, відчутно для суб'єктів ринкової економіки, проявляється на рівні фірми.

У цих умовах система державного макрорегулювання набуває яскраво виражену соціальну спрямованість. Розвиток соціальної сфери господарства призводить до об'єднання сфер освіти, фундаментальної науки, охорони здоров'я та культури. Інституційне середовище постіндустріального суспільства дозволяє примножувати людський капітал, реалізувати потреби до розвитку, сформувати культуру споживання, яка стає чинником стимулювання економічної активності та інтелектуального прогресу членів суспільства. Економічні норми і правила є визначальними в сукупності інститутів ринкової економічної системи. В умовах постіндустріальної системи, що не заперечує регулюючої ролі ринку, відбувається зміщення акцентів на розвиток соціокультурних і політичних інститутів, а також інститутів інноваційного розвитку.

**НАТАЛЯ ІВАНОВА**

**Науковий керівник:**

**к. с/г н., доц. Пазізіна К. В.**

## **ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ АГРАРНОМУ РИНКУ**

Посилення світових інтеграційних процесів активізує питання вибору місця і ролі аграрного ринку України у європейському просторі. Стратегічна мета розвитку зовнішньоекономічної діяльності полягає в реалізації в світовій економіці порівняльних і конкурентних переваг України, що об'єктивно

існують у різних галузях її господарства і можуть знайти ефективне практичне втілення в діяльності вітчизняних підприємств на міжнародній арені.

Сучасний етап розвитку аграрної сфери виробництва потребує вирішення існуючих проблем, серед яких подолання наслідків кризи, обмеження монополізму в суміжних галузях АПК, формування ринкової інфраструктури, підвищення конкурентних позицій продукції аграрного сектору. Питання підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств та аграрного сектора економіки висвітлені у працях видатних вчених-економістів: С. Мельник [6], Я. Ларіна [5], С. Кваша [4], О. Михайленко [7], М. Портер [8].

Формування конкурентних переваг вітчизняного аграрного ринку сприяє вирішенню проблем щодо посилення конкурентоспроможності та забезпечення продовольчої безпеки держави [5]. Сільське господарство України є однією з найважливіших галузей економіки та забезпечує 8,2% валової доданої вартості, в цій сфері зайнято понад 3 млн. населення, використовують основні засоби вартістю понад 100 млрд. грн., функціонує майже 56,5 тисяч господарюючих суб'єктів, що використовують 21,6 млн. га сільськогосподарських угідь [1].

Україна займає доволі вагомі позиції на європейському аграрному ринку. Так, в структурі експорту аграрної продукції переважає продукція рослинного походження – 64,9%, згідно з УКТЗЕД найбільшу частку становлять 10 – зернові культури – 1031619,1 тис. дол. США (652% по відношенню до попереднього року); 12 – насіння і плоди олійних культур – 919630,3 тис. дол. США (130,6% по відношенню до попереднього року) [3].

Європейський Союз є другим за величиною торговим партнером України після країн СНД. Частка експорту аграрної продукції до країн ЄС протягом останніх п'яти років становила 24–28% від загального обсягу експорту товарів України, а частка імпорту з країн ЄС 31–37%.

Частка експорту зернових до ЄС у структурі загального експорту складає 28,5%, насіння і плодів олійних культур – 64%, жирів та олії рослинного або тваринного походження – 19,6%.

Географічно, торгівля України аграрною продукцією концентрується на кількох країнах-членах ЄС. Сім країн, а саме Іспанія, Польща, Італія, Німеччина, Нідерланди, Франція і Бельгія формують 77,9% від загального обсягу торгівлі агропродукцією між Україною та ЄС. Іспанія, Італія та Польща є найбільшими імпортерами української продукції, в той час як Німеччина, Польща і Нідерланди є найбільшими експортерами сільськогосподарської продукції.

Оскільки конкурентоспроможність підприємства – це інтегральний показник, який формується через ефективне використання виробничого, науково-технічного, трудового, інформаційного, маркетингового та фінансового потенціалів підприємства, а також здатність оперативно й адекватно реагувати на зміни в поведінці споживачів на ринку, то для її оцінювання доцільно враховувати як внутрішній потенціал підприємства, так і його ринкові можливості [2].

Для визначення інтегральної оцінки конкурентних переваг доцільно застосовувати системний, комплексний і нормативний підходи. Кожному з них притаманні як загальні, так і специфічні методичні прийоми, які дозволяють більш

точно оцінити не лише переваги, але і визначити подальші напрямки розвитку підприємств при найбільш оптимальному використанні всіх можливостей.

Таблиця 1.

### Характеристика підходів інтегральної оцінки конкурентних переваг [7]

№	Підхід інтегральної оцінки конкурентних переваг	Сутність підходів інтегральної оцінки конкурентних переваг
1.	Системний підхід	Оцінка факторів зовнішнього середовища та внутрішньої структури систем
2.	Комплексний підхід	Враховуються аспекти кожного окремого потенціалу в плані забезпечення конкурентоспроможності
3.	Нормативний підхід	Спонукає організацію до нормування і моніторингу конкретних факторів переваги конкретних потенціалів.

Конкурентоспроможну продукцію в економіці ототожнюють з експортною, а показник конкурентоспроможності визначають за питомою вагою експортної продукції в загальному обсязі. Такої думки притримувались і зарубіжні автори, серед американських фірм досліджуваних К. Сімпсоном більшість вбачають конкурентоспроможність експортованої продукції найвагомим фактором для оцінки конкурентоспроможності загалом [4].

З урахуванням існуючих проблем необхідною є реалізація заходів для посилення конкурентних позицій вітчизняної аграрної продукції на європейському ринку за такими основними напрямками:

- гармонізація вітчизняних стандартів на сільськогосподарську продукцію згідно стандартів ЄС;

- збільшення експортного потенціалу вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції;

- налагодження сучасної інфраструктури аграрного ринку;

- налагодження співпраці між виробниками сільськогосподарської продукції та дослідними установами;

- посилення кооперації господарств населення виробників сільськогосподарської продукції;

- використання позитивного досвіду країн ЄС у регулюванні ринку аграрної продукції у напрямі зміцнення конкурентоспроможності АПК.

Таким чином, Україна володіє значним експортним потенціалом в аграрній сфері. Вирішення ключових проблем галузей сільського господарства дозволить зміцнити вітчизняні конкурентні позиції на стратегічно важливому європейському ринку.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Гасуха Л. Розвиток агропромислового комплексу як основа гарантування продовольчої безпеки держави / Л. Гасуха // Економіст. – 2012. – № 9. – С. 44–46, С. 11.

2. Гончарук Т. І. Конкуренція: сучасна економічна характеристика та особливості // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 2. – С. 130–145.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.



4. Кваша, С. М. Конкурентоспроможність вітчизняної сільськогосподарської продукції на світовому аграрному ринку / С. М. Кваша, Н. Є. Голошма // *Економіка АПК*. – 2006. – № 5. – С. 100.

5. Ларіна Я. С. Формування та механізми реалізації маркетингових стратегій в агропродовольчому підкомплексі АПК: [монографія] / Я. С. Ларіна. – К.: Преса України, 2008. – 344 с.

6. Мельник С. І. Основні напрямки формування конкурентних переваг аграрних підприємств України в ринкових умовах: [монографія] / С. І. Мельник. – Луганськ: Ноулідж, 2010. – 368 с., С. 245.

7. Михайленко О. В. Теоретичні засади визначення конкурентоспроможності потенціалу підприємства // *Вісник ОНУ імені Мечникова І. І.* – 2013. – № 2/1. – С. 51.

8. Портер М. Конкурентна перевага: Як досягти високого результату і забезпечити його стійкість / М. Портер ; пер. с англ. – М.: Альбіна Бізнес Букс, 2005. – 715 с.

**МАР'ЯНА ІВАНУШКО**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Зварич Р. Є.**

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ТРАНЗИТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ УКРАЇНИ**

Проблема визначення транзитного потенціалу України в системі міжнародних транспортно-комунікаційних зв'язків об'єктивно виходить за межі власних інтересів України у зв'язку з її тяжінням до географічного центру Європи. Уже лише ця обставина може визначити пріоритети розвитку країни у напрямі більш тісної інтеграції з країнами Європейського Союзу та іншими міжнародними інституціями. Треба брати до уваги і той факт, що Україна має спільні кордони з шістьма країнами Європи та Російською Федерацією. Все це створило для неї унікальну позицію транстериторіальної зони. Через це територія України характеризується високим коефіцієнтом транзитності. За коефіцієнтом транзитності Україна посідає одне з перших місць в Європі (коефіцієнт транзитності України становить 3,75; Польщі – 2,92). При транспортуванні товарів нашу державу практично не може обійти жодна країна – чи то на півночі й півдні, чи то на заході й сході. Геоелектронічний простір України буквально наповнений різними транспортними системами, які мають транзитний характер. Країна володіє унікальними нафто- і газотрубними транспортними артеріями, газовими сховищами, значною кількістю аеродромів, досить розвиненою системою залізничного транспорту, розгалуженою мережею автомобільних доріг, морськими і річковими портами, транспортно-пропускними пунктами по всьому периметру кордону держави [1].

Крім України, із сусідніх країн надати свою територію для транспортного коридору можуть Румунія, Білорусь і Російська Федерація. Однак шанси України в цій конкуренції, якщо розглядати ситуацію виходячи з об'єктивних умов і передусім із наявної транспортної інфраструктури, є більш вагомими.

Рівень розвитку транспортної інфраструктури характеризує транзитні можливості країни, а їхня реалізація позитивно позначається на рентабельності ряду галузей економіки. Зокрема, простежується тенденція досягнення найвищої рентабельності саме в тих галузях, які пов'язані з транзитною властивістю України: в транспорті та зв'язку – 33,2%, у постачанні й збуті – 19,2, заготівлі – 20,1%. У промисловості та сільському господарстві в цей період рентабельність становила близько 10%. Все це підтверджує той факт, що для піднесення української економіки потрібно повною мірою використати транзитний потенціал. Через територію України щороку проходить до 60 млн. т. транзитних вантажів (включаючи нафту, газ і аміак). Експертна оцінка потенційних можливостей нашої країни становить 220 млн. т. транзитних вантажів. Фахівці вважають, що цього показника можна досягти за умови перегляду тарифної політики держави [2].

Український шлях транзиту близькосхідної нафти до Європи має таку схему: до Самсуна (турецький порт на південному узбережжі Чорного моря) – нафтопроводом; від Самсуна до Одеського нафтотерміналу – танкерними перевезеннями (необхідно кілька одиниць середньотоннажних танкерів); від Одеси до м. Броди (Львівська область) – нафтопроводом; від Бродів – нафтопроводом “Дружба” до Західної Європи. З інвестиційних проектів у сфері транспортних послуг в Україні, слід назвати завершення будівництва нафтотерміналу порту Південний більш як дванадцять років тому (Одеська область), перша черга якого призначена для перевалки 12 млн. т. нафти на рік і коштувало 450 млн. дол. (кредит майже на 100 млн дол. від Європейського банку реконструкції і розвитку), а також магістрального нафтопроводу Одеса-Броди довжиною 670 км. для сполучення нафтотерміналу з експортним нафтопроводом “Дружба”, вартість будівництва якого становив приблизно 25-30 млн. дол. Можливий прибуток при транспортуванні нафти за новою схемою і повному завантаженні нафтопроводів оцінюється майже в 500 млн. дол. щороку [3].

Транзитний потенціал України посилюють поромні переправи, дві з яких – “Іллічівськ-Варна” (Болгарія) і “Крим-Кавказ” – функціонують, а третя – через Дунай, між Орлівкою (Україна) та Ісакія (Румунія) – перебуває на стадії проектної розробки. Зокрема українське ТОВ “Паромний комплекс Орловка” і румунська компанія “МБС-інвест” за підтримки англійських і кіпрських інвесторів планують навести поромну переправу через Дунай між Орловкою (Ренійський р-н Одеської обл.) і Ісакча (Румунія). Більша частина вантажопотоків сходиться до портових комплексів України, зокрема портів: Одеса, Іллічівськ, Південний, які фіксують транспортні зв'язки “Північ-Південь”, що з'єднують Росію та інші країни СНД із Середземномор'ям та Світовим океаном. Згідно з Концепцією розвитку транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України на середньостроковий період та до 2020 р. передбачено активізацію процесів інтеграції ТДК України до європейської та світової транспортних систем. У 2000 р. обсяги перевезень вантажів всіма видами транспорту загального користування збільшилися на 4,3% у порівнянні з попереднім роком, за 1 півріччя 2011 р. на 7,0% до аналогічного періоду минулого року. Відповідно прогнозам очікується щорічне зростання попиту на транспортні послуги на 4–5%, обсяги перевезень

вантажів до 2015 року можуть збільшитися на 7–8%, пасажирів – на 1,9%, а у перспективі до 2020 р. вантажів – у 1,2–1,7 рази, пасажирів – у 1,2–1,3 рази. Констатовано, що на сьогодні транспортна система України не в повній мірі готова до забезпечення перевезень у таких обсягах [4].

До 2015 р в Україні повинні з'явитись привабливі умови для мультимодальних і транзитних перевезень і має значно поліпшитись інфраструктура транспортних коридорів. З урахуванням модернізованої інфраструктури, з 2016 р. по 2026 р. активізується розвиток міжнародного транспортного коридору “Європа – Кавказ – Азія”. Важливо, що в Україні сьогодні вже діє концептуальна модель розвитку транс'європейських систем. Країна почала досить ефективно регулювати перевезення вантажів у прямому міжнародному залізнично-поромному сполученні за участю портів, національних залізничних і судноплавних компаній. Підписано “Технічний додаток про основні принципи експлуатації залізнично-поромних комплексів на Чорному і Каспійському морях”. Це відкрило широкі перспективи для створення ринку нафти, що допоможе похитнути монополію російської нафти. Кооперуючись із Туреччиною, Україна може вирішити питання взаємовигідного енергетичного забезпечення, і виходу на ринки Північної Африки та Азії. У ці регіони Україна може постачати великі обсяги продовольства. Чорне море у цьому плані є надзвичайно важливим транспортним ресурсом.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *World Economic Outlook Databases (WEO). International Monetary Fund [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2011/02/weodata/index.aspx>.*

2. *IEA World Energy Outlook 2012 / Мировой энергетический обзор. Международное Энергетическое Агентство, 2012 г. // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://www.rgwto.com>.*

3. *Статистика / Державна служба статистики України, 1998–2012 // Режим доступу до даних: <http://ukrstat.gov.ua/>.*

4. *Trade structure of country groupings by product // UNCTAD Handbook of Statistics. 2012.*

**ЮЛЯ КОНИК**

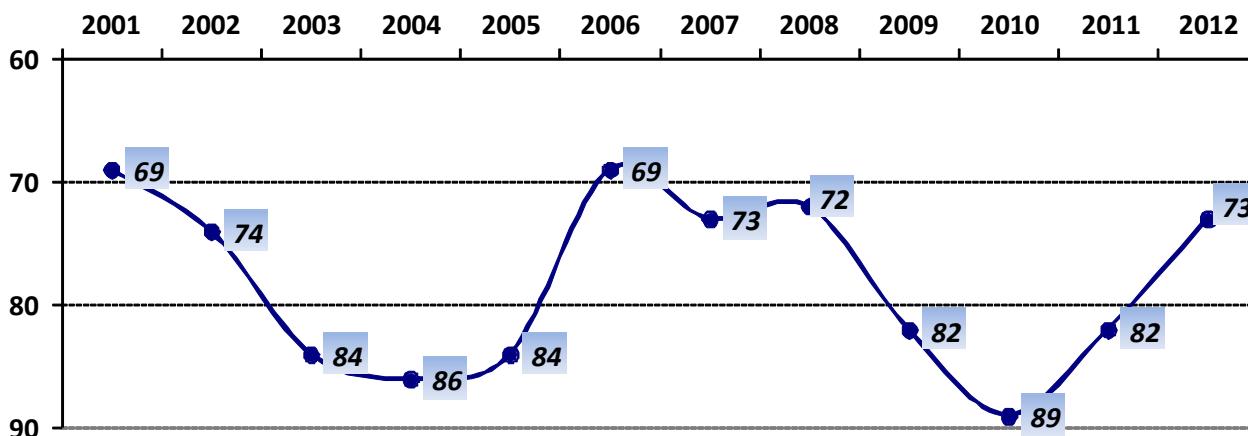
**Науковий керівник**

**д.е.н., проф. Савельєв Є. В.**

## ПОСИЛЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ

Міжнародна конкурентоспроможність банківської системи – це здатність зберігати свої ринкові позиції в умовах активного впливу на банківський сектор фінансово-економічної політики інших країн і іноземного капіталу. Вирішення проблеми забезпечення конкурентоспроможності банківської системи відріз-

няється особливою складністю у зв'язку з багатовекторністю його впливу на процеси соціально-економічного розвитку. Підтвердженням важливості підтримки належного рівня конкурентоспроможності банківської системи є перелік показників, який характеризує її як рейтинг конкурентоспроможності країн світу. Так, Україна у рейтингу Глобального індексу конкурентоспроможності за 2012–2013 рр. поліпшила свої позиції на дев'ять пунктів і зайняла 73 місце серед 144 країн світу, які досліджувалися (рис. 1).



**Рис. 1. Позиція України у рейтингу Глобального індексу конкурентоспроможності у 2001–2012 р. [3]**

Позиція України підвищується другий рік поспіль (після падіння на 17 пунктів у 2009–2010 роках) і досягла докризового рівня. Проте Україна все ще залишається у групі країн, які не досягли середнього показника конкурентоспроможності, і значно відстає від розвинутих держав.

В останні роки роль іноземного капіталу в банківському секторі України зростає. Станом на 01.01.2013 року кількість діючих банків з іноземним капіталом збільшилась до 53, з них 12 банків – зі 100% іноземним капіталом (рис. 2). Причиною входження іноземних банків на інші ринки є пошук не переповнених, менш розвинутих та менш ефективних ринків для того, щоб реалізувати свою конкурентні переваги, такі як: якісніші послуги, менші відсоткові ставки на кредит, досконаліше управління ризиками, більший розмір капіталу.



**Рис. 2. Динаміка участі іноземного капіталу в банківській системі України [2]**

Проте, не зважаючи на широке розмаїття операцій банків на інвестиційному ринку, банківський сектор національної економіки демонструє тенденцію до скорочення обсягів інвестиційного портфеля на користь кредитного. Відповідно, у табл. 1 представлено рейтинг банків (кращі 10) України за відносними показниками. Така ситуація зумовлена низкою чинників, зокрема: (1) відсутність ефективного функціонуючого фондового ринку; (2) вищою дохідністю кредитних операцій, в порівнянні з інвестиціями; (3) ширшим спектром ризиків, що виникають при здійсненні інвестиційних операцій, та складністю їх прогнозування і оцінювання; (4) відсутністю у банків грошей для здійснення довгострокових інвестицій; (5) наявністю у вітчизняних комерційних банків дочірніх структур.

Таблиця 1

**Рейтинг банків України за відносними показниками (%) станом на 01.01.2013 [1]**

Банк	Рентабельність активів (ROA)	Рентабельність капіталу (ROE)	Ліквідність (Liquidity)
ПРИВАТБАНК	0,90%	8,40%	22,90%
УКРЕКСІМБАНК	0,20%	0,90%	32,40%
ОЩАДБАНК	0,70%	3,10%	26,30%
РАЙФФАЙЗЕН БАНК АВАЛЬ	0,10%	0,50%	24,60%
ПРОМІНВЕСТБАНК	0,50%	4,30%	9,50%
UniCredit (УКРСОЦБАНК)	0,00%	0,10%	18,50%
ВТБ БАНК	2,80%	23,50%	13,50%
ДЕЛЬТА БАНК	0,30%	3,30%	18,30%
ПУМБ	1,00%	6,40%	22,00%
НАДРА	0,00%	0,00%	10,40%

На сьогоднішній день в Україні більшість банків асоціюють вирішення проблем підвищення конкурентоспроможності з практичними питаннями росту ефективності шляхом зниження витрат, збільшення диференціації ризиків, розширення спектру пропонованих послуг, підвищення прибутковості, завоювання і утримання ринку.

Розглядаючи проблему підвищення конкурентоспроможності вітчизняних банків, не можна не зупинитися на інноваціях, які так активно і масово обговорюють теоретики і практики усіх сфер діяльності країни, оскільки це вектор модернізації усієї економіки України. Впровадження інновацій – основа конкурентної стратегії банку по різних сферах впровадження (ринки, клієнтські групи, канали збуту, технології і т. д.). Вони формують портфель інвестиційних проектів, сприяють органічному розвитку банку, максимізують можливості існуючого бізнесу та організовують новий, збільшують доходи.

Слід зазначити, що в провідних зарубіжних банках за останнє десятиліття створена ефективна система управління і стратегічного планування інноваційної діяльності для підвищення гнучкості і адаптивності бізнесу [4].

Одним з інноваційних напрямів модернізаційного розвитку національної банківської системи повинно стати розширення міжнародної діяльності. Без

цього не видається можливим досягнення українськими банківськими організаціями прийняттого рівня міжнародної конкурентоспроможності. Цілком очевидно, що не усі банки в змозі на практиці активно розвивати міжнародний бізнес, оскільки їх більшість сконцентрована на вирішення насущних проблем і тактичних завдань. Особливо це характерно для регіональних банків. У зв'язку із цим доцільним буде проведення кластеризації вітчизняних комерційних банків і виділення тих груп, які здійснюватимуть інтеграцію в міжнародний фінансово-банківський простір. При цьому можливий розвиток приватно-державного партнерства, включаючи державні гарантії, захист національних інтересів і забезпечення економічної безпеки країни. На державному рівні дієвими заходами по підвищенню національної конкурентоспроможності можуть бути законодавче регулювання діяльності іноземних банків (та їх філій), антимонопольне регулювання, стимулювання добросовісної конкуренції за допомогою нагляду і підтримки фінансової стійкості банку.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бюлетень НБУ. – 2012. – № 2. – С. 54–58.
2. Основні показники діяльності банків в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>.
3. Про внутрішнє та зовнішнє становище України у 2013 році: Щорічне послання Президента України до Верховної Ради. – К.: НІСД, 2013. – 576 с.
4. Смовженко Т. С. Инновационные стратегии зарубежных банков, 2010 / Т. С. Смовженко, С. Б. Егорычева. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://finanal.ru>.

## ВАСИЛЬ МАРТИНЮК

### ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ ЄС У ПРОЦЕСІ ЗМЕНШЕННЯ ЧАСТКИ ТІНЬОВОГО СЕКТОРУ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ

Одна з особливостей сучасного світового господарства полягає в тому, що інтенсифікація процесів глобалізації, інтернаціоналізації та транснаціоналізації супроводжується постійним зростанням обсягів тіньової економіки, зокрема у сфері зайнятості.

Дослідження даного явища на прикладі розвинутих зарубіжних країн, зокрема, країн Європейського Союзу, являє особливий теоретичний та практичний інтерес, оскільки, уряди цих країн розробили відносно ефективну, у порівнянні з рештою світу, систему заходів для протидії тіньовій економіці у сфері зайнятості.

Загалом, “відмивання брудних” грошей досягло загрозливих для світової спільноти масштабів (наприклад, тільки в Таїланді його обсяг щорічно досягає

майже 28,5 млрд. дол. США або 15% ВВП країни [4]), що загрожує дестабілізацією світової фінансової системи. За оцінками експертів МВФ так званий „кримінальний валовий продукт” (доходи від торгівлі наркотиками, фінансове шахрайство, рекет, торгівля людьми, незаконний ігровий бізнес тощо) становить 2-5% сукупного обсягу світового ВВП. Таким чином, можна зробити важливий висновок про високий рівень глобалізованості і водночас про нестійкий характер світової фінансової системи, а також про неминучість виникнення внутрішньоекономічних кризових явищ (табл.1).

Таблиця 1

### Чинники тінізації економічної діяльності

Універсальні чинники тінізації	Додаткові загальні чинники тінізації транзитивних економік	Основні чинники тінізації економіки України
<ul style="list-style-type: none"> <li>• монополізація окремих секторів економіки;</li> <li>• низький рівень соціального захисту;</li> <li>• неспроможність ринкової економіки ефективно протидіяти зовнішнім впливам;</li> <li>• неповнота, недостовірність, асиметричність статистичної інформації;</li> <li>• недостатня ефективність політичної системи;</li> <li>• недостатня мотивація до легальної господарської діяльності;</li> <li>• відсутність інтерактивного діалогу між органами державної влади та підприємцями і громадянським суспільством.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• відсутність протягом тривалого історичного періоду реального власника;</li> <li>• неспроможність держави ефективно виконувати свої функції; послаблення системи покарання;</li> <li>• руйнування системи правових інститутів; зростання рівня корупції;</li> <li>• поширення неформальних стандартів поведінки;</li> <li>• часткова моральна деградація, представників окремих прошарків суспільства;</li> <li>• невідповідність кваліфікації рівню спеціалістів.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• не легітимність первісного нагромадження капіталу;</li> <li>• надання індивідуальних податкових і митних пільг при загальному високому рівні податкових ставок і митних тарифів;</li> <li>• бартеризація економіки структурні диспропорції в економіці;</li> <li>• монополізація окремих галузей економіки;</li> <li>• зниження життєвого рівня та істотна соціальна диференціація населення;</li> <li>• надання індивідуальних і податкових пільг.</li> </ul>

Результати досліджень «Transparency International» показують, що за рівнем корупції у 2013 р. Україна посіла 134 місце серед 178 країн. Вагому частку у тінізації української економіки відіграє тінізація на ринку праці.

Таке явище як тіньова (або неформальна) економіка розповсюджене і в розвинених державах. За оцінками представників «Transparency International», обсяги неформальної зайнятості у високорозвинених країнах сягають 17% ВВП, у країнах, що розвиваються, – 40%.[4] Саме тому досвід перших у зменшенні тіньового сегменту зайнятості та зарплат «у конвертах» є для України досить важливим.

Як свідчать результати соціологічного опитування, проведеного у Євросоюзі (*Євробарометр–2012*) та присвяченого оцінці обсягів та особливостей розповсюдження незадекларованої зайнятості, близько 5% опитаних зайняті у неформальному секторі, але у деяких країнах коефіцієнт участі є значно більшим (Данія – 18%, Латвія – 15%, Нідерланди – 13%, Естонія – 11%, Швеція – 10%). Проте це не означає, що в цих державах рівень тіньової

економіки вищий, ніж у інших. Так, в цілому у країнах ЄС у тіньовому секторі працівники були зайняті майже 200 годин протягом року, зокрема, у країнах Південної Європи – 350 годин, Східної та Центральної – 330, континентальної Європи – 110, у Скандинавських країнах – 60 [1]. Отже, розподіл середньорічного доходу від неформальної зайнятості є нерівномірним. На всій території Євросоюзу дохід осіб, що займаються незадекларованою діяльністю, становить у середньому €3294 (2012 р.).

За результатами Свробарометра, 5% найманих працівників у країнах ЄС отримують зарплату або її частину «у конверті». Цей показник варіюється від 1% (у Німеччині, Франції, Люксембургу, Мальті та Великобританії) до 23% (у Румунії). Значним він є у Латвії (17%), Болгарії (14%), Польщі та Литві (по 11%). У середньому «конвертна» зарплата становила €16,6 за годину. Найвища вартість години неформальної діяльності відзначалась у групі країн континентальної та Південної Європи, де за одну годину платили €15, Східної €10. Жінки, які працюють у цьому секторі, отримують не більше 60% зарплатні чоловіків [1].

Тобто економіка наших розвинених та благополучних сусідів хворіє на ті ж недуги, але вони не настільки поширені, як у нашій країні. Україні варто було б оцінити заходи боротьби із тіньовим сектором, які будуть більш ефективними та прийнятними у майбутньому.

Отже, Україні необхідно враховувати зарубіжний досвід боротьби з тіньовою економікою.

Найбільш розповсюдженою політикою зменшення неформального сектору в країнах ЄС є *політика стримування*, суть якої полягає у зміні поведінки економічних суб'єктів шляхом виявлення порушників та їх покарання.

Деякі країни збільшили перевірки (Чехія, Данія, Німеччина, Норвегія), в інших інспекції для підвищення результативності орієнтувалися переважно на «більш ризикові» галузі.

У Румунії перевірялися сфери легкої промисловості та будівництва, у Латвії та Португалії – пасажирських перевезень, у Швеції – перукарські послуги та харчування, у Словенії – автошколи. Перевірки були плановими й неплановими. Роботодавцю надавалася можливість повідомити про використання праці незареєстрованих працівників та легалізувати її. У більшості країн ЄС роботодавці зобов'язані реєструвати працівників до початку їх роботи, а також повідомляти у відповідні структури про дати звільнення.

Так, у Німеччині споживачі побутових послуг повинні вести рахунки із будівництва та технічного обслуговування. У кінці року податкові органи здійснюють перерахунок та повернення податків сумлінним споживачам, які користувалися послугами формального сектору. В Австрії із 2008 р. діє закон про клієнтську відповідальність, який передбачає, що компанії, які використовують субпідрядників, несуть двосторонню відповідальність за забезпечення соціального страхування їх працівників.

Якщо під час інспектування були виявлені незареєстровані робочі місця, застосовувалися санкції у вигляді штрафів та карної відповідальності. В



Австрії, наприклад, максимальний штраф роботодавця за відсутність реєстрації найманого працівника складає до 5 тис. євро за кожен випадок і до двох років позбавлення волі.

Розуміння низької ефективності каральних заходів спонукало уряди країн ЄС запровадити заходи *політики адаптації* – заохочення суб'єктів ринку до застосування формальних трудових відносин. Наприклад, німецький уряд запровадив категорію “міні – робочі місця” для робіт, які відзначалися найвищим рівнем неформальної зайнятості (у секторі домашніх господарств (із доходами €400), сфері побутового харчування, ремонтних послуг тощо). Ініціатива, за оцінками фахівців, сприяла зростанню додаткових доходів бюджету до €9 млрд.[2] У Словенії у межах такої політики застосовувалося спрощення нормативно-правового середовища для малих підприємств. Певні роботи (збирання та продаж овочів і фруктів тощо) з оплатою у визначених межах були звільнені від оподаткування.

Викликає інтерес і запровадження системи так званих ваучерів. Наприклад, у Бельгії їх використовували як платіжний засіб для отримання щоденних особистісних послуг. Його вартість становила €6,7, тобто відповідала рівню погодинної оплати праці робітників у сертифікованих компаніях, що надають такі послуги. Ці організації наймають безробітних для надання побутових послуг у домогосподарствах. Компанія також доплачує за кожну годину роботи безробітного, а домашнє господарство наприкінці податкового періоду може розраховувати на зменшення податків у розмірі 30% витрат на ваучери. За такою схемою бельгійський уряд створив 25 тис. робочих місць, 41% яких із тимчасовим працевлаштуванням сягнув 210 млн. євро.

Основною зброєю в арсеналі урядів країн ЄС у боротьбі з тіньовою економікою у сфері зайнятості, яке може бути використано Україною, це:

- прозоре податкове, кримінальне та цивільне право;
- високий рівень оплати праці державних службовців;
- висока якість надання державних послуг населенню;
- ефективний механізм захисту прав і свобод громадян перед посяганнями державних структур;
- дієвий ринковий механізм та високий рівень конкуренції.

Саме ці умови, а не жорсткі санкції, мають бути фундаментом для боротьби з тіньовою економікою в Україні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Близнюк В. Тіньова економіка Євросоюзу: особливості та шляхи її формалізації /Вікторія Близнюк//Вісник Пенсійного фонду України. – 2011. – № 9. – С. 14–15.
2. Варналій З. С. Тінізація економіки та шляхи її подолання [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Table /ks26112003 /012.htm>.
3. Засанська О. В. Організаційно-управлінські засади боротьби з легалізацією тіньових капіталів у країнах членів FATF / О. В. Засанська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. № 11. – С. 3–12.

4. Офіційна веб сторінка Міжнародної організації щодо протидії корупції “Transparecy International” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.transparecy.org>.

5. Офіційна веб-сторінка Міжнародного валютного фонду [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imf.org.ua>.

6. Тіньова економіка в Україні: масштаби та напрямки подолання. – К.: НІСД, 2011. – 31 с.

**ВІКТОРІЯ МАРТИНЮК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доц. Лизун М. В.**

## **СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО РИНКУ ЗЕРНА**

Важливою особливістю міжнародної торгівлі зерном є її схильність до погодно-кліматичних чинників та сезонний характер. Крім того, попит на зерно у світі залежить від зростання чисельності населення Землі, а також від підвищення якості життя, що веде до збільшення споживання м'яса і молочних продуктів і, відповідно, до зростання попиту на зерно в якості фуражу.

Аналіз динаміки, обсягів і структури світового ринку зерна, ролі основних її учасників, тенденцій розвитку, потрібний для визначення потенційної ролі України в міжнародній зерновій торгівлі. Основні показники розвитку світового зернового ринку представлені в табл. 1.

*Таблиця 1*

### **Основні показники світового ринку зерна у 2011–2013 рр., млн. т.\***

<b>Показники</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Виробництво	2258,8	2348,0	2284,0
Зовнішня торгівля	285,0	315,2	293,5
Споживання	2278,8	2327,0	2313,9
у т. ч. на продовольчі потреби	1058,1	1071,2	1082,3
на корм худобі	765,1	792,9	787,7
на інші цілі	455,6	463,0	443,9
Запаси на кінець року	505,8	522,6	497,4
Споживання продовольства на д/н (кг/р)			
у цілому по світу	153,1	153,2	152,9
у найменш розвинених країнах	159,3	159,5	159,0
Відношення запасів до споживання, %	21,7	22,6	20,6
Індекси цін (за 100% взято середні дані за період 2002–2004 рр.)	183	247	239

\*Джерело: Food Outlook. FAO. Rome

Як видно з даних таблиці 1, зовнішня торгівля зерновими продовжує активно розвиватися. Її обсяги збільшилися навіть в 2011 році, незважаючи на скорочення світового виробництва через несприятливі погодні умови і заборону на експорт зерна.

Останніми роками відношення світового експорту зерна до його виробництва стабільно перевищує 12%, що говорить про досить сильну замученість більшості країн в міжнародну торгівлю цією продукцією. Разом із тим, скорочення обсягів цієї торгівлі не відбувається, незважаючи на тривале різке зростання цін на продовольство – за період з січня по жовтень 2013 р. їх рівень склав 239% у порівнянні з періодом 2002–2004 рр.

На розвиток міжнародного ринку зерна здійснює вплив подальше зростання світового населення, передусім в країнах-імпортерах. При цьому зростає роль пшениці як відносно нової продовольчої культури в ряді країн, що розвиваються. Спостерігається зростання споживання пшениці в країнах, де традиційною культурою є рис (передусім в Китаї і країнах Південно-Східній Азії) у зв'язку із зростанням доходів і поліпшенням раціону харчування місцевого населення, а також зростаючим припливом іноземних туристів з розвинених країн, що звикли до споживання хлібо-булочних виробів.

Іншими, окрім пшениці, культурами, постачання яких на світовий ринок здійснюються в значних обсягах, є кукурудза, ячмінь, рис, а також сорго, овес, жито та ін.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Аналіз світового ринку зернових та олійних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.agropartner.info/list/ru/news/0/1754.html>*
2. *Лихман И. В. Мировой рынок зерна и пути его стабилизации / И. В. Лихман // Мир Агробизнеса. – 2012. – № 1. – с. 27–31*
3. *Отчет Международного совета по зерну // Обзор рынка зерновых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.igc.int>.*

**ІРИНА МАРТЮК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., ст. викладач, Скавронська І. В.**

## **КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ УМОВАХ**

Актуальність теми. Металургійна галузь є основною ланкою важкої промисловості та однією з важливих частин всього народного господарства країни. Чорна металургія впливає на розвиток усіх без виключення галузей народного господарства України є базою їх формування та виступає важливою експортоутворюючою галуззю, що значною мірою характеризує та визначає експортний потенціал нашої країни. Підприємства металургійної галузі є матеріальною основою економіки України, а тому важливим завданням сьогодення є забезпечення їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішніх ринках.

Аналіз стану металургійного комплексу здійснено у працях вітчизняних вчених таких як: А. К. Голубченко, С. Г. Грищенко, Д. О. Деркача, А. А. Іванова, В. Л. Мазур, В. М. Поліщук та зарубіжних вчених – таких як Д. Амелінг, П. Баклі, П. Н. Мартенс та інші. Але питання сучасного стану та тенденцій розвитку потребують подальшого дослідження з урахуванням динаміки розвитку економіки загалом та металургійного комплексу зокрема.

Метою роботи є виявлення та оцінка конкурентних переваг і позицій підприємств металургійної галузі України.

Головними завданнями є:

- проаналізувати стан вітчизняної металургійної галузі і діяльність її найпотужніших підприємств;
- визначити головні проблеми розвитку підприємств металургійної галузі;
- окреслити конкурентні переваги підприємств металургійної галузі України на міжнародному ринку порівняно із зарубіжними конкурентами;
- узагальнити заходи щодо підвищення конкурентоспроможності продукції металургійного комплексу України.

Промисловий та експортний потенціали підприємств гірничо-металургійного комплексу (ГМК) України сьогодні є базовим елементом економіки держави, яка залежить від стану ГМК, насамперед, тому, що металургія – основний донор бюджету, головний постачальник валюти в Україну.

Станом на 2013 р. металургійна галузь включає такі види виробництва, як виробництво чавуну, сталі та феросплавів, виробництво труб, інші види первинної обробки сталі, виробництво кольорових металів, виробництво готових металовиробів. Основна спеціалізація – виробництво чавуну, сталі та феросплавів (майже 75% галузевого випуску продукції), що зумовлює як економіку галузі, так і особливості її участі в міжнародному поділі праці і конкуренції. Другу і третю позиції займають відповідно виробництво труб (9,5%) і виробництво готових металовиробів (8,5%) [1, с. 30].

Сьогодні в гірничо-металургійному комплексі України «прописані» близько 800 підприємств. Чорні метали та вироби з них займають одне з найважливіших місць у структурі українського експорту, забезпечуючи переважну частину всіх валютних надходжень в Україну (до недавнього до кризового минулого – 30–40%). Основу металургійної галузі нашої країни складають 146 великих підприємств, пов'язаної галузевої приналежності: 12 – чорної металургії, 7 – трубних, 10 – метизних, 20 – кольорової металургії, 35 – вторинних металів, 26 – гірничорудних, 3 – феросплавних, 16 – коксохімічних, 17 – з виробництва вогнетривів [2, с. 55].

Найбільші металургійні підприємства України станом на 2013 рік є: «Азовсталь», «АрселорМіттал Кривий Ріг», Маріупольський металургійний комбінат ім. Ілліча (ММК ім. Ілліча), «Снакіївський металургійний завод», ПАТ «Алчевський металургійний комбінат» (Алчевський меткомбінат), ПАТ «Євраз-Дніпропетровський металургійний завод ім. Петровського», ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат ім. Дзержинського» [3].

За підсумками 2013 р., географія експорту української металопродукції розподілилися за регіонами світу таким чином:

- країни Близького Сходу (35,3%, або 9,882 млн. т., зростання поставок на 12,8%);

- країни Європи (21,3%, або 5,951 млн. т., зниження поставок на 14,7%);

- країни СНД (14,9%, або 4,176 млн. т., зростання поставок на 22,1%);

- країни Азії (12,9%, або 3,612 млн. т., зростання поставок на 6,5%);

- країни Африки (9,7%, або 2,708 млн. т., зниження поставок на 2,0%);

- країни Америки (5,8%, або 1,609 млн. т., зниження поставок на 43,8%) [4].

Сьогодні металургійний комплекс України займає 6-е місце в світі за наявними виробничими потужностями, експортує більше 80% виготовленої продукції, щорічно обсяги експорту перевищують 5 млрд. дол. США.

Основними конкурентами металургійних підприємств України в Європі є металургійні комбінати Німеччини, Франції, Італії, Нідерландів, Словаччини, а на Сході – комбінати Японії, Китаю, Індії, Південної Кореї. Проте найголовнішими конкурентами для України залишаються – Росія, Китай та Туреччина.

Однак, необхідно відзначити, що великі металургійні підприємства України мають певні конкурентні переваги порівняно з розвиненими країнами по таким найважливішим позиціям:

а) низькі питомі інвестиційні витрати на підтримку і модернізацію комплексу;

б) низькі витрати на виробництво продукції за рахунок використання дешевої робочої сили і низькі екологічні витрати;

г) наявність висококваліфікованих кадрів;

д) наявність власної сировини (як в масштабах країни, так і всередині більшості холдингових структур);

е) наявність енергетичних ресурсів;

є) цінова політика, яка спрямована на забезпечення конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках за рахунок гармонізації виробничих потужностей з потребами ринків збуту, кращого використання досягнень науково-технічного прогресу, технічного переозброєння підприємств та об'єктів гірничо-металургійного комплексу. Важливим напрямом цінової політики щодо продукції монопольних утворень є збереження державного регулювання цін шляхом доведення науково обґрунтованих питомих норм витрат сировини, енергоносіїв, матеріалів, основних фондів (як активної так і пасивної частини), трудових і накладних витрат, державний контроль за цінами природних монополістів.

Водночас підприємства металургії України мають і значні проблеми:

- відсутність інноваційних зрушень, занепад галузевої науки та недовірливість механізмів залучення потенціалу академічних інститутів для виконання прикладних розробок, що призводить до поглиблення технічної і технологічної відсталості металургійної галузі (25% сталі все ще плавиться в мартенах, на машинах безперервного лиття заготовок розливається 53% сталі, за середніх показників у світі 1,1% і 93% відповідно);

- високий ступінь зношеності основних фондів (до 70–80%). Більшість вітчизняних підприємств чорної металургії оснащені старим обладнанням, експлуатуються понад нормативні терміни [5];

- скорочення іноземного інвестування галузі;

- неефективне використання виробничих потужностей;

- недостатній рівень бюджетного фінансування галузі;

- зростаючі екологічні проблеми, особливо в регіонах, де металургійна галузь є домінуючою. Найбільш забрудненими є м. Донецьк з розташованими поряд з ним Авдіївкою, Горлівкою, Єнакієвим, Макіївкою, а також Дніпродзержинськ, Дніпропетровськ, Запоріжжя, Константиївка, Кривий Ріг, Маріуполь, в яких вміст у повітрі канцерогенних речовин у 12 раз вищий, ніж в інших містах або сільській місцевості [6].

З метою вдосконалення виробництва продукції металургійного комплексу, а відповідно збалансування категорій «ціна-якість», що сприятиме виходу на зовнішні ринки конкурентоспроможної продукції, необхідно вжити таких заходів:

1. Узгодити пріоритети державного інвестування з політикою структурної модернізації, зайнятості, стимулювання експорту, розширити організаційну інфраструктуру (правову, інформаційну та консалтингову) підтримки виробників в умовах членства України в СОТ.

2. Підвищити прозорість та ефективність системи митного обслуговування експортно-імпортних потоків, спрямованих, в першу чергу, на обмеження нелегального імпорту та експорту, вивезення капіталу та викривлення конкуренції на внутрішньому ринку;

3. Розробити програму поступового скасування обмежень у торгівлі з країнами ЄС в рамках підготовки до запровадження зони вільної торгівлі.

Цінова політика є одним із найважливіших елементів управління операційними доходами від реалізації металопродукції на експорт та на вітчизняному ринку, а також важелем економічного розвитку підприємства, у тому числі й інструментом його конкурентної боротьби на конкретних ринках металопродукції.

Підсумовуючи, можна стверджувати, великі металургійні підприємства України мають порівняно з основними зарубіжними конкурентами певні переваги, основними з яких є: низькі питомі інвестиційні витрати на підтримку і модернізацію підприємств; низькі витрати на виробництво продукції за рахунок використання дешевої робочої сили і низькі екологічні витрати; наявність висококваліфікованих кадрів; наявність власної сировини (як в масштабах країни, так і всередині більшості холдингових структур); наявність енергетичних ресурсів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Обзор черной металлургии Украины (1998–2012 гг. и прогноз до 2020 г.) [Электронный ресурс] / Исследовательская группа «ИнфоМайн». Объединение независимых экспертов в области минеральных ресурсов, металлургии и химической промышленности. – 2012. – Режим доступа к статье. – [http://megaresearch.ru/files/demo\\_file/10143.pdf](http://megaresearch.ru/files/demo_file/10143.pdf). – Загл. с экрана.*

2. Кавтиш О. П. Шляхи формування корпоративних утворень в економічних системах сучасності / О. П. Кавтиш // Актуальні проблеми економіки: Науковий журнал. – 2012. – № 1. – 98 с.

3. Інформаційне агентство УНІАН: Металургійні підприємства України станом на 2013 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.unian.ua/industry/737844-metpidpriemstva-oprilyudnili-zvitnist-za-2013-rik.html>.

4. Державна підтримка українського експорту. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ukrexport.gov.ua](http://www.ukrexport.gov.ua).

5. За даними “Металургпрому” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ugmk.info/art/balansovoe-sovewanie-v-gmk-pravitelstvo-pomozhet.html>.

6. Воробйов С. Л. Пріоритети та інструменти модернізації металургійної галузі України / Воробйов С. Л., Собкевич О. В. // Стратегічні пріоритети: науково-аналітичний щоквартальний збірник Національного інституту стратегічних досліджень. – К., 2012. – № 4 (25) С. 118–124.

## ТЕТЯНА МАТВІЙЧУК

### ПАРАДИГМА ФОРМУВАННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Інтеграційні процеси, які відбуваються на світовому та європейському ринках призвели до необхідності українським суб'єктам господарювання відповідати всім вимогам сучасного світового простору. Тобто, здійснювати підприємницьку діяльність потрібно на високому, конкурентоздатному рівні. Високу конкурентоздатність підприємству дає його потенціал. Формування потенціалу підприємства є одним із найважливіших процесів, проте в Україні цьому не виділяють достатньої уваги. У господарських суб'єктів, які працюють на українському ринку, виникає проблема побудови правильної парадигми формування потенціалу, який забезпечить процвітання та успіх в майбутньому.

Потенціал підприємства – це система інтегрованих можливостей підприємства для реалізації в майбутньому, яка складається із різноманітних факторів. Такими факторами є запаси ресурсів, виробничий потенціал, фінансові можливості, кадровий потенціал, можливості інноваційного забезпечення, науково-технічні, маркетингові, інвестиційні, інформаційні, управлінські та організаційні можливості. Всі вони рівнозначні та синтезують між собою.

Для формування потенціалу підприємства необхідно організувати ресурси та можливості так, щоб в результаті їхньої взаємодії відбувався успіх і в стратегічному, і в тактичному, і в оперативному напрямку. Для цього використовують наступні підходи: системний, нормативний, інноваційний, маркетинговий (орієнтація на споживача), інтеграційний, відтворювальний, функціональний, ситуаційний, структурний, динамічний, оптимізаційний, адміністративний, поведінковий та комплексний.

Формування потенціалу підприємства – це процес ідентифікації та створення підприємницьких можливостей, його структуризації та побудови певних організаційних форм для стабільного розвитку та ефективного відтворення [1, 71]. Цей процес є складним і багатограним, орієнтованим на взаємодію із зовнішнім і внутрішнім середовищем підприємства. До зовнішніх чинників належать ті, які опосередковано впливають на процес формування потенціалу, а саме: політичні, юридичні, економічні та соціальні умови. Цей вплив здійснюється з боку держави, інвестиційних компаній, банків та суспільних груп та організацій. До внутрішніх чинників відносять ті, які прямо впливають на формування потенціалу. Наприклад, досвід і навички працівників, пристосованість їх до інновацій, стратегія ведення підприємницької діяльності, моральні цінності та норми керівників, принципи організації та ведення бізнесу.

Формування конкурентоздатного потенціалу відбувається на основі минулих і теперішніх передумов, а результат очікується в майбутньому.

Парадигма формування потенціалу підприємства складається із таких процесів:

1. Правильне проведення планування та оптимізації можливостей підприємства, враховуючи його сильні та слабкі сторони, можливості та загрози.

2. Організація виробництва з наданням переваги більш гнучким системам, що дозволять вчасно та правильно зреагувати на зміни в навколишньому середовищі (наприклад при підвищенні конкуренції).

3. Врахування поставлених, перед підприємством, цілей під час формування потенціалу.

4. Формування виробничих потужностей повинно відбуватися так, щоб не було їх недовикористання.

5. Під час створення ресурсної бази, схилити свій вибір до ресурсів, які відповідають вимогам ринку: якість, необхідний склад та характеристика. Правильно сформована ресурсна база, в подальшому дозволить виробляти продукцію, на яку буде попит.

6. Організація ресурсів повинна відбуватися без понаднормових запасів, утримання яких призводить до збільшення витрат. Важливими є альтернативні комбінації, адже для задоволення однієї потреби може існувати кілька варіантів наборів необхідних ресурсів.

7. Раціоналізація обмежених ресурсів, спрямування їх у найвигідніше русло.

8. Трудовий потенціал повинен бути високої кваліфікації та достатньо мотивованим для ефективної продуктивності праці.

9. Прихильність до інноваційних введень, готовність працівників до нововведень.

10. Правильне використання інформації. Недостатньо мати актуальну та необхідну інформацію, потрібно вміти її використати в правильному напрямку.

11. Необхідно правильно вкладати власні інвестиції і залучати, при необхідності, зовнішні інвестиції у власне підприємство. Тобто, займатися інвестиційною діяльністю.



12. Забезпеченість науково-технічними ресурсами, які необхідні для підвищення конкурентоздатності підприємства.

13. Здійснювати організаційно-управлінський процес враховуючи зміни внутрішнього і зовнішнього середовища. Тобто підприємство повинно бути адаптивним до всіх змін, які відбудуться.

14. Проводити розширення напрямів діяльності підприємства за умов розширення організаційної структури.

15. Максимізувати роль управлінських компетенцій у загальному процесі управління.

16. Після виконання вищенаведених пунктів потрібно здійснити оцінку отриманого результату.

Отже, при використанні запропонованої парадигми формування потенціалу, підприємство в майбутньому буде мати значні конкурентні переваги та спроможність отримувати високі прибутки. Це в свою чергу дозволить відповідати всім вимогам сучасного інтеграційного простору.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арефєва О. В. Економічні засади формування потенціалу підприємства / О. В. Ареф'єва, Т. В. Харчук // *Актуальні проблеми економіки*. – 2008. – № 7. – С. 71–77.

2. Амосов О. Ю. Формування потенціалу підприємства: організаційний та управлінський аспект / О. Ю. Амосов // *Бізнес Інформ*. – 2012. – № 12. – С. 337–340.

**АЛІНА МИХАЙЛИШИН**

**Науковий керівник:**

**к.е.н, доцент Пазізіна К. В.**

## СВІТОВИЙ ДОСВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ

Політику імпортозаміщення, кінцевою метою якої є диверсифікація місцевої промисловості і підвищення конкурентоспроможності національної промисловості, в різні періоди часу у більш чи менш явній формі застосовувала переважна більшість країн світу.

Країни Західної Європи та США вперше скористалися даною стратегією ще в середині XIX ст. для підтримки власної промисловості, а поширення вона набула в середині XX ст. як одна з концептуальних ідей, на базі яких країни, що розвиваються намагалися наздогнати розвинуті країни.

В 50–60- ті роки XX ст. Латинська Америка для захисту своєї економіки від експансії з боку Північної Америки здійснила ряд заходів для зниження цін на продукцію вітчизняного виробництва, а кошти, що залишилися в регіоні, були направлені на модернізацію промисловості. В даний період такі великі

країни Латинської Америки та Азії, як Чилі, Перу, Аргентина, Індія, Пакистан, Філіппіни і Бангладеш, здійснювали стратегію внутрішньоорієнтованої індустріалізації, що опиралась на стратегію імпортозаміщення.

До кінця 1960-х років до реалізації стратегії імпортозаміщення приступили окремі країни Тропічної Африки, зокрема Нігерія, Ефіопія, Гана і Замбія, їх приклад наслідували ряд малих країн Латинської Америки та Азії [6, С. 451].

На початкових етапах реалізації політики імпортозаміщення країни Латинської Америки домоглися досить високого економічного зростання, перейшли від сільськогосподарської праці до промислового виробництва, збільшили частку промислових товарів у ВВП. Разом з тим, створення заводів вимагало значних витрат, а неконкурентоспроможна продукція не змогла окупити їх, що спричинило досить затяжну кризу. Таким чином, результати імпортозамінної політики в Латинській Америці виявилися суперечливими.

Другим регіоном, у якому запроваджувалася імпортозаміщуюча політика, була Південно-Східна Азія (Південна Корея, Тайвань і т. д.), але в цих країнах дана політика мала короткий термін дії. На початкових етапах застосовувалися бар'єри для імпорту, а у Південній Кореї і Тайваню високий рівень зовнішньоторговельної протекції зберігався до початку 80-х років. Розуміючи, що національні підприємства за економічним потенціалом не відповідають тим підприємствам, що діють на світових ринках, уряди цих країн обережно поставилися до збільшення відкритості економік. Після створення на базі політики протекціонізму стійких розвинених підприємств з ефективною економічною стратегією – «національних чемпіонів», здатних конкурувати на світових ринках, було здійснено поступовий перехід до експортної орієнтації та послаблення обмежень на імпорт. Політика імпортозаміщення у країнах Південно-Східної Азії плавно і логічно перейшла в експортну.

Реалізація політики імпортозаміщення продемонструвала суттєву розбіжність між початковими орієнтирами та фактичними результатами. Якщо одна група країн розглядала імпортозаміщення як кінцеву мету, продовження політики незалежності (яка логічно призводить тільки до самоізоляції), то друга група країн справедливо вважала імпортозаміщення засобом підвищення конкурентоспроможності економіки і посилення її експортної орієнтації. Тому в одних країнах ця політика зазнала повне фіаско, а інші країни в результаті її реалізації отримали інтенсивне багаторічне економічне зростання [3].

Узагальнюючи світовий досвід застосування стратегії імпортозаміщення, можна виокремити базові принципи, дотримання яких забезпечувало її успішну реалізацію (таблиця 1).

Серед країн ЄврАзЕС великий досвід у реалізації програм імпортозаміщення мають Білорусь і Казахстан, Росія,

У Білорусі питання імпортозаміщення і нарощування експорту вирішуються в рамках загальнодержавної промислової політики. З метою збільшення експорту та обсягів імпортозамінної продукції власного виробництва розроблені стратегії розвитку експорту наукомісткої продукції і послуг організацій НАН Білорусі і програма виробництва імпортозамінної продукції на 2011–2015 роки [1].

## Базові принципи стратегії імпортозаміщення

Принцип	Сутність	Приклади застосування
Імпортозаміщення має бути перехідним етапом у процесі реструктуризації економіки, використовуватися для пришвидшеної модернізації та розвитку нових напрямків промисловості, після чого має відбуватися послідовний перехід до експортоорієнтованої моделі розвитку	<ul style="list-style-type: none"> <li>- державна підтримка експорту продукції;</li> <li>- пошук перспективних торговельних та інвестиційних партнерів;</li> <li>- інформаційно-консультативні послуги;</li> <li>- державне кредитування та страхування експортних операцій;</li> <li>- маркетингова підтримка;</li> <li>- покращення іміджу країни для більш успішного просування товарів на зовнішні ринки.</li> </ul>	<p>Індія. Друга половина 1950-х рр. – створення високотехнологічних галузей у переробній промисловості; 1965 р. – перехід до політики активної підтримки експорту.</p> <p>Південна Корея. 1950-ті рр. – політика імпортозаміщення; поч. 1960-х рр. – перехід до експортоорієнтованої політики.</p> <p>Чилі, Чехія, Ірландія, Японія та ін. країни. Створено торговельно-інвестиційні агенції з метою маркетингової підтримки експортерів за кордоном під егідою торгово-промислових палат та надання підприємцям консультацій та послуг для отримання необхідної документації в режимі «єдиного вікна» [7].</p>
Імпортозаміщення здійснюється у декількох найважливіших галузях	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обрання галузей, які мають певний рівень технологічної готовності та достатньо розвинену інфраструктуру.</li> </ul>	<p>Південна Корея – автомобілебудування та суднобудування;</p> <p>Індія – фармацевтичний сектор та сектор ІКТ.</p>
Забезпечення зростання продуктивності праці та конкурентоспроможності	<ul style="list-style-type: none"> <li>- впровадження виробничих, організаційних та ін. видів інновацій;</li> <li>- нарощування обсягів випуску нової продукції на основі вітчизняного науково-технічного і виробничо-технологічного потенціалу та шляхом придбання ліцензій на високі технології за кордоном.</li> </ul>	<p>Японія завдяки залученню та послідовному вдосконаленню іноземних високих технологій створила ряд конкурентоспроможних високотехнологічних галузей, ставши світовим лідером з виробництва високотехнологічної продукції.</p>
Стимулювання технологічного імпорту та інноваційного менеджменту	<ul style="list-style-type: none"> <li>- активізація залучення іноземних інвестицій у вигляді нових технологій;</li> <li>- локалізація виробничих потужностей крупних іноземних ТНК.</li> </ul>	<p>Російська Федерація. У фармацевтичній галузі іноземні інвестори мають суттєві преференції при державних закупівлях їхньої продукції.</p>

Складено автором на основі [5].

Програма імпортозаміщення в Казахстані передбачає надання державної підтримки галузям – «точкам росту» імпортозаміщення: агропромислового комплексу, машинобудуванню і легкій промисловості, тобто тим галузям, що виробляють продукцію з високою доданою вартістю, володіють найбільшими мультиплікативними зв'язками, бо мають широкий потенціал розвитку міжгалузевих взаємин [2].

В Росії програми імпортозаміщення діють у багатьох галузях реального сектора економіки, насамперед там, де є очевидні конкурентні переваги

(доступна сировина, великий внутрішній ринок, багаторічні традиції і досвід). До таких галузей належать лісова, легка промисловість, фармацевтика, автомобілебудування.

Для України проблема імпортозаміщення актуалізується у зв'язку із високим рівнем дефіциту зовнішньоторговельного балансу та ймовірним сповільненням динаміки експорту в умовах світової економічної кризи. Тому Державна програма активізації розвитку економіки на 2013–2014 роки, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 29.02.2013 року № 187 одним з пріоритетних напрямків розвитку економіки визначила підтримку національного товаровиробника та реалізацію політики імпортозаміщення.

В Концепції загальнодержавної цільової економічної програми розвитку промисловості на період до 2020 року, схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 липня 2013 р. № 603-р., основним способом реалізації стратегії імпортозаміщення визначено збільшення частки вітчизняних наукових розробок і досягнення високого рівня інновацій. За допомогою даної програми передбачається стимулювати розвиток найбільш перспективних і сучасних галузей економіки з метою наступної структурної перебудови: замість сировинних галузей основою економіки стануть інноваційні технології [4].

Отже, як показує практика, процес імпортозаміщення бажаний тоді, коли імпортні товари витісняються не менш якісною продукцією вітчизняного виробництва, коли фактор ціни фундаментально не визначає споживчий вибір покупців. У цьому випадку не тільки зростає зайнятість, доходи бюджету і підприємств, але й не страждає споживач. Одночасно нарощується складова національної безпеки [8, С. 269].

## ЛІТЕРАТУРА

1. Белявская О. Стратегическое равновесие [Электронный ресурс] / О. Белявская // Экономика Беларуси. – 2012. – № 1. – С. 14–19. – Режим доступа: [belarus-economy.by/.../№%201%2F%202012](http://belarus-economy.by/.../№%201%2F%202012).

2. Голованова С.В. Открытость российской экономики: тенденции и международные сопоставления [Электронный ресурс] / С. В. Голованова // Балтийский регион. – 2011. № 2. – Режим доступа: [cyberleninka.ru/article/n/otkrytost](http://cyberleninka.ru/article/n/otkrytost).

3. Жаліло Я. А. Проблеми формування сучасних засад політики імпортозаміщення в Україні / Я. А. Жаліло, В. М. Гацько // Стратегічна панорама. – 2006. – № 1. – С. 102–111.

4. Правительство взяло курс на импортозамещение. Упор на инновации. [Электронный ресурс]. – 4 сентября 2013. – Информационно-аналитический портал Inpress.ua. – Режим доступа: [inpress.ua/.../15703-pravitelstvo-vzyalo-kurs-na-imp](http://inpress.ua/.../15703-pravitelstvo-vzyalo-kurs-na-imp).

5. Пріоритети політики імпортозаміщення у стратегії модернізації промисловості України. – К.: НІСД, 2012. – 71 с.

6. Тодаро М. П. Экономическое развитие: учебник для экономических вузов / М. П. Тодаро. – пер. с англ. – М.: Экон. Фак. МГУ, ЮНИТИ, 1997. – 667 с.

7. Черкас Н. І. Значення економічної дипломатії у стимулюванні несировинного експорту / Н. І. Черкас // *Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект.* – Сборник научных трудов. Донецк: ДонНУ. – 2010. – Часть 1. – С. 336–340.

8. Шамхалов Ф. И. Опыт импортозамещения продукции оборонной промышленности в зарубежных странах [Электронный ресурс] / Ф. И. Шамхалов // *Известия Тульского государственного университета.* – 2010. – Выпуск 1. – С. 256–269. – Режим доступа: [cyberleninka.ru/.../opyt-importozamescheniya-produk...](http://cyberleninka.ru/.../opyt-importozamescheniya-produk...)

**ІВАН ОЛЕКСІВ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ВИКОРИСТАННЯ УКРАЇНОЮ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ЧЛЕНСТВА У СОТ**

Світова організація торгівлі (СОТ) – це провідна міжнародна економічна організація, на яку припадає більше 96% обсягів світової торгівлі; її функціями є встановлення правил міжнародної системи торгівлі і вирішення спірних питань між країнами-членами. За останні роки значно розширилася сфера діяльності СОТ, яка на сьогодні далеко виходить за рамки власне торговельних стосунків. СОТ є потужною і впливовою міжнародною структурою, здатною виконувати функції міжнародного економічного регулювання. Членство у СОТ стало на сьогодні практично обов'язковою умовою для будь-якої країни, що прагне інтегруватися у світове господарство.

Вивченню питань використання країною переваг членства в СОТ приділяється велика увага у працях зарубіжних і українських вчених, серед яких Андрійчук В., Петрова Г. Є, Макогон Г. Є, Хаджинов І. В, Рут Ф., Холопов В. та ін.

Членство в СОТ певною мірою обмежує можливості реалізації національних економічних інтересів унаслідок скорочення спектра інструментів торгової політики, які раніше були виключно компетенцією національних урядів. Водночас на глобальному рівні удосконалюються існуючі та створюються нові регулятивно-захисні механізми та методи, розуміння, опанування та використання яких необхідно для ефективної реалізації національних економічних інтересів у сучасних умовах та укріплення конкурентних позицій на міжнародних ринках [1].

Ефективне використання цих гармонізованих механізмів торгової політики надає країнам важелі послаблення потенційно негативних наслідків загострення конкуренції, пов'язаних, насамперед, з вирішенням соціально-економічних проблем, усунення викривлень конкурентного середовища, що, в свою чергу, сприяє появі більш широких та різноманітних можливостей реалізації переваг участі у міжнародному поділі праці, забезпечення національних економічних інтересів.

Аналіз практики приєднання до СОТ інших країн свідчить, що потенційно членство в СОТ може надати країні ряд переваг, найважливіші з яких [2]:

- нормативно-правове закріплення полегшеного доступу до світових ринків; отримання відповідних прав для захисту національних економічних інтересів на цих ринках;
- зменшення втрат експортерів від дискримінаційних заходів, які застосовуються до України та становлять 2–3 млрд. дол. США на рік;
- можливість отримання кращих умов щодо захисту власних інтересів у антидемпінгових процесах;
- активізація внутрішніх реформ у сферах оподаткування, митного регулювання, стандартизації та сертифікації, конкурентної політики тощо, що сприятиме формуванню прозорого правового поля, розвитку конкурентного середовища, підвищенню якості товарів, впровадженню сучасних форм менеджменту;
- застосування механізмів справедливого вирішення торговельних спорів через приведення процедур їх розв'язання до норм багатосторонніх міжнародних правил і механізмів врегулювання спорів у рамках СОТ;
- вигреш вітчизняних споживачів від розширення асортименту та якості запропонованих товарів, зниження їхньої ціни;
- покращання клімату для інвестицій через впровадження більш стабільних, прозорих та передбачуваних умов, що може зумовити зростання обсягу і поліпшення структури інвестицій;
- подальша лібералізація імпорту може сприяти зниженню рівня його “тінізації”, а впровадження досконаліших норм регулювання може істотно обмежити дію механізмів уникнення від сплати мита й податків на імпорتنі товари, що зумовить зростання державного бюджету.

Статус члена СОТ відкрив нашій країні нові інституційні можливості щодо поглиблення інтеграції до світової економіки, зокрема сприяв початку нового етапу співробітництва України зі стратегічними торговельними партнерами – Євросоюзом і країнами СНД. Членство у СОТ дає змогу Україні брати участь в обговоренні проблем та регулюванні глобальної торгівлі, що має велике значення, особливо як антикризовий механізм.

Без членства в СОТ Україна не змогла б розпочати переговори щодо ЗВТ з Європейським Союзом та іншими міжнародними організаціями. Членство в СОТ, як передумова інтеграції до ЄС, виходить з того, що сьогодні лівова частка співробітництва між країнами відбувається на торговельно-економічному рівні. Крім того, для європейської сторони статус України як члена СОТ є базовим критерієм відповідності її економіки міжнародним стандартам бізнесу, торгівлі та інвестицій.

Слід зазначити, що Україна вступила до СОТ на більш жорстких умовах, ніж більшість країн, що розвиваються. Україна вступила до СОТ в умовах відсталої виробничої бази, низької конкурентоспроможності як за ціною, так і за якістю продукції, що може призвести її до прогресуючої деіндустріалізації, до

переміщення країни на якісно нижчий рівень економічного розвитку. Особливість сучасного регулювання сільського господарства у СОТ полягає у тому, що деякі члени СОТ, насамперед розвинені країни, мають право використовувати такі заходи підтримки, як експортні субсидії та спеціальні захисні заходи, у використанні яких Україні відмовлено. Крім того, ринки багатьох розвинених країн захищені високими тарифами. Наприклад, середньозважені тарифи на м'ясо та м'ясопродукти в ЄС становлять 67,3%, на молочні продукти – 56,0%, зернові – 78,3%, цукор – 129,0%. Після застосування формули зниження, яка пропонується "Доха-раундом", вони становитимуть відповідно 22,2; 19,7; 25,2 та 39,2%. Для порівняння: зв'язаний тариф на м'ясо та м'ясопродукти для України зафіксовано на рівні 12,0–15,0%, молочні продукти – 10,0%, зернові – 15,0-20,0%, цукор – 50,0% (поза тарифною квотою) [3].

Відмітимо, що з моменту вступу України до СОТ вона отримала такі переваги [4]:

- одержання режиму найбільшого сприяння в торговельному просторі всіх країн-членів СОТ, тобто одночасне покращення умов торгівлі із більш ніж 150 країнами світу, на частку яких припадає понад 95% світової торгівлі;
- зменшення тарифних і нетарифних обмежень доступу українських товарів на товарні ринки країн-членів СОТ;
- отримання можливості захисту інтересів українських виробників згідно з процедурою розгляду торговельних спорів Світової організації торгівлі;
- набуття офіційного статусу переговорного процесу зі створення зони вільної торгівлі з ЄС;
- скасування квот на експорт української продукції металургії до ЄС;
- доступ до дешевших комплектувальних, устаткування і сировини;
- забезпечення недискримінаційного транзиту товарів та послуг.

Надалі реалізація переваг членства України в СОТ відбуватиметься в рамках розширення регіональної економічної інтеграції. Для подальшого успішного використання статусу членства країни у СОТ зусилля мають бути зосереджені на реалізації наступних перспективних заходів:

- вжиття подальших заходів із сприяння експорту вітчизняної продукції на зовнішні ринки;
- розширення номенклатури товарів українського експорту за рахунок збільшення поставок високотехнологічної продукції;
- налагодження широкої інформаційної системи у сфері зовнішньої торгівлі та стимулювання малого та середнього бізнесу до експортної діяльності.

Таким чином, вступ до СОТ є вкрай суттєвим фактором формування привабливого іміджу України на міжнародній арені, що насамперед впливає на становлення ділового середовища як для національних, так й іноземних компаній, а також на її економічний розвиток. Недискримінація, передбачуваність, прозорість процедур та рівноправна торгівля – основні вимоги і в той самий час переваги СОТ, які ведуть до підвищення якості управління як приватними, так і державними підприємствами, а також значно зменшують можливості для корупційних дій на всіх рівнях.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Олефір А. О. Деякі аспекти реалізації країнами національних економічних інтересів у рамках Світової організації торгівлі // Міжнародна економіка. Зб. наук. праць Інституту світової економіки і міжнародних економічних відносин НАН України. Вип. 36 / Відп. ред. В. Є. Новицький. – К.: ІСЕМЕВ НАН України, 2002. – С. 108–115, С. 108–109.

2. Грищенко А. А. Умови реалізації національних економічних інтересів України в регулятивній системі СОТ // Актуальні проблеми економіки України. – 2009. – № 9 (99). – С. 19–26.

3. World Trade Report 2010 / World Trade Organization : Geneve, 2010. – Р. 20 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.wto.org/english/res\\_e/booksp\\_e/anrep\\_e/world\\_trade\\_report10\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/anrep_e/world_trade_report10_e.pdf).

4. Хаджинов І. В. Вступ України у СОТ: переваги та ризики [Електронний ресурс] / І. В. Хаджинов, В. І. Хаджинов // Офіційний сайт національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – Режим доступу : [www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/pips/2009\\_1/171.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/pips/2009_1/171.pdf).

**СОФІЯ ПАЗІЗІНА,  
КЛАВДІЯ ПАЗІЗІНА**

## **ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ У ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ**

Легка промисловість в усьому світі є однією із провідних галузей економіки, що більшою мірою забезпечує формування державного бюджету та виступає важливим фактором розвитку інших галузей, таких як хімічна, машинобудівна та сільське господарство. В Україні ці сфери діяльності вже багато років перебувають у стані системної кризи. Крім того, за останні роки стало зростає імпорту продукції легкої промисловості, для виробництва якої в Україні існує сировинна база.

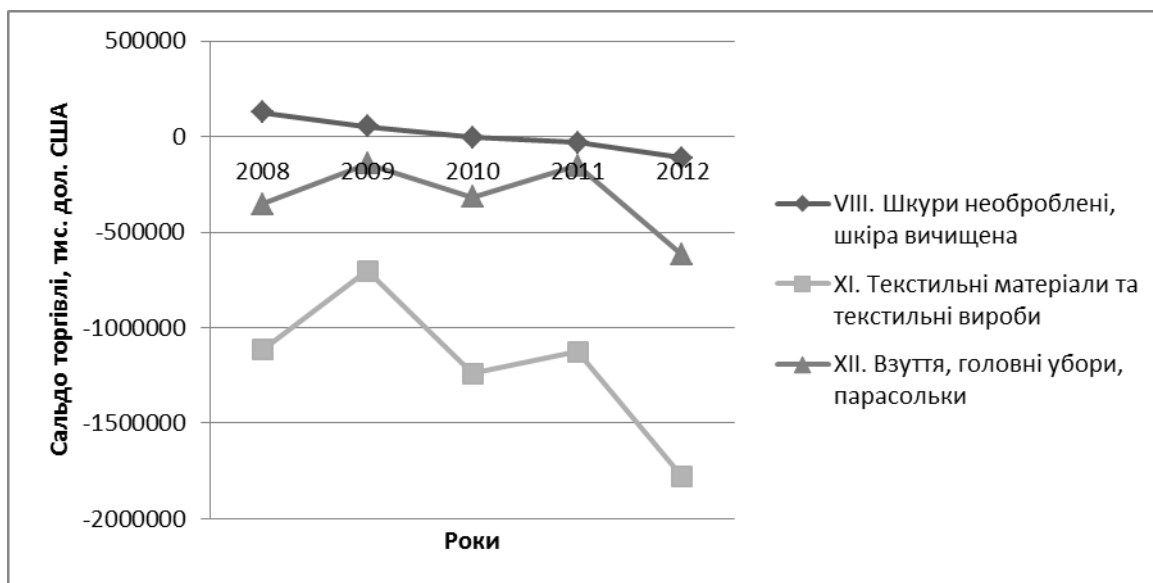
На сьогодні невирішеною проблемою залишається експансія внутрішнього ринку товарами іноземного походження. Внутрішній ринок товарів легкої промисловості України на даний час складається з 80% імпорту та лише 20% – з вітчизняних товарів. Такий дисбаланс у структурі ринку посилює конкуренцію з боку імпортерів і залежність від імпорту текстильної продукції, зокрема, з Туреччини, Китаю, Білорусі, Польщі, Німеччини.

Основними проблемами розвитку виробництва у легкій промисловості є залежність від імпорту сировини, занепад вітчизняної сировинної бази, розрив зв'язків технологічного та організаційного характеру, нестача власних фінансових ресурсів, великі обсяги тіньового сектору [1, с. 138].

Аналіз динаміки зовнішньої торгівлі України за 2008–2012 рр. свідчить про стале нарощування імпорту товарів легкої промисловості. За багатьма товарними групами імпорту значно перевищує експорт. Це стосується товарів



шкіряної, текстильної промисловості та взуття. Так, від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі у 2012 р. до попереднього року за товарною групою VIII (шкіра необроблена, шкіра вичищена) збільшилося у 3,5 рази, за товарною групою XI (текстильні матеріали та текстильні вироби) у 1,6, а за групою XII (взуття, головні убори, парасольки) – у 4 рази [2]. Від'ємне сальдо зовнішньої торгівлі у 2012 р. за товарами цих груп відповідно склало: 111589,0; 1779881,8 та 617772,1 тис. дол. США (рис. 1).



Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України

**Рис. 1. Динаміка сальдо зовнішньої торгівлі товарами легкої промисловості за 2008–2012 рр., тис. дол. США**

Наслідком цього є зростання рівня імпортозалежності країни за продукцією легкої промисловості (відношення імпорту до обсягу реалізованої продукції власного виробництва) від 54,83% у 2004 р. до 67,30 % у 2012 р. Особливо високий показник у 2012 р. відзначено за продукцією текстильної промисловості – 73,71%. Суттєве зростання імпорту продукції текстильної промисловості було спричинено переважно за рахунок імпорту синтетичних і штучних ниток, хімічних штапельних волокон, трикотажного та текстильного одягу.

На зростання обсягів імпорту текстилю вплинуло також зниження ввізного мита. Лібералізація зовнішньої торгівлі текстилем почала відбуватися до вступу України в СОТ. Так, Законом України «Про внесення змін до Митного тарифу України» № 2470-IV від 13.03.2005 р. змінено ставки ввізного мита на текстильні вироби: зниження адвалерної частини повної ставки до рівня пільгової (до 6,5–6,9%) і відміна фіксованої [3].

Слід зауважити, що зміни відбулися тільки за чотирма товарними позиціями, що мають відношення до XI розділу – «Текстиль та вироби з текстилю». Більш суттєво було змінено ставки ввізного мита на всі види взуття. Так, було введено єдину ставку – 10% на всі види взуття і комплектуючі для нього. До цього ставки ввізного мита на взуття становили: пільгова – 15–25%, адвалерна – 30%, фіксована 2–5 євро за пару взуття. Після приєднання України до 16 секторальних угод СОТ середня арифметична пільгова ставка за розділом

XI «Текстиль та вироби з текстилю» дорівнювала 5,19%, середня арифметична повна – 17,20% [4, с. 223].

**Слід зазначити, що поширення** застосування зовнішнього толінгу, який використовується в легкій промисловості, призводить до зростання імпорту сировини. Проте, при застосуванні толінгових схем виробництва існують численні порушення, пов'язані з недосконалістю законодавства в Україні щодо регулювання операцій з давальницькою сировиною. Скорочення імпорту у текстильній промисловості можливе за рахунок «відродження» використання традиційної для України сировини – вовни та льону. Надмірне проникнення на внутрішній ринок контрабандної текстильної продукції потребує удосконалення митних процедур. Це стосується способів нарахування та процедур сплати митних платежів, регламентів організації контрольних процедур; реформування систем комплексного контролю дотримання митного законодавства.

В умовах зростаючої транснаціоналізації виробництва у виробництві текстилю і готового одягу найбільшого значення набувають не форми, які пов'язані з придбанням іноземних активів, а міжнародні субконтракти і ліцензійні угоди. Україна може бути субпідрядником при виробництві текстильної продукції, застосовуючи при цьому сучасні технології розвинутих країн.

При обмежених можливостях бюджетної підтримки та дефіциту власних ресурсів більшості підприємств легкої промисловості важливим механізмом фінансування імпортозаміщення має бути банківське кредитування [5, с. 35].

Для стимулювання імпортозамінного виробництва можливе застосування системи пільгового кредитування (з компенсацією різниці банкам за рахунок держави). Застосування фіскального механізму для стимулювання імпортозамінного виробництва має передбачати запровадження: пільгового оподаткування прибутку, що реінвестується в модернізацію основних фондів; інвестиційних податкових кредитів через відтермінування сплати податку у проекти імпортозаміщення; тимчасового пільгового оподаткування виробництва інноваційної імпортозамінної продукції.

Таким чином, розвиток імпортозаміщення дасть можливість зменшити залежність від імпорту продукції легкої промисловості, для виробництва якої Україна має власну сировину.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Якимчук Т. В. Оцінка можливостей інтеграції підприємств текстильної промисловості України до світового рівня виробників текстилю / Т. В. Якимчук // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 4. – Т. 1. – С. 138–140.

2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.

3. Про внесення змін до Митного тарифу України : Закон України № 2470–IV від 13. 03. 2005 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4234-17>.

4. Жаліло Я. А. Теорія та практика формування ефективної економічної стратегії держави : Моногр. / Я. А. Жаліло. – К.: НІСД, 2009. – 336 с.

5. Дунаєв І. В. *Імпортозаміщення: державна політика і процес вибору для України на етапі подолання наслідків економічної кризи [Електронний ресурс] / І. В. Дунаєв, В. Ю. Бабаєв // Збірник наукових праць Інституту економіки промисловості НАН України. – 2012. – № 2. – Ч. 2. – С. 35–39.*

**ДІАНА ПОЛІЩУК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## **ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ РЕГІОН У МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ**

Нарощування потужностей туристично-рекреаційної інфраструктури за рахунок залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій є одним з пріоритетних напрямків соціально-економічного та культурного розвитку Тернопільської області впродовж останніх років. Збільшення частки в'їзного та внутрішнього туризму, екскурсійної діяльності повинно стати ефективним інструментом економічного зростання регіону та підвищення його авторитету на внутрішньому і міжнародному туристичних ринках.

Тернопільщина має конкурентоспроможний рекреаційний потенціал. Складовими цього потенціалу є природа, клімат, історія, і, найголовніше, лікувально-бальнеологічні можливості. Область є однією з найбагатших областей в Україні на пам'ятки історії, культури і старовини. Значними є запаси мінеральних вод типу "Нафтуса" та "Моршинська", лікувальні болота, торфи, синя глина та інше, що створює умови для розвитку туристичного бізнесу.

Маючи вигідне геополітичне розташування, область має значну мережу транспортних сполучень, розвинену туристичну індустрію. Допомогу подорожуючим надають суб'єкти туристичної діяльності У 2012/13 р. в Україні налічувалося понад 3,0 тис. санаторно-курортних закладів та закладів відпочинку, з них 460 санаторіїв (у т. ч. 171 – дитячий), 53 пансіонати з лікуванням. У Тернопільській області за вказаний період налічувалося 18 санаторно-курортних закладів та закладів відпочинку (0,6% усіх санаторно-курортних закладів в Україні), з них 10 санаторіїв (у т. ч. 5 – дитячих) 5 санаторіїв-профілакторіїв, 3 бази та інші заклади відпочинку.

На сьогодні готельний ринок області динамічно розвивається. Проходить реконструкція діючих підприємств готельного господарства згідно з вимогами європейського сервісу. Здійснюється будівництво невеликих за місткістю готелів на 10–20 номерів, здебільшого за рахунок коштів підприємців – фізичних осіб, які створюють істотну конкуренцію підприємствам готельного господарства.

Незважаючи на певні досягнення у розвитку туристичної індустрії, галузь потребує подальшого розвитку і залучення значних інвестицій у її розбудову.

Так, матеріально-технічна база туристично-рекреаційних об'єктів не відповідає сучасним вимогам і потребує значних капіталовкладень для

переоснащення та модернізації. Сьогодні питання збільшення туристичних потоків в область прямо пов'язано з проблемами організації розміщення туристів і будівництвом сучасних закладів сервісного обслуговування туристів. Вкрай недостатньо використовується потенціал розвитку туризму в малих містах та сільській місцевості. Недостатнім є рівень забезпеченості автомобільних доріг туристичною, сервісною та інформаційною структурою (відсутність рекламних щитів та єдиної системи маркування автошляхів щодо об'єктів туризму) [1].

Тому, зважаючи на неповноцінне використання туристичного потенціалу Тернопільського регіону, необхідним є здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі області, створення конкурентоспроможного на національному та міжнародному ринках туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби мешканців області та її гостей; створення та розвиток матеріально-технічної бази і сучасної інфраструктури туризму, сприятливих умов для залучення інвестицій, ефективного використання природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристичної діяльності; підвищення якості та асортименту туристичних послуг, розширення мережі туристично-екскурсійних маршрутів, здійснення системної рекламно-інформаційної діяльності, підтримку в'їзного та внутрішнього туризму, зокрема сільського, поліпшення кадрового забезпечення галузі.

Також серед пріоритетних завдань є здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туристичною галуззю, зміцнення її матеріальної бази, створення умов для реалізації інвестиційних проектів, нарощування обсягів надання туристичних послуг за рахунок розширення в'їзного та внутрішнього туризму, розвитку сільського зеленого туризму, підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг, підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини, поліпшення транспортного обслуговування, випуску якісної рекламної продукції.

Поставлені завдання можуть бути вирішені шляхом:

- впровадження сучасних методів рекламно-презентаційної діяльності;
- підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів історико-культурної спадщини;
- створення сучасної дорожньої інфраструктури на основних туристичних маршрутах;
- реалізації інвестиційних проектів;
- реконструкції та модернізації санаторно-курортних, відпочинкових і туристичних закладів;
- підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг;
- розвитку сільського туризму, створення сільських садиб, що прийматимуть туристів;

Реалізація даних заходів створить умови для стимулювання інвестиційної привабливості регіону, суттєвої модернізації туристичної та транспортної інфраструктури, ділової активності малого й середнього бізнесу, завантаження

потужностей суміжних галузей, розвитку індустрії сервісу. Насамперед відбудеться збільшення потоку туристів, зросте кількість високоякісної рекламної продукції про туристичні можливості краю, поліпшиться якість ринку екскурсійних послуг та умови відпочинку й оздоровлення населення.

За рахунок значного розширення туристичної інфраструктури ринок туристичних послуг зросте майже у 2 рази, і, відповідно, зростуть доходи бюджетів усіх рівнів, у тому числі за рахунок розвитку суміжних галузей.

Результатом виконання даних заходів буде зростання іміджу області як туристичного краю в Україні і світі та збільшення частки в'їзного туризму на Тернопільщину [3].

Розвиток туристичного потенціалу Тернопільського регіону, а також реалізація стратегічних завдань щодо удосконалення туристичної галузі дасть змогу створити якісний туристичний продукт, здатний максимально задовольнити потреби населення, забезпечити комплексний розвиток туристичної сфери, розвинути передумови для залучення іноземних інвестицій; ефективно сприяти туристичному обміну та збільшенню потоку туристів, виготовляти високоякісну рекламну продукцію про туристичні можливості краю та поліпшувати якість екскурсій, збільшити кількість екскурсантів, покращити умови відпочинку та оздоровлення населення, а також збільшити частку в'їзного туризму, що у свою чергу призведе до можливості отримання додаткових фінансових ресурсів у місцевий бюджет.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Стойко І. І. *Тенденції і проблеми розвитку туристично-рекреаційної сфери Тернопільської області. Матеріали міжнародної науково-технічної конференції «Фундаментальні та прикладні проблеми сучасних технологій» – Тернопіль: ТНТУ. – 2012. – С. 555–556.*

2. *Туризм України: економічні та організаційні механізми розвитку. Монографія. / Андрушків Б. М., Дудкін П. Д., Паляниця В. А., Малюта Л. Я., Стойко І. І./ Тернопіль: Терно-Граф. – 2013. – 976 с.*

3. *Костина К. В. Шляхи диверсифікації туристичних послуг в Україні // Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. Зб. наук. праць. Вип. 18. Том II. – О.: ОНУ ім. І. Мечникова, 2013. – С. 62–70.*

**ІРИНА ПРЕДИК**

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ МІСТА**

Одним з інструментів маркетингу міста, метою якого є підвищення іміджу, конкурентоспроможності, популяризації та впізнаваності є брендинг. Останнім часом все більше міст замислюються про власну айдентіку, яка б дозволила залучити якомога більше туристів.

Бренд міста – це сума всіх матеріальних і нематеріальних характеристик міста, емоцій, викликаних цим містом, а також репутація і спосіб його рекламування. Бренд міста розглядається як сукупність вічних цінностей, що відображають його неповторні оригінальні споживчі характеристики, які отримали суспільне визнання і користуються стабільним попитом туристів. Бренд формується на основі яскраво вираженого позитивного іміджу міста, в основі якого лежать унікальні можливості задоволення тих чи інших запитів туристів; він є вищим проявом емоційних споживчих переваг. Водночас він виступає як найважливіший фактор доходів міста та цінний актив міської економіки.

Ідея бренду є результатом креативного процесу конструювання асоціативних та психосемантичних значень у сприйнятті регіону з урахуванням поширених архетипів представників цільової аудиторії на трьох рівнях: раціональному (вигоди та переваги), емоційному (приємні переживання) та духовному (співвідношення бренду з потребами та стилем життя осіб).

Бренд допомагає вирішити такі завдання: ідентифікувати місто при згадці; відрізнити від конкурентів; створити у свідомості споживачів привабливий образ, що викликає довіру; зосередити позитивні емоції, пов'язані з містом; сформувати групу постійних споживачів (туристи, інвестори), які асоціюють з брендом свій спосіб життя (прихильники бренду).

На думку С. Анхольта, який започаткував дослідження Індексу привабливості брендів міст (Anholt City Brands Index – CBI), міста завжди були брендами в прямому значенні цього слова. Париж – це романтика, Мілан – стиль, Вашингтон – сила, Токіо – сучасність, Ріо-де-Жанейро – розваги та ін. Бренди цих міст міцно пов'язані з історією, традиціями, міжнародним значенням мегаполісів та є важливим фактором у конкуренції за споживачів, туристів, інвестиції, авторитет та вплив.

Вчені виділяють такі типи брендів міст: історико-культурний (Барселона); туристичний (Прага); духовний (Почаїв); освітній (Харків); промисловий (Донецьк); розважальний (Лас-Вегас); унікального іміджу (Нью-Йорк); бренд-герой (Волгоград); бренд-катастрофа (Чорнобиль).

Основою для формування бренду міста є його територіальна індивідуальність:

- офіційні характеристики території: місце на карті, приналежність до країни, назва, герб, прапор тощо;

- сукупність особливостей і ресурсів міста: природні, демографічні, історичні, соціальні та культурні особливості й ресурси;

- технології та підходи до роботи, довіра партнерів та ін.

Кожне місто розробляє бренд-стратегію, яка багато в чому залежить від його географічних, природних, економічних та культурних особливостей. Формування бренду міста проводиться за таким алгоритмом:

- формування ідеї бренду, аналіз потенціалу міста за такими факторами, як географічне положення, природа, клімат, наявність пам'яток культури, сприятливі умови для відпочинку і туризму, розвиток інфраструктури та гостинність місцевого населення;

- розробка логотипа та фірмового стилю, слогану, бренд-бука;
- аналіз цільової аудиторії, позиціонування бренда, розробка стратегії просування бренду на національному та міжнародному ринках.

Важливим інструментом бренду є позиціонування міста, що передбачає декларування містом своєї місії, призначення на регіональному, національному та міжнародному рівнях у певних цільових аудиторій. Позиціонування туристичного бренду міста вимагає вироблення атрибутів позиціонування туристичного бренду (логотипу, гасел, візуальних та звукових образів); розробки єдиної програми просування туристичного бренду як за кордоном, так і всередині країни; створення фонду фінансування цієї програми; створення іміджу привабливого туристичного напрямку та програм залучення іноземних туристів; створення програми привабливого іміджу міста; проведення активної рекламної кампанії з просування в Інтернеті; проведення PR-кампанії з метою ознайомлення іноземців з багатою культурною спадщиною краю тощо.

Комунікаційна кампанія по просуванню бренду міста повинна бути спрямована на:

1. Зростання рівня обізнаності потенційних споживачів про міський туристичний продукт в результаті проведення реклами в мережі Інтернет.

2. Привернення уваги до міста шляхом популяризації унікальних пам'яток архітектури, релігійних святинь, природних та туристично-рекреаційних ресурсів, фолкфестивалів та інших подій.

3. Формування позитивного ставлення до міста за допомогою його відомих жителів.

4. Формування готовності у потенційних споживачів відкрити для себе місто як центр туризму шляхом надання корисної інформації про пам'ятні місця, туристичну інфраструктуру тощо.

5. Формування позитивного враження про місто у реальних відвідувачів завдяки хорошому сервісу, гостинності та ін.

Отже, бренд міста сприяє формуванню позитивного туристичного іміджу, популяризації його культурної спадщини та туристичного потенціалу та інвестиційної привабливості.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Арженовский И. В. *Маркетинг регионов* / И. В. Арженовский: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marketing.spb.ru>.

2. Басюк Д. *Формування туристичного бренду як фактор регіональної політики*: [Електронний ресурс]. – Режим доступу [http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Vnadu\\_2010\\_1\\_20.pdf](http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vnadu_2010_1_20.pdf).

3. Гудзь М. В. *Методологічні основи маркетингового управління сучасним містом* / М. В. Гудзь, П. В. Гудзь // *Економіка та право*. – 2010. – № 3. – С. 122–125.

4. Мамонтова Е. В. *Символічний капітал міста як основа територіального брендингу (досвід Одеси)* / Е. Мамонтова // *Теоретичні та прикладні питання державотворення* : зб. наук. пр. ОРІДУ НАДУ. – 2007. – Вип 2.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.library.oridu.odessa.ua/Library.exe](http://www.library.oridu.odessa.ua/Library.exe).

5. Anholt S. *Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions (Hardcover)* / Anholt Simon. – Basingstoke [England]; New York: Palgrave Macmillan, 2007. – 134 p.

**СВІТЛАНА САРНЯК**

## **КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ КОНДИТЕРСЬКОЇ КОРПОРАЦІЇ ROSHEN**

Сучасний ринок, перенасичення та перевиробництва продуктів харчування, а особливо кондитерських виробів, формує певні особливості діяльності підприємства та його розвитку на такому ринку. Ринок кондитерських виробів та його кон'юнктура змінюється при зміні уподобань та можливостей споживача, що в теперішньому економічному стані вітчизняної економіки є визначальним фактором успіху підприємств кондитерської галузі. Тож, такі підприємства при визначенні конкурентоспроможності своєї діяльності мають опиратися не лише на внутрішні, а за деяких обставин, найвагоміші – зовнішні детермінанти, що є природою виникнення структури та інтенсивності конкуренції ринку кондитерських виробів.

Конкурентне середовище виробничого підприємства складається з багатьох факторів, але найбільш вагомими вважаємо фактори формування інтенсивності конкуренції в галузі, а саме: 1. Вплив конкурентів, що формується за рахунок таких показників як: кількість, бар'єри виходу з ринку в разі невдачі, рівність сил учасників, розмір більшості учасників, однорідність потреб споживачів. 2. Вплив споживача, який можна розглядати як сукупність кількості споживачів, обсягу їх фінансового потенціалу та можливого обсягу формування попиту на продукт, організованість (консолідація) споживачів, обсяг закупок, складність переходу до конкурентів, чутливість споживача до змін зовнішнього середовища, рівень потреби в продукті. 3. Вплив постачальників визначається типом ринку та формує силу позиціонування постачальника за такими факторами як: кількість постачальників, фінансовий та управлінський потенціал постачальників, ступінь консолідації, стратегічна важливість продукції, що виробляється, обсяг можливих втрат при зміні постачальника.

Так, варто зауважити, що основними детермінантами впливу на українського споживача при реалізації кондитерської продукції підприємствами кондитерської галузі є:

- недешева сировина для виробництва кондитерської продукції є передумовою для проведення цінової політики на вироблену продукцію вище середнього, що автоматично відштовхує сегмент споживачів с низьким рівнем доходу та, відповідно, високим ризиком формування неплатоспроможного попиту;
- підвищення ролі дизайну, упаковки та значимості таких чинників, як нешкідливість, корисність, екологічність кондитерських виробів, що вимагає від виробника підвищення вимог до якості продукту, а, відповідно, і підвищення його собівартості;



- розширений асортимент продукції реалізований лише у великих містах нашої країни, тому великий відсоток потенційних споживачів просто не може оцінити якість та продукцію в цілому.

Український кондитерський ринок є досить консолідованим. У 2010 р. на частку 10 найбільших учасників приходилось 60% усього ринку. Найбільшими вітчизняними компаніями на кондитерському ринку є наступні: ЗАТ “Кондитерська корпорація “РОШЕН”, ЗАТ “ВО “КОНТИ”, ЗАТ “АВК”, Корпорація “Бісквіт-Шоколад”. Лише компанії “РОШЕН” і “КОНТИ” мають явні ознаки транснаціональних компаній, адже частка їх виробничих потужностей розташована закордоном, а управління виробничими потужностями здійснюється з головних офісів, котрі розташовані в Україні. Виробничі потужності “КОНТИ” – це 5 фабрик (3 в Україні і 2 в Росії), на яких працюють 58 сучасних високотехнологічних ліній по випуску кондитерської продукції. Виробниче обладнання для компанії розробляють і поставляють провідні європейські компанії за спеціальним замовленням. Головні партнери “КОНТИ” в цій галузі – це такі відомі виробники, як Bühler AG (Швейцарія), Sollich KG, Winkler und Dünnebier Süßwarenmaschinen GmbH, Loesch Verpackungstechnik GmbH, Gerhard Schubert GmbH, Theegarten-Pactec GmbH & Co. KG, Hebenstreit GmbH, Hänsel Processing GmbH (Німеччина), Bosch Packaging Technology BV (Нідерланди), FHW Franz Haas Waffelmaschinen GmbH (Австрія), Aucouturier (Франція) і т. д. В свою чергу, кондитерська компанія “АВК” реструктуризувала виробничі потужності для підвищення фінансової ефективності бізнесу. Сучасні виробничі лінії на Луганській кондитерській фабриці будуть переміщені в Дніпропетровськ і Донецьк до кінця травня 2014 року. Укрупнення фабрик призведе до зниження постійних виробничих, логістичних та адміністративних витрат – більше 1% у собівартості продукції, близько 8% в логістичних витратах. Загальний позитивний ефект реструктуризації виробництва перевищить 5 млн. дол. на рік.

Кондитерська Корпорація ROSHEN у рейтингу Candy Industry Top 100 входить у першу двадцятку. З 2002 року до складу ROSHEN увійшла Липецька кондитерська фабрика “Ліконф” (Росія), в 2006 році Кондитерська Корпорація ROSHEN придбала в Литві фабрику по виробництву карамельної продукції АВ Klaipėdos Konditerija. На початку 2007 року була проведена модернізація на суму 750 тис. євро. З 2007 до 2010 обсяг виробництва Клайпедської фабрики виріс з 80 до 300 тон на місяць. Під знаком якості ROSHEN виробляє понад 320 видів високоякісних кондитерських виробів (шоколадні і желейні цукерки, карамель, шоколад, печиво, вафлі, бісквітні рулети і торти). Загальний обсяг виробництва продукції сягає 450 тисяч тон на рік. Головний офіс Корпорації розташований у м. Київ, до складу Корпорації входять українські фабрики (Київська, дві виробничі площадки у Вінниці, та Кременчуцька); дві виробничі площадки Липецької кондитерської фабрики (Росія), Клайпедська кондитерська фабрика (Литва), Vonbonetti Choco Kft (Будапешт, Угорщина), а також масломолочний комбінат “Бершадьмолоко”, який забезпечує фабрики корпорації натуральною високоякісною молочною сировиною.

Представлені на ринку кондитерські вироби виготовлені за найсучаснішими технологіями. Експлуатація сучасного високовиробничого обладнання, чітке дотримання технології виробництва, використання виключно високоякісної сировини та матеріалів, що застосовуються при виробництві кондитерських виробів є запорукою головних переваг продукції ROSHEN. Продукція представлена в Україні, Росії, Казахстані, Білорусі, країнах Кавказу, Середньої Азії, США, Молдові, Ізраїлі, Литві та інших країнах. Аналізуючи конкурентні позиції компанії варто звернути увагу на їх неоднозначність. Так, кондитерська корпорація ROSHEN заявила про припинення з лютого 2014 року виробничої діяльності ПАО “Маріупольська кондитерська фабрика”, що стало наслідком політично вмотивованого ускладнення торговельних відносин України з Росією, адже починаючи з липня 2013 року тиск на експортерів української продукції набув системного характеру. Крім цього ROSHEN чекає в 2014 р. скорочення виробництва продукції на 10 тис. тон на місяць через зупинку Липецької кондитерської фабрики (Росія) і арешт рахунків компанії. Водночас головним чинником, що негативно позначився на кондитерській галузі загалом, стало втручання у господарську діяльність підприємств по всій Україні податкових органів, які виявилися далекими від питань збереження робочих місць, захисту національного товаровиробника та створення сприятливого середовища для розвитку підприємництва. Таким чином, проти одного з найбільших платників податків, найвідомішого за кордоном українського торгового бренду було розв’язано боротьбу як на зовнішньому ринку, так і всередині держави.

Разом із цим в рамках асоційованого членства з ЄС українські товари будуть більш конкурентоспроможними на світових ринках. Підписання економічної частини ЗВТ надасть шанс вільній торгівлі не тільки з ЄС, а й з усім світом. І українська продукція після перехідного періоду буде вже конкурентоспроможна не тільки в країнах Євросоюзу, але в усьому світі: на Американському континенті. Це дуже великий бонус, який може отримати не тільки сама країна, але і виробники, які підвищать якість своєї продукції, конкурентоспроможність, сервіси, і найголовніше, європейські стандарти, які завжди продаються за вигідною ціною. В цьому контексті ROSHEN має всі перспективи завоювання європейського кондитерського ринку та поступового повернення російської частки. Проте, це буде можливим лише за умов незмінної політики підвищення якості продукції і жорсткої конкурентної боротьби за українського споживача.

## **АНАСТАСІЯ СКОРОПАД**

### **СИСТЕМА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА**

Сучасна система управління персоналом базується на тому, що люди є найважливішим економічним ресурсом підприємства, джерелом його прибутків, конкурентоспроможності та процвітання. Мотивація є однією з провідних функцій управління, оскільки досягнення основної мети залежить від злагодженості роботи людей.

Система мотивації на рівні підприємства має базуватися на певних вимогах, а саме:

- надання однакових можливостей щодо зайнятості та посадового просування за критерієм результативності праці;
- узгодження рівня оплати праці з її результатами та визнання особистого внеску в загальний успіх;
- створення належних умов для захисту здоров'я, безпеки праці та добробуту всіх працівників;
- підтримка в колективі атмосфери довіри, зацікавленості в реалізації загальної мети, можливості двосторонньої комунікації між керівниками та робітниками.

Мотивацію доцільно поділяти на матеріальну і нематеріальну. Матеріальна мотивація – це найбільш очевидний спосіб винагороди працівників. Вона являє собою систему матеріальних стимулів праці, ціллю якої є забезпечення співвідношення заробітної плати працівників з кількістю і якістю праці. Особливо актуальною є проблема матеріальної мотивації для України, що зумовлено такими низьким рівнем доходів, деформаціями в їхній структурі та диференціації; необхідністю становлення нових за змістом форм і методів матеріального стимулювання зайнятих.

Провідна роль у матеріальній мотивації трудової діяльності належить заробітній платі як основній формі доходу найманих працівників. По-перше, вищий рівень заробітної плати сприяє зниженню плинності кадрів, а отже, забезпечує формування стабільного трудового колективу. У разі зниження плинності персоналу роботодавець має можливість скоротити витрати на його найм і навчання, спрямувавши вивільнені кошти на розвиток виробництва, що, у свою чергу, забезпечить підвищення конкурентоспроможності продукції. По-друге, проведення політики високої заробітної плати дає змогу відібрати на ринку праці найбільш підготовлених, досвідчених, ініціативних, орієнтованих на успіх працівників, продуктивність праці яких потенційно вища середнього рівня.

Слід зазначити, що сьогодні заслуговують уваги сучасні системи мотивації персоналу, що застосовуються в західних фірмах, зокрема матеріальні винагороди: ставка заробітної плати, додаткові виплати, участь в акціонерному капіталі, медичне обслуговування, страхування, відпочинок за містом.

Одним із сучасних нетрадиційних підходів до побудови системи матеріального стимулювання є застосування моделей компенсаційної системи оплати праці, розрахованої на тривалу кар'єру працівника. Це пов'язане з намаганням роботодавця урухомити економічні важелі посилення контролю за діяльністю працівників; знизити витрати на здійснення контрольних функцій; сприяти формуванню стабільного трудового колективу; зменшити витрати на навчання нових працівників через зниження плинності кадрів; підвищити мотиваційний потенціал оплати праці працівників, що становлять кадрове «ядро» організації.

Не менш важливе значення відіграє нематеріальна мотивація. Вона спрямована на підвищення лояльності співробітників до компанії одночасно із

зниженням витрат на компенсацію співробітникам їх трудових витрат: можливість розвитку і навчання, планування кар'єри, визнання заслуг, оздоровлення, пільгове харчування тощо. Основний ефект від нематеріальної мотивації – це підвищення рівня лояльності та зацікавленості співробітників в підприємстві.

Варто запропонувати наступні методи нематеріальної мотивації персоналу:

- залучення працівників до різних програм навчання і підвищення кваліфікації;
- створення прозорої системи оцінки і оплати їх праці;
- делегування працівникам управлінських повноважень;
- підвищення персональної відповідальності кожного працівника з наданням права вибору методів вирішення поставлених задач;
- публічне визнання успіхів працівників в роботі, підтвердження їх цінності для підприємства різними доступними для керівництва способами;
- увага безпосереднього керівництва до думки працівників.

Цікавим способом удосконалення мотивації праці є мотивація вільним часом або модульна система компенсації вільним часом. Її особливість полягає в тому, що розходження в навантаженні працівників, які обумовлені роботою в різний час доби і дні тижня, компенсуються безпосередньо наданням вільного часу, а не грошовими надбавками, як це прийнято в традиційній системі.

Впродовж останніх років спостерігається тенденція застосування зарубіжного досвіду мотивування працівників, яка передбачає дотримання таких принципів:

1. Свобода діяльності менеджерів.
2. Створення сприятливих перспектив.
3. Використання тарифної системи оплати праці.
4. Погодинна форма оплати праці.

У кожній країні запроваджують різні методи мотивації персоналу. Основними складовими мотивації праці в Японії є: система довічного найму, неформальні міжособистісні стосунки співробітників, колективізм у роботі, корпоративна філософія, трудова мораль. Усі складові елементи діють у комплексі, що посилює загальну трудову активність людини.

Американська модель мотивації праці спрямована на всебічне заохочення підприємницької активності, збагачення найбільш активної частини населення. Вона базується на соціально-культурних особливостях нації – масовій орієнтації на досягнення особистого успіху кожного, а також високому рівні економічного добробуту. В основі системи мотивації праці в США лежать різні модифікації погодинної системи оплати праці з нормованими завданнями, доповнені різноманітними формами преміювання.

Таким чином, система мотивації характеризує сукупність взаємозв'язаних заходів, які стимулюють окремого працівника або трудовий колектив у цілому щодо досягнення індивідуальних і спільних цілей діяльності підприємства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Грифін Р., Яцура В. *Основи менеджменту: Підручник / Наук. ред. В. Яцура, Д. Олесевич.* – Львів: БаК, 2001. – 624 с.

2. Кредісов А. І., Панченко Є. Г., Кредісов В. А. *Менеджмент для керівників*. – К.: Т-во «Знання», КОО, 2007. – 556 с.

3. Хміль Ф. І. *Основи менеджменту: підручник*. / Ф. І. Хміль. – К.: Академвидав, 2003. – 608 с.

4. *Как работают японские предприятия: Сокр. пер. с англ.; Под ред. Я. Мондена, Р. Сивакавы*. – М.: Экономика, 2009.

5. Богиня Д. П., Семикіна М. В. *Трудовий менталітет у системі мотивації праці*. – Кіровоград: Поліграф-Терція, 2010.

**ВІТАЛІЙ СТУПІНСЬКИЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Лизун М. В.**

## **КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ УКРАЇНИ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

На сучасному етапі розвитку склалося важке економічне становище для всього народного господарства України і особливо для – харчової промисловості, так як ця галузь дуже залежить від інших галузей – машинобудівної, хімічної, нафтопереробної, і особливо платоспроможності населення. Але й у такій скрутній обстановці харчова промисловість функціонує – шукаючи шляхи подолання проблем – інвесторів, із-за кордону і у власній державі, запроваджуючи нові технології і устаткування тощо.

Однією з умов ефективної діяльності підприємств харчової промисловості в процесі перетворень відносин власності повинна бути свобода вибору різних форм господарювання. Формування різних ринкових форм господарювання у харчовій промисловості пов'язане в першу чергу з певними особливостями та специфікою цієї галузі порівняно з іншими, тому що задоволення потреб населення продуктами харчування – досить складна, багатопланова і незмінна проблема, яка стоїть перед суспільством на всіх ступенях його розвитку. Причому, якщо сьогодні проблема забезпечення продуктами харчування населення, в силу їх недостатнього виробництва, вирішується в напрямі кількісного збільшення продуктів, то в майбутньому вона буде видозмінюватися в напрямі максимізації особистого споживання. Це знаходить свій вияв у розробці раціональних норм харчування для різних груп населення. При цьому характерною рисою тут є не тільки забезпечення різноманітності продуктів при споживанні, але й стабільність споживання деяких з них протягом всього року (фрукти, овочі тощо).

Аналіз інвестиційної політики свідчить: для залучення в Україну інвестицій необхідні чіткі й прозорі дії в оподаткуванні, у системі мита, в ліцензуванні окремих видів діяльності.

Як свідчить аналіз діяльності підприємств харчової промисловості, уповільнення та невпорядкованість інвестиційного та інноваційного процесів – головна причина сучасних кризових явищ у розвитку галузі, стримування ак-

тивного реформування й забезпечення сталого її функціонування в перехідний період до розвиненої соціально орієнтованої ринкової системи господарювання.

Один з головних стратегічних напрямків виходу харчової промисловості з кризового стану, стабілізації та прискорення її розвитку – знаходження джерел залучення інвестицій з урахуванням галузевих особливостей, прийняття ефективних управлінських рішень щодо розробки й реалізації інвестиційних проектів, бо від масштабів та спрямування інвестицій залежить ефективність діяльності харчових підприємств.

Щодо торгівлі з Європейським Союзом варто зазначити що у будь-якій країні світового співтовариства при вивезенні товарів закордон, ці товари повинні відповідати технічним регламентам, процедурам оцінки відповідності та сертифікації світовими стандартам, що сприяє загальній інтеграції і розвитку світової торгівлі. У Європейському Союзі існує практика укладання договорів між третіми країнами про взаємне визнання протоколів випробувань, відповідності продукції правилам безпеки. У разі, якщо третя країна має однаковий рівень технічного розвитку і еквівалентний підхід щодо оцінки відповідності, ЄС укладає з такими країнами договір про взаємне визнання протоколів випробувань, відповідності продукції правилам безпеки. Такі угоди по взаємному визнанню протоколів випробування, знаків відповідності, сертифікатів та декларацій відповідності, сприяють розвитку міжнародної торгівлі за рахунок зниження витрат на сертифікацію. На жаль, на сьогоднішній день, з різних причин, такі угоди між Європейським Союзом та Україною не підписано, але робота в цьому напрямку ведеться. Купівля продуктів харчування вироблених в країнах ЄС означає купівлю високо стандартизованого продукту. Агросектор ЄС має високу репутацію завдяки десятиліттям наполегливої праці, інвестиціям та прискіпливій увазі до досконалості. Всі ферми ЄС зобов'язані дотримуватися одних з найсуворіших вимог ведення сільського господарства у світі: це перш за все вимоги до охорони навколишнього середовища, вимоги до використання пестицидів та ветеринарних препаратів, і звичайно вимоги до якості сільськогосподарської продукції. Якість є важливою складовою стратегії ЄС на глобальному ринку агропромислової продукції. Основна мета цієї стратегії полягає у інформуванні покупців та споживачів про характеристики продукту. Це прагнення до якості забезпечується законодавством ЄС протягом усіх етапів виробництва, діє постанова “Про екологічне землеробство і відповідне маркування сільськогосподарської продукції і продуктів харчування” яка є загальнообов'язковою для членів ЄС. Сертифікація агропромислової продукції в Європейському Союзі, є обов'язковою процедурою підтвердження відповідності вимогам Директив ЄС і гармонізованим стандартам. Сертифікація продукції в країнах ЄС (європейська сертифікація) – незалежна процедура підтвердження відповідності продукції існуючим гармонізованим стандартам Європейського Союзу. Сертифікація СЕ дає можливість вільної реалізації продукції на всій території Європейського Співтовариства. Процедура сертифікації є обов'язковою для експортерів в країни Європейського Союзу. Якщо продукція не отримала маркування цим знаком вона не допускається на ринок Європейського Союзу. Влада країн ЄС ретельно контролює на своєму ринку обігу продукції, яка підпадає

під процедуру сертифікації. Забезпечуючи таким чином захист споживачів від несумлінних виробників. Безпека продукції для людини і навколишнього середовища в країнах Європейського Союзу прирівняна за значимістю до національної безпеки кожної з країн ЄС. У ЄС визначені певні основні пріоритети щодо якості та безпеки продуктів харчування:

- контроль за якістю та безпекою продовольчої сировини і супутніх матеріалів, харчових продуктів, особливо дитячих;

- контроль за безпекою імпортової продукції, особливо виготовленої на основі генетично модифікованих організмів (обов'язкове маркування такої продукції); – подальше удосконалення нормативно-правової бази, зокрема розроблення національних медично-біологічних вимог і санітарних норм якості продовольчої сировини та харчових продуктів;

- надання громадянам юридичної підтримки у відшкодуванні їм матеріальних і моральних збитків у разі заподіяння шкоди від вживання небезпечних продуктів харчування;

- організація санітарної просвіти населення щодо профілактики харчових отруєнь та профілактики негативного впливу дії чинників довкілля.

Функцію контролю за дотриманням стандартів харчової продукції в ЄС здійснюють такі установи: міністерство соціальних справ, міністерство сільського господарства, міністерство економіки та комунікації. Ці структури керуються великою кількістю правових актів, загальними нормами та специфічними вимогами. Усі ці правові акти базуються на трьох головних принципах:

- Надати вибір споживачу;
- інформування і захисту громадян;
- збільшення вільного руху продуктів харчування.

Також характерним для Європейських виробників сільськогосподарської продукції є дотримання не тільки обов'язкових норм але й додаткових. Наприклад таких як GAP. Хороша сільськогосподарська практика (GAP) – термін, введений вперше в ФАО, означає набір принципів, що використовуються в сільськогосподарському виробництві, які мають на меті дотримання норм, правил і стандартів, які забезпечують здоров'я споживачів, належну якість, безпеку продуктів, належне ведення сільськогосподарського виробництва, захист навколишнього середовища. Норми GAP не обов'язкові для виконання, але впроваджуються виробниками добровільно, наприклад, в обмін на державну підтримку. Деякі загальні принципи GAP – містяться в директивах ЄС 91/676/СЄЕ, № 1250/1999, № 2078/1992.

Отже, основними проблемами розвитку Українського ринку харчової промисловості є недостатність фінансування і інвестицій, що є наслідком непрозорої податкової системи, а також обмежена кількість продуктів, які сертифіковані за нормами ЄС, і можуть виходити на Європейський ринок.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *European Organic Farming Statistics*– [Електронний ресурс], – Режим доступу: [www.organic-europe.net](http://www.organic-europe.net).

2. *Global organic farming statistics and news* – [Електронний ресурс], – Режим доступу: <http://www.organic.-world.net>.

*З. Маренич М. М., Аранчій С. В., Марюха Н. С.: «Контроль якості і безпека продуктів харчування в ЄС. Міжнародне законодавство в галузі харчового ланцюжка і потенціал України відповідності даним стандартам».*

**АННА ФАТУН**

**Науковий керівник:**

**ст. викладач Резніченко К. Г.,**

## **ФОРМУВАННЯ СПРИЯТЛИВОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ**

Створення сприятливого інвестиційного клімату є першочерговим завданням сьогодення, так як завдяки цьому економіка країни отримує важливі ін'єкції для подальшого розвитку.

В рамках державної політики України це питання набуває стратегічної важливості, оскільки на даному етапі в країні існує проблема дефіциту фінансових ресурсів і держава не в змозі самостійно здійснювати інвестування різних сфер економіки через брак бюджетних коштів. Саме це є підтвердженням актуальності цієї проблеми.

В останні роки проблемі залучення інвестицій в економіку України та вивченню її інвестиційного клімату присвячено дослідження багатьох вчених, в тому числі І. Бланка, О. Гаврилюка, Л. Гончаренко, І. Л. Сазонця, А. А. Пересади, Ю. В. Полякової, М. І. Кісіля, О. І. Амоші, М. П. Денисенка, А. І. Сухорукова та ін. Однак проблема забезпечення сприятливого інвестиційного клімату в Україні потребує постійного розгляду, аналізу та вдосконалення.

Метою дослідження є виявлення проблем формування інвестиційного клімату в Україні та визначення можливих напрямів його подальшого розвитку.

Не дивлячись на те, що сьогодні в Україні створене правове поле для інвестування та розвитку державно-приватного партнерства: до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами, іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

Сучасний стан інвестиційного клімату України є незадовільним, що підтверджують рейтинги країн відносно привабливості їх інвестиційного клімату чи загального становища (рейтинг журналу «Euromoney», Institutional Investor, Індекс Глобалізації, рейтинг центру Heritage Foundation, Global Competitiveness Index та ін.). За індексом економічних свобод Україна займає 163 місце з 179 країн у рейтингу Heritage Foundation (табл. 1). Значення індексу України найнижче серед усіх країн Європи та не досягає середнього світового рівня. Країна належить до категорії «пригнічених» країн. Щоб перейти хоча б до категорії «переважно невідільні» країни, індекс повинен зрости та становити як мінімум 50 [1].



## Умови ведення бізнесу 2013 р.

Назва складових (субіндексів) індексу "Умови ведення бізнесу 2013"	2012	2013	Зміна 2013 до 2012	Тенденція ↑ ↓
Започаткування бізнесу	116	50	66	↑
Реєстрація власності	168	149	19	↑
Сплата податків	183	165	18	↑
Підключення до мережі електропостачання	170	166	4	↑
Виконання зобов'язань по контракту	44	42	2	↑
Банкрутство	158	157	1	↑
Отримання кредитів	23	23	0	=
Дозвільна система у будівництві	182	183	-1	↓
Зовнішня торгівля	144	145	-1	↓
Захист прав інвесторів	114	117	-3	↓

Джерело: рейтинговий центр Heritage Foundation [2]

На нашу думку, одним із негативних чинників, що впливає на інвестиційний клімат в Україні є корупція. Незадовільний стан інвестиційного клімату в Україні спричинений насамперед нестабільністю політичної системи, економічною кризою, корумпованістю держави та відсутністю виваженості соціальної політики. Хоч у країні спостерігається постійне та значне зростання видатків з державного бюджету на соціальну сферу, проте на разі не видно значного її покращення, яке було б пропорційне до підвищення видатків. Причиною такого стану, на наш погляд, є повільний темп впровадження дієвих соціальних реформ та відсутність системного підходу до регулювання даної сфери. Тож необхідним є здійснення конкретних заходів з покращення бізнес-клімату, а саме: удосконалення дозвільної системи, ліцензування, адміністративних послуг, започаткування та ліквідації бізнесу, державного нагляду та контролю, технічного регулювання, формування митних процедур.

Як показав аналіз, зазначені заходи сприятимуть покращенню інвестиційного іміджу України та збільшенню обсягів залучення іноземних інвестицій та капітальних інвестицій в її економіку. Нарощування інвестицій без структурних змін в економіці, без підпорядкування інвестиційної політики вирішення стратегічних завдань економічної політики держави не буде доцільним з точки зору підвищення конкурентоспроможності національної економіки. Поштовхом до нарощування інвестицій повинно стати створення сприятливих умов для дії ринкових регуляторів, а саме – захист прав власності, розвиток системи ринків і ринкових інструментів, розвиток інформаційної інфраструктури ринку, тощо [3].

Нами виявлено основні напрямки покращення інвестиційного клімату України:

- удосконалення правової та нормативної бази, насамперед її спрощення та приведення до стандартів міжнародного права;
- усунення складностей у сфері оподаткування та розширення надання податкових пільг інвесторам;

- реструктуризація банківської системи;
- викорінення корупції шляхом, насамперед, забезпеченням прозорості процедур виконання адміністративних функцій, а також контролю над їх виконанням;
- покращення умов ведення бізнесу а підприємницької діяльності, насамперед, через спрощення дозвільної системи та сфери ліцензування;
- розвиток сфери інновацій;
- забезпечення відкритості інформації щодо інвестиційної діяльності в країні;
- розгортання мережі інвестиційних фондів і компаній;
- створення механізму якісного обслуговування інвестора («єдиного інвестиційного вікна») [3].

Відповідно, що трансформація заощаджень в інвестиції залежить насамперед від створення сприятливого середовища у сфері економіки та соціально – економічного розвитку країни. Саме тому перспективами зростання інвестицій в національну економіку є: акумулювання коштів населення у межах систем соціального та пенсійного страхування та їх спрямування на подальше довгострокове кредитування інвестиційної діяльності; розширення бази інвестиційних ресурсів, що спрямовуватимуться в інноваційну сферу, через механізм податкової, митної та регулятивної політики; посилення інвестиційного спрямування розвитку фондового ринку; посилення інвестиційної активності населення та забезпечення гарантованого захисту їхніх заощаджень; запровадження механізму акумулювання вільних коштів, зокрема у венчурних фондах; реформування системи оподаткування прибутку, для стимулювання інвестиційної активності тощо [4, С. 155].

Інвестиційну проблему в економіці України на нинішньому етапі його розвитку можна розв'язати шляхом забезпечення еквівалентності обміну між галузями і сферами економіки, встановлення економічно обґрунтованих та взаємовигідних цін на інвестиційні ресурси та визначення пріоритетних напрямків іноземного інвестування, які б забезпечили прискорений вихід економіки з кризового стану. Для поліпшення інвестиційного клімату в Україні, головним завданням на короткострокову перспективу має бути удосконалення необхідної правової та організаційної бази для підвищення дієздатності механізмів забезпечення сприятливого інвестиційного клімату й формування основи збереження та підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки. Для цього необхідно здійснити низку першочергових заходів з формування єдиних стратегічних цілей та послідовності економічних реформ, забезпечення незмінності та гарантованості захисту прав і свобод інвестора [5, С. 130–136].

Таким чином, проведене дослідження підтверджує, що державна політика щодо формування інвестиційного клімату потребує докорінних змін і має проводитися на якісно вищому рівні. Вона має базуватися на забезпеченні стійкого підйому економіки України шляхом реформування фінансово-кредитної системи, удосконалення відносин власності, приватизаційного законодавства, земельних відносин, а також створення сприятливого інвестиційного клімату для залучення іноземних інвестицій. Продовження наукових досліджень за даною

проблематикою сприятиме подальшому поліпшенню не лише інвестиційного клімату, а й соціально-економічної ситуації в країні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Офіційний сайт Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України [Електронний доступ]. – Режим доступу : <http://www.ukrproject.gov.ua/>.*

2. *Офіційний сайт Heritage Foundation. [Електронний доступ]. – Режим доступу : <http://www.heritage.org/>.*

3. *Офіційний сайт Державної служби статистики України – [Електронний доступ]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.*

4. *Ланченко Є. О. Аналіз інвестиційних процесів і зайнятості в аграрному секторі економіки / Є. О. Ланченко. // Економіка АПК. – 2010. – № 6. – 160 с.*

5. *Сазонець І. Л. Міжнародна інвестиційна діяльність / І. Л. Сазонець, О. А. Джусов, О. М. Сазонець // Підручник – К. : Центр учбової літератури, 2010 – 304 с.*

**ЛЮБОВ ЧЕБЕЛЕЦЬ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Смалюк Г. Ф.**

## МІЖНАРОДНІ СТАНДАРТИ У РЕФОРМУВАННІ ПЕНСІЙНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ

Пенсійна система є головним фактором, по котрому можна оцінювати соціальне становище держави. З початком нового тисячоліття помітним стало явище, котре науковці назвали «старіння нації», суть його полягає у збільшенні фінансового навантаження на працюючих громадян, оскільки значно зросла кількість людей похилого віку [1]. Відповідно виникла й необхідність удосконалення пенсійних систем у багатьох країнах світу. Пенсійна система – це складний механізм, котрий включає в себе інструменти, що покликанні забезпечити гідну старість громадянам, що завершили свою трудову діяльність. Першочергове призначення даної системи полягає у створенні спеціальних фондів грошових резервів для фінансових потреб громадян, котрі здійснюють відрахування до неї, та при настанні соціальних ризиків, мається на увазі набуття пенсійного віку, втрата здоров'я та інше здійснювати довічні матеріальні виплати на кшталт пенсій. Вирішальними задачами системи пенсійного забезпечення повинні бути: формування та забезпечення достойного функціонування пенсійних інституцій; акумулювання та перерозподіл у професійних фондах коштів громадян, котрі спрямовують певну частку особистих достатків на вигоду персон, які потребують захисту від нещасних випадків; забезпечення надійності, збереження і якісного використання грошових резервів пенсійного фонду; контроль за взаємозв'язками між учасниками пенсійної системи – пенсійним фондом, особами що здійснюють сплати внесків до нього та накопичувальним фондом.

У випадку коли пенсійна система з певних причин не здатна відповідати цим вимогам її потрібно змінювати. На нашу думку, реформування пенсійної системи – це прийняття законів, що покликані стабілізувати бюджет пенсійного фонду та посилювати контроль над його елементами, та впровадження певних механізмів, котрі послаблюватимуть тиск на бюджет ПФ.

Етапи розвитку пенсійної системи розпочались з ХІХ століття, коли у 1881 році у Німеччині ухвалили «Про страхування від нещасних випадків на виробництві» та тривають і досі. Процес пошуку найбільш ефективних моделей пенсійного забезпечення, які повинні сприяти зниженню тягаря фінансового навантаження на державні бюджети і досягненню компромісу між рівнем соціального захисту, який вважається необхідним у суспільстві, і готовністю соціальних партнерів його фінансувати, йде вже більше двох десятиліть. Тривають дискусії про неминучість переходу від державної розподільної системи до приватної накопичувальної. Так у 90-х роках пропонувалися радикальні неоліберальні проекти трансформації систем соціального захисту, що передбачають повернення до індивідуалізму і приватизацію систем соціального захисту. Західне суспільство неоднозначно поставилося до їх реалізації, зберігши прихильність принципу спільного прийняття соціальних ризиків. Переважно всі пенсійні системи ґрунтуються на трьох рівнях: солідарного (перший щабель), неодмінного акумулювання (наступний щабель) і додаткову або добровільну накопичувальну (третій щабель). Плюсами даних пенсійних систем є те, що накопичувальна щабель дає змогу примножувати загальні національні нагромадження, застосовувати їх для сприяння економічному зростанню. Окрім цього зменшити тиск на пенсійну систему з боку демографічних факторів та можливість визначати величину пенсійних виплат відповідно від зарплати та ефективності застосування пенсійних акумулювань [2]. Спільними для пенсійних систем Європи є те, що пенсійний вік затверджений на рівні не нижче 65 років для чоловіків та 60 років для жінок, та відміна виходу на дострокову пенсію активно обговорюється у Польщі, а у Великій Британії і Нідерландах відсутня змога дострокового виходу на пенсію. Також використовують зростання відсотку відрахувань до державних пенсійних фондів, зростання страхового стажу, необхідного для одержання пенсій, обмеження максимального розміру пенсійних виплат, та перехід від розподільчої системи до накопичувальної. Такі держави, як Швеція та Франція, завдяки реформам гарантують більш високий рівень захисту доходів громадян з низькими пенсіями. Так для робітників з середніми доходами майбутнє зменшення пенсійних виплат за солідарною системою становитиме – 20%, а для робітників із малими заробітними платами – 5% (тобто 50% від середніх). Також у ряді держав, вході реформ скоротили максимальні пенсійні виплати як для урядовців, науковців, так і для юристів та лікарів з 90% від заробітної плати до 80% [3; 4].

У 2011 році Україна також провела пенсійну реформу, використовуючи досвід провідних країн Європи, саме тому основними положеннями її стали:

➤ збільшення пенсійного віку для жінок на 5 років (до 60 замість 55). У разі виходу на пенсію непрацюючих жінок в 55 років, розмір їх пенсії буде зменшений на 0,5% за кожен місяць дострокового виходу на пенсію;

- підвищення пенсійних виплат для слабкої статі на 2,5% за кожні півроку більш пізнього виходу на пенсію;
- пенсіонерам, що продовжують працювати індексація пенсії будуть проводитись лише після звільнення з роботи;
- збільшуватиметься вік для надання державної соціальної підтримки жінкам, котрі не заробили права на пенсію з 58 до 63 років;
- найменший страховий стаж, що потрібний для надання пенсії за віком збільшується жінкам – з 20 до 30 років, чоловікам – з 25 до 35, тобто, потрібно на 10 років довше працювати для отримання пенсії в мінімальному розмірі;
- спеціальні пенсії зменшилися з 90% від заробітку до 80%;
- для обчислення пенсії застосовується середня заробітна плата в Україні за останні три календарні роки (до реформи за 1 календарний рік), що передують року звернення за призначенням пенсії (внесена пропозиція зменшує розміри нових пенсій в середньому на 15%);
- при переході з одного виду пенсії на інший для розрахунку розміру пенсії застосовується середня зарплата в країні, котра враховувалася при обчисленні раніше призначеної (перерахованої) пенсії (пенсіонери можуть втрачати 20–40% пенсії і більше, залежно від часу призначення попереднього виду пенсії, до реформи враховувалась середня заробітна плата за рік до звернення за переведенням з одного на інший вид пенсії) [5].

Запровадження накопичувальних елементів, перехід до диференційованих, багаторівневих пенсійних схем характерно для усіх країн Європи. Однак нові схеми (і накопичувальні, і багаторівневі) працюють ще мало часу, то й висновки про їх ефективність робити ще рано. Світовий досвід пенсійних реформ широкий і різноманітний. Однак можна говорити про складність і неоднозначність вирішення завдань пенсійного забезпечення. Тут немає апріорі правильних стовідсоткових рішень, і навіть найбільш прогресивні у пенсійних реформах країни стикаються з серйозними проблемами. Тому необхідно розуміти, що труднощі на цьому шляху чекають і Україну, і далеко не всі з них зумовлені неповороткістю державної системи. Багато проблем є об'єктивним відображенням поточного етапу розвитку суспільства і вимагають для свого рішення активної участі всіх його членів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ткаченко М. А. Вплив демографічних процесів на розвиток системи пенсійного забезпечення України / А. М. Ткаченко// Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки, 2010. С. 117–121.
2. Борисенко Н. Я. Пенсионное обеспечение. Учебник / Н. Я. Борисенко – М. Издательско-торговая и корпорация «Дашков и ко», 2010. – 576 с.
3. *Pension markets in focus issue 8, july 2011.*
4. Rajkumar S., Dorfman M. C. *Governance and investment of public pension assets. Practitioners perspectives.* WB Wash, 2011.
5. Офіційний сайт пенсійного фонду України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.pfu.gov.ua/pfu/control/uk/index>.

**СОЛОМІЯ ШПАК**  
**Науковий керівник:**  
**д.е.н., професор Савельєв Є. В.**

## **ШЛЯХИ БОРОТЬБИ З ОФШОРИЗАЦІЄЮ ЕКОНОМІКИ**

Для того, щоб збільшити доходи Державного бюджету України починаючи з 2013 року, був введений закон про трансфертне ціноутворення. Завдяки трансфертним цінам з України в офшори за останні декілька років було виведено близько 100 млрд. грн., а сама країна витрачає 20 млрд. грн на податки і збори кожного року.

Відповідно до цього використовуються різні схеми [1, с. 78–79]. Якщо використовувати схему «компанія-посередник», то офшорна компанія відіграє роль проміжної ланки при експорті товарів між українською компанією та іноземним партнером, а в угодах використовується реінвойсинг.

Зниження цін при експорті відбувається таким чином:

1. українська компанія виступає експортером і постачає товари компанії, яка уже зареєстрована в офшорній зоні за зниженою ціною.
2. ця офшорна компанія по ринковій ціні перепродує отриманий товар іноземному партнеру
3. отриманий прибуток залишається в офшорній компанії і не підлягає оподаткуванню.

При використанні даної схеми може відбуватися контроль за повнотою нарахувань податків через податкові органи, які мають право перевіряти застосування цін при зовнішньо-торгівельних операціях.

Сутність схеми «компанія – посередник» при імпорتنні товарів:

1. офшорна компанія закупає товари в іноземного партнера у відповідності до ринкової ціни
2. офшорна компанія здійснює перепродаж товарів українському партнеру за зниженою ціною
3. різниця від таких операцій залишається в офшорі

Крім запропонованих схем можна використовувати «агентську» схему. Через неї можна прямо не працювати через офшор, а також ускладнити саму схему і зробити її більш «чистою». Повною протилежністю офшорам є оншори.

Державна податкова служба в 2012 році представила законопроект щодо обмеження трансфертного ціноутворення аби боротись з такими схемами. Методи визначення цін у контрольованих операціях відповідають світовій практиці і ст. 29 Податкового кодексу України. В основі даного законопроекту лежить контроль операцій, які відбуваються всередині групи компаній між особами, пов'язаними між собою та зовнішньоекономічні угоди з резидентами країни, які характеризуються низьким рівнем оподаткування. До таких операцій відносяться ті, в яких сукупний річний обсяг з контрагентом дорівнюватиме або перевищуватиме 50 млн. грн. Для грейдерів торговельна націнка становитиме 5% в зовнішньо-торгівельних операціях. В даному законопроекті існує перехідний період, передбачений до 1 січня 2018 року в основних галузях

економіки України: металургія, хімічна промисловість, вугільна промисловість та аграрно-промисловий комплекс.

Підтвердженням того, що проблеми офшорів існують, є показники обсягів прямих інвестицій, які отримує Україна з ЄС. Найбільшим інвестором України виступає Кіпр з показником в 14,5 млрд. дол. [2, с. 67]. Діяльність України та Кіпру регулює угода про запобігання подвійному оподаткуванню. Компанії, які зареєстровані на Кіпрі також виконують роль посередників в експортно-імпортних операціях з Україною.

Для боротьби з офшоризацією українською економікою, аби мінімізувати відтік капіталу та перекрити офшорні схеми, Верховна Рада України зареєструвала законопроект № 11284 «Про внесення змін в деякі законодавчі акти України відносно подальшого удосконалення адміністрування податків і зборів».

## ЛІТЕРАТУРА

1. Вишинська Т. А. Використання офшорних юрисдикцій як засіб мінімізації податків у сфері зовнішньої торгівлі / Т. А. Вишинська // *Економіка та держава*. – 2012. – № 11 – с. 76–78.

2. Офшорний вузол для України // *Вісник податкової служби України*. – 2012. – № 40. – с. 67–69.

## **СЕКЦІЯ 3.**

# **ІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ У СВІТОВОМУ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ ІНТЕГРАЦІЙНОМУ ПРОСТОРИ**

**ЮЛІАН АНДРУСЯК**

## **РОЗВИТОК ВИСТАВКОВОГО МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ**

Виставкова діяльність є однією з найдинамічніших сфер сучасної світової економіки, оскільки відіграє важливу роль у зміцненні міжнародних зв'язків, внутрішньої і зовнішньої торгівлі, пропаганді нових технологій та нових видів продукції, стимулює зміцнення позитивних структурних змін в економіці, сприяє науково-технічному та технологічному оновленню вітчизняного виробництва.

Слід насамперед зауважити, що виставкова діяльність має визначальне значення саме для розвитку бізнесу. Особливо малого й середнього, який обмежений у фінансових можливостях для організації рекламних заходів із просування своїх товарів та послуг на ринок. Разом з тим, навіть при незначному маркетинговому бюджеті своїх підприємств, вони можуть брати участь в масштабних міжнародних виставках. Цю нагоду, до речі, підприємці, у тому числі вітчизняні, як можуть, намагаються використовувати.

Про роль виставок як економічного інструменту свідчить той факт, що серед фахівців, які приймають рішення щодо купівлі чи інвестицій, 48% використовують з цією метою саме виставки. Більше того, за результатом опитування 500 компаній, проведеного під егідою Німецької асоціації виставок та ярмарків, виявилось, що виставки є важливим елементом комунікації у діловому середовищі [1].

У маркетинговій діяльності туристичного підприємства особливе значення має популяризація галузі (зокрема її представників, продукції, послуг) через виставково-ярмаркові заходи. На сьогоднішній день виставки – один з ефективних способів просування продукції та послуг турфірм на туристичному ринку. Щорічно у світі відбувається понад 100 міжнародних виставково-ярмаркових заходів тематичного напрямку «Туризм. Відпочинок. Дозвілля». Слід зазначити, що ефект виставки посилюється за рахунок її масового характеру та значної кількості контактів. Це дозволяє виставці бути більш ефективним інструментом збуту туристичної продукції у порівнянні з іншими. За даними Центру досліджень виставкової індустрії (CEIR – Center for Exhibition Industry Research), 90% відвідувачів виставок, які приймають кінцеве рішення про купівлю різних видів продукції, вважають виставки первинним джерелом інформації для цього [2].

На сьогоднішній час терміни «виставка» та «ярмарок» набули настільки близького значення, що часто використовуються як синоніми. Подібні риси (обмеження тривалості, періодичне проведення в певних містах тощо), що



стали притаманні виставкам та ярмаркам у ході їхнього розвитку, дозволяють говорити про свого роду конвергенцію.

Міжнародне бюро виставок (англ. International Bureau of Exhibitions) визначає виставку, як «показ, основна мета якого – в просвіті публіки шляхом демонстрування засобів, що знаходяться в розпорядженні людства, для задоволення потреб в одній або декількох сферах його діяльності або майбутніх його перспектив» [3, с. 442].

Ярмарок за визначенням Союзу міжнародних ярмарків, (англ. International Fairs Union) це «економічна виставка зразків, яка відповідно до звичаїв країни, де знаходиться, являє собою великий ринок товарів, що діє у встановлені терміни в певному місці, і на якому дозволяється представляти зразки своєї продукції для заключення торгових угод у національних чи міжнародних масштабах» [4].

Отже, виставкові заходи займають особливе і важливе місце серед інструментів сучасного туристичного маркетингу. Вони надають туристичному підприємству великі можливості одночасного розповсюдження і отримання широкого спектру економічної, організаційної, технічної, комерційної інформації за відносно низьких витрат. Виставкові заходи в туризмі є ніби дзеркалом розвитку галузі, біржею інформації, показником цін, а також засобом прогнозування кон'юнктурних змін. Участь в роботі виставок та ярмарок – активний та потужний засіб формування маркетингових комунікацій туристичних підприємств. Одночасно це складний комплекс прийомів та засобів, що відображають основні елементи маркетингового комплексу – рекламу (друковану, стендову тощо), пропаганду, особистий продаж (праця стендистів), стимулювання збуту, розподіл сувенірів, надавання знижок тощо. Зрозуміло, що за допомогою виставкових заходів неможливо вирішити всі маркетингові проблеми фірми, але ці заходи є незамінним засобом маркетингової комунікації, яким туристичні підприємства не повинні нехтувати.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Федан Катерина. Виставкова діяльність в Україні: стан та перспективи. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://personal.pp.ua/rubrics/bznes-fnansi/vistavkova-dyalnst-v-ukran-stan-ta-perspektivi>.

2. CEIR – Center for Exhibition Industry Research [www.ceir.org/instant\\_research](http://www.ceir.org/instant_research)

3. Дурович А. П. Маркетинг в туризмі: Учебное пособие / А. П. Дурович. – 4-е изд. – М.: Новое знание, 2004. – 496 с.

4. The International Association of Fairs and Expositions: IAFE <https://www.fairsandexpos.com/eweb/DynamicPage.aspx?Site=IAFE&WebCode=Advertising>.

**ДЕНИС БАНДАС**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н. доцент Уніят А. В.**

## **ЗАХИСТ ПРАВ ЛЮДИНИ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ**

Повага та захист прав людини є одним із керівних напрямів діяльності Європейського Союзу відповідно до цілей та принципів цієї організації, закріплених в установчих договорах. Будь-яка європейська країна, яка дотримується принципів свободи, демократії, поваги прав людини та основних свобод, а також верховенства права, може звернутися до ЄС із заявою про членство, як це передбачено статтями 6 та 49 Договору про Європейський Союз. Критерії, яким мають відповідати країни-кандидати на вступ до Європейського Союзу (Копенгагенські критерії), були схвалені на засіданні Європейської Ради у Копенгагені у червні 1993 р. Згідно з ними членство в ЄС під кутом зору політичних стандартів вимагає від країни-кандидата стабільності інститутів, що гарантують демократію, верховенство права, повагу права людини і захист меншин.

Країни, які бажають стати членами ЄС, повинні не лише закріпити принципи демократії та верховенства права у своїх конституціях, а й втілювати їх у повсякденне життя. Конституції країн-заявників мають гарантувати демократичні свободи, включаючи політичний плюралізм, свободу слова і свободу совісті. Вони встановлюють демократичні інститути та незалежні органи правосуддя, органи конституційної юрисдикції, що створює умови для нормального функціонування державних установ, проведення вільних і справедливих виборів, періодичної зміни правлячої парламентської більшості, а також визнання важливої ролі опозиції у політичному житті.

В Європейському Союзі не існує цілісного механізму захисту прав людини. Національну систему захисту прав людини, яка функціонує в державах-членах, доповнює система захисту на рівні Євросоюзу. Окрім цього, захист прав і свобод людини здійснюється в межах Ради Європи, учасниками якої є всі держави – члени Євросоюзу. Формування системи правових норм на рівні Євросоюзу, що забезпечують захист прав і свобод людини, відбулося поступово, а ця система має значний потенціал для свого розвитку.

На перших етапах своєї діяльності ЄС не приділяв значної уваги питанням захисту прав людини в об'єднанні. Вважалося, що ці питання перебувають поза межами економічної інтеграції, що знайшло своє відображення як у відсутності переліку прав людини в установчих договорах про Європейські Співтовариства, так і в рішеннях Суду ЄС (справи 1/58 Stark [1958]; 36–38, 40 Geitling [1960]). Положення права ЄС тлумачились як такі, що мають пріоритет щодо положень національних конституцій держав-членів, які стосувалися прав і свобод людини. Тому не існувало побоювань з боку інститутів ЄС, що держави-члени можуть вимагати приведення положень права ЄС у відповідність до їх внутрішнього права щодо захисту прав людини.

З другого боку, компетенція інститутів Європейських Співтовариств у сфері захисту прав людини була обмеженою. Суд ЄС не мав кримінальної

юрисдикції, що звужувало його можливості займатися питаннями захисту прав і свобод людини. При розгляді справ тільки час від часу йому доводилося займатися політичними і соціальними правами. Тому Суд ЄС не розглядав питання захисту прав людини систематично. Проте саме Суд ЄС почав процес поширення компетенції Співтовариств на сферу захисту прав людини. Певний тиск на нього здійснювали національні конституційні суди, відмовляючись визнавати примат права Європейських Співтовариств, якщо воно не гарантує захисту прав людини.

**Уперше принцип захисту прав людини у праві Європейських Співтовариств був визнаний Судом ЄС у справі 29/69 Stauder [1970].** Вона стосувалася вимоги з боку одержувача соціальної допомоги скасувати зазначення даних про його особу (ім'я та адреса) на купоні, що надавався для отримання продукції за пільговими цінами як соціальна допомога. Суд ЄС визнав, що рішення Комісії 1969 р., яке надавало державам-членам дозвіл на встановлення пільгових цін для певних категорій населення, не містить нічого такого, що здатне порушити основні права людини, які охороняються Судом ЄС і закріплені у загальних принципах права Європейських Співтовариств. Тому тут йдеться не про порушення прав людини з боку інститутів об'єднання, а про необхідність внесення змін до внутрішнього законодавства, яке регламентує користування пільгами. Вимога зазначати на купоні персональні дані порушує права людини і не є необхідною.

Поступово в Європі почали формуватися **дві самостійні системи захисту прав людини** – в межах Ради Європи і Європейських Співтовариств. При цьому система захисту, яка створювалась у Співтовариствах, була фрагментарною. На перших етапах свого існування вона охоплювала переважно економічні права. Пануючою була ідеологія «ринкової людини».

Подальший розвиток європейської інтеграції, поширення її на політичну сферу, а також сферу юстиції та внутрішніх справ супроводжувався подальшою появою рішень судів держав-членів, у яких вони відмовлялись визнавати примат права Співтовариств стосовно внутрішнього конституційного законодавства про права і свободи людини. Це спонукало держави-члени і органи Співтовариств звернути більшу увагу на захист прав людини. З'явилася ціла низка документів, у яких була зроблена спроба визначити основні права і свободи людини в межах Європейських Співтовариств. До них можна віднести Європейську соціальну хартію 1961 р., Декларацію основних прав і свобод 1989 р., Хартію основних соціальних прав працівників 1989 р. тощо.

Важливе значення для визнання прав людини складовою права Європейських Співтовариств стало ухвалення Єдиного європейського акта 1986 р. У його преамбулі було закріплено посилання на Європейську конвенцію про захист прав людини і основних свобод 1950 р. (ЄКПЛ) як на основу для підтримки демократії.

**ЄС визнає Європейську конвенцію 1950 р., але не є її учасником, і тому Конвенція не становить частину права Євросоюзу.** Хоча Союз не претендує на провідну роль у захисті прав людини в Європі, існує певна конкуренція між Радою Європи і Євросоюзом. Проти приєднання до

Європейської конвенції без внесення змін до установчих документів про європейські інтеграційні об'єднання виступив Суд ЄС. Однією з важливих причин такої позиції було те, що таке приєднання передбачало б запозичення норм без урахування специфіки ЄС і його права. Ще однією причиною стала відсутність у Європейській конвенції 1950 р. розгорнутого каталогу соціальних, економічних та культурних прав, які містяться в іншому документі Ради Європи – Європейській соціальній хартії 1961 р., переглянутої у 1996 р. З другого боку, Суд не бажав підпорядковувати свою юрисдикцію Європейському суду з прав людини. Оскільки громадяни ЄС за захистом своїх прав можуть звертатись до судових органів ЄС та Європейської конвенції 1950 р., то виникає проблема, чиє рішення матиме пріоритет у випадку колізії. Вирішення цих питань певною мірою було знайдено з підписанням Лісабонських договорів і Хартії ЄС основних прав у редакції 2007 р.

**Ще до підписання Лісабонських договорів уже були зроблені перші кроки для розмежування компетенції Європейського суду з прав людини і Суду ЄС.** Європейський суд з прав людини у низці своїх рішень обґрунтував доктрину обмеженого втручання у сферу компетенції ЄС, якщо правопорядок Союзу забезпечує еквівалентний захист прав людини в об'єднанні. Суть її полягає у визнанні з боку Європейського суду з прав людини еквівалентного захисту, якщо особи, які перебувають на території Союзу, мають можливість оскаржити в Суді акти інститутів ЄС, які порушують права людини, гарантовані Європейською конвенцією 1950 р.

В основі системи норм і механізмів захисту прав і свобод людини в ЄС лежать різні документи, що мають як обов'язковий, так і декларативний характер.

**Договір про Євросоюз (ДЄС) містить кілька положень стосовно забезпечення прав людини. У статті 2 зазначено, що Союз засновується на цінностях поваги до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права і поваги до прав людини, включно з правами осіб, що належать до меншин. Ці цінності є спільними для усіх держав-членів у суспільстві, де домінують плюралізм, недискримінація, терпимість, справедливість, солідарність і рівність між жінками і чоловіками. Стаття 6 ДЄС закріплює принцип поваги до основних прав і свобод людини. У ній наголошується, що основні права, гарантовані Європейською конвенцією про захист прав людини і основних свобод і передбачені конституційними традиціями, спільними для всіх держав-членів, становлять загальні принципи права Союзу [1].**

Договір про функціонування ЄС (ДФЄС) [1] містить ч. 2 «Громадянство Союзу». Окрім становлення інституту громадянства Євросоюзу, в цій частині Договору закріплені такі права і свободи громадян Євросоюзу, як право на вільне пересування та постійне проживання на території держав-членів, право брати участь у голосуванні й балотуватися в кандидати на муніципальних виборах держави-члена і виборах Європарламенту, право на дипломатичний та консульський захист, право на звернення до інститутів чи органів Євросоюзу.

Частина 3 ДФЄС закріплює свободу пересування працівників та свободу на заснування, принцип рівності в оплаті праці чоловіків і жінок.

ДФЄС також закріплює гарантії захисту прав і свобод людини: компенсації збитків особі, завданих діяльністю ЄС та його посадовими особами (ст. 340).

Рішення Суду ЄС визначають основні принципи захисту прав і свобод особи в Євросоюзі.

Серед документів, що мають декларативний характер, слід виділити Декларацію основних прав і свобод та Хартію Співтовариства про основні соціальні права працівників.

Особливий статус у праві ЄС має Хартія ЄС основних прав 2007 р. [3]. Вона містить розгорнутий каталог основних прав і свобод, які визнаються за кожною особою, що знаходиться на території Євросоюзу, й охоплює громадянські, політичні, економічні, соціальні та культурні права. Завдяки Хартії усі вони отримали однаковий юридичний режим, що означало остаточний відхід від концепції «ринкової людини».

Хартія має статус установчих договорів, хоча не є їх складовою.

**В основу Хартії покладено новий світоглядний підхід на людину та її місце у світі. У преамбулі Хартії** проголошується, що у центрі діяльності

Союзу знаходиться людина та її інтереси. На відміну від переважної більшості міжнародно-правових документів, де за основу класифікації основних прав взято предмет суб'єктивного права, класифікація прав і свобод у Хартії зроблена на основі цінностей, на захист яких вони спрямовані. До таких цінностей віднесені людська гідність, свобода особи, рівність, солідарність. Права і свободи особи, які захищають ці цінності, закріплені у розділах під відповідними назвами (глави I–IV). Окремі розділи присвячені громадянству та правосуддю (глави V та VI).

Комплекс основних прав і свобод особи поділяється на кілька категорій. Це особисті права і свободи; політичні права і свободи; економічні, соціальні та культурні права; основні обов'язки. Їх доповнюють гарантії прав і свобод особи.

Особисті права і свободи (глави I і II) належать до природних прав і притаманні будь-якій особі від народження. Вони охоплюють право на людську гідність, право на життя, право на цілісність особи, право на свободу і особисту недоторканність, право на повагу приватного і сімейного життя, право на захист персональних даних, право на шлюб і створення сім'ї, свободу думки і віросповідання, свободу висловлення думок і свободу інформації, свободу пересування і вибору місця перебування, право на притулок.

Політичні права і свободи тісно пов'язані з функціонуванням держави і європейських інтеграційних об'єднань. На рівні Євросоюзу існує їхня чітка прив'язка до європейського громадянства. До них належать виборчі права, свобода зборів і асоціацій, право на добре управління, право на доступ до офіційної документації, право петицій.

**До основних обов'язків Хартія відносить обов'язок поважати і захищати людську гідність; враховувати думку дитини; отримувати обов'язкову безкоштовну освіту; захищати і підвищувати захист навколишнього середовища.**

Хартія також містить положення щодо зловживання правом (ст. 54). Воно полягає у недопущенні з боку представників влади чи приватних осіб ліквідації чи надмірного обмеження прав і свобод інших осіб.

Гарантії прав і свобод у Європейському Союзі охоплюють інституційні, процесуальні та матеріальні заходи.

До інституційних гарантій належать судовий захист і позасудові механізми захисту: Омбудсман Європейського Союзу, Комісія, Європейський контролер із захисту даних, Загальний контрольний орган у межах Європолу, дипломатичні та консульські представництва держав-членів у третіх країнах.

Процесуальні гарантії містять: право особи на справедливий і публічний розгляд її справи протягом розумного часу незалежним і неупередженим судом (ст. 47.2); право на юридичну допомогу (ст. 47.2); презумпцію невинності (ст. 48.1); принцип законності та пропорційності злочинів і кари (ст. 49); принцип недопущення повторного притягнення до кримінальної відповідальності за злочин, за який особа вже була покарана чи виправдана у державах-членах (ст. 50); заборона позбавлення свободи за борги; право на апеляцію стосовно кримінальних справ. Матеріальні гарантії полягають у компенсації збитків, завданих особам з боку інших осіб. Майнову відповідальність можуть понести фізичні та юридичні особи, органи ЄС та держави-члени. Майнова відповідальність фізичних і юридичних осіб регулюється переважно внутрішнім правом держав-членів.

Таким чином, за останні 60 років Європейський Союз пройшов тривалий шлях становлення своєї власної системи захисту прав людини: від повного відхилення ідеї, що захист прав людини може користуватися перевагою перед положеннями права ЄС, до розробки власного каталогу прав людини, яким стала Хартія основних прав. Крім того, набуття чинності Лісабонським договором запровадило правові підстави для приєднання ЄС до Європейської конвенції з прав людини. Все це ставить перед Україною питання про необхідність удосконалення власної системи захисту прав людини, оскільки відповідно до критеріїв вступу до ЄС лише держава із відповідним рівнем дотримання прав та основних свобод людини може стати повноправним членом Євросоюзу.

## ЛІТЕРАТУРА

*1. Віденська конвенція про право міжнародних договорів // Міжнародне право в документах / За заг. ред. д. ю. н., проф. М. В. Буроменського. – Х.: Видавництво Національного університету внутрішніх справ, 2003. – с. 23–36.*

**АНАСТАСІЯ БУТАКОВА**

## **УКРАЇНА ЯК «БУФЕРНА ЗОНА» ДЛЯ НЕЛЕГАЛЬНОЇ МІГРАЦІЇ**

Основними особливостями соціально-економічного розвитку України після здобуття державної незалежності є підвищення рівня відкритості суспільства, зростання мобільності населення і як наслідок – розширення міграційного простору. У процесі поглиблення інтеграції держави у світове

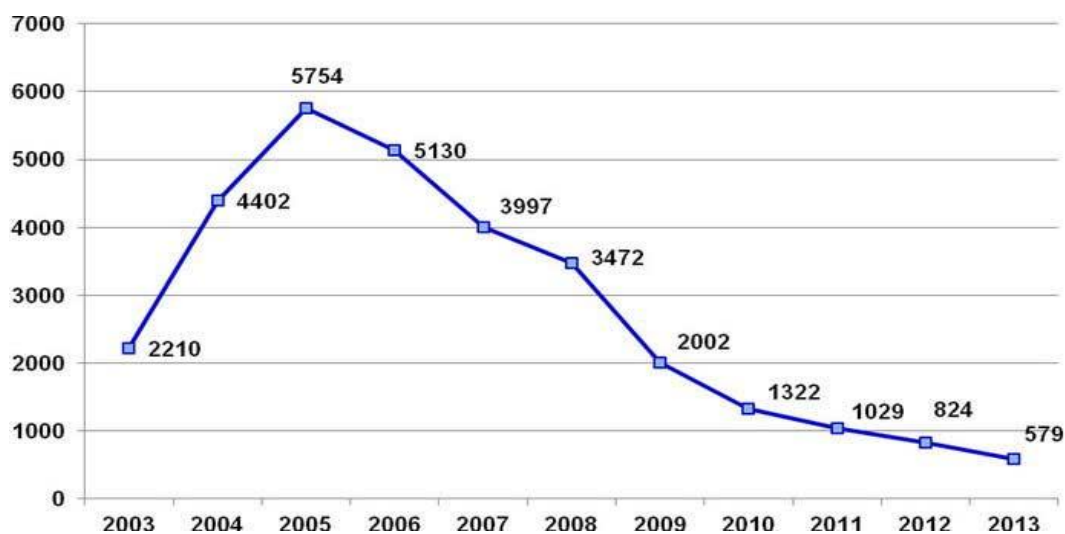
співтовариство значимість і складність міграційних проблем поступово зростали, що багато в чому ускладнювалося структурними змінами на геополітичній карті Європи. Особливо гостро ці питання постали після розширення Європейського Союзу (ЄС) на схід в 2004 р., коли до нього увійшли 8 країн Східної Європи, в тому числі найближчі сусіди України, що додало їй статус прикордонної зони ЄС і перетворило у свого роду «географічний міграційний коридор» з багатовекторними міграційними потоками і високим рівнем турбулентності.

Серйозною проблемою, з якою Україна зіткнулася останніми роками, є зростання обсягів нелегальної міграції в нашу державу. Соціально-економічна нестабільність у світі зробила Україну привабливою не тільки для біженців, змушених рятуватися від переслідувань, але й для вихідців з багатьох азіатських та африканських країн, що потерпають від бідності, голоду, безробіття, боротьби владних кланів. Різними, часто протизаконними шляхами вони намагаються дістатися до України, щоб через її територію перебраться в країни Західної Європи. Проте останніми роками спостерігається очевидна тенденція до перетворення нашої держави із транзитної на цьому шляху на країну призначення мігрантів. Через ускладнення процедур в'їзду до країн Центральної та Західної Європи значна частина нелегальних мігрантів залишається на території України, перетворюючи її на відстійник для нелегальної міграції та «буферну зону», що відокремлює ситий Захід від бідного Сходу [2].

Незаконні мігранти потрапляють в Україну, використовуючи легальні шляхи в'їзду (під виглядом туризму, відвідання родичів, у приватних справах) або нелегальні (переправлення через кордон поза пунктами пропуску або через пункти пропуску за підробленими документами), переважно з території Росії.

Незаконна міграція має яскраво виражений транзитний характер – нелегальні мігранти намагаються проникнути в Україну з території Росії, Білорусі, повітряним або морським шляхами, а потім незаконно виїхати у Словаччину, Угорщину або Польщу і далі в країни Західної Європи.

Динаміка затримань нелегалів на кордоні з країнами ЄС показана на рис. 1.



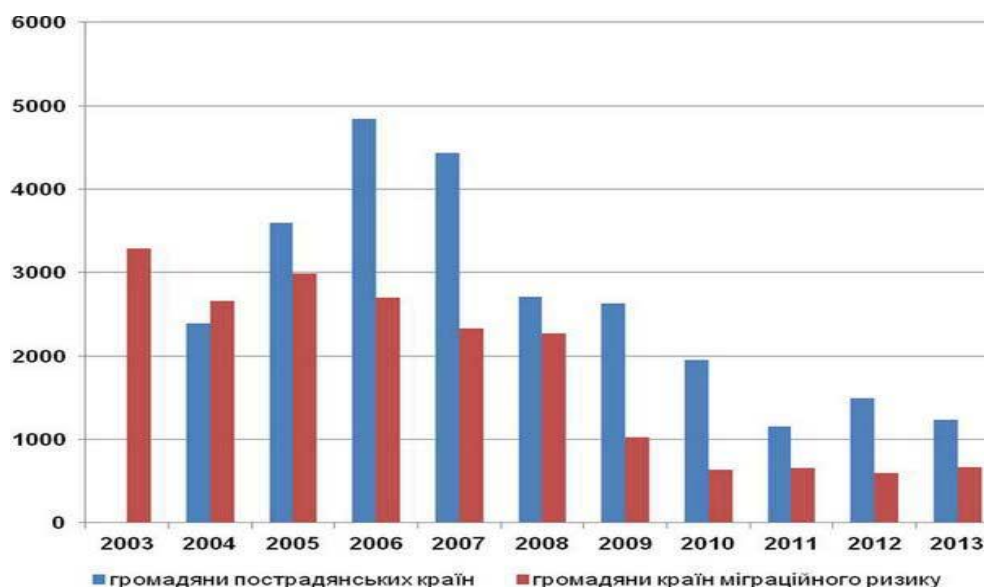
**Рис. 1. Кількість нелегальних мігрантів, затриманих на кордоні з країнами Європейського Союзу в 2003–2013 рр. (осіб) [1]**

Аналізуючи дані наведені на рис. 1, можна зазначити, що кількість спроб нелегальних мігрантів незаконно потрапити до країн ЄС у 2013 р. порівняно з 2003 р. зменшилась майже у 4 рази.

Щодо структури потоків нелегальних мігрантів, яких затримали при спробі перетину державного кордону України, то переважну їх кількість (близько 68%) становлять громадяни пострадянських країн, здебільшого Молдови, Грузії, окремих регіонів Російської Федерації, Вірменії, Таджикистану, Азербайджану, Узбекистану. Частка іноземців з країн Південно-Східної Азії, Середнього, Близького Сходу та Африки становить близько 32% (переважно громадяни Афганістану, Сомалі, Сирії, Еритреї, Шрі-Ланки і Туреччини) [1].

Така структура міграційних потоків насамперед пов'язана з безвізовим порядком в'їзду в Україну громадян пострадянських країн, чим активно користуються потенційні нелегальні мігранти.

Зміна структури потоків нелегальних мігрантів, затриманих на кордоні України у 2003–2013 рр., залежно від громадянства, показана на рис. 2.



**Рис. 2. Структура потоків нелегальних мігрантів, затриманих на кордоні України у 2003–2013 рр., за громадянством (тис. осіб) [1]**

Останнім часом спостерігаються спроби організації незаконного переправлення нелегальних мігрантів з країн Азії та Африки (переважно Нігерії, Конго, Камеруну, Гвінеї, Еритреї та Сирії), які легально прибули в Україну за дійсними українськими візами та деякий час тут перебували, до країн ЄС за чужими та підробленими документами європейських країн (Іспанії, Франції, Бельгії, Португалії, Великої Британії та ін.). Проте такі спроби не мають системного характеру [1].

Загалом за результатами спільних оцінок загроз у 2013 р. відмічено зниження рівня міграційного тиску на 21% порівняно з 2012 р.

Водночас міграційні процеси потребують постійного моніторингу, оскільки недооцінка масштабів та наслідків нелегальної міграції може завдати шкоди міжнародному іміджу країни, призвести до прямих економічних втрат та незворотних демографічних, соціальних наслідків у майбутньому.



На сьогоднішній день, роботу пов'язану з боротьбою з незаконною міграцією, здійснюють ряд відомств, до основних функцій яких належить [2]:

- недопущення проникнення на територію України осіб, які незаконно прибувають в Україну і не заявляють у встановленому порядку про свій намір набути статусу біженця чи отримати притулок, втратили підстави для дальшого перебування в Україні і ухиляються від виїзду з неї, переховуються та уникають контактів з компетентними державними органами;

- перекриття транснаціональних каналів незаконної міграції на державному кордоні України та за її межами;

- припинення протиправної діяльності фізичних і юридичних осіб, які незаконно переправляють мігрантів в Україну та/або транзитом переміщують їх через територію України;

- посилення контролю за додержанням правил в'їзду, виїзду, перебування в Україні іноземців та осіб без громадянства.

До даної сфери мають відношення Державна міграційна служба, Державна прикордонна служба, Міністерство внутрішніх справ, Міністерство закордонних справ, СБУ, Міністерство праці та соціальної політики, Державний комітет статистики, Міністерство юстиції та інші.

Очевидно, що для ефективної реалізації державної міграційної політики та координації всіх відповідних центральних та місцевих державних виконавчих органів України та відповідних органів інших держав необхідно утворити центральний орган виконавчої влади з питань міграції.

До основного завдання роботи центрального органу з питань державної міграційної політики необхідно віднести співпрацю та координацію між усіма органами державної влади України та зарубіжних держав, які в тій чи іншій мірі займаються питаннями реалізації міграційної політики у різних сферах діяльності. Даний орган у межах своїх повноважень міг би вирішувати актуальні питання для України, які вже сьогодні визначені рядом нормативно-правових актів [2].

Зокрема це участь України у програмі Європейського Союзу з фінансування примусового та добровільного повернення незаконних мігрантів до держав походження чи громадянства; активізація переговорного процесу з укладання відповідних угод про реадмісію з державами походження потенційних незаконних мігрантів та інше.

Вдосконалення та впорядкування системи, що буде націлена на реалізацію державної політики, приведуть до позитивних змін щодо формування міграційної політики, як невід'ємної частини процесу державотворення та цілком відповідатимуть захисту національних інтересів, відповідно до викликів часу.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Литвин М. Нелегальна міграція: основні аспекти, проблеми. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://2000.net.ua/2000/derzhava/realii/97892>.

2. Яримистий М. Нелегальна міграція: вдосконалення системи в умовах транскордонної співпраці. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.cppk.cv.ua/i/1531960.pdf>.

3. Толстокорова А. В. *Транзитная миграция в Украине*. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://cyberleninka.ru/article/n/tranzitnaya-migratsiya-v-ukraine>.

**ОЛЕГ ВАСЬКО**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Кривоус В. Б.**

## **КРИЗА СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС**

На думку багатьох вчених сьогоднішня криза соціальної політики ЄС є найбільш глибокою з часів заснування співтовариства. Соціальні моделі європейських країн сформувалися та отримали своє фінансове втілення у другій половині ХХ ст. і для більшості країн цей процес був еволюційним, хоча якісні стрибки часто відбувалися під впливом гострих криз в економічній, політичній та соціальній сферах.

Соціальна політика ЄС характеризується унікальністю і неспівставністю з точки зору обсягу та розміру соціальних гарантій порівняно з іншими розвиненими країнами світу. Вона базується на активній участі держави у забезпеченні соціальних гарантій, їх включенні до переліку прав людини, принципах солідарності та справедливості, а також понятті соціального партнерства та діалогу. Статистичні дані показують (див. табл. 1), що для країн ЄС властиві більші витрати на соціальні потреби порівняно з іншими розвиненими країнами, але водночас існує суттєва відмінність у їх рівні в рамках самого інтеграційного угруповання. «Нові» країни ЄС, а також південні (Греція, Іспанія та Португалія) знаходяться нижче середнього показника для ЄС в цілому. Відтак для країн південної Європи, де соціальний захист знаходився на зародковому рівні, приєднання до ЄС означало підвищення рівня соціального захисту. А для скандинавських країн приєднання до ЄС пов'язують із зниженням досягнутого рівня. Тому поглиблення розриву у рівні соціального забезпечення зумовило реалізацію політики соціального зближення в кінці 1990-х рр. – на початку 2000-х рр., що супроводжувалася розробкою і прийняттям п'ятирічних програм «Соціальної дії» [1]. Кожна країна повинна була представляти щорічний план вирішення питань у соціальній сфері, а також звітувати про його виконання. Через фонди Регіонального розвитку та Соціального згуртування фінансувалися програми, спрямовані на зближення рівня життя європейських країн та окремих «відсталіх» регіонів. Країни Східної Європи, які приєднувалися до ЄС, переходили від централізованої до корпоративської моделі соціального забезпечення, але поки що не досягнули такого самого рівня соціального забезпечення, що характерний для країн-засновників ЄС.

## Витрати на соціальні потреби, 2009–2011 (% від ВВП)

	2009	2010	2011
EU-28	29,7	29,4	29,1
EU-27	29,6	29,3	29,0
Euro area (EA-17)	30,4	30,4	30,0
Болгарія	17,2	18,1	17,7
Данія	34,7	34,3	34,3
Естонія	19,0	18,0	16,1
Франція	33,6	33,8	33,6
Латвія	16,9	17,8	15,1
Литва	21,2	19,1	17,0
Нідерланди	31,6	32,1	32,3
Португалія	26,8	26,8	26,5
Румунія	17,1	17,6	16,3
Словаччина	18,8	18,7	18,2
Фінляндія	30,4	30,6	30,0
Ісландія	25,4	24,5	25,0
Норвегія	26,0	25,6	25,2
Швейцарія	26,8	26,8	26,6

Джерело: складено автором на основі [2].

На сьогодні можна виділити чотири базові моделі організації соціальної політики в європейських країнах, що відображають різноманіття ступеня залучення та відповідальності держави, бізнесу, приватних фондів, суспільних організацій, працівників, а також способів формування фондів для покриття витрат у соціальній сфері: корпоративістська, континентальна або бісмарковська модель (передбачає активну участь держави у формуванні та функціонуванні соціальних фондів, обов'язкове медичне страхування та страхування на виробництві); соціал-демократична або скандинавська модель (базується на принципах перерозподілу доходів через загальне прогресивне оподаткування та активній участі держави в організації та забезпеченні соціальних служб); південна або латинська модель (характерна для країн Південної Європи, вирізняється відносно низьким рівнем соціального захисту і несуттєвим втручанням держави у соціальне забезпечення); універсальна або ліберальна модель (представлена у Великій Британії та Ірландії, в яких обмежений обсяг соціальних прав, в основному в охороні здоров'я, надається всім громадянам і резидентам та фінансується із державного бюджету).

Ще у 1986 р. в тексті Єдиного європейського акту заявлена ціль «створення єдиного соціального простору» та гармонізації соціальної політики ЄС. Проте розширення ЄС на південь та схід породило нові проблеми та продемонструвало ілюзорність цих планів. Лісабонський договір, прийнятий у 2007 р., за рік до початку економічної кризи і слідом за приєднанням Румунії і Болгарії до ЄС, відобразив компромісний характер намірів ЄС у соціальній сфері і фактичне відмовлення від наперед заявленої цілі зближення та уніфікації моделей соціального забезпечення. В цілому увесь розвиток ЄС демонструє постійне протиріччя між необхідністю дотримання основи для

економічного розвитку і конкуренції європейських товарів на світовому ринку та необхідністю регулювати взаємовідносини країн-членів в економічній, фінансовій та соціальній сфері заради можливості успішного функціонування наднаціонального економічного, валютного і політичного простору.

На сьогодні країнам ЄС необхідно знайти вирішення проблеми, яка видається не просто складною, а кратно помноженій на кількість країн, що входять до ЄС; поглиблена національними особливостями кожної окремо взятої країни; позицією ЄС по соціальній політиці; а також поглиблена економічними та фінансовими можливостями європейських країн забезпечити соціальні гарантії та зберегти рівень соціального забезпечення. Криза 2008 р. поглибила існуючі і невирішені проблеми в області соціальної політики ЄС та його окремих країн: фінансові показники країн єврозони та витрати на соціальний захист; захист прав трудових мігрантів із країн ЄС; міграція із третіх країн та її регулювання; негативні демографічні тенденції; зростання соціальних витрат у зв'язку із збільшенням вартості послуг і потреб в них; зміна структури зайнятості населення.

Одним із проявів кризи є скорочення виробництва, зменшення робочих місць і зростання безробіття, що призводить до зменшення доходів у державний бюджет та збільшення соціальних статей витрат; зростання безробіття призводить до збільшення кількості людей, які потребують різних форм підтримки держави; скорочення робочих місць і закриття підприємств призводить до зменшення доходів від працедавців, включаючи відрахування у соціальні фонди.

Індикатори безробіття, представлені у доповіді ОЕСР про стан суспільства за 2012 р. показують, що найбільш вразливими соціальними групами є молодь, люди із неповною середньою освітою та іммігранти. У багатьох європейських країнах показники безробіття серед молоді в рази перевищують загальні показники.

Іншою важливою проблемою соціальної політики ЄС є питання пенсій та гарантій по відношенню до пенсіонерів. Політика у відношенні пенсіонерів в умовах кризи є продовженням пенсійної реформи, яка проводиться в європейських країнах з кінця 1990-х рр. для вирішення проблеми «старіння населення». Дана демографічна тенденція веде до посилення фінансового тиску на бюджет. Уряди ряду європейських країн пішли на підвищення пенсійного віку ще до кризи, тепер ця тенденція продовжена.

Сьогодні національні уряди формально володіють правом визначати обсяги і форми соціального забезпечення своїх громадян. Однак вбудовані фінансові та економічні важелі тиску не залишають сумніву у тому, що реальні здатності урядів країн єврозони є ефемерними. Ця обставина зумовлює необхідність розгляду формального та реального впливу країн ЄС на сферу соціальної політики, а також соціальної вартості реформ, що проводяться. Заходи, що пропонуються главами урядів для спасіння економічної і фінансової сфери ЄС, суперечать очікуванням громадян ЄС. У цьому контексті нагального вирішення потребує надзвичайно складна проблема співвідношення економічного обґрунтування заходів, що приймаються, та їх політичною

легітимністю; протиріччя між солідарністю на рівні ЄС та відповідальністю національних урядів за соціальний світ та благополуччя своїх громадян; це очікування громадян і реальна можливість урядів реалізувати свої обіцянки у соціальній сфері; це вимоги ринку і потреба у соціальній стабільності; це співвідношення керованості економіки та механізмів саморегулювання.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *European Commission / Employment and social policy // [http://europa.eu/Legislation\\_summaries/employment\\_and\\_social\\_policy/index\\_en.htm](http://europa.eu/Legislation_summaries/employment_and_social_policy/index_en.htm).*

2. *Eurostat / Employment and social policy // [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/employment\\_social\\_policy\\_equality/](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/employment_social_policy_equality/).*

3. *OECD / Social policies and data // <http://www.oecd.org/els/soc/expenditure.htm>.*

**УЛЯНА ДМИТРЕНКО**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ ФІНАНСОВО-БОРГОВОЇ КРИЗИ НА ВАЛЮТНІ КОЛИВАННЯ КРАЇН ЄС ТА УКРАЇНИ**

Однією з найбільш вагомих переваг введення єдиної європейської валюти стало зниження фінансових ризиків, пов'язаних з коливанням курсів валют, що сприяло розвитку інвестиційного простору серед країн ЄС, підвищенню темпів міжнародної торгівлі, зміцненню європейського фінансового ринку, який до того ж став ще більш гнучким та ліквідним, на макрорівні.

Серед сучасників які зробили свій внесок для розробки та оцінки впливу волатильності євро на економіку країн, приділено увагу в роботах таких зарубіжних та вітчизняних учених: Р. Маккіннон, П. Кенен, М. Корден, Р. Нобель, Дж. Тавлас, Р. Болдвін, Дж. Інграм, Дж. Флемінг, Ч. Енгель, Е. Роуз, Дж. Франкель, А. С. Гальчинський, О. В. Плотніков, С. Я. Боринець, А. С. Філіпенко, О. І. Шнирков, О. І. Рогач, М. А. Дудченко.

Боргова криза в Європейському Союзі – це фінансова криза, яка на сьогодні проявилася в деяких країнах членах ЄС. Причиною цього стало ускладнення обслуговування державного боргу без допомоги третіх осіб. Післякризовий період розвитку країн Європи характеризується високим рівнем невизначеності. Продовжує загострюватися ситуація у Греції, певні труднощі зазнають такі країни як Португалія, Іспанія, Ірландія також Італія через свою слабку фінансову позицію. Подолати усі ці труднощі країнам самостійно буде достатньо важко, тому за цих умов зростає значимість європейського зближення країн, збільшується роль країн ЄС у пошуку антикризових заходів [1].

Дестабілізація євро почалася вже у 2008 році, коли у березні євро відносився до долару США як 1 до 1,25. Це було зумовлено тим, що більшість

інвесторів та фінансистів вважали більш міцною валютою долар США. Але це суттєво не зашкодило євро, курс якого у весняно-літньому періоді 2008 року поступово збільшувався. Квітень 2010 року став випробувальним місяцем для євро, оскільки саме у цей період курс євро почав стрімко знижуватися. В березні 2014 року спостерігається зниження курсу євро, по відношенню до долара США як 1 до 1.37.

За відсутності єдиної стратегії економічного розвитку Європейського Союзу під час та після кризи країни ЄС опинилися у панічному стані. Для боротьби з нею керівництво кожної окремої країни намагалося самостійно знайти інструменти для пом'якшення негативних наслідків фінансово-економічної кризи, шукати засоби підтримки національної економіки, що призвело до більш глибокого проникнення кризи, ніж очікувалося, а сам Європейський Союз почав втрачати керованість, здатність координації дій. Підтвердженням цього стала ситуація у Греції. За таких умов доцільно була б перебудова фінансової системи Євросоюзу, та прискорення її реформування.

Фінансово-економічна криза 2008 року показала наскільки Україна є неспроможною до таких потрясінь, адже економіка нашої країни зазнала чи не найбільшого впливу цієї кризи. Україна занадто прив'язана до курсу долара США та євро, які в період кризи значно зросли по відношенні до вітчизняної гривні. Населення України в період кризи всі вільні кошти вкладає саме в такі валюти, як євро та долар, в той час як у світі здебільшого вкладають кошти в дорогоцінні метали, зокрема золото [2, с. 7].

Український експорт знаходиться в складних умовах. В результаті падіння попиту в європейських країнах знижуються темпи розвитку національної економіки, адже на Європейський Союз припадає близько 27% всього експорту за його географічною структурою.

У зв'язку з розвитком кризових процесів у Європі спостерігається тиск на валютний курс усередині країни. Оскільки зменшуються надходження від експорту товарів та послуг у Європейський Союз, це зумовлюється зниженням приватних грошових переказів громадян України, які працюють за її межами. Крім того, скоротився рівень фінансової допомоги в розрізі програм економічного розвитку, які реалізовувалися на території країни за ініціативою європейських фінансових установ.

Крім скорочення розмірів зовнішньої торгівлі з країнами Європейського Союзу, є й інші сфери, які зменшують обсяги виробництва у зв'язку з борговою кризою у Європі. Спостерігається скорочення інвестицій із ЄС та загальне гальмування розвитку економіки. Разом з тим Україна зазнає й побічного впливу фінансової кризи у Єврозоні, саме в зв'язку із небажанням інвесторів іти на ризик. Все це викликає девальвацію національної грошової одиниці та зниження рівня життя населення.

Підсилюється відтік капіталу, спостерігається рецесія в банківській системі України. Європейські фінансово-кредитні установи виводять активи із українських представництв на невизначений термін у зв'язку із наявністю неліквідних активів у материнських компаніях. Наступне їх повернення відкладається на досить тривалу перспективу, оскільки вони зіткнулися зі

значним розміром тіньової економіки (30–40%), інтенсифікацією росту політичних ризиків та загальним уповільненням економічного зростання в Україні [3].

Підсумовуючи вище викладене відзначимо той факт, що вплив валютних коливань євро безпосередньо впливає на економічний розвиток України. Боргова криза у Єврозоні провокує значний негативний вплив на вітчизняну економіку в напрямку зниження ліквідності всередині країни, спостерігається посилення тиску на національну грошову одиницю та уповільнення росту ВВП. Криза у Європі носить системний характер, вона показала неспроможність єдиної європейської валюти, оскільки економіки окремих країн, членів ЄС, суттєво різняться за рівнем розвитку. Для попередження наступної хвилі економічної кризи та запобігання її поглиблення у країнах Євросоюзу, для зміцнення напрацьованих економічних зв'язків та збереження цього міжнародного об'єднання необхідно, перш за все, визначити та запровадити реформу фінансової системи антикризової спрямованості. Отже, кризові явища у світовій економіці вимагають перебудови фінансової системи Євросоюзу, та прискорене її реформування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Патица Н. І. Міжнародні валютно-кредитні відносини : навч. посіб. / Н. І. Патица. – К. : Знання, 2012. – 566 с.

2. Божидарнік Н. В. Проблеми функціонування ринку євровалюти в умовах кризи // Економічний форум. – 2011. – № 1. – С. 6–9.

3. Д'яконова І. І. Міжнародні фінанси : навч. Посібник / І. І. Д'яконова, М. І. Макаренко, Ф. О. Журавка ; за ред. М. І. Макаренка, І. І. Д'яконової. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 548 с.

4. Найман Е. Стрибки євро на економіку України не вплинуть // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.golosua.com>.

## МАРІЯ ДМИТРИШИН

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ НА ЗАРУБІЖНОМУ РИНКУ

Сучасні тенденції розвитку економіки, коли відбувається глобалізація та посилення конкуренції, підсилюється інформаційне перевантаження суспільства та постійно збільшуються витрати підприємств на маркетингові комунікації, особливо гостро ставлять питання формування ефективної системи маркетингових комунікацій підприємства при його виході на зовнішній ринок.

Останніми роками разом із підвищенням ролі маркетингу, зросла і роль маркетингових комунікацій. Зараз ключовим фактором успіху будь-якої компанії є по-справжньому ефективні маркетингові комунікації з споживачами. На сучасному етапі маркетинг вимагає від підприємств значно більше, ніж

просте виготовлення товару, що повністю задовольнятиме потреби клієнтів. Все важливішим етапом стає вдала комунікація із споживачами. Жодне підприємство не в змозі успішно конкурувати на ринку без значних вкладень у маркетингові комунікації. І що найважливіше, потрібно виробити чітку стратегію і бути інтегрованими, для досягнення поставлених цілей та ефективного розподілу бюджету на маркетингові комунікації.

Для усіх підприємств, які успішно розвиваються, в якийсь момент вітчизняний ринок перестає задовольняти їхні потреби, політичні та економічні умови змінюються, в цей час виникає потреба розширення меж своєї діяльності, тобто виходу на зовнішні ринки. Для вітчизняних підприємств це питання є досить актуальним, але потреба у фінансових засобах, зношений стан основних засобів та застарілі, несучасні технології – одні з багатьох причин, що заважає зовнішньоекономічній діяльності. Проте на території України функціонують досить успішні підприємства, чия продукція є конкурентоздатною на вітчизняному ринку, а можливості виробництва перевищують внутрішні потреби країни. Тому для ефективнішого використання потужностей та збільшення обсягів реалізації продукції, підприємствам потрібно шукати нові ринки збуту.

Забезпечення вдалого виходу на зарубіжний ринок, що і так вже перенасичений різноманітними товарами та послугами, є особливо важкою та тривалою справою для будь-якого підприємства. У такому випадку для підприємства немає іншого шляху, як використання методів міжнародного маркетингу, використання інструментів маркетингових комунікацій, набуття досвіду в міжнародній сфері та практичне застосування в діяльності фірми. Формування та реалізація цілей та завдань, що є необхідними для такої діяльності є єдиним виграшним варіантом для підприємства виробника.

На теперішньому етапі розвитку соціуму, для успішної діяльності підприємств на вітчизняному чи зарубіжному ринку необхідне застосування великого спектру маркетингових інструментів, тобто комплексу маркетингових комунікацій. Разом, вони враховуватимуть особливості продукції, що пропонується, специфіку поведінки споживачів і разом з тим загальні умови діяльності організації.

Маркетингова політика комунікацій – комплекс заходів, які використовує підприємство для інформування, переконання, нагадування та формування поглядів споживача на товар (послугу) та імідж підприємства.

Розробляючи систему маркетингових комунікацій для організації необхідно виявити характеристики всіх складових, а також врахувати деякі чинники, що впливають на ефективність системи.

1. Вид товару або ринку.
2. Цілі і стратегія фірми.
3. Етап життєвого циклу.
4. Суб'єкти цільового впливу.
5. Стратегії каналу розподілу.
6. Методи розробки бюджету для збуту товарів.
7. Географічне розміщення споживачів.



Аналіз наукових праць з питань комплексу маркетингових комунікацій показав, що інструментів є багато, основні з них:

- Реклама;
- Стимулювання збуту;
- Паблік рилейшинз;
- Особистий продаж;
- Прямий маркетинг;
- Синтетичні засоби (виставки, ярмарки, спонсорство).

Усі з вище перелічених інструментів маркетингових комунікацій мають свої як сильні, так і слабкі сторони. Проте, вдале їх поєднання допоможе сучасним підприємствам досягнути поставлених цілей та вийти на новий рівень конкурентоспроможності.

Існує багато підходів щодо етапності формування системи маркетингових комунікацій при виході фірми на зарубіжний ринок. Ці питання розглядали вчені Братко О. С., Сміт П. Р. Усі вони виділяють різні етапи, наприклад, Сміт П. Р. пропонує 6 етапів, Братко О. С. виділяє 7 основних. Не зважаючи на деякі відмінності, усі вони містять ряд спільних етапів, що використовуються при формуванні етапів системи маркетингових комунікацій.

Перший етап – аналіз ситуації. Потрібно добре ознайомитись з ринком та його основними характеристиками, де фірма планує реалізацію своєї продукції. Чи доцільно буде виходити на даний ринок і чи продукція підприємства буде конкурентоспроможною.

Наступним етапом є визначення цільової комунікативної аудиторії, що не завжди буде співпадати із загальною цільовою аудиторією, тобто це пошук тієї частини споживачів, на яку буде спрямований комплекс комунікацій.

Третій етап процесу формування системи маркетингових комунікацій – визначення цілей підприємства. Ставлячи цілі, яких підприємство планує досягти за допомогою маркетингових комунікацій, необхідно враховувати і загальний маркетинговий план та ставити цілі, виходячи із нього.

Четвертий етап – розробка стратегії маркетингу – мікс. Стратегічні рішення щодо розробки маркетингу – мікс поєднують в собі товарну політику фірми, цінову, політику розподілу та маркетингову політику комунікацій.

П'ятим етапом є визначення бюджету маркетингових комунікацій. Формування бюджету комунікації, є однією з найскладніших маркетингових задач, що стоїть перед підприємством Д. Ванмейкер, власник мережі універмагів, якось сказав: «Я знаю, що половина рекламних засобів витрачається даремно, тільки я не знаю, яка це половина».

Шостим, передостаннім етапом є реалізація стратегії маркетингових комунікацій. Успіх будь-якої стратегії багато в чому залежить від правильної її організації та здійснення, і стратегія маркетингових комунікацій не виключення.

Останнім, завершальним етапом є оцінювання результатів. Після закінчення виконання усіх етапів необхідно з'ясувати чи було все виконано точно за планом і чи вжито усі заходи для досягнення намічених цілей.

З усього вище написаного можна зробити висновок, що при виході організації на зарубіжні ринки, необхідно визначити та пройти певні етапи формування системи маркетингових комунікацій. Тобто потрібно чітко усвідомити та вивчити на який ринок варто виходити, на яку аудиторію спрямовувати свої зусилля, сформувані комунікативні цілі та загальні цілі підприємства, вибрати найефективніші інструменти маркетингових комунікацій для реалізації стратегії маркетингу – мікс, сформувані оптимальний бюджет для реалізації задуму та останнім етапом є оцінка вище перелічених дій та результатів, які будуть з їхньою допомогою отримані.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Братко О. С. *Маркетингова політика комунікацій: Навчальний посібник.* – Тернопіль: Карт-Бланш, 2006. – 275 с.
2. Бутенко Н. В. *Основи маркетингу: навчальний посібник / Н. В. Бутенко.* – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2004. – 140 с.
3. Оснач О. Ф. *Промисловий маркетинг Підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. Ф. Оснач, В. П. Пилипчук, Л. П. Коваленко* – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 364 с.
4. Піддубняк М. А., К. т. н. Рябенко Л. І. *V Международная научно-практическая Интернет-конференция «Альянс наук: ученый – ученому» / М. А. Піддубняк // Маркетингова стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок. – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.confcontact.com/2009\\_03\\_18/ek1\\_pidubnyak.php](http://www.confcontact.com/2009_03_18/ek1_pidubnyak.php).*
5. Чеботар, Я. С. Ларіна, О. П. Луцій, М. Г. Шевчик, Р. І. Буряк, С. М. Боняр, А. В. Рябчик, О. М. Прус, В. А. Рафальська *Маркетинг: Навчальний посібник / Київ «Наш час», 2007. 504 с.*
6. Шамота, Г. М. *Формування тактики виходу підприємства на зовнішній ринок [Текст] / Г. М. Шамота, Ю. О. Коваленко // Економічний форум. – 2013. – Режим доступу: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/handle/123456789/9104>.*

**АНДРІЙ ДОРОШ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Зварич Р. Є.**

## ПОТЕНЦІАЛ ТРАНСКОРДОННОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ

Розширення Європейського Союзу, вступ України до СОТ, світова економічна криза, інші процеси глобалізації мають суттєвий вплив на соціально-економічний розвиток української держави. Життя ставить перед українським суспільством нові виклики зовнішнього і внутрішнього походження, які у своїй сукупності спричиняють різку диференціацію українських регіонів, насамперед прикордонних, в першу чергу за інтегральним

показником, яким є показник рівня людського розвитку. Така диференціація спричинює соціальну напруженість і веде до наростання відчуженості між громадами та регіонами, що становить загрозу національній безпеці української держави [1].

З середини 90-х років минулого століття проявилася значна зацікавленість вчених до проблематики транскордонного співробітництва. Велику увагу цим проблемам приділили Герцог Р., Марку Ж. (Франція), Локателлі Р., Габбе Г., Мюдріх Г., Кліп К. (Німеччина); Зарді А. (Італія); Борісов Б., Ілієва М. (Болгарія); Романов С., Білчак В., Вардомський Л., Зверев Й. (Росія); а також вітчизняні вчені: Амоша О., Беленький П., Бройде З., Бураковський І., Гакман С., Куйбіда В., Козоріз М., Легенько Ю., Лендъел М., Луцишин Н., Макогон Ю., Мальський М., Мельник А., МокійА., Пила В., Пирожков С., Писаренко С., Романюк С., Сиромолот Е., Студенніков І., Ткачук А., Чмир О., Чайка Н., Шевчук К., Щербак Н. та ін. [4] Одночасно з боку Європейського Союзу та Ради Європи здійснюються планомірні заходи для створення «Європи без роз'єднуючих кордонів», забезпечення «територіального вирівнювання» між регіонами з метою зменшення диспропорцій у їх розвитку. На підтвердження особливого значення такої політики та віднесення пов'язаних із її реалізацією завдань до числа пріоритетних було розроблено низку важливих правових інструментів, які застосовуються для підтримки транскордонного співробітництва, а саме: Європейську рамкову конвенцію про транскордонне співробітництво між територіальними владами або громадами та три додаткові Протоколи до неї, Регламент Європейського Парламенту та Ради 1082/2006 про Європейські угруповання з міжтериторіального співробітництва (EGTC) від 5 липня 2006 р. тощо. Враховуючи зазначене, нова державна регіональна політика повинна передбачати можливості для розширеного представлення регіонів України в Європейському економічному та політичному просторах. Велике значення має також і розвиток співробітництва з країнами-членами СНД та іншими державами-сусідами, зокрема членами Організації Чорноморського економічного співробітництва.[2]

Разом з тим, Україною ще не у повній мірі використовується потенціал транскордонного співробітництва, що має забезпечити сталий розвиток та конкурентоспроможність транскордонних регіонів. У рекомендаціях парламентських слухань, затверджених постановою Верховної Ради України від 27 червня 2007 р., зокрема, зазначається, що подальша реалізація сучасних можливостей транскордонного співробітництва України є гарантією подальшої реалізації в Україні принципу субсидіарності та забезпечення сталого соціально-економічного і просторового розвитку регіонів у інноваційно-інвестиційний спосіб. Парламентом України було зазначено, що посилення ролі єврорегіонів у процесі транскордонного співробітництва полягає в тому, що вони можуть і повинні стати ключовою ланкою у підтриманні контактів між органами державної влади та органами місцевого самоврядування, виробленні стратегії спільних дій, ініціюванні проектів, реалізація яких відповідає інтересам прикордонних регіонів України.

Наприкінці ХХ-го століття регіональна політика Європейського Союзу перейшла до нової парадигми – від застосування механізмів ліквідації диспропорцій регіонального розвитку шляхом міжрегіонального перерозподілу ресурсів до мобілізації природно-ресурсного потенціалу територій і застосування принципу субсидіарності. Цей підхід був використаний суміжними прикордонними регіонами Європи, які налагодили взаємні контакти міждержавними регіональними органами влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, господарськими суб'єктами, об'єднуючи зусилля для вирішення спільних проблем, і від співробітництва за окремими транскордонними угодами перейшли до співробітництва в рамках єврорегіонів. Німеччина, Польща, Чехія та інші країни створили єврорегіони по всьому периметру своїх кордонів, що зумовлювалося, зокрема, поглибленням євроінтеграційних процесів та удосконаленням механізмів фінансування регіонального розвитку в Європейському Союзі. Основні пріоритетні напрями фінансової підтримки Європейського Союзу базувалися на загальних засадах просторового облаштування Європейського континенту, прийнятих Радою Європи, і передбачали підвищення координованості та узгодження розвитку суміжних прикордонних територій сусідніх країн шляхом розробки концепцій спільного розвитку транскордонних регіонів. Таким чином, з метою виявлення спільних проблем і пошуку ефективних шляхів їх вирішення постала необхідність системного дослідження транскордонного регіону, як бази розвитку транскордонного співробітництва, що потребувало належного теоретико-методичного підґрунтя. [2]

Тому важливим кроком для виходу із такого становища є використання потенціалу транскордонного співробітництва як інноваційного інструменту державної регіональної політики. Слід зазначити, що 19 із 25 регіонів України є прикордонними, а їх сукупна площа становить близько 77% усієї території держави. На сьогодні на території України діють 9 єврорегіонів, а саме: «Буг» (Україна, Польща, Білорусь), «Карпатський єврорегіон» (Україна, Польща, Словаччина, Угорщина, Румунія), «Нижній Дунай» (Україна, Молдова, Румунія), «Верхній Прут» (Україна, Молдова, Румунія), «Дніпро» (Україна, Росія, Білорусь) та «Слобожанщина» (Україна, Росія), «Ярославна» (Україна, Росія), «Донбас» (Україна, Росія). У 2008 р. за ініціативою Ради Європи було утворено Чорноморський єврорегіон. [2]

Отже, на сьогодні завершується процес інституціоналізації транскордонного співробітництва у вигляді єврорегіонів по усьому периметру державного кордону України.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Транскордонне співробітництво – стратегічний ресурс розвитку прикордонних територій України/ за заг. ред. к.е.н В. Борщевського. – Львів: Ін-т між нар. економіч. дослідж.; Регіональний філіал Національного ін-ту стратегічних досліджень в м. Львові, 2008. – 180 с.*

2. *Транскордонне співробітництво – Стратегічний документ, 2007–2013 рр. Індикативна програма, 2007–2010 рр. // Офіційний сайт Європейської Комісії. – Режим доступу : <http://ec.europa.eu>.*

3. Державний комітет статистики України// Географічна структура експорту-імпорту товарів і послуг України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

4. Мікула Н. Євро регіони: досвід та перспективи. – Львів: ІРД НАН України, 2003. – 222 с.

## РОМАН ЗВАРИЧ

### ІНДУКЦІЯ ТОРГОВОЇ ВІЙНИ

Торгова війна окреслюється торговим суперництвом двох або більше сторін, яке проводиться з ціллю захоплення закордонних ринків (наступальна торгова війна) або попередження торгової “окупації” національної економіки (оборонна торгова війна). Вивчення причин і методів ведення торгових війн складає прерогативу різних наук, в тому числі геоекономіки і світової економіки. Торгова війна може проводитися в рамках ширшого фронту “бойових дій” т.зв. економічної війни.

Основні методи ведення наступальної торговельної війни:

- пониження експортних митних тарифів;
- підвищення експортних квот;
- використання демпінгових цін;
- у виняткових випадках використовується торгова блокада;
- оголошення продукції конкурентів шкідливою для споживачів або екології (заяви можуть супроводжуватися просуванням міжнародних нормативних актів і стандартів, що забороняють або суттєво обмежують виробництво та використання продукції конкурентів).

До методів оборонної торговельної війни відноситься зведення торгових бар’єрів:

- підвищення імпорتنих мит (в т.ч. використання порівняльних мит, що передбачають підвищення ціни імпортованого товару до рівня внутрішніх цін з метою запобігання демпінгу);
- зниження імпорتنих квот;
- введення нетарифних обмежень – бар’єрів, пов’язаних з ускладненням процедури ліцензування та нагромадженням митних формальностей;
- введення технічних бар’єрів, що передбачають виникнення складнощів з відповідністю імпорتنих товарів національним стандартам і технічним умовам.

Кожне століття, починаючи від часів Стародавнього Єгипту позначено кровопролиттями, але, починаючи з 20 ст., війни набули принципово нового характеру. На сучасному етапі торгово-економічні війни здійснювались, в основному через “перекачування мізків”, економічну експансію та промислове шпигунство. Так, сьогодні урядами більшості високорозвинених країн розроблені й здійснюються довгострокові програми “перекачування” наукового потенціалу. На це виділяються значні засоби, створюються спеціальні центри й

комерційні структури. Зовні їхня діяльність має цілком благопристойний вигляд: Захід безоплатно підтримує вчених зі слаборозвинених країн, що опинилися в скрутному стані. Торгово-економічна експансія має найрізноманітніші форми: програми по реструктуризації та інвестиційні проекти різних міжнародних валютних фондів; впровадження гірничошахтного, сільськогосподарського та іншого устаткування – замість підтримки вітчизняного виробника; повальне завезення в країну гербіцидів, хімічних відходів, іншої небезпечної або низькосортної продукції; збут у слаборозвинені країни залежаних і шкідливих ліків. Сучасні розрахунки показують, що тільки невидимі вилучення вартості “першим світом” з “третього” становлять близько 600 млрд. доларів в рік (сюди не включаються видимі потоки: вивіз прибутків іноземного капіталу, відсотки на зовнішній борг і “втеча” капіталу).

В Європі торговельні війни в останні роки набули також широкого використання. КНР провела в 2014 р. антидемпінгове розслідування щодо вина, імпортованого з Європи. Таким чином китайський уряд відповів на додаткове мито, яким в ЄС обкладатимуть сонячні батареї китайського виробництва через підозри у штучному заниженні цін. Цей крок є досить значним, адже Китай був третім найбільшим ринком збуту французького вина та інших алкогольних напоїв, а Франція отримала від продажу вина до Китаю 1 мільярд євро, тобто 9% загальної виручки від експорту цієї продукції. В свою чергу Німеччина назвала мито, яким планують обкладати китайські сонячні батареї “великою помилкою”, адже галузь сонячної енергії в Німеччині представлена 10 тисячами компаній, з-поміж яких лише 350 є виробниками сонячних батарей, інші ж великою мірою залежать від панелей, імпортованих з Китаю. Торгові війни також торкаються і східноєвропейський регіон, зокрема в 2014 р. після саміту в Брюсселі Росія і Білорусь зупинили імпорт свинини з країн Євросоюзу, Білорусь також відмовилась від імпорту європейської картоплі. Ця заборона непропорційна, адже російські партнери заборонили експорт навіть з тих країн ЄС, у яких не було таких випадків. Запровадила свою заборону на свинину і Білорусь, яка вирішила, що європейська продукція не відповідає ветеринарним сертифікатам. Вцілому, обмежувальні заходи Росія запровадила одразу по завершенні саміту Росія-ЄС, де панувала прохолодна атмосфера через ситуацію в Україні. Внаслідок торгових суперечок з Україною Росія в 2013 р. фактично перекрыла весь український імпорт. І це відбулось на тому фоні, що у 2012 р. Україна приєдналася до зони вільної торгівлі СНД і хоча ця угода не передбачала якихось додаткових переваг для України, вона, принаймні, гарантувала, що умови торгівлі з державами СНД і Росії зокрема не будуть погіршуватися. Крім того для досягнення конкурентних переваг вітчизняних виробників Російська Федерація денонсувала “харківські угоди”, що тягне за собою підвищення ціни на газ для України приблизно до 480 доларів за 1 тис. куб. м.

Отже, торгова війна є важливим інструментом для провадження власних інтересів країни на зовнішніх ринках, проте даний інструмент спрацьовує в умовах низького рівня відкритості економіки. В іншому випадку дії можуть носити адекватний характер внаслідок якого постраждає сам агресор.

## ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-КУЛЬТУРНИХ ФАКТОРІВ НА ПОВЕДІНКУ СПОЖИВАЧІВ

Рушійною силою поведінки споживачів виступають потреби і мотиви. Вивчення потреб дозволяє пояснити, чому в людини виникає потреба купити що-небудь, у той час як знання мотивів, що схиляють до споживання, дає можливість зрозуміти, чому ці спонукання реалізуються таким чином. Результатом вивчення потреб є відповіді на наступні запитання: хто користується даною категорією товарів, наскільки велика ця група людей і якими якісними характеристиками вона володіє, в чому різниця потреб представників різних соціальних груп, з чим пов'язаний вибір того чи іншого товару.

Поведінка споживачів – це активність, що виявляється людьми при виборі, оплаті товарів та послуг, яка припиняється при задоволенні людських потреб та бажань. У процесі купівлі великий вплив на споживачів здійснюють культурні та соціальні фактори.

Серед факторів культурного рівня найбільший вплив здійснює культура – основна першопричина, яка визначає потреби і поведінку людини. Будь-яка культура включає в себе субкультури, які надають своїм членам можливість більш конкретного ототожнення і спілкування з собі подібними. До факторів культури відносять, також, і соціальний стан споживача. Вплив цих факторів виражається в цінностях і в процесі прийняття рішення про покупку.

Культурні цінності – набір соціальних норм, правил, стандартів, яких дотримується більшість людей і, які виконують регулятивну функцію по відношенню до їх поведінки. Прийнято вважати, що культурні цінності є найбільш стійкою, традиційною структурою свідомості, яка підлягає сильному стабілізуючому впливу з боку етнічних, регіональних і релігійних традицій. У системі маркетингу врахування цього фактора є обов'язковим, оскільки товари, послуги, соціальні ідеї, які не відповідають цим традиціям, сприймаються людьми як ворожі та неприйнятні. Однак в умовах гострих соціально-економічних зрушень культурні цінності можуть суттєво змінюватися. Слід враховувати, що при руйнуванні старих цінностей виникає часовий вакуум, який заповнюється стихійно більш спрощеними соціально неприйнятними цінностями або на рівні державної культурної політики має бути запропонований прийнятний вибір нових цінностей. Проблема цінностей з точки зору маркетингу означає проблему визначення образу або стилю життя.

Такі фактори як суспільні і групові цінності, норми, традиції, звичаї і ритуали, менталітет чутливо реагують своєю зміною на будь-які суспільні флуктуації і є, власне, наслідками останніх. У цьому плані вони становлять зручний об'єкт для рекламної, пропагандистської діяльності маркетологів, які мають можливість у такий спосіб опосередковано впливати на формування внутрішніх факторів поведінки споживачів – соціальні потреби, установки, ціннісні орієнтації, переваги і очікування.

Поведінка споживача визначається факторами соціального порядку, до яких належать референтні групи, сім'я, соціальна роль і статус. Ці фактори пояснюють вплив інших людей на процес прийняття рішення про покупку, незалежно від того, чи це прямий чи опосередкований вплив. Цю проблему дослідив американський економіст Х. Лейбенстайн, виділивши три найтипівіші випадки взаємовпливу:

- ефект приєднання до більшості – спонукає споживача купувати те, що й усі. Він є проявом бажання бути на «хвилі життя», не відставати від інших, дотримуватися загального стилю. Така поведінка споживача є виявом соціального аспекту стандартизації;

- ефект сноба – споживач намагається якимось вирізнитися серед інших, бути особливим, оригінальним, не схожим на натовп, тобто попит окремого споживача негативно співвідноситься із загальним обсягом попиту;

- ефект Веблена – споживач орієнтується на придбання тих товарів, що засвідчують його високий статус, корисність товару «престижного споживання» залежить не тільки і навіть не стільки від його якісних характеристик, скільки від ціни, за якою його можна придбати.

Особливий інтерес для маркетологів становить мода – форма стандартизованої масової поведінки людей, яка властива для всіх сфер суспільного життя і виникає стихійно під впливом настроїв, смаків і захоплень, домінуючих у суспільстві. Дія моди ґрунтується на соціально-психологічних механізмах відображення впливу зовнішнього середовища, серед яких слід виділити:

- наслідування – відтворення індивідом певних зовнішніх рис та зразків поведінки і може здійснюватись на несвідомому (копіювання) чи свідомому (ідентифікація та імітація) рівнях;

- запозичення, яке можливе, коли індивід знаходиться на рівні стильових запитів, на рівні запозичуваних об'єктів;

- продукування – творче сприймання і перетворення впливів соціального середовища.

Значну роль в процесі купівлі відіграє такий соціально-психологічний фактор, як особистий вплив на покупця інших осіб, особливо якщо їх думка і авторитет для нього незаперечні. Такий безпосередній вплив на покупця можуть здійснювати члени сім'ї, колеги по роботі, сусіди, випадкові знайомі і незнайомі люди, а також люди, що професійно займаються продажем товарів та наданням послуг (торгові агенти та продавці). Однак цей вплив може бути й опосередкованим, коли покупці зважають на думку авторитетів, донесену до них засобами масової комунікації, літератури, мистецтва, кіно і т. д. В останніх випадках, починаючи з особистого впливу торгових агентів і продавців, для діячів ринку криються великі можливості для формування попиту і стимулювання збуту.

Таким чином, можна стверджувати, що врахування соціально-культурних факторів на поведінку споживачів набуває все більшого значення.



## ЛІТЕРАТУРА

1. Алешина И. В. *Поведение потребителей* : [учеб. пособ. для вузов] / И. В. Алешина. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2000. – 384 с.
2. Блэкуэлл Р. *Поведение потребителей* / Р. Блэкуэлл, П. Миниард, Дж. Енджел: пер с англ. – 10-е изд. – СПб. : Питер, 2007. – 944 с.
3. Підлужна О. Соціально-психологічні аспекти споживання // *Вісник Львів. ун-ту.* – Серія Екон. – 2008. – Вип. 39. – С. 380–384.
4. Assael H. *Consumer behavior and marketing action.* – PWS-KENT Publishing Company, 1987.
5. Howard J. A., Shetch J. N. *A theory of buyer behavior* // *Marketing Journal.* – 2010. – № 8. – Р. 467–487.

**ЮЛІЯ КОБИЛЯНСЬКА**

**Науковий керівник:**

**д.е.н., професор Савельєв.Є. В.**

## **ВИБІР УКРАЇНИ: ЗОНА ВІЛЬНОЇ ТОРГІВЛІ З ЄС ЧИ МИТНИЙ СОЮЗ**

На даному етапі перед Україною стоїть важливий вибір – створити зону вільної торгівлі з ЄС чи зблизитися з Російською Федерацією, вступивши в Митний союз. Очевидним є те, що народ України прагне в більші мірі рухатися на Захід, а не на Схід. Це спричинене тим, що інтеграція України до Європейського економічного простору, а в перспективі і політична інтеграція до ЄС, є реальним майбутнім української держави.

Сучасні проблеми формування Зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом та можливу співпрацю України з Митним союзом досліджували науковці: Капіцька К. В, Хомей О. Д., Мостовий Г. І. та інші.

За результатами жовтневого соціопитування фонду "Демократичні ініціативи" у 2013 році пріоритетом для України має бути вступ до Європейського Союзу – так вважає 41% громадян. Митний Союз отримав підтримку 33% українців, тоді як 25% населення ще не визначилося. Вступ до Європейського Союзу пріоритетним вважають жителі Заходу (72,5%) та Центру (48,5%) України, а вступ до Митного союзу з Росією, Білоруссю та Казахстаном – жителі Сходу (61%) та Півдня (54%) [4].

Хоча більшість громадян у нашому суспільстві переконана, що Україні необхідно рухатися в Європейський Союз, значна частина населення підтримує співпрацю з Митним союзом, зокрема із Російською Федерацією. В уряді України також немає чіткої думки: частина високопосадовців підтримує євроінтеграцію, а друга – співробітництва з Російською Федерацією, СНД і *ЄврАзЕС*.

Основними підставами для зближення України з Митним союзом (на думку його прихильників) є:

- спільне минуле між Україною та країнами СНД, практично однаковий рівень економічного розвитку, технології, що дасть змогу порозумітися в ключових питаннях;

- Україна розташована між Заходом та Сходом і повинна максимально це використовувати;

- Україна зможе вести торговельно-економічну політику не відмовляючись від національних інтересів;

**- Україна може стати спочатку членом Митного союзу, а потім підписати Угоду про зону вільної торгівлі з ЄС;**

- в разі вступу до нього України можливе здешевлення енергоносіїв [3].

Проте існує значно більше недоліків, які впливають із підстав щодо вступу України в Митний союз:

- продукція Росії, Білорусі та Казахстану не є конкурентоспроможною на світовому ринку, оскільки вона не підлягає належній перевірці, підприємства не мають достатньої матеріально-технічної бази для виготовлення якісних товарів, а інвестиційний клімат не привабливий;

- спроба України балансувати між Росією та ЄС з дня незалежності провалилася; єдине вірне рішення – повна євроінтеграція;

- Росія ніколи не розглядала Україну з позиції рівноправного партнера, а завжди вважала її своєю часткою; вона прагне отримати контроль над економікою України і торговельними операціями, що дасть їй змогу посилити позиції як у стосунках з Європейським Союзом, так і на міжнародному ринку;

- Україна не може одночасно інтегрувати до Митного союзу та ЄС, оскільки вони відрізняються за веденням фінансових розрахунків, тарифною ставкою і обсягом товарообороту, а також мають різні за суттю фундаментальні цінності.

- отримання стабільних довгострокових знижок у цінах на енергоносії є дуже сумнівним, оскільки ціна на газ не є предметом домовленостей у рамках митного законодавства Митного союзу.

Європейський ринок – це нові можливості для України. Вагомою перевагою є розширення торговельних операцій, а недоліком – можливість занепаду деяких секторів економіки через низьку конкурентоздатність. Тому при укладанні угоди необхідно врахувати всі наслідки.

Попри це існує ряд перешкод щодо укладання Угоди про зону вільної торгівлі. До них можна віднести: низька якість продукції, нестача коштів та пошук інвесторів, зокрема неготовність України до повного прийняття на внутрішньому ринку європейських товарів.

Важливими перевагами для України при створенні Зони вільної торгівлі є:

- поява інвестицій, розвиток ринку, покращення якості продукції та збільшення кількості споживачів, що дасть змогу зроби Українську продукцію конкурентоспроможною;

- доступ України до ринку ЄС, зокрема збільшення експорту, а також зменшення витрат щодо імпорту;

- однакові тарифи та можливість здійснення торговельних операцій на однакових умовах, перехід на стандарти ЄС;

- спільна боротьба проти корупції;

- зростання обсягів продажу вітчизняної продукції;

- спрощення митних процедур [1].

Поряд із даними перевагами для України можуть виникнути такі небезпеки: зростання рівня безробіття та негативного сальдо двосторонньої торгівлі, загроза для національних виробників, оскільки ринок буде переповнений експортними товарами [2, ст. 28].

Проте ці загрози не будуть дуже небезпечними якщо уряд України прийме заходи та розробить програми щодо підвищення ефективності функціонування внутрішнього ринку та підвищення конкурентоздатності вітчизняної продукції, що призведе економічне зростання в країні.

Хоча при укладанні Угоди про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС існують певні загрози, це є більш перспективним варіантом для України ніж співпраця з Митним союзом. Існують певні вигоди для обох варіантів, проте ЄС надасть Україні більше можливостей для економічного розвитку, що покращить життя населення. Також у цьому випадку в Україні буде можливість бути рівноправним партнером, а не знаходитися під тиском та бути частиною Російської Федерації.

Сьогодні Україна та ЄС наближаються до закінчення тривалих переговорів про укладення між ними Угоди про асоціацію, яка включатиме поглиблену і всебічну зону вільної торгівлі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Капіцька К.В. Створення Зони вільної торгівлі Україна-ЄС: проблеми та перспективи/ Капіцька К.В // [Електронний ресурс] – Джерело доступу : [http://www.rusnauka.com/30\\_NIEK\\_2011/Economics/2\\_95739.doc.htm](http://www.rusnauka.com/30_NIEK_2011/Economics/2_95739.doc.htm).

2. Мостовий Г. І. Концепція вільної торгівлі між Україною та ЄС / Г. І. Мостовий, І. Г. Савченко // *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право.* – 2011. – № 1. – С. 27–31.

3. Хомей О. Д. Куди далі: зона вільної торгівлі з ЄС чи Митний союз / Хомей О. Д. // [Електронний ресурс] – Джерело доступу : <http://bintel.com.ua/uk/guests/Kuda-dal'she-zona-svobodnoj-torgovli-s-es-ili-tamozhennyj-sojuz/>.

4. Опитування: українці більше хочуть до ЄС, ніж до Митного союзу [Електронний ресурс] – Джерело доступу : <http://tyzhden.ua/News/94923>.

## ЛЕСЯ КОЛІНЕЦЬ

### ДЕЯКІ АСПЕКТИ ВИЗНАЧЕННЯ ІНДИКАТОРІВ – ПЕРЕДВІСНИКІВ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ

Останніми роками істотно поглибилося розуміння характеру і причин фінансових криз, проте аналітична робота в цьому напрямі продовжується. Достатньо важливим в цьому напрямку є створення ефективної систем передбачення фінансових криз та ефективного їх попередження.

Фінансові кризи кінця ХХ ст. змусили вчених задуматися над тим, чи передують їм якісь події, які можна було б назвати "сигналами раннього попередження" або кризи абсолютно непередбачувані.

Грунтуючись на припущенні про те, що спекулятивні атаки – це передбачувані події, в ході недавніх теоретичних досліджень був розроблений список фундаментальних ринкових показників, які можуть передувати їм.

Загалом, всі дослідження можна розділити на три групи залежно від методології, яка застосовувалася авторами для вибору найбільш ефективних індикаторів – передвісників фінансової кризи.

1) Якісний аналіз. Даний підхід припускає графічне зіставлення динаміки фундаментальних економічних показників в період перед фінансовою кризою і в спокійному стані. В той же час при такому підході можливий розрахунок деяких статистичних індикаторів, що характеризують динаміку тимчасових рядів індикаторів – передвісників фінансової нестабільності.

2) Економетричне моделювання. При такому підході будуються регресійні моделі, що дозволяють оцінити взаємозв'язок показників з вірогідністю настання фінансової кризи.

3) Непараметричні оцінки. При даному підході розробляються різні числові характеристики, що дозволяють завчасно виявляти уразливість економіки перед фінансовою кризою. В рамках вказаного підходу можна виділити два основних напрями: побудову граничних значень індикаторів – передвісників фінансової кризи на основі різних критеріїв, а також розробку звідних індексів фінансової стабільності.

Розглянемо деякі з моделей прогнозування фінансових криз. Так, проблеми вивчення індикаторів настання валютно-фінансових криз стали розглядатися більш докладно з моменту появи робіт С. Едвардса [1] і М. Франкеля і А. Роуза [2]. Вони розглядали, насамперед, варіанти спекулятивних атак як вдалих, так і невдалих, на фіксований валютний курс. Автори довели, що результат будь-якої атаки на курс залежить від величини, яку було названо "індексом спекулятивного тиску". Він визначається як сума зваженої середньої зміни обмінного курсу та зменшення золотовалютних резервів. Але виникає питання, як вагами зважувати цю величину. Г. Камінський, С. Лізандо і К. Рейнхарт [3] у своїй роботі доповнили ці дві складові індексу вагами, які вирівнюють умовні дисперсії цих складових. На основі цього було дано визначення терміну «криза». Всі ці дослідження дійшли висновку, що криза настає тоді, коли індекс спекулятивного тиску перевищує своє середнє значення більш ніж на три стандартних відхилення. Тобто, якщо ми бачимо в три рази більшу ніж зазвичай сумарну зміну валютного курсу та зменшення резервів, то ми вважаємо, що настає криза.

Однак вище перераховані роботи мали ряд недоліків. По-перше, в індексі спекулятивного тиску, запропонованого ними, була відсутня така важлива складова як процентні ставки. Тут варто зауважити, що надалі всі вище перераховані автори у своїх наступних роботах намагалися виправдати цей недолік тим, що по багатьох країнах неможливо було отримати дані щодо процентних ставок, зважаючи на слабку роботу статистичних служб в цих країнах. По-друге, в моделях представлених у цих трьох роботах були неточно підраховані резерви держави (без обліку кредитних і позабалансових транзакцій), при цьому їх можна було замінити даними про інтервенції

Центрального Банку на валютному ринку тієї чи іншої країни. По-третє, ваги, присутні в моделі Камінського, Лізандо і Рейнхарта, були вибрані довільно.

Процес дослідження індикаторів-передвісників фінансових криз триває і надалі. Особливо актуальним він став після останньої світової фінансової кризи, що розпочалася у 2008 р. Однак, на сьогодні не існує жодної моделі, яка з високою вірогідністю заздалегідь може передбачити настання фінансової кризи.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Edwards, Sebastian "Interest Rates, Contagion and Capital Controls," NBER Working Paper, July 2000.*

2. *Frankel, Jeffrey and Andrew Rose, 1996, "Currency Crises in Emerging Markets: An Empirical Treatment," International Finance Discussion Paper No. 534, Washington: Board of Governors of the Federal Reserve, January.*

3. *Kaminsky, Graciela, Saul Lizando and Carmen M. Reinhart "Leading Indicators of Currency Crises," unpublished: International Monetary Fund, 1997.*

## КАТЕРИНА КОРОЛЬ

### АРХЕТИП ЯК МЕТОД СТВОРЕННЯ РЕКЛАМИ

Реклама є однією із складових маркетингових комунікацій та елементом впливу на свідомість людини. Рекламні технології використовують домінуючі групи подразників, пов'язаних з апеляцією до без свідомого. К. Юнг прийшов до висновку, що в психіці людини істотну роль відіграє не тільки індивідуальне, але й також колективне несвідоме, зміст якого представлений архетипами, які тісно пов'язані зі структурою мозку і передаються від покоління до покоління. На його думку «архетипи – багаторазово повторені відбитки суб'єктивних реакцій... це не тільки відбитки постійно повторюваного типового досвіду, але і разом з тим вони емпірично виступають як сили або тенденції до повторення тих самих досвідів». Останнім часом вони користуються великою популярністю і стали інструментом створення комерційно-ефективної реклами.

Архетипи – могутні психічні прототипи, приховані в глибинах несвідомого, природжені універсальні ідеї, початкові моделі сприйняття, мислення, переживання. У сучасній науці під архетипом розуміють:

– універсальні моделі несвідомої психічної активності, які спонтанно визначають людське мислення і поведінку, але не мають конкретного психічного змісту;

– могутні психічні прототипи, сховані у глибинах несвідомого, вроджені універсальні ідеї, споконвічні моделі сприйняття, мислення, переживання, первинні уявлення про світ і життя, що не залежать від рівня отриманих знань;

– структурні елементи людської психіки, що знаходяться у колективному несвідомому, але є спільним для всього людства й успадковуються людиною.

Складність підходу до виділення національних культурних архетипів можна пояснити розмаїттям культурних регіонів. Тому, виявлення архетипної матриці, наприклад, української культури, вимагає врахування її культурно-історичних відмінностей і особливостей. Глобалізація привела до формування нової системи цінностей, поширення нових ідей, культурних явищ та їх швидкому обміну, що перетворює світовий простір в єдину зону, наслідком чого є необхідність адаптації архетипів до національно-психологічних особливостей людей.

Існуюча внутрішня потреба людини налаштовує психіку на сприйняття відповідної інформації. Виділяють такі базові архетипи, базові потреби особи як комбінацію психічних установок і типів сприйняття:

- правитель – влада, статус, престиж, контроль;
- герой – професіоналізм, перемога, заповзятість, гроші;
- мудрець – розум, об'єктивність, логічність, знання;
- шукач – пошук індивідуальності, свобода, реалізація, відкриття таємниць;
- дитина – радість життя, веселощі, безтурботність, нові можливості;
- коханець – привабливість, сексуальність, пристрасність, чуттєвість;
- друг – доброта, душевність, вірність, мораль;
- хранитель – комфорт, розслаблення, спокій, насолода.

Кожній людині властиві всі ці архетипи, однак під дією реклами активізуються лише ті, що затребувані на даний момент. За своєю природою архетипи несвідомі, але можуть бути представлені у свідомості споживачів у вигляді позитивних або негативних архетипічних образів.

Техніка використання архетипічного методу у рекламі полягає у наступному: потрібно зрозуміти стилю якого казкового героя відповідає те, що потрібно повідомити в рекламі, а потім зробити її такою, щоб вона стала паралельною знайденому казковому сюжету. Казкові елементи справляють сильне враження на масового споживача, однак у прямому використанні сюжетів є й ризик. Вони вимагають точності виконання, при порушенні цього принципу реклама сприймається як пародія або цілком негативно. Найбільш вдала реклама використовує широко відомі казкові сюжетні ходи або архетипічні образи.

Метод використання окремих архетипів у рекламі побудований на ефекті «підсумовуючої психічної енергії» – при поєднанні змісту, емоційної частини і архетипічних форм до власної емоційної енергії повідомлення приєднується і внутрішня психічна енергія архетипу, що надає повідомленню додаткову силу і переконливість.

У випадку, коли реклама передає цінності певного архетипу, вона показує такі ж потреби людей. Використання архетипу дозволяє спроектувати необхідний емоційний відгук споживчої аудиторії і, таким чином, полегшити процес сприйняття реклами та формування позитивного ставлення до товару. Перевага архетипів полягає в тому, що вони є образним втіленням потреб людини і при цьому демонструють характерний спосіб обробки інформації, особливі пріоритети в ухваленні рішень. Якщо при сприйнятті реклами

підключається архетипічний рівень, у того, хто сприймає автоматично посилюються всі емоційні реакції та несвідомі очікування, які відповідають даному архетипу. Тому важливо цілеспрямовано формувати рекламне повідомлення таким чином, щоб воно викликало потрібний архетип.

Вибір архетипу для реклами залежить від настрою, стилю, асоціацій, які повинні спровокувати потрібну тему в особи. Сьогодні в рекламі використовують такі архетипи:

- попелюшка і чарівниця – нещасний герой стає одразу королем після отримання подарунку від феї, наприклад, миючий засіб «Містер Проппер»;
- розумний і безглуздий – істина «як потрібно і як не потрібно робити», наприклад, реклама миючого засобу для посуду «Фейрі»;
- уникнення небезпеки – відважний герой знаходить вихід з найскладнішої ситуації, наприклад, ефект від «АХЕ».

Таким чином, використання архетипів у рекламі є ефективним методом впливу на сприйняття людиною повідомлень, тому що їх трактування залишається майже незмінним у різних осіб незалежно від їх культури, віку та національності. Архетип діє на людину незалежно від її бажання чи упередженості до реклами та дозволяє полегшити процес її сприйняття.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Романюха С. *Манипулятивные методики будут наиболее востребованы при работе с потребителем* / Романюха С. – *Бизнес*. – № 42, – 2007 – 86–87 с.
2. Титовський І. *Архетип як елемент соціального маніпулювання* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kbiuara.kharkov.ua/e-book/putp/2013-2/doc/2/05.pdf>.
3. Тришин Є.Г. *Архетипи – як зробити сильну рекламу* // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.ua-marketing.com.ua](http://www.ua-marketing.com.ua).
4. Юнг К. Г. *Архетип и символ* / Юнг Карл Густав. – М. : «Ренессанс», 1998. – 304 с.
5. Юнг К. Г. *Психологические типы* / Юнг Карл Густав.; [пер. с нем. Лорне]. – М.: Харвест, 2003. – 528 с.

## ВІТАЛІЙ КРИВОУС

### РЕСПУБЛІКА ПОЛЬЩА В УМОВАХ ЧЛЕНСТВА ЄВРОСОЮЗУ

Світова економічна система сьогодні функціонує в умовах глобалізації та регіоналізації. В розрізі світового господарства масштабною є інтеграція, яка через економічні процеси сприяє переплетенню національних економік, створенню регіональних комплексів та реалізації спільних інтересів. З другого боку, інтеграція є засобом геополітичної конкурентоспроможності, оптимізації умов національного розвитку та модернізації національної системи управління.

В цьому ключі варто згадати досвід Республіки Польща (РП), яка за кількістю населення посідає 32 місце серед країн світу і 6 місце в Європейському Союзі (ЄС) та займає площу в 312,6 тис. км. Польща є членом багатьох міжнародних організацій, зокрема, ООН, МВФ, ЄС, НАТО, ОБСЄ, Ради Європи тощо (див. табл.1)

Таблиця 1

### Загальна характеристика Республіки Польща\*

Вступ в ЄС	Площа тис. км.	Населення млн. чол.	ВВП млрд. дол. 2013	Експорт млрд. дол.	Імпорт млрд. дол.
2004 р.	312679	37949000	721,3	162,3	173,7

\*Складено автором на основі [<http://www.mi.gov.pl>]

Значних результатів економічного зростання та стабільності РП добилась після вступу в ЄС (2004 р.). Цьому сприяли суттєва фінансова допомога (кредити, інвестиції), а також її інтеграція в єдиний європейський ринок. Приєднання країни до Шенгенської зони розширило можливості населення в працевлаштуванні та навчанні молоді в країнах-членах ЄС.

Позитивними є показники розвитку польської економіки. За рівнем економічного розвитку РП знаходиться у третій десятці європейських держав. На світових ринках вона є постачальником вугілля, чорних і деяких кольорових металів, тканин, продукції сільського господарства та харчової промисловості.

РП найкраще вдалося пережити фінансово-економічну кризу 2008–2010 рр. і зберегти економічне зростання (ріст ВВП становить 1,7%). Вже в 2011 р. він досяг 3,8%, у 2012 р. – 4,2%, в 2013 р. – 4% (див. табл. 2)

Таблиця 2

### Показники Польщі 2010–2011 рр. (млрд. дол. США)\*

Регіони, країна	Прямі іноземні інвестиції			Трансграничні злиття і поглинання			Портфельні інвестиції		
	2010	2011	Темпи росту (%)	2010	2011	Темпи росту (%)	2010	2011	Темпи росту (%)
Весь світ	1289,7	1508,6	17,0	338,8	507,3	49,7	807,0	780,4	-3,3
Розвинуті країни	635,6	753,2	18,5	251,7	396,3	57,4	263,5	222,9	-12,7
Європа	346,8	425,7	22,8	123,4	191,2	55,0	148,9	145,2	-2,5
Європейський Союз	314,1	414,4	31,9	113,5	162,8	43,3	143,1	142,2	-0,7
Польща	9,7	14,2	46,7	1,0	10,1	868,3	10,0	9,1	-8,9

\*Складено автором на основі [<http://www.mps.gov.pl>, <http://www.stat.gov.pl>]

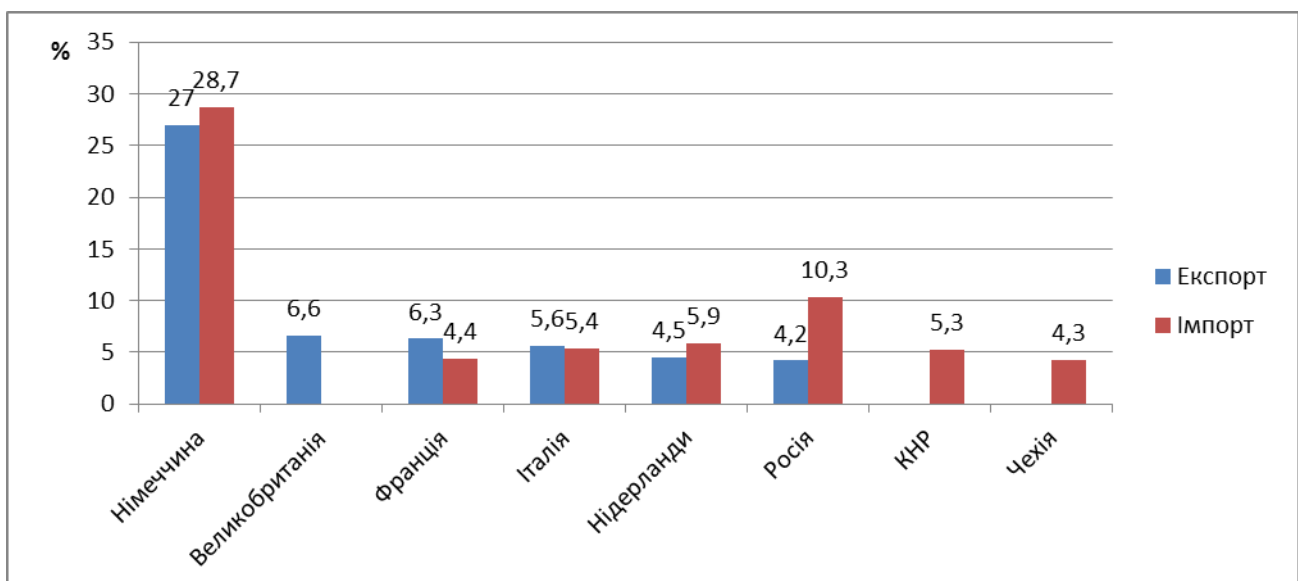
Сьогодні ВВП країни становить 721,3 млрд. дол., ВВП на душу населення – 18936 дол., середнє щорічне зростання ВВП – понад 4,3%, експорт – 162,3 млрд. дол., імпорт – 173,7 млрд. дол., торговий баланс – 11,4 млрд. дол., безробіття – 7%, інфляція – 5%, приплив іноземних інвестицій – 9,7 млрд. дол., бюджетний дефіцит – 2,8% ВВП, державних борг – 55% ВВП. [<http://www.mi.gov.pl>].

1. Такі зміни відбуваються завдяки європейським фондам. Ці гроші стали стабілізаторами польської економіки, фінансовою подушкою, яка



витримала удар першої хвилі глобальної кризи. За період з 1 травня 2004 р. по 31 березня 2012 р. трансферти із фондів ЄС склали майже 64,9 млрд. євро. [<http://www.mps.gov.pl>] До позитивних факторів можна віднести: низький рівень інфляції, швидке зростання доходів населення, високий рівень політичної стабільності та захисту прав власності, рівність прав національних та іноземних інвесторів, розвинений фондовий ринок та ринок капіталів, наявність кваліфікованих робітників і спеціалістів, високий рівень розвитку інфраструктури, позитивний імідж на міжнародній арені. З часу вступу Польщі в ЄС іноземні інвестори щорічно вкладали в польську економіку від 8 млрд. євро до рекордних 17 млрд. євро (2007 р.), в той час, як з 1994 р. до інтеграції країни в ЄС інвестиції склали від 1,6 млрд. євро до 10 млрд. євро на рік. Вагомими інвесторами Польщі є: Німеччина (27 млрд. євро), Нідерланди (26 млрд. євро), Франція (22 млрд. євро), Люксембург (18 млрд. євро). [<http://www.stat.gov.pl>].

Участь РП в СОТ була імпульсом розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та експорту (див. рис.1). Відповідно до індексу глобалізації, який є відображенням ступеню відкритості економіки і участі у процесах світової інтеграції, Польща в 2011 р. зайняла 27 місце серед 60 найбільш розвинених економік світу [<http://www.mps.gov.pl>].



\*Складено автором на основі [<http://www.mi.gov.pl>; <http://www.mps.gov.pl>; <http://www.stat.gov.pl>]

**Рис. 1. Географічна структура експорту та імпорту Польщі 2011 р.\***

В Польщі динамічно розвивається сектор малого і середнього бізнесу, який в 2012 р. склав 96,9% від загальної кількості господарюючих суб'єктів. На його підтримку ЄС направляє зі своїх фондів майже 20% фінансування. Крім того, в країні діє 64 кредитних фондів, 51 фонд кредитного поручительства, а також поляки використовують іноземні венчурні фонди. [<http://www.stat.gov.pl>].

Польща має певні успіхи у зміцненні державного будівництва відповідно до європейських стандартів. Згідно розрахунків міжнародних наукових центрів і фінансових організацій РП в 2012 р. займала 41 місце серед 142 країн за

рівнем конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index, WEF), 64 місце із 179 – за ступенем економічної свободи (Index of Economic Freedom, Heritage Foundation, США), а також 41 місце з 183 в 2011 р. – за рівнем корупції (Corruption Perceptions Index, Transparency International). [<http://www.kig.pl>]

Відкриття ринку праці країн ЄС помітно знизило проблему безробіття в Польщі і приплив в країну фінансових засобів. Якщо до вступу в ЄС за кордоном працювало 0,8 млн. поляків, то сьогодні ця кількість перевищує 1,9 млн. чол. За цей період їх заробіток склав майже 30 млрд. євро. [<http://www.mi.gov.pl>] Зі вступом в ЄС розширились перспективи поляків в плані освіти і підвищення рівня кваліфікації – понад 14,2 тис. польських студентів сьогодні навчається у вузах ЄС, сотні спеціалістів та наукових кадрів проходять підвищення кваліфікації на рівні ЄС.

Разом з тим, Польща згідно із європейськими дослідженнями помітно відстає як в розвитку кадрового потенціалу і науково-дослідницької бази, так і у фінансуванні інновацій. В цій сфері вона знаходиться на 22 місці серед країн ЄС. Бажає покращення і фінансування державою НДДКР, обсяг якого сьогодні складає лише 0,21% від ВВП. [<http://www.mps.gov.pl>] Необхідного покращення потребує зв'язок науки з виробництвом. На часі реформи у сфері пенсійного і соціального забезпечення, охорони здоров'я.

Аналіз розвитку Польщі у складі ЄС свідчить про те, що саме членство не дає гарантій економічного зростання, а лише відкриває для цього можливості. Це важливо зрозуміти Україні, яка прагне перспективи членства в ЄС. Важливо для нашої держави вивчити досвід руху РП до такого економічного розвитку (угоду про асоціацію з ЄС Польща підписала у 1992 р., а стала членом цієї організації в 2004 р.). Результат членства Польщі в ЄС це:

- прискорення темпів економічного зростання;
- динамічне збільшення обсягів зовнішньої торгівлі;
- активна інвестиційна діяльність;
- структурні перетворення в сільському господарстві;
- підвищення рівня забезпеченості населення.

Економісти консультативної компанії Ernst&Young і дослідницького інституту Oxford Economics включили Республіку Польща в групу 25 ринків швидкого зростання, які матимуть ключовий вплив на світову економіку в недалекій перспективі

**БОГДАНА КУРИЛО**

**Науковий керівник:**

**к.с-г. н., доцент Пазізіна К. В.**

## **ОСНОВНІ ПРІОРИТЕТИ СТРАТЕГІЇ «ЄВРОПА – 2020»**

Стратегія «Європа – 2020» – це образ соціально-орієнтованої ринкової економіки для Європи XXI ст. Дана стратегія є наступницею Лісабонської стратегії розвитку Європейського Союзу, і була прийнята на період 2010–2020 рр.

Стратегія «Європа – 2020» охоплює три взаємопов'язаних між собою пріоритети:

- інтелектуальне зростання: розвиток економіки, заснованої на знаннях та інноваціях;
- стійке зростання: сприяння економіці з більш ефективним використанням ресурсів, екологічно чистій і конкурентоспроможній економіці;
- зростання, яке сприяє суспільному включенню: зміцнення економіки з високим рівнем зайнятості, яка забезпечує соціальну та територіальну єдність [1].

Дана стратегія визначає на якому рівні розвитку знаходитиметься Європейський Союз у 2020 році. Рівень розвитку визначається завдяки запропонованими Європейською Комісією основними вимірювальними показниками: показник рівня зайнятості осіб у віці 20–64 років повинен становити 75%; частка інвестицій на дослідження та розвиток повинна складати 3% ВВП Європейського Союзу; досягнення цілей "20/20/20" в сфері екології та енергетики (в тому числі скорочення викидів вуглекислого газу на 30% при наявності можливих умов); зменшення кількості осіб, які передчасно закінчують школи до 10% і принаймні 40% осіб молодого покоління повинно отримувати вищу освіту; скорочення кількості людей, що піддаються ризику бідності до 20 мільйонів.

Кожна країна-учасниця ЄС може адаптувати вище згадані цілі стратегії «Європа-2020» до своєї конкретної економічної ситуації, перетворюючи їх з загальноєвропейських на національні.

Проаналізувавши дані таблиці 1, слід відмітити показники, які у період 2009–2012 рр. характеризуються спадом, тобто віддаленням від нормативного показника у 2020 р. До них належать: рівень зайнятості, викиди парникових газів, чисельності населення на межі бідності або соціальної інтеграції. До показників, які характеризуються позитивними тенденціями належать: залучення інвестицій на розвиток і дослідження, частка відновлюваних джерел енергії у валовому кінцевому споживанні енергії, валове внутрішнє споживання енергії, частка осіб без повної середньої освіти та осіб з вищою освітою.

ЄС виділяє на дослідження і розвиток на 0,8% ВВП менше, ніж США і на 1,5% ВВП менше, ніж Японія. Найбільші недостачі відносяться до витрат підприємств на дослідження і розвиток, а також інвестиції у венчурний капітал. Витрати підприємств на дослідження і розвиток в ЄС виражені їх відношенням до ВВП і на 66% нижчі, ніж в США і на 122% ніж в Японії; інвестиції в венчурний капітал на 64% нижчі, ніж в США, в той час як кількість осіб з вищою освітою є нища на 69% ніж в США і на 76% нижча, ніж в Японії.

Вище згадані конкретні цілі взаємопов'язані. Наприклад, вищий рівень освіти надасть більші шанси на ринку праці, а підвищення рівня зайнятості сприятиме скороченню бідності. Більші можливості в сфері дослідно-інноваційної діяльності і розробок у всіх секторах економіки та ефективніше використання ресурсів знаходиться в прямій залежності до конкурентоспроможності і зайнятості. Завдяки залученим інвестиціям в екологічно-безпечні технології поліпшиться навколишнє середовище, що дозволить ефективно боротися зі зміною клімату і збільшити потенціал для підприємництва та

зайнятості. Зміна відношення і методів роботи в ЄС, які призведуть до вищезгаданих результатів, вимагатиме ефективного управління і механізмів реалізації.

Таблиця 1

**Динаміка показників ЄС, визначених стратегією «Європа-2020»\***

Показники	2009	2010	2011	2012	Показники відповідно до стратегії «Європа-2020»	Передбачувані досягнення ЄС на основі поточних національних зобов'язань
Рівень зайнятості, %	69,0	68,6	68,6	68,5	75	73,7-74
Інвестиції на розвиток і дослідження,% ВВП	2,01	2	2,04	2,06	3	2,65-2,72
Викиди парникових газів, % (1990=100)	83,78	85,74	83,07	-	-20	-20
Частка відновлюваних джерел енергії у валовому кінцевого споживання енергії,%	11,9	12,5	13,0	14,1	20	20
Валове внутрішнє споживання енергії,% від ВВП	165,72	167,99	-	-	Збільшення 20%	206,9
Частка осіб без повної середньої освіти,%	14,2	13,9	13,4	12,7	10	10,3-10,5
Вища освіта,%	32,1	33,4	34,5	35,7	40	37,5-38,0
Зниження чисельності населення на межі бідності або соціальної інтеграції(1000 чоловік)	113716	118085	121543	124232	20 млн.	12 млн.

\*складено автором на основі даних Євростату [2]

Досягнення цілей стратегії Європейського Союзу буде можливе завдяки зміцненню ролі найважливіших областей політики і механізмів, таких як:єдиний ринок, бюджетна і зовнішня економічна програма ЄС, а також правових та фінансових інструментів.

Одним із найістотніших механізмів є більш розвинений і більш місткий єдиний ринок, який має велике значення з точки зору зростання і створення робочих місць. Проте, сьогодні існують негативні тенденції щодо інтеграції єдиного ринку. Криза створила передумови до виникнення тенденції економічного націоналізму. Для запобігання дезінтеграції Європейська Комісія, перш за все, має звернути увагу на такий перспективний сектор ринку як ринок послуг. Створення відкритого єдиного ринку послуг базуватиметься на основі Директиви про послуги, забезпечуючи при цьому якість послуг. Повна реалізація Директиви про послуги може збільшити торгівлю комерційних послуг на 45% і збільшити прямі іноземні інвестиції на 25%, що має підвищити ВВП на 0,5% до 1,5%.

Наступну групу інструментів реалізації даної стратегії становлять інструменти зовнішньої політики, що в свою чергу,забезпечить ЄС отримання

якнайбільшого виграшу від глобалізації. Водночас, Європа, заявляючи про себе на міжнародній арені, буде відігравати провідну роль у формуванні майбутнього світового економічного порядку через G20 і реалізації європейських інтересів шляхом активного використання всіх наявних інструментів.

Частковим джерелом зростання, якого потребуватиме ЄС у період реалізації стратегії, будуть країни, що розвиваються. Середній клас в цих країнах зростає і імпортує товари і послуги, які є областю Євросоюзу. Будучи найбільшим торговим блоком у світі, використовуючи свою відкритість на світ, ЄС спостерігає за поведінкою інших розвинутих країн або країн, що розвиваються, щоб передбачити майбутні тенденції і адаптуватися до них.

Стратегія “Європа-2020” важлива не тільки для країн-членів Європейського Союзу, але й для країн-кандидатів і країн-сусідів, в сфері покращення проведення внутрішніх реформ. Розширення області застосування принципів ЄС відкриє нові можливості як для її країн-членів, так і перед їхніми сусідами.

Одною з ключових цілей на найближчі роки буде побудова стратегічних відносин з країнами, що розвиваються для обговорення питань, що становлять спільний інтерес, для сприяння розвитку співпраці в нормативних та інших питань, а також для налагодження двосторонніх відносин. Структура цих відносин має бути гнучка і мати скоріше політичний, ніж технічний вимір.

## ЛІТЕРАТУРА

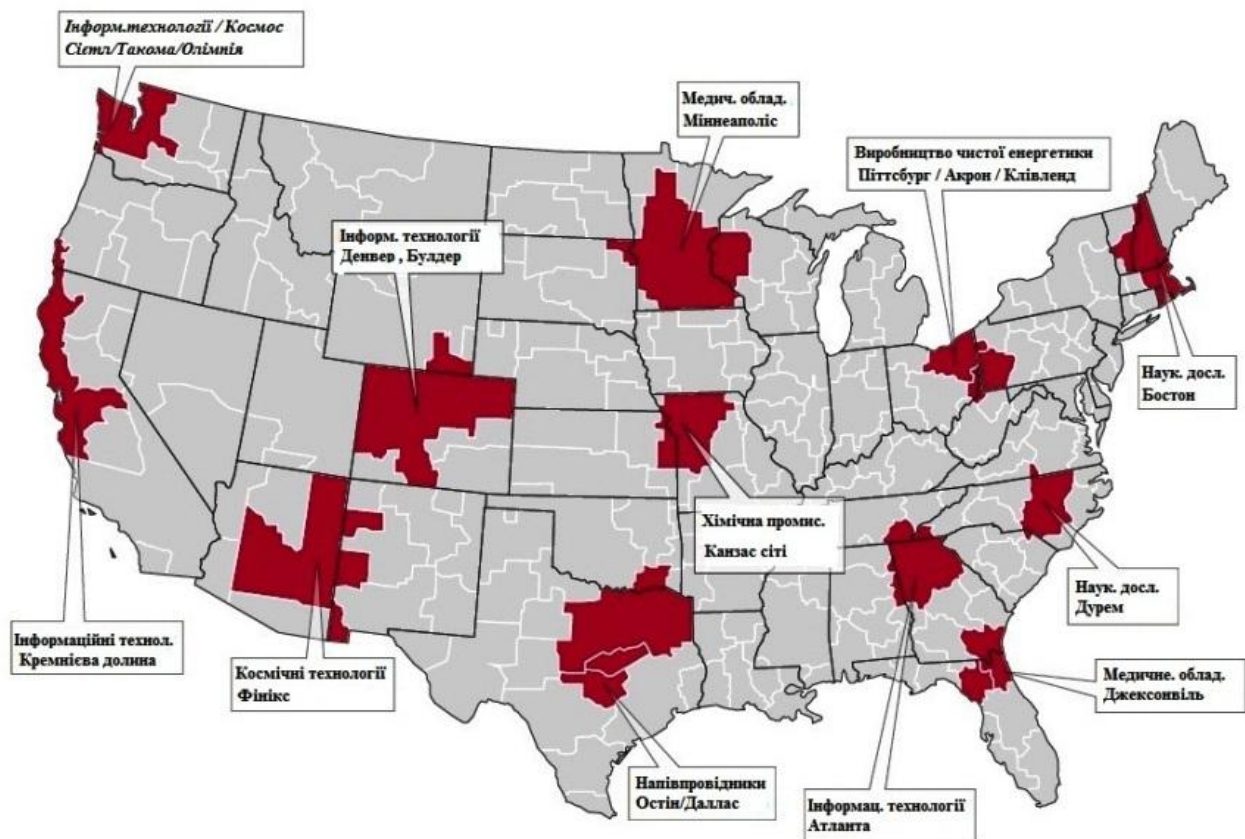
1. *Komunikat Komisji Europa 2020, Bruksela, 3.3.2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1\\_PL\\_ACT\\_part1\\_v1.pdf](http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_PL_ACT_part1_v1.pdf).*
2. *Europe 2020 indicators, 01/04/2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe\\_2020\\_indicator/s/headline\\_indicators](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/europe_2020_indicator/s/headline_indicators).*

**ЄВГЕНІЙ КУРИЛЯК**

## **ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КЛАСТЕРНИХ СИСТЕМ США І ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ**

Розгляд досвіду найбільш технологічної країни, якою є США, свідчить про те, мережа сильних факторів має точковий характер (рис. 1). Як правило, спеціалізація інноваційних кластерів зорієнтована на регіональний рівень. При чому, навіть у такій високотехнологічній країні, як США, далеко не всім штатам вдається досягнути технологічного лідерства принаймні в одній галузі. Фактично із 48-ми штатів, що розташовані на території між Атлантичним і Тихим океанами та між Канадою і Мексикою, лише у 12-ти розміщені найбільш високотехнологічні кластери.

**Інноваційні кластери в США**  
**Вибірка найбільших високо-технологічних кластерів в різних частинах країни**



**Рис. 1. Вибірка кластерів високої технологічності США [2. Р. 76].**

Інфраструктурний базис у розвитку кластеризації можна показати на прикладі штатів Айова, який отримав високі досягнення в сільському господарстві, і Північній Каліфорнії, яка стала лідером у напівпровідниковій промисловості. В Айові сформувалася регіональна система досліджень і розробок на основі передачі землі (land grant) університетам і експериментальним станціям. Їхня місія полягала у підготовці майбутніх фермерів і здійснення досліджень для потреб регіону. У Північній Каліфорнії для рекламування бурхливого зростання напівпровідникової промисловості створили бренд «Силіконова долина», після чого з'явилися силіконові алеї, гори, лощини і прерії. Тут протягом багатьох десятиліть розвивалося підприємництво у вищій школі, складалися ділові відносини між університетами і бізнесом, здійснювалася державна підтримка НДДКР і розроблялася особлива політика підтримки бізнесу, орієнтована як на військові, так і на цивільні цілі. Крім того, важливе місце в американській практиці розвитку кластерів займають венчурні фірми, які первісно орієнтувалися переважно на виконання соціальних функцій.

Кластерні системи в економічному розвитку тільки починають витіснити традиційні форми організації виробництва. Їх майбутня значимість високо оцінюється країнами, в яких вони відіграють в останні десятиліття важливу роль в економіці. Симптоматично, що Президент США Барак Обама вже у своєму першому виступі перед Конгресом звернув увагу на необхідність

підтримки процесів динамічної взаємодії між великими і малими компаніями, університетами, фінансовими структурами на основі кластерних стратегій, які функціонують, насамперед, на регіональному рівні і спроможні придати динамізм економіці країни в цілому. Він також ініціював в рамках бюджету на 2010т рік 100 млрд. дол. на підтримку регіональних інноваційних кластерів і бізнес-інкубаторів, вважаючи їх критичною компонентою конкурентоспроможності США [1; 3]. Така політика на федеральному рівні передбачається вперше, раніше підтримку кластероутворення здійснювалась лише в рамках регіонів.

Не менш серйозну увагу розвитку кластерних ініціатив приділяється і у країнах Європейського Союзу. За оцінкою віце-президента Європейської Комісії Гюнтера Верхуджена, який відповідає за підприємницьку і промислову політику, «ЄС має потребу у більшій кількості кластерів світового рівня. Вони відіграють життєво важливу роль в інноваційному розвитку наших фірм і у створенні нових робочих місць. Тому ми пропонуємо, щоб зусилля в області підтримки кластерної політики на всіх рівнях були спрямовані на посилення переваги і відкритості для співробітництва, зберігаючи при цьому конкурентне середовище в рамках створених агломерацій» [5].

В Європейському Союзі не всі країни одночасно почали формувати і реалізовувати політику кластеризації. Проте на початок 2000-х років кластери вже функціонували практично у всіх державах ЄС. Першими країнами, що звернулися до використання кластерних форм були Нідерланди, Італія, Німеччина, Іспанія. Нині в Європейському Союзі повністю охоплені кластерними формами організації виробництва данська, фінська, норвезька і шведська промисловість. Зокрема, Фінляндія завдяки реалізації кластерної політики протягом 2000-х років посідає провідні місця у світових рейтингах конкурентоспроможності. Ці досягнення забезпечили різні за сировинними, технологічними і наукомісткими параметрами галузі. Так, маючи лише 0,5% світових запасів лісу, країна забезпечую 10% світового експорту продукції деревообробки і 25% – паперу. На телекомунікаційному ринку вона обіймає 30% світового експорту устаткування мобільного зв'язку і 40% – мобільних телефонів [4].

Еволюція локальних виробничих систем кластерного типу у Європейському Союзі відбувалася у напрямку збільшення «критичної маси» кластерів, яка спромоглася б справити вплив на підвищення конкурентоспроможності як окремих країн, так і ЄС в цілому. Це проявилось в тому, що поступово суть кластерних об'єднань змінювалася і збагачувалася. Насамперед еволюціонувала національна і регіональна кластерна політика. Ініціативи у створенні кластерів трансформувалися від завдань з розвитку промислового виробництва, підвищення його продуктивності і ефективності до впровадження інновацій та економічних перетворень з урахуванням суспільних і соціальних аспектів. Змінювалися і масштаби ініціатив від суто місцевих проблем до національних і глобальних.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ленчук Е. Б. Кластерный поход в стратегии инновационного развития зарубежных стран [Электронный ресурс] / Ленчук Е.Б., Власкин В.А. // Режим



доступу: <http://instituciones.com/strategies/1928-klasternyj-podxod-v-strategii-innovacionnogo-razvitiya-zarubezhnyx-stran.html>.

2. *Cluster Mapping Project, Institute for Strategy and Competitiveness, Harvard Business School. Copyright 2005 President and Fellows of Harvard College.* // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ruthenia.ru/Logos/number/40/07.pdf>. – С. 76.

3. *Jonathan Sallet and Paisley Innovation Clusters Create Competitive Communities. Huff Post Social News September 21, 2009.*

4. *Oulu Region – The Direction for Expertise. Oulu: Painotalo Suomenmaa, 2003. – P. 24.*

5. *Powerful dusters: Main Drivers of Europe’s Competitiveness. Brussels, 17i1 October 2008 [Електронний ресурс] // Режим доступу: [http://ec.europa.eu/enterprise/innovation/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/innovation/index_en.htm).*

**ІРИНА ЛЕВЧУК**

**Науковий керівник:**

**к.е н., доцент Кривоус В. Б.**

## **БОРГОВА КРИЗА ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЄВРО**

Виникнення державного боргу є звичайним наслідком економічної активності. Частина економічних суб’єктів отримують додаткові доходи, в той час як інші відчувають їх нестачу. Проте головною цінністю для будь-якої держави є її економічна безпека та незалежність. Саме для збереження цього потрібно зменшувати тиск з боку міжнародних організацій та урядів інших країн, через зниження зовнішнього боргу, котрий являється загальним обсягом заборгованості держави перед ними на певну дату, включаючи відсотки. У іншому випадку це може призвести до боргової кризи, тобто неспроможності держави – боржника сплачувати зовнішні позики та обслуговування їх у повному розмірі. Це й сталося з зоною євро, адже частина країн позичала грошові резерви, щоб сплачувати попередні кредити, тим самим нарощуючи нові. Вже до початку 2010 року в деяких країнах державний борг досяг критичного рівня – близько 130% ВВП в Греції. У Греції держборг виріс на 20,3%, склавши 159,1% від ВВП, в Португалії – на 18,9% (110,1% від ВВП), а в Ірландії – на 16,5%, досягнувши позначки в 104,9% від ВВП [1]. Так, у порівнянні з 2012 роком на кінець 2013 року зовнішній борг Греції збільшився на 19,9% від ВВП [1]. Схожа ситуація і на Кіпрі, Так, якщо на кінець 2012 року державний борг Кіпру становив 15 043 млн. євро, то на кінець 2013 року 18 403 млн. євро, що на 25,3% більше. В Іспанії він зріс на 14,3%, а в Словенії на 14,1%, і станом на кінець 2013 року становлять 954863 млн. євро та 21922 млн. євро відповідно. Зменшити зовнішній борг у 2013 році на 2,8% вдалось Німеччині, і на кінець 2013 року її борг становив 2 126 831 млн. євро, проти 2 153 294 млн. євро в кінці 2012 року. Крім неї зовнішній державний борг зменшили деякі країни Європи: Болгарія (1,4%), Латвія (2%), Литва (0,8%) та



Данія (0,9%). Крім того, три основні країни Європи, що розвиваються, – Польща, Чехія і Угорщина – зафіксували завершення економічного спаду і уповільнення зростання в другому кварталі 2013 року [5]. Основним чинником відновлення економіки в Центральній і Східній Європі в цілому в минулому кварталі було поліпшення ситуації на їх основному експортному ринку – в решті країн Євросоюзу.

Проте навіть беручи це до уваги, питання Європейської боргової кризи є одним з найголовніших та потребують першочергового вирішення з боку урядів країн-членів ЄС [2]. Це актуально і для України, тому що інтеграція в ЄС є стратегічною метою розвитку нашої держави, а також перспектива вступу в недалекому майбутньому деяких східноєвропейських країн, що є основними торговими партнерами України, в ЄС безпосередньо торкається економічних інтересів нашої держави. Крім того, у грудні 2013 року прямий зовнішній борг нашої держави збільшився на 7,58%, або на 1,966 млрд. доларів США, склавши на 31 грудня 2013 року 27,901 млрд. доларів США (проти 25,936 млрд. доларів США на 30 листопада). Також за 9 місяців 2013 року обсяг валового зовнішнього боргу України зріс на 2,7 млрд. дол. США і на кінець III кварталу 2013 року становив 137.7 млрд. дол. США. Відносно ВВП обсяг боргу зріс з 76,6% до 77,3% [3]. Крім того подальше зростання як внутрішнього, так і зовнішнього боргу матиме для України певні недоліки: при браку фінансових ресурсів існує загроза невиконання державою власних боргових зобов'язань та оголошення дефолту; зниження конкурентоспроможності та витіснення вітчизняних товаровиробників з ринку кредитних ресурсів, через перерозподіл фінансових ресурсів, що спричинить падіння інвестиційної активності; виплата значних відсотків за державними цінними паперами призводить недосконалої політики вітчизняних банків, що також збільшує нерівність у доходах фізичних осіб [4].

Також валютна політика ЄЦБ впливає на економіку України, адже грошова одиниця ЄС для вітчизняної економіки в першу чергу є розрахунковою у експортно-імпортних операціях, відповідно це викликає залежність курсу вітчизняної грошової одиниці від динаміки курсу валют країн-партнерів. З найменшою зміною євро відносно долара помітна тенденція зміну курсу євро відносно гривні. Незважаючи на фінансову кризу в Євросоні, міжнародна роль євро в 2013 р. залишалася порівняно стійкою.

Основні інструменти, що на сьогоднішній день використовує Європа для подолання кризи умовно можна розкласти їх на 3 основні групи: побудова фактично нової структури фінансового ринку, регіональна співдружність та глобальна консолідація у боротьбі з кризою; стабілізація та регенерація економіки. Звичайно, що зараз в Європі йде маса виступів проти єдиного економічного союзу, проти єдиної європейської валюти і проти Німеччини як центру Європи. Вимушене зменшення соціальних видатків у державах ЄС, тобто зниження пенсійних виплат, скорочення пільг та заробітних плат, та основне зростання податкового навантаження спричинило масові акції незадоволення серед населення та антивладні настрої. Це також повпливало на загострення соціальних проблем та недовіри до уряду, включно з сепаратистськими проявами.

Тому, на нашу думку, зруйновані економіки периферійних країн просто повинні стати дотаційними регіонами в союзній державі, це перший крок, до подолання кризи. Це повинно сповільнити економічний занепад в країнах, де він спостерігається шляхом одержання **більше половини** всіх бюджетних субсидій. Наступним має стати ще більша інтеграція, що полягає у встановленні єдиний податкового, пенсійного і політичного режиму всіх регіонах. Європі потрібно зробити економічні умови майже однаковими, але з урахуванням всіх регіональних і національних особливостей. Якщо країни почнуть виходити із зони євро, то не тільки сама єдина валюта опиниться під загрозою, під загрозою опиняться всі економіки Європи без винятку, не тільки малі. Не варто говорити вже й про те, що вихід самої країни із зони євро, але вже з зруйнованою економікою означатиме катастрофу. До того ж, суттєву роль у майбутньому розвитку відіграє і позиція євро, та валютні операції які проводяться з метою посилення фінансової системи. Прогнози головних світових експертів в сфері економіки щодо подальшого майбутнього євро є неоднозначними. Деякі стверджують, що відбудеться покращення стану цієї валюти на міжнародному валютному ринку, інші – крах Єврозони, та євро відповідно. Ми вважаємо, що приріст міжнародних резервів, номінованих у євро буде досить скоро та обумовлений декількома причинами. По-перше, до 2011 р. процес глобалізації фінансових ринків увійшов у вирішальну стадію, саме тому для забезпечення достатнього захисту своєї грошової одиниці національним урядам сьогодні потрібно набагато більше валютних накопичень, ніж раніше. По-друге, внаслідок розпаду радянського блоку, валюти колишніх соціалістичних країн, їх грошові резерви перестали бути замкненими. Більшість урядів поставили мету якомога швидше перейти до повної конвертованості національних грошових одиниць. Підтримання ринкового курсу грошової одиниці в умовах ліберального валютного режиму створює необхідність в набагато більших резервах, ніж це потрібно при плановій економіці, коли національні гроші не є предметом купівлі-продажу. По-третє, на формування структури валютних резервів впливають і державні особливості. Резерви зони євро в 4 рази перевищують резерви США і складають майже 20% валютних запасів промислових держав, що сприяє збільшенню в них частки євро та зниження частки інших валют. По-четверте, потреба центральних банків у нарощуванні резервів у євро буде збільшуватися у зв'язку з проведенням валютних інтервенцій в тих країнах, які або вже прив'язали, або мають намір прив'язати курси національних валют до єдиної європейської валюти або кошику СДР.

Активізація трансформаційного розвитку валютної системи України відбувається під дією процесів інтеграції у світовий економічно-фінансовий простір. Умовою валютної євроінтеграції для України є встановлення демократичних принципів організації та регулювання валютного обігу, валютних операцій на міжбанківському валютному ринку України для всіх суб'єктів валютно-фінансової діяльності без дискримінації та утисків, гармонізація та уніфікація валютного законодавства України до стандартів ЄС, створення сприятливих умов для потенційних учасників міжнародних розрахункових та фінансових операцій.

Для дієвого становлення євро в вигляді альтернативної світової валюти провідним є питання її ліквідності. Основні зусилля в цьому напрямку мають бути зосередженими на формуванні ємних, високорозвинених та інтегрованих між собою міжнародних ринків євро, на збільшення квоти євро у світовій торгівлі та інвестиційних потоків.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *European Commission Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/eurostat/home/>.*

2. *Пробоїв О. А. Проблемні економіки Єврозони / О. А. Пробоїв, І. Д. Зубко // Materialy IV miedzy-narodowej naukowii-praktycznej konferencji "Nauka: teoria i praktyka-2010". – Volume 3. Ekonomiczne nauki. – Przemysl: "Nauka i studia", 2010. – С. 25–28.*

3. *Міністерство фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua/control/uk/index>.*

4. *Козюк В. В. Державний борг України у перехідній економіці : монографія / В. В. Козюк. – Львів : Світ, 2007. – 202 сс. 46–50.*

5. *Основні європейські країни, що розвиваються, вийшли з економічного спаду [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rbc.ua/ukr/top/show/osnovnye-razvivayushchiesya-strany-evropy-vyshli-iz-ekonomicheskogo-14082013155500>.*

## МАРІЯ ЛИЗУН

### СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ БОРГОВОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА УКРАЇНИ

На фоні поглиблення глобалізаційних процесів, взаємна інтеграція економік країн як з розвинутою, так і з перехідною економіками, набирає все більших обертів. Ці процеси стосуються всіх сфер діяльності економічних агентів, в тому числі і ринків капіталів, де відбувається залучення фінансових ресурсів для забезпечення фінансування внутрішніх потреб держави. Формування та нагромадження внутрішнього та зовнішнього державного боргу є органічною складовою функціонування економік більшості країн світу, потужним важелем макроекономічного регулювання та інструментом реалізації економічної стратегії. Різке зростання обсягів світового валового боргу та платежів з його обслуговування створює значні проблеми як для країн-боржників, так і для світової економіки в цілому. В зв'язку з цим постає необхідність підвищення ефективності боргової політики, оскільки від якості та своєчасності прийняття рішень щодо управління державним боргом залежить результативність державного регулювання.

Згідно Бюджетного кодексу України державний борг – це загальна сума боргових зобов'язань держави з повернення отриманих та непогашених

кредитів (позик) станом на звітну дату, що виникають внаслідок державного запозичення. Саме проблема обслуговування державного зовнішнього боргу виступає ключовим елементом макроекономічної стабільності в країні. Від характеру вирішення боргової проблеми залежить добробут країн, стан їхніх валютних резервів, стабільність національної валюти, рівень процентних ставок, інвестиційний клімат, ефективність фінансового ринку.

Проведення державної боргової політики має за мету сприяння стабільному економічному розвитку, стимулювання приросту ВВП та досягнення повної зайнятості, стримування інфляційних процесів, забезпечення фінансування соціальних програм, формування достатніх обсягів кредитних ресурсів для розвитку підприємницької діяльності, залучення необхідних обсягів іноземних інвестицій та ін. В енциклопедичних виданнях боргова політика трактується як діяльність, спрямована на визначення засад та напрямів формування, використання, погашення та обслуговування ресурсів, залучених за умов боргу [1].

Зазначимо, що боргова політика є однією з основних складових державного регулювання економіки країни, а співвідношення між внутрішніми і зовнішніми державними позиками досить суттєво впливає на структурні перетворення у її галузях. Дана політика повинна ґрунтуватися на наступних принципах [1; 2]:

- безумовність виконання взятих державою зобов'язань перед кредиторами;
- оптимальність структури боргових зобов'язань держави;
- мінімально можливі ризики за урядовими борговими цінними паперами при коливанні показників світового фінансового ринку;
- зниження вартості обслуговування державного боргу при наступних запозиченнях;
- заміна короткострокових запозичень на довгострокові, забезпечення рівномірності та уникнення значних пікових боргових виплат;
- відкритість і прозорість інформації про залучення, використання і погашення позикових коштів.

На сучасному етапі розвитку світової економіки проблема зовнішньої заборгованості набула глобального характеру. Уряди розвинених країн та країн, що розвиваються, залучають грошові ресурси з фінансових ринків через державні запозичення з метою фінансування зростаючих бюджетних витрат, покриття бюджетних дефіцитів. Загалом боржниками розвинених країн на даний час є понад 140 держав світу. До того ж в останні роки найбільш гостро кризові явища, простежуються у країнах Європейського Союзу, зокрема Португалії, Ірландії, Італії, Греції та Іспанії (країни «PIIGS»). Причина такого стрімкого погіршення стану державного боргу в країнах ЄС виступають додаткові витрати європейських урядів, спрямовані на підтримку економіки. Аналогічні проблеми із високим рівнем боргу мають також і країни ЄС. Для наочності варто згрупувати країни за розмірами державного боргу станом на 2012 р. (табл. 1).

## Рівень державного боргу країн-кандидатів та країн-членів ЄС [2]

Групи	Країни-кандидати та країни-члени ЄС
Низький рівень (до 30%)	Естонія, Болгарія, Люксембург, Македонія
Допустимий рівень (30-60%)	Румунія, Литва, Швеція, Туреччина, Чехія, Латвія, Данія, Словаччина, Чорногорія, Хорватія, Словенія, Фінляндія
Високий рівень (60-100%)	Польща, Сербія, Нідерланди, Австрія, Мальта, Угорщина, Кіпр, Німеччина, Іспанія, Великобританія, Франція, Бельгія
Надзвичайно високий рівень (більше 100%)	Ірландія, Ісландія, Португалія, Італія, Греція

Сукупний зовнішній борг України на кінець 2013 року досяг 140 мільярдів доларів США, або близько 80% ВВП, у тому числі коротко-строковий – 65 мільярдів доларів США. Основною причиною росту запозичень в нашій країні є неспроможність фінансування соціальних програм та постійний дефіцит платіжного балансу країни, а в розвинених країнах світу основна маса запозичень спрямовується на реалізацію масштабних національних проектів, розвитку інфраструктури та перспективних галузей економіки [3].

Великі розміри і швидке зростання державного боргу у більшості країн залишає актуальним питання розробки підходів регулювання державної заборгованості з урахуванням її позитивного і негативного впливу на економіку.

Світовою практикою напрацьовано багато схем для врегулювання боргових проблем країн, переобтяжених зовнішнім боргом, що передбачають зниження боргового тягаря. Одна з таких схем передбачає застосування до вартості боргових зобов'язань спеціальних знижок, що враховують котирування цінних паперів на вторинному ринку. Така система надає переваги для обох сторін: держава-боржник викупає свій борг із знижкою, а кредитор одержує матеріальні чи фінансові активи, вартість яких перевищує ринкову вартість боргових зобов'язань.

Для забезпечення ефективності боргової політики вона має спиратися на такі засади:

- позичкові кошти мають залучатися переважно з метою фінансування інвестиційних проектів, дохідність та термін окупності яких відповідають умовам одержаних позик. Це викликано тим, що при здійсненні позичкових операцій виникає необхідність повернення вкладених коштів та мобілізації додаткових ресурсів для обслуговування боргу [1];

- залучення позик для споживчих цілей є виправданим лише за нульовими реальними відсотковими ставками. Тобто залучення позик для споживчих потреб є доцільним лише у разі перевищення темпів зростання реального ВВП (і відповідно бюджетних надходжень) над реальними відсотковими ставками;

- при здійсненні зовнішнього запозичення необхідним стає досягнення зростання надходжень від експорту, які б покривали сплату основної суми і відсотків за зовнішнім боргом. При залученні зовнішніх позик вартість нетто експорту товарів і послуг має зростати на величину виплат нерезидентам без здійснення негативного впливу на імпорт капітальних товарів [4];

- за умов низького рівня монетизації економіки внутрішні позики можуть залучатися лише у незначних обсягах, аби не позбавляти платіжних засобів реальний сектор економіки, внаслідок концентрації грошових коштів в операціях кредитного характеру між державою та її кредиторами [4].

Для посилення стимулюючого впливу держави на соціально-економічний розвиток та забезпечення платоспроможності у довгостроковій перспективі необхідні поступове обмеження розміру державного боргу. Однією з передумов ефективності політики у сфері державного боргу визнано відставання його відношення до ВВП від темпів зростання реальних процентних ставок. Надзвичайно важливе значення мають забезпечення пріоритетного спрямування зовнішніх запозичень на проведення структурних перетворень і модернізацію економіки. Скорочення витрат на обслуговування державного боргу є важливим резервом удосконалення політики державних видатків та на цій основі посилення регулюючого потенціалу бюджетної політики.

Отже, ефективна реалізація боргової політики держави може призвести до прискорення процесів розширеного відтворення, реалізації економічних та соціальних інвестиційних проектів, що в свою чергу надасть країні ряд переваг: зміцнить позиції на світовому ринку капіталів, зменшить рівень боргової безпеки, дозволить знизити розмір дефіциту державного бюджету.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Барановський О. *Європейські банки: під тиском боргової кризи* [Електронний ресурс] / О. Барановський. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vnbu/2011\\_12/2011\\_12\\_9.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vnbu/2011_12/2011_12_9.pdf).

2. *Державний борг України та країн світу 2011-2013 роки (складові, географія, динаміка)*. – Режим доступу : <http://infolight.org.ua/content/derzhavniy-borg-ukrayini-ta-krayin-svitu-2011-2013-roki-skladovi-geografiya-dinamika>.

3. *Офіційний веб-сайт державного комітету статистики* [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

4. Касич А. О. *Економічні індикатори інтеграційних процесів: досвід України*. – Режим доступу : [http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/u\\_nomer1\\_1\\_2014\\_noviy.pdf](http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/u_nomer1_1_2014_noviy.pdf).

**НАТАЛІЯ МАМЧУР**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## **МІСЦЕ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В ЕКСПОРТНООРІЄНТОВАНІЙ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ УКРАЇНИ**

Розвиток малого та середнього бізнесу дає змогу країнам із ринковою економікою досягти високого конкурентного статусу. Загально визнано, що малому та середньому бізнесу належить важлива роль у забезпеченні сталого

економічного зростання, підвищенні інноваційного та експортного потенціалу країни. Підприємства малого та середнього бізнесу, частка яких в розвинутих ринкових економіках перевищує 95%, забезпечують більше половини ВВП, дві третини загальної кількості робочих місць, чверть експорту та таку ж частку прямих іноземних інвестицій. Успішний розвиток малого та середнього бізнесу є запорукою формування середнього класу та передумовою забезпечення соціальної стабільності в суспільстві [1, с. 65].

*Таблиця 1*

**Значення малого та середнього підприємництва в країнах з різним економічним розвитком [1, с. 67]**

Країна	Країни ЄС	США	Японія	Польща	Узбекистан	Росія	Україна
<b>Внесок малого і середнього підприємництва у ВВП, %</b>	від 50 до 67	від 50 до 52	від 52 до 55	більше 60	близько 29,1	від 10 до 11	від 9 до 9,5
<b>Частка МСП у загальній кількості зайнятих, %</b>	від 46 до 73	54	78	56	34	9,6	5,7

Малі та середні експортні підприємства (МСЕП) – це самостійні суб’єкти господарювання, створені на різноманітних майнових основах для виробництва продукції, виконання робіт чи надання послуг на експорт з метою задоволення суспільних потреб і отримання прибутку; ці компанії є юридичними особами і мають основні параметри, які не перевищують встановлених законодавством [2, с. 64].

В Україні малий бізнес розглядається державними органами влади лише з позицій поповнення державного бюджету. Зрозуміло, що тут мале підприємництво відіграє не таку суттєву роль. Проте його значення полягає зовсім в іншому [3, с. 126]:

- вирішенні проблеми зайнятості населення, в тому числі за рахунок самозайнятості підприємців, створенні нових робочих місць. В розвинених країнах на малий бізнес припадає до 50% всіх зайнятих та до 70–80% нових робочих місць [3, с. 128];

- наданні гнучкості економіці шляхом оперативного реагування на зміни кон’юнктури ринку;

- формуванні конкурентного середовища, в тому числі за рахунок обмеження можливостей та ліквідації монополій, стимулювання виробництва тих товарів та послуг, яких потребує споживач;

- визначенні темпів економічного зростання шляхом прискорення реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукоємної продукції. У США на сектор малого бізнесу припадає близько 50% науково-технічних розробок [3, с. 131];

- формуванні середнього класу суспільства, послабленні тенденцій до соціальної диференціації, пом’якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин.

До практичних заходів зі здійснення експортної підтримки МСП відносяться [4, с. 53]:

- дотримання вимог законодавства щодо відшкодування ПДВ, митного регулювання та захисту власності підприємців;
- визначення пріоритетів в наданні державної експортної підтримки суб'єктам МСП з використанням наукоємних-, ресурсо- та енергозабезпечуючих інноваційних технологій;
- впровадження дієвої системи кредитування та страхування експортних операцій;
- використання нових інструментів кооперування малих, середніх і великих підприємств (кластеризації, субконтрактації);
- надання належної інформаційної підтримки експортноорієнтованим МСП.

Поступово зростає інфраструктурна підтримка малого підприємництва для формування експортного потенціалу. Станом на 01.01.2013 р. в регіонах України діють 531 бізнес-центр, 76 бізнес-інкубаторів, 46 технопарків, 535 лізингових центрів, 3964 небанківські фінансово-кредитні установи, 242 фонди підтримки підприємництва (з яких 27 створені за участю Українського фонду підтримки підприємництва), 3031 інвестиційних та інноваційних фондів і компаній, 3902 інформаційно-консультативні установи [5].

Для того, щоб підвищити роль малого бізнесу в експортній орієнтації економіки України, необхідно побудувати поетапну експортну стратегію за участю МСП та, як результат цього, перехід до визначення складових тактики втілення в життя цієї стратегії. Серед них можна назвати [6, с. 112]: укладання коопераційних угод великими експортними компаніями з дрібними фірмами, що дозволило б підвищити гнучкість виробництва, зменшити комерційний ризик; організацію асоціацій невеликих фірм, що здійснюють експорт продукції чи послуг (адже кожна з таких фірм не зможе самостійно організувати ефективний збут власної продукції, а послуги посередників, як правило, дорого коштують); налагодження співпраці МСЄП з Державним комітетом з науки, метою чого є передача результатів наукових досліджень в експортну діяльність дрібного бізнесу для найшвидшого втілення їх у практику; створення Фонду страхування експортних контрактів; доручення одному з державних банків спеціалізованої функції кредитування зовнішніх угод тощо.

Таким чином, для успішного розвитку малого підприємництва в Україні необхідно створити механізм ефективної взаємодії між державою та підприємницьким сектором, де усвідомлення ролі дрібних фірм в експортному потенціалі країни є першим кроком до підвищення конкурентоспроможності національної економіки.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Ляшенко М. Д. Роль держави у підтримці та розвитку малого і середнього бізнесу. // *Розбудова держави*. – 2011. – № 11–12. – С. 62–68.
2. Євдокимова Ю. *Мале та середнє підприємництво в експортно-орієнтованій стратегії розвитку України* / Ю. Євдокимова // *Міжнародна*



економічна політика. – 2007. – Вип. 7. – С. 58–83. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Мер\\_2007\\_7\\_5.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Мер_2007_7_5.pdf).

3. Поповенко Н. С. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в Україні / Н. С. Поповенко, О. В. Ганенко // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2012. – № 1(2). – С. 126–132.

4. Турчак В. В. Підприємницька діяльність України: проблеми та перспективи // Інноваційна економіка. – 2013. – № 1. – С. 52–56.

5. Узагальнений звіт про стан виконання регіональних програм розвитку малого підприємництва в Україні у 2012 році / Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/info/1101>.

6. Ткачук В. Д., Сачко П. М. Становлення та розвиток підприємницької діяльності в Україні // Соціальна економіка. – 2012. – № 2-3. – С. 110–115.

**И. МАРИНОВ**  
(Болгарія)

## **СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ И РОЛЬ ЕВРОПЕЙСКОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА, РЕГЛАМЕНТИРУЮЩЕГО УСЛОВИЯ И ПОРЯДОК ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КРЕДИТОВ**

Наличие действующего рынка потребительских кредитов и качественная правовая защита индивидуальных клиентов, пользующихся финансовыми услугами, являются важными факторами, влияющими на рентабельность банков в международном масштабе и доверие их кредитополучателей. Ускоренное развитие глобального потребительского кредитования и возрастающий объем займов на текущие цели отдельных граждан и домашних хозяйства требуют обязательного и адекватного нормативного контроля за уровнем кредитного риска со стороны конкретного органа, имеющего правомочия регулировать деятельность коммерческих банков.

Объектом настоящего доклада является действующее законодательство в Европе, регламентирующее банковское потребительское кредитование стран-членов. Автор доклада ставит цель: сделать современный обзор ключевых аспектов и роли европейских нормативных правил, определяющих условия и порядок заключения договоров потребительских кредитов.

Отсутствие конкуренции и регулятивных механизмов выдвигается в качестве главной причины появления экономической неопределенности и развития рискованной среды для участников рынка<sup>9</sup>. Существующие различия в

---

<sup>9</sup> Георгиев, Р. Механизъм на лихвените проценти и кризата, The Economic Archive (Списание “Народностопански архив”) 4/2009, с. 13, <http://www.cceol.com/asp/issuedetails.aspx?issueid=b3c6d69d-1f19-4ff3-829f-9079fd703d5b&articleId=05bfa9e1-a5b1-48b0-b26d-1dbfedbb9157>.

национальных законодательствах и административных правилах стран-членов Европейского союза, касающихся предоставления потребительских займов, создают предпосылки для развития неконкурентной среды для финансовых посредников, специализирующихся на кредитовании<sup>10</sup>. Неодинаковость правил предоставления потребительских кредитов на национальном уровне часто создает ситуации, которые становятся причиной неконкурентных действий со стороны банков-кредиторов стран-членов, а в определенных случаях это создает денежные ограничения, особенно в случае, когда одно из государств-членов применяет более строгие нормативные распоряжения из принятых в отмененной в 2008 г. Директиве 87/102/ЕЭС<sup>11</sup>.

Допущение слабой прозрачности в процессе кредитования индивидуальных клиентов, выражающееся в недостаточном разъяснении, а иногда и в полном отсутствии оповещения цены и условий кредитных продуктов, неминуемо ведет к низкой эффективности банковского бизнеса, связанного с потребительскими кредитами. Вызовы, перед которыми поставлены законодательство и банки, связаны, в основном, со сложностью в определении цены кредитного продукта, особенно при договорах о кредитах с переменной процентной ставкой, которые в современных условиях являются намного более распространенными, чем займы с фиксированной на часть или целый период кредита процентной ставкой. Следующий серьезный вызов представляет недостаточная финансовая грамотность части европейских граждан при понимании сложных кредитных договоров, что значительно затрудняет принятие адекватного решения о пользовании конкретной кредитной услугой и в то же время ограничивает возможность сопоставления ее с другими сходными конкурентными продуктами.

Принимая во внимание постоянно развивающийся рынок потребительских кредитов и возрастающую мобильность европейских граждан, дальновидное законодательство Сообщества, которое может адаптироваться к будущим формам кредитования и которое дает странам-членам необходимую степень гибкости в их применении, должно способствовать установлению совокупности современных правовых норм относительно потребительского кредита. Большое количество инноваций в кредитовании физических лиц в рамках Европейского союза в течение последних лет обуславливает необходимость актуализации нормативной рамки, регламентирующей правила предоставления потребительских займов банками и кредитными обществами в Сообществе.

В связи с этими причинами в 2008 г. была принята европейская Директива 2008/48/ЕС Европейского парламента и Совета Европы, которая преследует цель создания и поддержания эффективного внутреннего рынка

---

<sup>10</sup> Подробнее см. чл. 95 на Договора за създаване на европейската общност, <http://www.prjieu.government.bg/static/docs/bg/1.pdf>.

<sup>11</sup> Чл. (4) и (5) на Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. относно договорите за потребителски кредити и за отмяна на Директива 87/102/ЕИО на Съвета, <http://www.mi.government.bg/bg/library/direktiva-2008-48-eo-na-evropeiski-ya-parlament-i-saveta-otnosno-dogovorite-za-potrebitelski-krediti-35-c80-m262-5.html>.

потребительских кредитов и высокой степени защиты потребителей через создание общей правовой рамки стран-членов, которая должна легко адаптироваться к непрерывно разрастающемуся и развивающемуся рынку займов для индивидуальных клиентов<sup>12</sup>. Директива направлена на достижение конвергенции законов, остальных нормативных документов и административных распоряжений, регламентирующих предоставление потребительских кредитов и заключение договоров потребительских займов в странах-членах Европейского союза.

Основными акцентами в правовой рамке, гармонизирующей деятельность рынка потребительских кредитов в Сообществе, являются следующие<sup>13</sup>:

- достижение высокой степени защиты потребителей, которой поддерживается доверие кредитополучателей;
- создание максимально удобных кредитных условий как для пользующихся потребительскими займами, так и для лиц, которые их предлагают;
- равноправие пользователей кредитных услуг при защите их интересов;
- определение поля действия Директивы, т.е. какие из договоров о кредите попадают и какие находятся вне поля ее применения. Договоры о кредите, которыми финансируется покупка земли или недвижимости, а также и договоры об оплате в рассрочку по дебетовым картам со сроком не более трех месяцев, например, исключены из охвата Европейской директивы;
- защита потребителей кредитных услуг от нелояльных практик и вводящей в заблуждение информации;
- ясные и конкретные правила в отношении рекламы потребительских кредитов;
- стандартизация информации об условиях и всех расходах, включенных в договор потребительского кредита.

Полнота и прозрачность этих условий должны обеспечивать клиентам, ищущим кредитное финансирование, возможность сравнивать условия по различным продуктам, предлагаемым банками до принятия решения воспользоваться ли потребительским займом. Преддоговорная информация банков об условиях потребительского кредита, которая обязательно предоставляется желающим получить кредит еще до подачи заявки на займ, должна содержать следующую важную для них информацию<sup>14</sup>:

---

<sup>12</sup> См. Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 г. относно договорите за потребителски кредити и за отмяна на Директива 87/102/ЕИО на Съвета, Официален вестник на Европейския съюз, 2008, <http://www.mi.government.bg/bg/library/direktiva-2008-48-eo-na-evropeiski-ya-parlament-i-saveta-otnosno-dogovorite-za-potrebitelski-kredit-35-c80-m262-5.html>.

<sup>13</sup> Там же.

<sup>14</sup> См. Приложение II Стандартна европейска информация относно потребителски кредит и европейска информация за потребителски кредит във връзка със (1) овърдрафти на Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 година относно договорите за потребителски кредити и за отмяна на Директива 87/102/ЕИО на Съвета, Официален вестник на Европейския съюз, 2008, <http://www.mi.government.bg/bg/library/direktiva-2008-48-eo-na-evropeiski-ya-parlament-i-saveta-otnosno-dogovorite-za-potrebitelski-kredit-35-c80-m262-5.html>.

- идентификационные данные о кредиторе и его адрес;
- специфические особенности предлагаемого банком кредитного продукта (вид, общий первоначальный размер, условия усвоения, полный срок погашения кредитного договора, общее количество взносов на погашение, конечная стоимость займа, наличие и вид обеспечения и другие условия;
- целый набор расходов по кредиту – процентная ставка, годовой процент расходов и другие применяемые расходы, как например, страховые премии, сборы и комиссионные за открытие и обслуживание банковских счетов, нотариальные сборы, связанные с обеспечением по кредиту;
- другие распоряжения, регламентирующие право отказа от кредита и сроки этого отказа, право клиента досрочно погасить заем и право возмещения кредитору при досрочном погашении со стороны кредитополучателя;
- высокий профессионализм при консультировании клиентов, желающих воспользоваться кредитными продуктами;
- обязательное информирование кредитополучателей при изменении цены кредита и последовавших переменах в размере месячных платежей.

Обеспечение высокой степени правовой защиты потребителей кредитных услуг в сегменте “розничный банкинг” имеет значение не только для поддержания доверия клиентов, но и для улучшения обслуживания задолженностей по кредитам банков. Через унификацию законодательства, регламентирующего правила заключения договоров займов с целью потребления и достижения прозрачных и понятных условий для клиентов в различных странах-членах, преследуется цель избежать возможности возникновения проблем, связанных с усвоением и обслуживанием кредитных обязательств физических лиц, и в то же время повысить доверие к банковским системам стран-членов Европейского союза.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Божинев, Б. Въведение в банковото дело. Свищев, АИ Ценов, 2013.
2. Димитрова, Т. Банково обслужване на икономическите агенти. Свищев, АИ Ценов, 2013.
3. Завадска, З. и колектив. Банково дело. София, УИ Стопанство, 2004.
4. Георгиев, Р. Механизмът на лихвените проценти и кризата, *The Economic Archive* (Списание „Народностопански архив“) 4/2009.
5. Договор за създаване на Европейската общност (консолидирана версия), <http://www.prjieu.government.bg/static/docs/bg/1.pdf>.
6. Директива 2008/48/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 23 април 2008 година относно договорите за потребителски кредити и за отмяна на Директива 87/102/ЕИО на Съвета, *Официален вестник на Европейския съюз*, 2008.

**ІВАННА МИХАЛКІВ**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## **РОЗВИТОК ТРАНСКОРДОННИХ КЛАСТЕРІВ В УКРАЇНІ**

В умовах розвитку транскордонної співпраці України та сусідніх держав постає необхідність пошуку нових форм транскордонного співробітництва, зокрема транскордонних кластерів.

Транскордонний кластер розглядається як форма інтеграції незалежних компаній та асоційованих інституцій, що географічно зосереджені у транскордонному регіоні, спеціалізуються у різних галузях, пов'язані спільними технологіями та навиками і взаємодоповнюють одна одну, яка базується на наявності погодженої стратегії розвитку учасників кластера, спрямованої на реалізацію інтересів кожного з них і території локалізації кластера [1]. Доцільно зауважити, що така форма транскордонного співробітництва, як транскордонні кластери, найбільш поширена на кордонах європейських країн, основна мета яких – прискорити економічне зростання шляхом об'єднання зусиль учасників, забезпечення конкурентних переваг транскордонним регіонам. Така форма не є однозначно високоефективною, але можна виділити багато переваг її діяльності, тому їх функціонування є вагомим чинником підвищення рівня розвитку прикордонних територій для сусідніх держав, що і зумовило актуальність дослідження.

Доцільно зазначити, що активізація функціонування кластерних структур у світі особливо збільшилась в 90-ті рр. ХХ ст. відповідно до збільшення масштабів глобалізації, розвитку конкурентної боротьби та ускладнення ситуації на світових ринках. Зокрема, більшість сусідніх з Україною держав уже почали реалізовувати кластерний підхід у розвитку своїх регіонів, зокрема прикордонних[1].

В Україні також напрацьовано певний досвід із питань розвитку транскордонних кластерів. Так, у 2008 р. на базі Харківського національного економічного університету (кафедра туризму), ВАТ “Харківський регіональний фонд підтримки підприємництва”, Белгородського державного університету (кафедра туризму) та Белгородського обласного фонду підтримки малого підприємництва було створено транскордонний туристичний кластер. Його діяльність поширюється на Золочівський та Гайворонський райони України та райони Російської Федерації. Основною метою транскордонного туристичного кластеру є відродження маршрутів сільського туризму та історичних пам'яток культури.

У 2007 р. було утворено будівельний кластер за участю Харківського державного технічного університету будівництва та архітектури, Белгородського державного технологічного університету ім. В. Шухова, Белгородського обласного фонду підтримки малого підприємництва та ВАТ “Харківський регіональний фонд підтримки підприємництва”. Головною метою цього кластеру є налагодження співпраці у сфері проектування та будівництва

між російськими та українськими компаніями. На сьогодні проводиться робота з питань створення транскордонного фінансового кластеру.

На Західній Україні прикладом транскордонного кластеру може бути транскордонний кластер підрядчиків “Карпати”, який розташований та діє з 2004 р. В Ужгородському та Берегівському районах Закарпатської області України та на сусідніх прикордонних територіях Угорщини і Словаччини. Діяльність цього транскордонного кластеру спрямована на розвиток підприємництва Трикордоння, заплановане фінансування з джерел ЄС, відповідних національних, регіональних та місцевих бюджетів. Координатором кластеру підрядчиків “Карпати” в Україні є Закарпатський центр розвитку підприємництва в м. Ужгород [6].

У Львівській області також опрацьовується питання утворення та діяльності транскордонного туристичного кластеру. Так, спільна стратегія розвитку українсько-польського транскордонного регіону (Волинська, Львівська, Закарпатська області та Люблінське і Підкарпатське воєводства) на період до 2015 р., яка була розроблена протягом 2007–2008 рр. у рамках проекту “Новий рівень добросусідських відносин – розвиток польсько-української стратегії транскордонної співпраці” (програма INTERREG IIIA/TACIS CBC 2004–2006), передбачає одним із своїх основних пріоритетів розвиток туристично-рекреаційної сфери.

У Чернівецькій області розглядається можливість утворення туристичного транскордонного кластеру на основі мережі регіонів-переможців Всеукраїнського конкурсу «Сім чудес України».

На сході країни, у Луганській області вивчаються можливості реалізації транскордонних кластерних ініціатив у транспортному машинобудуванні, сільськогосподарському виробництві, медицині [5].

Водночас в Україні кластерна форма організації транскордонного співробітництва ще не набула достатнього застосування і поширення. Відсутні досконалі інвестиційно-інноваційні механізми формування і функціонування кластерів, малоефективними є фінансові механізми державного регулювання їх діяльності. Це стосується, зокрема, цільового фінансування, прямої фінансової допомоги, надання субвенцій, субсидій тощо.

Існує низка умов, які можуть як сприяти, так і перешкоджати розвитку транскордонних кластерів в Україні. Фахівці відносять до позитивних умов такі:

- існування технологічної та наукової інфраструктур;
- психологічна готовність учасників кластерів до кооперації.

До стримуючих факторів для розвитку транскордонних кластерів належать:

– відсутність реальної державної підтримки розвитку кластерних систем в Україні;

– відсутність навиків партнерства у вітчизняних суб’єктів господарювання для збалансованого розвитку і формування спільних планів дій з іноземними партнерами;

– низький рівень інформованості учасників про методології становлення кластерів і про можливості міжсекторальної взаємодії на рівні територіальної громади;

– низька якість бізнес-клімату та управління бізнесом в Україні;

– відсутність орієнтації багатьох вітчизняних підприємств на міжнародний ринок;

– низький рівень розвитку асоціативних, коопераційних структур (торговельних палат, промислових асоціацій), які не справляються із завданням вироблення і просування пріоритетів та інтересів регіонального бізнесу;

– недостатній рівень планових рішень з територіального господарського розвитку [4].

На нашу думку, для розвитку транскордонних кластерів на території України необхідно здійснити такі дії:

1) прийняти національну програму розвитку транскордонних кластерів, яка повинна передбачати розробку регіональних програм із урахуванням специфіки певного прикордонного регіону держави, узгодження державних і регіональних інтересів та інтересів суміжних територій сусідніх держав, а також визначення відповідних пріоритетних сфер;

2) прийняти спеціальний закон про транскордонні кластери та внести відповідні поправки до Закону “Про транскордонне співробітництво”, якими потрібно чітко регламентувати поняття транскордонного кластера та основних засад його функціонування на території України;

3) сформувати мережу інформаційних та консультаційних структур, які забезпечать підтримку створення транскордонних кластерів у прикордонних регіонах, дадуть змогу отримати необхідні консультації щодо функціонування таких структур, а також обмінятися досвідом із закордонними партнерами. У цьому контексті доцільно відзначити можливості використання українськими учасниками для розвитку транскордонного співробітництва міжнародної європейської програми EUREKA, асоційованим членом якої є Україна. EUREKA – це програма, що дає змогу об’єднатись для здійснення проєктів, які неможливо виконати самотійно в окремій країні [3];

4) забезпечити створення системи навчання фахівців, орієнтованих на створення і зміцнення нових транскордонних кластерних систем, що враховують специфіку, потреби та перспективи розвитку прикордонних регіонів;

5) всебічно і об’єктивно вивчати передовий світовий досвід формування кластерних структур, зокрема стосовно створення нових робочих місць, підвищення продуктивності праці, впровадження дієвих форм мотивації праці, корінного поліпшення соціального клімату в прикордонних регіонах.

Зазначені напрями розвитку транскордонних кластерів на території України повинні сприяти підвищенню конкурентоспроможності прикордонних регіонів як на загальнодержавному, так і на міжнародному рівнях, а також покращувати їх привабливість для портфельних та прямих іноземних інвестицій.

Отже, в сучасних умовах підвищення актуальності розвитку транскордонного співробітництва України та сусідніх держав кластерні моделі можуть стати одним із ефективних засобів формування національних

конкурентних переваг вітчизняного підприємництва, підвищення ефективності виробництва за рахунок вертикальної та горизонтальної інтеграції окремих галузей і підприємств, впровадження новітніх технологій та на цій основі – забезпечення сталого розвитку всієї економіки країни на шляху її повноправного входження у світовий господарський простір.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Горблюк Р. Узагальнення світового досвіду розвитку транскордонних кластерів / Р. Горблюк, В. Демченко, І. Пелещак // Розробка регіональної стратегії формування та підтримки розвитку транскордонних кластерів [Текст] : звіт НДР / наук. кер. д.е.н., проф. Н. Мікула. – № держреєстрації 0106U013076. – Львів : [б. в.], 2011. – 166 с.
2. Державна регіональна політика України: особливості та стратегічні пріоритети [Текст] : монографія / за ред. З. С. Варналія. – К. : НІСД, 2010. – С. 563–602.
3. Збірник матеріалів про діяльність міжнародної науково-технічної програми EUREKA в Україні та в Європі [Текст]. – К. : Науковий світ, 2010. – 20 с.
4. Ковальова Ю. М. Проблеми на шляху розвитку і реалізації кластерного підходу в Україні / Ю. М. Ковальова, Н. В. Алишева // Наука й економіка [Текст]. – 2011. – № 3 (11). – С. 212.
5. Рекомендації щодо впровадження нових форм транскордонного співробітництва / Кол. авторів за ред. д.е.н., проф. Мікули Н.А. / НАН України. Ін-т регіональних досліджень– Львів, 2013. – 150 с.
6. Carpathian Incarrier Network. Founder Document // Deed of Foundation – The Carpathian Incarrier Network [Electronic resource] / Carpathian Borderregion Economic Development Association – Zemplen Euroregion (Satoraljaiuhely, 19th November 2004). – 5 s. – Access mode : [http://www.zrva.hu/klaszter\\_ua.html](http://www.zrva.hu/klaszter_ua.html).

**ОЛЬГА-МАРІЯ МОКРІЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **МОЛОДІЖНІ ГРОМАДСЬКІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЇХ МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО**

Ефективне функціонування управлінського механізму в демократичній державі передбачає рівноцінну та рівноправну участь усіх категорій громадян у державотворчих процесах. Молодіжні громадські організації є не тільки виразниками молодіжної ініціативи, але й активними захисниками прав і свобод молоді.

Дослідженню державної молодіжної політики були присвячені роботи вітчизняних науковців М. Головатого, В. Головенька, М. Перепелиці,



В. Головенька, О. Корнієвського, В. Куліка, М. Пашкова, О. Старинця, В. Якушика, М. Пірен, В. Ребкала, С. Телешуна.

Останні тенденції розвитку державної молодіжної сфери в Україні визначають молодіжні організації рівноправними партнерами держави у формуванні та здійсненні молодіжної політики. Аналізуючи молодіжну політику, слід констатувати, що це – складна, багатогранна система відносин, у якій можна виділити відносно самостійні структурні елементи: сукупність ідей, концепцій, принципів, функцій, пріоритетів, основних напрямів, стратегію і тактику соціального розвитку молоді; відносини між молоддю та іншими суб'єктами соціально-політичного процесу, що відбувається з приводу формування та реалізації молодіжної політики (політична соціалізація молоді); політичні й управлінські рішення, що приймаються компетентними владними органами в контексті молодіжної політики.

Формування і реалізація молодіжної політики в Україні базується на таких принципах [1]:

1. *Принцип участі.* Суб'єктом розробки і реалізації молодіжної політики є, перш за все, самі молоді громадяни, їх об'єднання, організації. Відповідно до світової практики держава у співпраці з ними сповідує так званий принцип субсидарності, тобто надає кошти не в порядку державного меценатства, а як учасникам державно значимої діяльності щодо розвитку потенціалу молодого покоління.

2. *Принцип рівності та доступності.* Цей принцип визнає права та обов'язки всіх молодих людей щодо рівних можливостей та рівного розподілу послуг та ресурсів. Молодь має право на рівний доступ до відповідних та необхідних програм та послуг незалежно від статі, місця проживання, соціального, культурного, економічного чинників.

3. *Принцип гарантій.* Відповідно до нього держава надає всім молодим громадянам мінімум державних соціальних послуг, які стосуються освіти, виховання, духовного і фізичного розвитку, професійної підготовки і працевлаштування. Подальший розвиток особи, її самореалізація стимулюється різними способами, в тому числі кредитуванням, системою раціональних пільг, визначенням і заохоченням кращих і кращої діяльності.

4. *Принцип соціальної компенсації.* У даному випадку йдеться про правовий та соціальний захист саме тих молодих людей, які за власним соціальним статусом та станом здоров'я самі не спроможні про себе подбати (діти з неповних чи багатодітних сімей, сироти, молоді інваліди тощо). Цей принцип націлений на активну державну підтримку молодіжних інновацій, здійснення програм і проектів, які реалізуються в першу чергу силами самої молоді.

5. *Принцип пріоритету.* В ході здійснення молодіжної політики стимулюються і підтримуються, в першу чергу, ті молодіжні проекти, програми, ініціативи, які сприяють розв'язанню найпекучіших проблем молоді.

6. *Принцип спадкоємності.* Державна молодіжна політика не може залежати від організаційних перемін у системі управління державою, приходу чи відходу тих чи інших політичних діячів, посадових осіб органів державної

влади. Прийняті стратегічні напрями державної молодіжної політики не повинні переглядатися частіше ніж раз у 10–15 років. Доля нації, країни не може бути предметом кон'юнктурних інтересів і дій.

Сьогодні в Україні функціонує поки що небагато міжнародних організацій пов'язаних із залученням та підтримкою молодого покоління. Передусім вони переслідують одне завдання – залучення молоді до європейської інтеграції шляхом виховання української молоді на демократичних цінностях та ідеалах, а також співпраця з державою у встановленні пріоритетів міжнародної політики України. Доцільним у сучасних умовах для України є цілі міжнародних молодіжних організацій, що стосуються формування позитивного іміджу України за кордоном шляхом адекватного представництва країни під час міжнародних заходів. Найбільш ефективними такими молодіжними об'єднаннями в Україні є наступні: «AIESEC в Україні» (осередки у всіх великих містах), «Youth In Action (Молодь в дії)» (осередки в найбільших містах), «Європейський молодіжний парламент – Україна» (м. Київ), «Асоціація студентів Європи – Дніпропетровськ» (м. Дніпропетровськ), «Таланти третього тисячоліття» (м. Харків), Міжнародна Організація «Громадянська Ініціатива» (м. Київ) [2].

Українські молодіжні організації також приєднуються до міжнародних організацій, рухів тощо. До таких організацій належать наступні [2]:

1. Всеукраїнська асоціація молодіжного співробітництва «Альтернатива – В» (член AEVSO – Альянс європейських волонтерських організацій до якого також входять ICYE (Міжнародна організація молодіжних культурних обмінів) та CCIVS (Координаційний комітет з питань міжнародного волонтерства).

2. МГО Соціалістичний Конгрес Молоді – IUSY (Міжнародна спілка соціалістичних організацій).

3. ВМГО «Всеукраїнська молодіжна хостел асоціація» є членом Міжнародної Федерації Молодіжних Хостелів.

4. МГО Ліберальне Молодіжне Об'єднання є членом IFLRY (Міжнародна Федерація ліберальної молоді).

5. Асоціація молодіжних організацій України «Спектр» – Асоціація є членом EFYSO (Європейська федерація молодіжних сервісних організацій, що об'єднує МГО з таких країн як Австрія, Данія, Франція, Німеччина, Велика Британія, Ірландія, Польща та Україна).

6. МГО «Християнсько-Демократична молодь України» є членом YERP (молодіжна організація європейської народної партії).

AIESEC є однією з найвідоміших міжнародних молодіжних організацій, членом якої є Україна. До організації приймають студентів та молодих фахівців, які протягом роботи в організації стають керівниками, спікерами на національних та міжнародних конференціях. Випускник організації після проходження навчання отримує теоретичні та практичні знання по проектному менеджменту, переймає досвід роботи в різних проектах та управлінні командою. AIESEC об'єднує 86 тисяч молодих людей в 124 країнах світу та співпрацює із більше ніж 2400 університетами. Більше 30 000 людей щорічно отримують лідерський досвід, працюючи в ролі керівника проектною командою

або відділення AIESEC в своєму місті, а також приймаючи участь в міжнародній програмі стажувань. AIESEC в Україні існує в 21 місті.

Вагомий вплив на розвиток міжнародного співробітництва молодіжних організацій відіграє програма ЄС “Молодь в дії”. Дана програма надає можливості міжнародної співпраці для молоді країн Європи, у тому числі й України. За підтримки Програми “Молодь в дії” молоді люди з України у співпраці з партнерами з інших країн можуть брати участь у молодіжних обмінах та міжнародній волонтерській діяльності. Молодіжні лідери, працівники організацій та інституцій, які працюють з молоддю, мають можливість підвищувати свій професійний рівень на тренінгах та інших заходах, спрямованих на налагодження партнерства, підвищення якості реалізованих проектів та поглиблення своїх знань у різних сферах молодіжної роботи. Програма “Молодь в дії” має на меті: сприяти активному громадянству молоді загалом і європейському громадянству зокрема; розвивати солідарність і толерантність між молодими людьми, особливо для зміцнення соціального зв'язку в Європейському Союзі; посилювати взаєморозуміння між молодими людьми з різних країн; сприяти розвитку якісних систем підтримки молодіжної діяльності і життєздатності громадських організацій у молодіжній сфері; поширювати європейську співпрацю у молодіжній сфері [3].

Отже, з кожним роком стають все більш різноманітними напрями діяльності громадських організацій молоді (вплив на систему законодавства, Європейська інтеграція), зростає їх кількість. Переважна більшість молодіжних організацій діє на місцевому рівні, а тому вони можуть реально впливати на органи влади у письмовому вигляді і в практичному (безпосередня діяльність на покращення стану місцевості). Незважаючи на всі перешкоди, молодіжні організації за підтримки органів центральної та місцевої влади організаційно зміцнюються, розширюються, перетворюючись у невід'ємну складову структур самоорганізації українського суспільства.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Половинець А. М. Молодіжні громадські організації: критерії класифікації [Електронний ресурс] / А. М. Половинець. – Режим доступу : [http://www.nbuv.gov.ua/e\\_journals/dutp/2010\\_2/txts/10pamokk.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/e_journals/dutp/2010_2/txts/10pamokk.pdf).
2. Гузенко І. М. Становлення і розвиток державної молодіжної політики в Україні [Електронний ресурс] / І. М. Гузенко. – Режим доступу до ресурсу : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/vnv/2009\\_11/50-62.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vnv/2009_11/50-62.pdf).
3. Фіщук А. Проблеми розвитку сучасного молодіжного руху [Електронний ресурс] / А. Фіщук. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/november08/18.htm>.

**ЮЛІЯ МУРАВЕЛЬ**  
**Науковий керівник**  
**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## **НЕЗАКОННИЙ ОБІГ НАРКОТИЧНИХ РЕЧОВИН: ЄВРОПЕЙСЬКА ПРОБЛЕМА УКРАЇНИ**

Реалії свідчать, що сьогодні Україна лідирує у Європі у сфері незаконного обігу наркотичних речовин : і як експортер, і як імпортер. Так, за даними МВС України, щорічно фіксуються факти обігу на території України наркотичних засобів і психотропних речовин. Характеризуючи наркобізнес в Україні, потрібно відмітити постійне зростання контрабанди наркотиків, зростання кількості виготовлених у самій країні наркозасобів, чисельність відомих нарколабораторій, залучення до злочинного бізнесу різних прошарків суспільства, що спонукає до зростання українського наркоринку, а також його транснаціоналізації [1].

Наркоситуація в Україні в наступні роки буде дедалі погіршуватися. Цьому сприятиме наявність потужної сировинної бази, особливість геополітичного розташування на транзитних шляхах і, як наслідок, можливість їх використання для експорту наркотиків в країни Західної Європи, хороший ринок збуту, яким вже стала Україна, а також можливість розміщення нових підпільних нарколабораторій, що будуть наближені до споживача. Виникнення таких нелегальних цехів обумовлено важким соціально-економічним положенням держави, занепадом науково-дослідної практики – вивільнення потрібної робочої сили: хіміків, винахідників і т. д. Зростанню рівня наркозлочинності сприятиме досить легке проникнення на територію нашої держави світових наркодиллерів з метою залучення дешевої робочої сили із найбільш соціально незахищених прошарків суспільства, що в пошуках заробітку погоджуються на незаконні оборудки [3]. Отже, основними причинами поширення транснаціонального наркобізнесу в Україні є економічні, соціальні та моральні чинники.

Глобалізація проблеми із наркообігом відповідно вимагає масштабних заходів у цій сфері. Співробітництво у галузі незаконного обігу наркотичних засобів, прекурсорів та психотропних речовин відбувається на кількох рівнях. Одним із таких етапів є двостороннє співробітництво між державами, інша віха – регіональна, найвища стадія процесу – загальносвітова консолідація. Об'єднання міжнародних зусиль у боротьбі із наркобізнесом є важливим завданням не лише правоохоронних органів, а й політичних структур. Основа подолання проблеми у сфері незаконного обігу наркотичних речовин на загальносвітовому рівні закладена ще у 1909 році на Шанхайській конференції з опіуму. Сучасна ж світова практика контролю за обігом наркотичних речовин ґрунтується на 3-ох конвенціях ООН: Єдиній конвенції з наркотичних засобів 1961 року; Конвенції з психотропних речовин 1971 року; Конвенції проти незаконного обігу наркотичних засобів та психотропних речовин 1988 року. Завдяки цим документам регламентуються основні принципи протидії у сфері

наркообігу, порядок приєднання держав до конвенцій ООН, імплементація цих норм в національне законодавство.

Міжнародна політика угодами різних напрямків боротьби з незаконним обігом наркотиків суттєво впливає на національну політику держав в цій галузі. Держави намагаються об'єднати зусилля у боротьбі з незаконним обігом наркотиків, усвідомлюючи, що такі злочини становлять загрозу не лише для однієї конкретної країни, а й для усього світу. Наркобізнес змінює свої форми і нарощує потужність та проникає у всі сфери державного життя: підприємства, організації, тим самим корумпуючи їх [4].

Збільшення рівня збуту наркотиків і зростання попиту на них обумовили активізацію дій національних урядів і міжнародної спільноти в цілому по комплексному дослідженню проблеми, розробці організаційно-правових заходів (ухвалення нормативних актів, створення націоналізованих правоохоронних структур), впровадження політики, орієнтованої на співробітництво. Завдяки цьому, покращується процес вирішення спільних зовнішньополітичних проблем, здійснюється узгодження заходів правоохоронних органів різних країн, відбувається формування гнучкого й єдиного правозастосовного середовища, створюються відповідні інформаційні системи, що сприяють підвищенню професіоналізму персоналу, аналізується судова практика для імплементації в законодавстві [8].

Зокрема, під егідою ООН за підтримки Єврокомісії спеціально для України, Білорусі та Молдови було розроблено та впроваджено в дію спеціальну антинаркотичну програму БУМАД, що відбувалася у 2 етапи. І хоча не всі завдання вдалося виконати, досягнуті результати отримали схвальну оцінку на засіданні Комісії ООН у сфері боротьби з незаконним обігом наркотичних речовин. Програма суттєво покращила спільні механізми боротьби зі злочинами у наркосфері пострадянських та європейських країн [2].

Отже, загострення проблеми наркотизму на Європейському просторі змушуватиме уряди країн приймати не лише більш ефективні міри внутрідержавного контролю за незаконним обігом наркотиків та психотропних речовин, але й шукати інші шляхи до багатостороннього міжнародного співробітництва [7]. Основними ж завданнями для України на шляху подолання наркотизму є розробка власних стратегій, створення національних інституцій з використанням європейського та світового досвіду.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Word Drug Report 2011 / United Nations office on drugs and crime. – Vienna, New York. – 267 p.*

2. *Єврокомісії поправилась боротьба з наркобізнесом в Україні! [Електронний ресурс]: Політбайки – 2007 р. – Режим доступу: <http://bayki.com/info/49986>.*

3. *Коваленко В. В. Організована злочинність та її вплив на стан наркоманії та наркобізнесу в Україні / В. В. Коваленко, В. І. Кривенко, О. В. Усенко //Боротьба з організованою злочинністю і корупцією (теорія і практика) :Міжвідомчий науково – дослідний центр з проблем боротьби з організованою злочинністю. – К.,2002 р. – № 4 – 252 с.*

4. Расюк Е. Поняття, ознаки, сучасний стан і тенденції наркоманії в Україні та її взаємозв'язок зі злочинністю / Е. Расюк // Підприємництво, господарство і право. – 2010 р. № 6 – с. 74–77.

5. Сверчков В. Использование средств уголовно – правового воздействия в противостоянии наркопреступности / В. Сверчков // Российская юстиция – 2003 г. – №4 – с. 48–50.

6. Селіванов М. Антинаркотичне законодавство України / М. Селіванов. Історія. Теорія. Коментар. – 1997 р. – Київ, Юрінком – 351 с.

7. Сорока С. О. Об'єкт контрабанди наркотичних засобів: дискусійні питання / С. О. Сорока // Митна справа – 2011р. – № 2 – с. 70–75.

8. Міжнародне співробітництво у сфері наркополітики, як один з чинників євроінтеграції України [Електронний ресурс]: УНІА Укрінформ прес-конференція на тему «Міжнародне співробітництво у сфері наркополітики, як один з факторів євроінтеграції України»/ В. Тимошенко – Режим доступу: <http://narko.gov.ua/index.php/9-diyalnist/468-mizhнародne-spivrobotnitstvo-u-sferi-narkopolitiki-yak-odin-z-chinnikiv-evrointegratsiji-ukrajini>.

**М. ПАВЛОВА**  
(Болгарія)

## **ФАКТОРНОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ НА БОГАТСТВО ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ В РЕСПУБЛИКЕ БОЛГАРИИ**

Развитие рыночной экономики и усовершенствование рынков капитала расширяет рамки инвестиционной деятельности со стороны домашних хозяйств. Это создает возможность обогащения процесса персонального финансового планирования и оптимизирования богатства. Наряду с положительными эффектами эти процессы оказывают и отрицательное воздействие на богатство в лице непрерывно изменяющихся макроэкономических условий, которые нарушают и препятствуют инвестиционной активности домашних хозяйств. Эти факторы являются внешними по отношению к сектору домашних хозяйств и сводятся к инфляции, процентным ставкам, экономическому росту, безработице и т. д. Основная цель настоящей разработки сводится к определению значимости двух из внешних факторов по отношению к сектору домашних хозяйств, а именно: средняя процентная ставка по банковским депозитам и инфляция к наступившим изменениям в объеме совокупного богатства сектора домашних хозяйств по отдельным компонентам и установлению констатированных зависимостей. В исследовании автор защищает тезис, что теоретические постановки в отношении значимости факторов: средняя процентная ставка по депозитам и инфляция не подтверждаются в болгарской практике и наступившие изменения в объеме совокупного богатства сектора домашних хозяйств по отдельным компонентам не являются результатом этих факторов.

Влияние процентных ставок на распределение располагаемого дохода между настоящим и будущим потреблением и их значимость как фактора

увеличения доходов и богатства домашних хозяйств в следующие периоды являются объектом исследования ряда авторов, которые убеждены в одном: *процентная ставка оказывает влияние на планирование инвестиций со стороны домашних хозяйств*. Именно размер процентной ставки проявляется в качестве определяющего в готовности индивидов отложить свое потребление, а также и при ориентировании их между различными инвестиционными альтернативами<sup>15</sup>. В этом смысле изменение процентных ставок по банковским депозитам в направлении роста должно повлиять на богатство сектора домашних хозяйств через перенаправление свободных денежных средств на вложение в коммерческие банки и отлив капиталов из всех остальных финансовых активов. Наличие линейной связи между фактором средняя процентная ставка по банковским депозитам и ростом богатства сектора домашних хозяйств, выражающееся в реальных, ликвидных и инвестиционных активах, проверяется эмпирически. Произведенные вычисления констатируют низкую отрицательную линейную зависимость между средней процентной ставкой по банковским депозитам и ростом годовой базы компонентов богатства сектора домашних хозяйств. Согласно полученным результатам, повышение средней процентной ставки по банковским депозитам на 1% приводит к понижению годового роста при жилищном богатстве на 0,4067 единицы, при ликвидных активах к уменьшению на 0,3142 единицы, а при инвестиционных активах к уменьшению на 0,3357 единицы.

*Таблица 1.*

**Зависимость между фактором средняя процентная ставка по банковским депозитам и богатством сектора “Домашние хозяйства” в Республике Болгарии**

	Средняя процентная ставка по депозитам	Жилищное богатство (млрд. левов)	Рост	Ликвидные активы (млрд. левов)	Рост	Инвестиционные активы (млрд. левов)	Рост
2003	4,93%	38061,1		10809,4		884,5	
2004	5,00%	64708,1	70,0%	13638,0	26,2%	1307,1	48%
2005	4,99%	78173,9	20,8%	17130,2	25,6%	1938,7	48%
2006	5,04%	91209,3	16,7%	20821,3	21,5%	2952,6	52%
2007	5,06%	125281,0	37,4%	26296,5	26,3%	4904,3	66%
2008	6,31%	142054,1	13,4%	29985,6	14,0%	3582,3	-27%
2009	7,36%	104338,0	-26,6%	31454,5	4,9%	4402,3	23%
2010	6,41%	99036,1	-5,1%	34288,0	9,0%	5293,3	20%
2011	5,87%	141527,1	42,9%	38679,3	12,8%	6001,4	13%
2012	4,72%	139838,0	-1,2%	43001,7	11,2%	7014,5	17%
2013	4,31%	138478,0	-1,0%	43266,1	0,6%	7358,1	5%
correl			-0,4067		-0,3142		-0,3357
Rsq			0,1654		9,9%		0,1127

*Источник: БНБ; Eurostat; Industry Watch – Bulgatria, вычисления произведены автором данного доклада*

<sup>15</sup> Димитрова, Т. Банково обслужване на икономическите агенти. Свищов, А И “Ценов”, 2013, с. 117–118.

Следующим фактором, который может оказать влияние на настроения и ожидания потребителей, а далее как следствие на мотивацию накопления сбережений, являются протекающие в экономике инфляционные процессы. При всеобщем повышении цен на товары и услуги экономические агенты в своем стремлении сохранить накопленное богатство реагируют различным образом. Возможности противопоставления создавшейся обстановке могут быть описаны следующим образом:

- Попытки восстановления соотношения доход – богатство со стороны домашних хозяйств выражаются в увеличении сбережений за счет меньшего потребления<sup>16</sup> (зависимость прямая – высокая инфляция подталкивает домашние хозяйства экономить больше);

- В результате обесценения накопленного до момента богатства домашние хозяйства дестимулированы в отношении сбережений, предпочитая текущее потребление свободных денежных средств;

- В условиях инфляции попытки сохранения богатства выражаются в его переструктурировании в направлении реальных активов.

Три варианта, возможных в болгарской практике, проверяются эмпирически через корреляционный анализ.

Таблица 2.

**Зависимость между фактором инфляция и богатством сектора  
“Домашние хозяйства” в Республике Болгарии**

	Инфляция	Жилищное богатство (млрд. левов)	Рост	Ликвидные активы (млрд. левов)	Рост	Инвестиционные активы (млрд. левов)	Рост
2003	2,3%	38061,1		10809,4		884,5	
2004	6,1%	64708,1	70,0%	13638,0	26,2%	1307,1	47,8%
2005	6,0%	78173,9	20,8%	17130,2	25,6%	1938,7	48,3%
2006	7,4%	91209,3	16,7%	20821,3	21,5%	2952,6	52,3%
2007	7,6%	125281,0	37,4%	26296,5	26,3%	4904,3	66,1%
2008	12,0%	142054,1	13,4%	29985,6	14,0%	3582,3	-27,0%
2009	2,5%	104338,0	-26,6%	31454,5	4,9%	4402,3	22,9%
2010	3,0%	99036,1	-5,1%	34288,0	9,0%	5293,3	20,2%
2011	3,4%	141527,1	42,9%	38679,3	12,8%	6001,4	13,4%
2012	2,4%	139838,0	-1,2%	43001,7	11,2%	7014,5	16,9%
2013	2,1%	138478,0	-1,0%	43266,1	0,6%	7358,1	4,9%
correl			0,3776		0,5770		-0,0433
rsq			0,1426		0,3329		0,0019

Источник: БНБ; Eurostat; Industry Watch – Bulgatria, вычисления произведены автором данного доклада

Результаты показывают, что в Республике Болгарии инфляция не является первостепенным фактором роста богатства домашних хозяйств т. к.

<sup>16</sup> Подробнее см. Boskin, M. J. Taxation, Saving and the Rate of Interest, Journal of Political Economy, 86 (2), 1978, p. 3–27.



показатели линейной зависимости невысокие. Коэффициент корреляции между процентом инфляции и ростом жилищного богатства показывает, что рост инфляции на 1% приводит к росту жилищного богатства на 0,3776 единицы годовой базы. Рост ликвидных активов должен быть 0,5770 единицы годовой базы согласно полученному коэффициенту корреляции. Единственно при группе инвестиционных активов наблюдается отрицательная корреляционная зависимость – увеличившийся процент инфляции ведет к понижению роста инвестиционных активов, но его величина исключительно низкая, что может толковаться и как отсутствие зависимости (см. таблицу 2). В этом смысле факторное воздействие инфляции на совокупное богатство сектора домашних хозяйств следует рассматривать с известными оговорками, особенно в случаях, когда ее темпы не являются высокими, а находятся в границах допустимого.

На базе полученных низких коэффициентов корреляции между рассматриваемыми двумя факторами и компонентами богатства сектора домашних хозяйств и вышеизложенных рассуждений в заключение становятся необходимыми следующие выводы:

- Фактор средней процентной ставки по депозитам не является первостепенным при распределении богатства сектора домашних хозяйств. В Республике Болгарии ее рост не приводит к приливу капиталов в инвестиции по банковским депозитам за счет остальных инвестиционных альтернатив;

- Протекающие инфляционные процессы в Республике Болгарии не оказывают дестимулирующее влияние на накопление богатства сектора домашних хозяйств; линейная зависимость между фактором инфляции и ростом совокупного богатства по отдельным компонентам слабо выражена.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Димитрова, Т. *Банково обслужване на икономическите агенти.*
2. Boskin, M. J. *Taxation, Saving and the Rate of Interest, Journal of Political Economy*, 86 (2), 1978.
3. [www.bnb.bg](http://www.bnb.bg).

**ГАЛИНА ПРОЦИК**

**Науковий керівник:**

**к. е. н., доцент Лизун. М. В.**

## СУТНІСТЬ ТА МОТИВАЦІЯ МІЖНАРОДНОГО РУХУ КАПІТАЛУ З УКРАЇНИ ТА В УКРАЇНУ

Інтенсивний приплив та відплив іноземного капіталу притаманний для більшості держав з перехідною економікою. Основою цього є процеси фінансової глобалізації та євроінтеграційний курс, лібералізація ринку фінансових послуг, котра поглиблюється. Саме тому важливою формою міжнародно-економічних відносин є рух капіталу. Це відбувається внаслідок того, що капітал не може отримати достатній прибуток у своїй країні, але в іншій державі він може бути набагато більшим.

*Міжнародний рух капіталу (міжнародна міграція капіталу)* визначається як *переміщення коштів між країнами в пошуках вигіднішої сфери їх використання*. Тобто держави з певним надлишком капіталу експортують його, а держави, котрі мають його дефіцит – імпортують. При цьому вигоду одержують обидві сторони. Іноземні інвестиції абсорбують розвиток виробництва, зростання кількості робочих місць, НТП, розвиток сфери послуг, збільшення продуктивності та технічному оновленню підприємств. Дослідженням цієї теми займалися такі вчені як: Акопов Є. А., Косарев А. та Григор'єв Л., Варналій З. С., Кіндлбегера Ч., Павленко І. І. і ін.

Позитивний вплив вивіз капіталу має і на розвиток міжнародної торгівлі. Відповідно до цього розрізняють форми міжнародного руху капіталу за різними критеріями. До провідних форм міжнародної міграції капіталу за характером застосування доречно віднести переміщення підприємницьких та позичкових грошових резервів, проте в наш час все частіше використовують міжнародну технічну допомогу.

Основними факторами, що впливають на міграцію капіталу:

- глобалізація світового ринку, що спричиняє тісну співпрацю у різних галузях;
- майбутня концентрація та централізація грошових потоків у національних економіках;
- економічна політика промислово розвинених держав, котра направлена на залучення значних об'ємів капіталу для підтримки темпів економічного зростання, розвитку передових галузей промисловості, рівня зайнятості населення;
- перенасичення капіталу на національних ринках позикового капіталу промислово розвинених країн;
- заінтересованістю певних держав у припливі іноземних капіталів внаслідок браку внутрішнього капіталу.

На жаль, з часу відновлення незалежності у 1991 році економічна політика України девальвувала всі конкурентні переваги країни. За понад 20 років держава майже повністю втратила свою інвестиційну привабливість. У глобальному рейтингу сприятливості бізнес-середовища *Doing Business* Україна посідає 145 сходинку [1]. Згідно даних Центру соціально-економічних досліджень CASE-Україна, українського партнера Світового Економічного Форуму, Україна посіла 82-е місце у рейтингу конкурентоспроможності (зі 104-х країн світу) опустившись при цьому на десять сходинок порівняно з 2011 роком (72-е місце). Та попри це вона є привабливим майданчиком для інвестування у різні сектори економіки. Зокрема, наша країна є третьою за привабливістю для здійснення ПІІ у фінансовий сектор: за останні 5 років український фінансовий сектор залучив найбільшу кількість інвестиційних проектів (13 % від загального обсягу ПІІ в Україну). Проте потоки імпортованого та експортованого капіталу різко розрізняються – якщо обсяги імпортованого до України капіталу у наростаючому підсумку на початок 2012 року склали 49,4 млрд. дол. США, то обсяги експортованого – всього 6,9 млрд. дол.США. [2]. Головними інструментами у боротьбі за інвестиції є

реальне, а не декларативне покращення інвестиційного клімату, зменшення бюрократичних процедур, спрощення регуляторно-реєстраційних вимог та вжиття радикальних заходів щодо дієвого захисту інвестицій. Виходом із ситуації є обґрунтування раціональної інвестиційної політики, в якій пріоритет матимуть система державного регулювання й реформування структури власності на основі приватизації та концепція технічного переоснащення промислового виробництва із залученням коштів іноземних інвесторів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Ведение бизнеса 2010: Проведение реформ в трудные времена [Електронний ресурс] / Всемирный банк, Международная финансовая корпорация, Palgrave Macmillan // WorldBank. Data profile // [Електронний ресурс] URL://<http://ddp-ext.worldbank.org/ext/ddpreports/ViewSharedReport>.*
2. <http://www.ir.org.ua> [Електронний ресурс].

**ОЛЕКСІЙ ПУДЛИЧ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Кривоус В. Б.**

## РОЗВИТОК КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ УКРАЇНИ

Круїзний туризм – поняття для вітчизняної науки відносно нове, хоча круїзи як вид туризму мають столітню історію. Круїз (від англ. cruise) означає морську подорож, зазвичай, – по замкненому колу.

Витоками круїзного туризму в Україні слід вважати річкові екскурсії для учнів на пароплавах по Дніпру. Так, наприкінці ХІХ – поч. ХХ ст. «завдяки люб'язності пароплавного товариства в особі Марголіна Д. С. відбулися річкові екскурсії-прогулянки», під час яких екскурсанти зупинялися «в мальовничих або цікавих в історичному плані місцях, наприклад, у Межигір'ї, де ... могли оглянути Межигірський монастир». [1, с. 120]

Перші середземноморські круїзи, що вирушали з Одеси, тобто власне з території УРСР, розпочалися 1967 р. Приводом для їх початку стали військові дії між Об'єднаною Арабською Республікою і Ізраїлем, унаслідок чого різко скоротився традиційний для Єгипту потік європейських туристів. У результаті домовленості між ОАЄ і СРСР до Єгипту, аби компенсувати брак європейських туристів унаслідок арабо-ізраїльського конфлікту, спрямовувалися радянські туристські групи. В один бік одна група туристів мандрувала морем, у зворотному напрямі – літаками. Друга група туристів рухалася їй назустріч: спочатку літаком, потім морем. Під час морського відрізка круїзу туристи відвідували Варну, Стамбул, Неаполь і прибували до Олександрії, з якої автобусами діставалися Каїру. Інші групи прилітали одразу до Каїру з Одеси, а поверталися морським шляхом.

Із розпадом СРСР вітчизняний круїзний туризм в Україні на певний час занепадає. Натомість стають доступними круїзи, що пропонуються зарубіжними компаніями. Лише останнім часом спостерігається відродження вітчизняного круїзного турпродукту, як морського і річкового, так і змішаного типу.

За минулий рік число туристів у всьому світі, що вибрали круїзні поїздки, виросло на 10%, тобто майже на два мільйони людей, і вперше досягло 20 млн. У період з 2012-ого по 2013-ий роки число круїзних мандрівників збільшилася з 18,7 млн. до 20,6 млн. Основними ринками стали Північна Америка (11,5 млн.) і Європа (6,2 млн.). [2, с. 63]

Європейський показник перевершив шість мільйонів, а число австралійських круїзних туристів досягло півмільйона. Останні статистичні дані явно говорять про те, що круїзна індустрія продемонструвала життєстійкість навіть під час важких економічних умов. Ці результати-доказ того, що індустрія продовжує оновлюватися і в неї вкладаються інвестиції.

У минулому році кількість європейських круїзних туристів зросла на 9% відносно цифри 2011 року – 5,56 млн. європейців. В останні 5 років такі країни, як Великобританія, Німеччина, Італія, Іспанія і Франція спостерігають середній зріст числа круїзних туристів від 7% до 15%. Також число британських круїзних туристів в 2013 році вперше за весь час перевищило 1,7 млн. і на сьогоднішній день Великобританія є другою країною в світі за кількістю круїзних туристів. [3, с. 159]

Україна не може ні будувати, ні закупляти великі морські пасажирські лайнери. Натомість сучасні швидкісні судна невеликого тоннажу дозволяють виконувати короткострокові недорогі подорожі за такими маршрутами, як, наприклад, Одеса-Ялта, Одеса-Сочі, Ялта-Сочі-Новоросійськ, Одеса-Стамбул і т. д.

Для покращення стану круїзного туризму Україна і Грузія домовились створити кільцевий круїзний маршрут в акваторії Чорного моря. Міжнародний круїзний туризм стає все більш популярним. Туристи відкривають для себе нові тури. А туристичні компанії, відповідно, намагаються зацікавити якомога більшу кількість туристів. Україна не може залишатись осторонь цих намагань, оскільки вона володіє всіма необхідними факторами для розвитку цієї галузі.

Щоб підвищити привабливість Чорноморського та Одеського регіонів необхідно:

- забезпечити державну підтримку для розвитку круїзного туризму;
- покращити інфраструктуру цих регіонів;
- забезпечити візову підтримку круїзних туристів;
- створити нові маршрути та покращити якість транспортного забезпечення;
- підвищити рівень сервісного обслуговування;
- сприяти конкурентоспроможності портових зборів;

## ЛІТЕРАТУРА

1. Холлоуей Дж. К., Тейлор Н. Туристический бизнес / Пер. с англ./ Д. Холлоуей, Н. Тейлор. – К.: Знання, 2013. – 798 с.

2. Artur Asa Berger, Phd. *Ocean Travel and Cruising: a cultural analysis*. 2007 The Haworth Hospitality Press. – P. 135.

3. Axel Schulz und Joseph Auer. *Kreuzfahrten und Schiffsverkehr im Tourismus*. 2010 Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH. – P. 396.

4. Christine B. N. Chin. *Cruising in the Global Economy: Profits, Pleasure and Work at Sea*. 2008 Ashgate. – P. 198.

**СВІТЛАНА ТИМЦЬКА**

**Науковий керівник:**

**д. н. держ. упр. Толуб'як В. С.**

## **ПРОБЛЕМИ АДАПТАЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО ЗАКОНОДАВСТВА ДО ВИМОГ ЗАКОНОДАВСТВА ЄС**

Глобалізаційні процеси, які сьогодні відбуваються у світі, призводять до встановлення тісного політичного діалогу між окремими країнами й регіонами світу, а також до поглиблення міжнародних господарських зв'язків. В результаті цього країни інтегруються за ради збереження миру та забезпечення економічного процвітання. Одним із потужних інтеграційних об'єднань у світі є Європейський Союз, метою створення якого є сприяння економічному розвитку, добробуту, підвищення життєвого рівня народів Європи.

Європейський вибір для України – це широке концептуальне бачення, яке не обмежується суто географічним поняттям. Це насамперед вибір шляху розвитку у напрямку європейської цивілізаційної моделі, реалізація якого покликана сприяти прогресу у всіх сферах життєдіяльності суспільства і держави [1, с. 116].

Вирішення цього питання вимагає від нашої держави дієвих кроків щодо адаптації національного законодавства до законодавства Європейського Союзу. Одним з критеріїв надання членства в ЄС згідно з “Копенгагенськими критеріями” 1993 року є здатність прийняти на себе зобов'язання, пов'язані з членством у ЄС, зокрема, цілями політичного, економічного і валютного союзів [4, с. 51]. Це означає, що на момент вступу до ЄС країни-кандидати повинні не тільки імплементувати у національну правову систему всі елементи *acquis communautaire*, але й адаптувати проекти нормативних актів, нератифіковані конвенції Євросоюзу, забезпечити їхнє застосування в національній правовій системі відповідно до адміністративних і судових процедур.

Передумови для гармонізації українського законодавства з правом Євросоюзу створило укладення у червні 1994 року Угоди про партнерство та співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами (далі – УПС, ухвалення інших нормативних документів, які визначають правові засади такої співпраці [5]. Після набуття чинності УПС процес гармонізації українського законодавства з правом Євросоюзу отримав не лише чіткі правові засади, а й набув різноманітних форм.

Метою адаптації є забезпечення відповідності законодавства України зобов'язанням, що витікають із УПС, інших міжнародних договорів щодо

співробітництва України і ЄС, розвиток національного законодавства у напрямі його зближення із законодавством ЄС і забезпечення високого рівня підготовки в Україні проектів актів законодавства, створення правової бази для інтеграції України в ЄС. Відповідно до Концепції Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу «адаптація – це поетапне ухвалення і впровадження нормативно-правових актів України, розроблених з урахуванням основних положень законодавства ЄС» [2]. З цією метою прийнята Загальнодержавна програма адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу, якою передбачено, що проекти нормативно-правових актів міністерств та інших центральних органів виконавчої влади, що за предметом правового регулювання належать до сфер, правовідносини в яких регулюються правом Європейського Союзу, піддаються експертизі на відповідність *acquis communautaire* [3].

При всій необхідності та важливості гармонізації законодавства України до законодавства ЄС виникає низка проблем, від вирішення яких значною мірою залежить ефективність зазначеного процесу в цілому. Серед проблем – наявність великого масиву законодавства ЄС по кожній з галузей, щодо якої передбачене зближення нормативно-правових джерел, складності у виборі тих джерел ЄС, до яких необхідно, у першу чергу, адаптувати кодекси та закони. Проблемою також є низький рівень мовної підготовки та знань у галузі європейського права тих осіб, які займаються законотворчою роботою.

Крім того, багато невизначеностей існує і стосовно встановлення точного змісту актів Євросоюзу, з якими треба гармонізувати українське законодавство. Ці акти може тлумачити тільки Суд ЄС. Завдяки такому тлумаченню зміст актів може частково змінюватись. Але країна, яка гармонізує своє законодавство з правом Євросоюзу, не може слідкувати за такими змінами і вчасно їх враховувати шляхом внесення змін до свого законодавства. Усе це призводить до зниження ефективності реалізації положень права ЄС у внутрішньому правопорядку України.

При здійсненні гармонізації власного законодавства до норм ЄС Україна повинна також враховувати те, що цей процес має односторонній характер, оскільки не йдеться про взаємні кроки з обох сторін з узгодження своїх правових норм, а тільки про зміни в українському законодавстві з метою його гармонізації з нормами права Євросоюзу.

Слід також наголосити, що при гармонізації законодавства України з правом Євросоюзу обов'язково треба врахувати те, що акти інститутів ЄС діють у відповідному правовому середовищі. Гармонізація ж практично приводить до перенесення положень певної частини актів Євросоюзу до правової системи іншої країни, яка функціонує за своїми закономірностями, які відрізняються від тих, що існують у межах ЄС. Зокрема, Україна не у всіх випадках може врахувати усі юридичні аспекти відповідного документа Євросоюзу, включаючи чітке розуміння юридичної технології, яка використовується в цих документах, причини його прийняття та особливості реалізації. Все це може призвести до перекручення змісту національних норм законодавства.

Незважаючи на існування вищезгаданих проблем, в Україні вже зроблено перші практичні кроки на шляху адаптації окремих галузей внутрішнього законодавства з правом Євросоюзу. Це стосується насамперед галузей, визначених як пріоритетні в УПС [5, ст. 51.2]. У багатьох з них уже ухвалено окремі закони чи підготовлено законопроекти, спрямовані на створення умов для діяльності суб'єктів господарювання, які є аналогічними тим, які існують в Євросоюзі. До таких галузей віднесено правила конкуренції, торговельне, промислове та митне законодавство, інтелектуальну власність, технічні правила і стандарти тощо.

Надалі необхідно оптимізувати існуючий механізм адаптації законодавства України до законодавства ЄС; здійснювати проведення належної професійної підготовки фахівців, які мають безпосередньо забезпечувати процес зближення законодавства; кодифікувати законодавство у тих галузях, правове забезпечення яких має бути адаптоване до правового забезпечення ЄС; систематизувати по галузях, що вимагають зближення, перекладені українською мовою директиви та інші акти ЄС, європейські правила, стандарти та нормативи, які мають бути імплементовані в Україні.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Дмитренко Г. *Європейський вибір України – необхідність реформування податкової системи України.* – *Розвиток суспільства: Монографія* / Е. Афонін, Ю. Бажал, В. Бакуменко та ін. – За заг. ред. І. Розпутенка та Б. Лессера. – К.: Вид-во "К.І.С.", 2004. – 340 с.
2. Закон України «Про Концепцію Загальнодержавної програми адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>.
3. Закон України Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>.
4. Теремцова Н. В. *Теоретико-правові проблеми розширення Європейського Союзу: сучасний стан та перспективи.* – *Юридичний вісник.* – 2011. – № 1(18). – с. 51–51.
5. *Угода про партнерство і співробітництво між Україною і Європейськими Співтовариствами та їх державами-членами.* – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/>.

**ЯРИНА ШУЛИНЕЦЬ**

## **СВІТОВИЙ РИНОК МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ ТА МІСЦЕ УКРАЇНИ НА НЬОМУ**

Машинобудівний комплекс України лідирує серед інших галузей промисловості у використанні високих технологій. Зазвичай його вважають менш наукомістким сектором в порівнянні з такими інноваційними галузями,

як ІКТ або фармацевтика. Однак саме машинобудуванню належить ключова роль у поширенні передових машин, обладнання та виробничих процесів в інших галузях економіки. Велика частина біо- і нанотехнологій, виробництва сучасних матеріалів, мікро-і фотоелектроніки в значній мірі залежить від інновацій в машинобудуванні.

Приблизно з 1970 -х років машинобудування стало лідирувати серед інших галузей промисловості у розвитку та використанні високих технологій. Виробляючи машини, обладнання та комплектуючі для них, ця галузь має також тісні зв'язки зі сферою послуг, особливо з такими її сегментами, як монтаж обробних систем, ремонт і технічне обслуговування і навіть фінансові операції. Все це вносить вклад не тільки в підвищення продуктивності, але і в скорочення витрат виробництва.

Приблизно третина продукції машинобудування як проміжні товарів поставляється в інші сегменти галузі, такі як електронне машинобудування, автомобілебудування, виробництво медичного обладнання, виробництво інструменту і т. д. Існує, наприклад, ціла група виробництв, які спеціалізуються на автомобільній промисловості і випускають компоненти, необхідні для функціонування транспортного устаткування.

Велика частина продукції машинобудування належить до інвестиційних товарів, необхідним для здійснення капітальних вкладень в широкому спектрі галузей економіки. Окремі підгалузі машинобудування забезпечують інвестиційними товарами такі галузі промисловості, як текстильна, целюлозно-паперова, добувна, а також будівництво і сільське господарство. Деякі з цих галузей (текстильна, целюлозно-паперова та ін.) схильні досить глибоким інвестиційним циклам, що створює значні проблеми для розвитку машинобудування. Частина постачальників інвестиційних товарів забезпечують відразу кілька галузей економіки, що знижує загрозу скорочення виробництва; до таких відносяться, наприклад, підприємства, що випускають підйомно-транспортне обладнання – крани і конвеєри.

Машинобудування піддається коливанням економічної кон'юнктури в значно більшому ступені, ніж інші галузі економіки. Воно сильно залежить від інвестиційної активності компаній, що купують машини й устаткування. Така одностороння залежність постійно піддає машинобудування циклічних змін попиту. В результаті машинобудування опиняється в центрі процесу чергування криз і економічних підйомів.

Найбільш великими сегментами машинобудівної галузі є виробництво турбін і моторів, виробництво підйомно-транспортного обладнання та обладнання для вентиляції та кондиціонування повітря. При цьому за останні 10–15 років виросло значення обладнання для вентиляції та кондиціонування (з 5 до 8%), підйомно-транспортного устаткування (з 7 до 9%) та виробництва турбін і моторів (з 10 до 11%).

Зазвичай машинобудування класифікують як галузь зі середньо високим рівнем наукоємності. При цьому ґрунтуються на тому факті, що частка витрат на НДДКР становить близько 2% вартості продукції і залишається на цьому рівні вже більше десяти років. У порівнянні з іншими інноваційними галузями,



такими як ІКТ або фармацевтика, цей показник виглядає порівняно низьким. Більш того, технології, використовувані в машинобудуванні, часто оцінюються як «зрілі».

Така точка зору не враховує «забезпечувальний» характер машинобудування. Галузь є ключовою для поширення передових машин, обладнання та виробничих процесів в інших галузях економіки. Велика частина біо- і нанотехнологій, виробництва сучасних матеріалів, мікро- і фотоелектроніки – всього того, що забезпечує конкурентоспроможність, – значною мірою залежить від інновацій в машинобудуванні.

Тут необхідно брати до уваги таке. Інноваційні продукти випускаються з використанням машин і устаткування, що поставляється машинобудуванням, для чого необхідна тісна взаємодія між виробниками машин і споживають галузями. Нові виробничі технології розробляються компаніями на основі ключових «забезпечують» технологій спільно з виробниками обладнання та постачальниками необхідних матеріалів. Займаючи в даному випадку верхні сегменти ланцюжків доданої вартості, машинобудування забезпечує виробничими ноу-хау замовників, що знаходяться на нижніх поверхах таких ланцюжків. При цьому широке використання в економіці цих ноу-хау вимагає машинобудівних підприємств, які розробляють специфічні рішення для певних галузей або навіть конкретних компаній.

Найбільшими світовими центрами машинобудування в даний час є Європейський союз, Китай, США і Японія (табл. 1.).

*Таблиця 1*

### **Світові центри машинобудування, 2013 р.**

<b>Показники</b>	<b>ЄС-28</b>	<b>Китай</b>	<b>США</b>	<b>Японія</b>
Валовий обсяг випуску, млрд. дол.	502,1	480,6	221,6	151,9
Умовно-чиста продукція, млрд. дол.	157,5	161,4	103,0	66,2
Число зайнятих, тис. чол.	2900	6113	1130	685
Рівень продуктивності (УЧП / зайняті, дол.)	54290	26399	91125	96700
Питомі трудові витрати (УЧП на 1 дол. трудових витрат, дол./дол.)	0,61	0,14	0,44	0,34

Джерело: складено автором на основі даних Eurostat, national Statistical bureau, Ifo Institute.

Конкурентні позиції європейських країн в галузі машинобудування ослаблені ще й порівняно більш низьким показником продуктивності праці, який становить 54 тис. дол. ( в США – 91 тис. дол., в Японії – 97 тис. дол.) Це можна пояснити різноманітним характером економік країн, що входять в ЄС. Однак навіть у провідній країні Західної Європи – Німеччині продуктивність праці в машинобудуванні становить тільки 70 тис. дол.

Розвиток семи стратегічних галузей тісним чином пов'язане з інноваціями. Основою досліджень і розробок китайських національних компаній повинні стати внутрішні інновації. Національні витрати на НДДКР, за планом, досягнутий до 2015 2,2% ВВП (у 2007р. вони становили 1,7%), а число патентів – 3,3 на 10 тис. населення. Завданням китайської промислової політики стає зрушення від «зроблено в Китаї» до «розроблено в Китаї», що означає рух

вгору по ланцюжках доданої вартості. До специфічних промисловим цілям такої стратегії, яка зачіпає і машинобудування, належать: виведення з виробництва надлишкових потужностей, застарілих технологічно або забруднюють навколишнє середовище; оптимізація промислової структури з метою досягнення максимальної ефективності уздовж всього ланцюжка доданої вартості; стимулювання промислової консолідації, злиттів і поглинань (в таких галузях, як автомобільна промисловість, фармацевтика та ін.) для формування національних чемпіонів; вдосконалення трудомістких галузей і стимулювання експорту машин і устаткування, а також високотехнологічних продуктів.

НДДКР повинні бути жорстко прив'язані до національної промислової політики, яка спрямована не тільки на наздоганяючий розвиток і досягнення рівня розвинених країн в області технологій і передових продуктів.

**ІННА ЯЦКЕВИЧ**

## **АЛЬЯНС ЯК ФОРМА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ**

В даний час вирішальне значення для підвищення конкурентоспроможності української економіки, розширення можливостей її інтеграції у світову систему господарства, формування сприятливого інвестиційного клімату, підвищення ефективності державного управління та місцевого самоврядування має розвиток сфера зв'язку та інформатизації (СЗІ). Всі сектори економіки і соціальне життя населення охоплені процесами зв'язку та інформатизації, які характеризуються проникненням інфокомунікаційних технологій у виробництво, управління, бізнес, освіту, медицину, культуру тощо. Рівень розвитку СЗІ визначає місце країни в світовому економічному, політичному та соціальному просторах.

Розвиток і поширення інфокомунікаційних технологій слугує важливим фактором економічного зростання в Україні. СЗІ є однією з найбільш швидко і випереджає темпи зростання інших галузей економіки країни, виступаючи для них катализатором розвитку.

Проблемами формування, розвитку та конкурентоспроможності підприємств СЗІ в Україні, посвячено багато ґрунтованих досліджень у вітчизняній літературі, серед таких проведених вчених-економістів, як Гранатуров В. М., Князева О. А., Литовченко І. В., Орлов В. М., Стрій Л. О. та ін. Однак, постійні зміни у галузі потребують поглибити дослідження з метою визначення напрямів та шляхів подальшого розвитку СЗІ.

Доходи від реалізації послуг зв'язку за 9 місяців 2013 року склали 39241,8 млн. грн., що на 1,8% (або на 711,5 млн. грн.) більше порівняно з аналогічним періодом 2012 року. Зокрема, доходи від надання телекомунікаційних послуг за 9 місяців 2013 року порівняно з аналогічним періодом минулого року збільшилися на 1,8% і склали 36032,8 млн. грн., або 91,8% від загальної кількості доходів від надання послуг зв'язку.

Основними сегментами на ринку телекомунікаційних послуг залишаються мобільний, телефонний фіксований та комп'ютерний зв'язок, спільна частка яких у загальних доходах від надання телекомунікаційних послуг за підсумками 9 місяців 2013 року склала 94,4%.

Доходи від надання послуг фіксованого телефонного зв'язку за 9 місяців 2013 року склали 6187,4 млн. грн., що на 5,9% більше за аналогічний показник минулого року, а доходи від надання послуг місцевого телефонного зв'язку збільшились на 25,5% і склали 4467,4 млн. грн. Водночас, доходи від послуг міжміського та міжнародного зв'язку зменшились у порівнянні з аналогічним періодом 2012 року на 24,6%.

Кількість основних телефонних апаратів (ОТА) порівняно з аналогічним періодом 2012 року зменшилась на 506,4 тис., та станом на кінець вересня склала 11508,5 тис. ОТА. Відповідно, щільність (ОТА на 100 чоловік населення в середньому по Україні склала 25,3 ОТА на 100 чоловік населення. Зокрема, найбільший відсоток зниження кількості ОТА спостерігається в Дніпропетровській області та м. Києві.

Станом на кінець вересня 2013 року кількість абонентів мобільного зв'язку склала 61,98 млн. і зросла порівняно з аналогічним періодом 2012 року на 5,106 млн. абонентів. Рівень проникнення мобільного зв'язку в Україні становить 136,3%. Водночас, у двох регіонах України цей показник нижче 100%, зокрема, у Тернопільській області – 95,4% та Хмельницькій області – 92,5%. Зокрема на кінець вересня 2013 року кількості абонентів Інтернет склала 5759,9 тис. чол., що на 855,9 тис. чол. більше порівняно з аналогічним періодом 2012 року, зокрема, число абонентів ШСД збільшилось на 344,3 тис. чол. та становить 3854,4 тис. чоловік.

Одним із перспективним напрямом розвитку економіки країни – це розвиток підприємств у СЗІ за рахунок їхньої інтеграції. Ефективність функціонування та розвиток підприємств визначається їхньою мобільністю і гнучкістю, що можливо за рахунок самоорганізації та незалежності. Однією із перспективних форм інтеграції суб'єктів підприємницької діяльності яка має такі властивості є альянс.

Альянси це підприємства-учасники, які залишаючись незалежними, укладають угоду про співпрацю в рамках чітко обумовлених сфер діяльності, в основному з метою спільного завоювання нових ринків збуту і просування продукції (послуг). При цьому одне підприємство може одночасно мати різні альянси з кількома десятками підприємствами. Особливо це спостерігається у СЗІ.

Альянс дає суб'єктам підприємницької діяльності у СЗІ низу пріоритетів на ринку. Так, для підприємств зі стійкими позиціями на ринку альянс може дозволити підсилити їхні конкурентні позиції за допомогою передового управлінського досвіду і технологій, удосконалити виробничу базу і систему дистрибуції. Альянс може бути єдиною формою, яка дає можливість вижити в умовах, коли внутрішній ринок відкривається для іноземних підприємств-конкурентів, що володіють світовими брендами або передовими технологіями.

Для підприємств зі слабкими позиціями на ринку, альянс дозволяє «слабкому» підприємству посилити свої позиції на ринку при взаємодії з іншим

підприємством на взаємовигідних умовах. При даному об'єднанні, підприємства із «стійкими позиціями» мають можливість підвищити ефективність своєї діяльності, налагодити нові збутові канали, використовувати доступні ресурси тощо. Зазначені переваги альянсу, як однієї із інтеграційної форми, дає передумови до визначення, що вона є перспективний напрямом з формування та розвитку підприємств.

Створюючи альянс у СЗІ, учасники-партнери прагнуть отримати найвищий результат від взаємодії, що можливо коли об'єднанню підлягають не тільки основні та фінансові фонди учасників, а їх бізнес-знання та управлінські навички. Також, успіх альянсів багато в чому залежить від: планування, координації політики, ступеня довіри, прагнення до співпраці всіх рівнів керівництв учасників-партнерів, забезпечення «фінансового захисту», тобто постійних і надійних джерел фінансових ресурсів, та подібності культур і взаєморозуміння його учасників.

Також, велике значення на ефективність функціонування альянсу у СЗІ має вплив вкладу кожного учасника альянсу у майбутній розвиток положення у середині альянсу. Найважливішими факторами є налагоджені зв'язки з партнерами, наявність оригінальних "ноу-хау" або креативний підхід, як до системи управління, так і до виробничого процесу, різноманітність пропонованого споживачам набору послуг (продукції, робіт) та капітал учасників-партнерів.

У нинішніх умовах ефективний розвиток альянсів стримується за рахунок проблем з якими зіштовхуються учасники-партнери, основними із яких є: плутанина в координації дій учасників-партнерів, виникнення внутрішніх конфліктів, ризик втрати прав власності, уповільнювання бізнес-процес підприємства, відсутність даних про кількість, форми та підвиди альянсів, відхід від стратегічних цілей, нереалістичні очікування, операційні і географічні розбіжності при здійсненні підприємницької діяльності, недостатнє налаштування на успіх, нездатність зрозуміти й адаптуватися до нового стилю управління та взаємодії, мовні та культурні бар'єри, недостатність довіри, збереження конфіденційності комерційної таємниці, невміння вивчити та зрозуміти культурні відмінності між підприємствами та людьми.

Зазначені проблеми виникають за рахунок впливу таких факторів як вибір підвиду альянсу, взаємодія підприємницької діяльності та держави, переосмислення місця і ролі альянсу, поведінка учасників-партнерів та ін.

При всіх існуючих проблемах, пов'язаних з формуванням і розвитком альянсів у СЗІ, учасники-партнери отримують незрівнянно більші вигоди від співпраці. Невипадково процес створення альянсів з українськими і закордонними партнерами в даний час значно активізувався.

## СЕКЦІЯ 4.

# МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

**N'NOH DANSOU**

*(Габон)*

**Supervisor: Lishchynskyy I., PhD**

## TOURISM IN GABON

The landscape in Gabon has many assets for tourism. As part of the Congo basin, the planet's second lung, Gabon has fauna and flora that are among the most diversified in the world. Animal species are extremely varied: chimpanzees, gorillas, crocodiles, elephants, hippopotamuses, humpback whales, dolphins and turtles... There is also a wide variety of plant life present in Gabon. For example, more than 400 different species of tree have been counted.

The main reason for developing tourism is to encourage people to discover the wealth of Gabon's natural resources and at the same time strive to protect the environment and ecosystems.

The three main urban centres, Libreville, Port-Gentil and Franceville, concentrate the majority of European tourists, with a proportion in the order of 70%, with French tourists predominating.

The clientele for tourism comes from two main sources:

- demand from abroad, mainly Europe, for discovery trips, fishing, and especially business and long term stays (1 to 3 weeks)
- demand from residents. These are generally short stays (2 to 3 nights at most or long weekends, normally) which are largely repeated in the course of the year. 15 sites spread across the country offer discovery activities and matching accommodation:
  - Pointe Denis, Ekwata, Nyonié and Port-Gentil;
  - Oguendjo Tarpon club, Loango, Gavilo, Sette Cama, Gamba, Lambaréné, La Lopé, Koulamoutou, BaKoumba, Franceville and Evaro. 5 of these sites are open for deep sea fishing:
    - Sette Cama, Oguendjo Tarpon club, Loango, Gavilo and Gamba.

Well aware of the importance of the economic and social issues at stake in tourism and ecotourism, Gabon's rich natural, cultural and craft heritage makes it a unique destination.

Gabon refuses mass tourism, which would destroy the environment and local culture. It wishes, on the contrary, to develop high quality tourism, which protects nature and people, preserves biodiversity and the culture of local population groups, which in turn contributes high added value to Gabon's economic and social development.

Important projects are currently being established in Gabon, in particular the privatisation, renovation or construction of hotels such as the ultramodern Laaico

complex. In addition, the 13 National Parks set up in August 2002 by the late President Omar Bongo Ondimba, make it possible to create a wide range of tourist products to broaden the offer in tourism.

Gabonese tourism is fully expanding, and must therefore develop its organisations in order to:

- modernise and strengthen the existing reception facilities in the provinces and in the vicinity of the nature reserves;
- revitalise the activity of travel agent for enhanced tourism chartering,
- involve those economic operators who have the capacity to promote tourism in the country, particularly abroad.

## LITERATURE

1. *The Official Portal of the Gabonese Republic*  
<http://www.en.legabon.org/keys-sectors/tourism-and-ecotourism/presentation>.

2. <http://www.tripadvisor.com/Tourism-g293792-Gabon-Vacations.html>.

**KONSTANTIA DARVIDOU**  
(Греція)

## THE COMPETITIVENESS OF GREECE AND UKRAINE ON THE GLOBAL MARKET FOR TOURISM

International tourism market over the past half-century has become one of the fastest growing sectors of the world economy. According to the World Trade Organization, in 2012 the share of tourism in global exports of services accounted for 25.5% (down from 31.9% in 2000), the share of transport services 20.5% (down from 23.2% in 2000), and the share of all other types of commercial services (trade, finance, credit, insurance, information, audit, consulting and other business services) accounted for 54.9% (up from 44.8% in 2000).

In 2012, total world exports of services reached \$ 4.35trn, including total exports of tourism services in value of \$ 1110bn. In their turn, exports of travel services include \$200bn received in international passenger traffic, whereas total export earnings from international tourism (travel and passenger transportation travel) amounted to \$1.31trn. Currently, the share of international tourism accounts for 30% of world exports of services and 6% of total exports of goods and services [1].

The number of international tourist arrivals grew from 25 mn people in 1950 to 1.087 mn people in 2013 (at the rate of 6.5% per year). The number of employees in hotel and restaurant sector makes 110 mn people [2]. According to the UNWTO, the growth of international tourism in 2014 will make 4 to 4.5% [3].

Earnings from tourism in Western countries make up a significant portion of total exports of services – from 5% in the USA to 45% in Greece and Portugal. Major exporters of tourist services also include Austria, Great Britain, Spain, Italy, Cyprus, Switzerland in the developed world, as well as Egypt, China, Mexico, Thailand, and Turkey among developing and post-socialist countries [2].

According to the WTO, in 2012 the share of Europe in global exports of travel services was 38.6% (\$ 428bn), of which the EU accounted for 33.2% (\$ 369bn); the share of Asia was 29% (\$ 332bn), North America – 17.4% (\$ 193bn), Middle Asia – 4.6% (\$ 51bn), South America – 4.4% (\$ 48bn), Africa – 3.8% (\$ 43bn), and the CIS – 2.2% (\$ 24bn).

Top leaders in 2012 by the number of tourist arrivals were France (83 mn persons), followed by the USA (67 mn), China (57.7 mn), Spain (57.7 mn), Italy (46.4 mn), Turkey (35.7 mn), Germany (30.4 mn), the UK (29.3 mn), Russia (25.7 mn), and Malaysia (25 mn).

In terms of earnings from foreign tourism, the leaders in 2012 were the USA (\$126.2 bn), followed by Spain (\$55.9 bn), France (\$53.7bn), China (\$50 bn), Macau, China (\$43.7 bn), Italy (\$41.2bn), Germany (\$38.1bn), the UK (\$29.3bn), Hong Kong (\$32.1bn), and Australia (\$31.5bn) [4].

In 2013, Greece ranked 16<sup>th</sup> in the world ranking of countries in terms of tourist arrivals which increased from 16.95 mn in 2012 to 17.92 mn people in 2013. In 2012 Ukraine ranked one position higher – 15<sup>th</sup> place by the number of tourist arrivals with 23 mn tourists. In 2012, the travel and tourism sector of Greece employed 688.8 thou people, which is twice as much as in Ukraine (350 thou people).

By earnings from international tourism, Greece ranked 23rd in 2012 (after the Netherlands, the Republic of Korea, and Japan) with foreign exchange earnings being \$12.9 billion higher than those in Ukraine (\$ 4.8 bn). Thanks to growth in the number of tourists by 5.4% in 2013, foreign exchange earnings in Greece exceeded \$16.3 bn [4, 5, 6, 7].

Tourism industry is a promising sector of the Greek economy as it accounts for 16.4% of GDP, covers 51.2% of trade deficit, produces \$ 34 bn in aggregate demand, and employs every fifth employee in Greece [8].

Thanks to rapid development of international tourism in recent years, the Greek government developed a new system of attracting and encouraging foreign investment in tourism and foreign tourist arrivals in all embankments and mountain areas of Greece in order to further stimulate the expansion of this industry.

The new system of attracting foreign tourists focused on improving the international ratings of Greece's overall competitiveness in the tourism sector, as well as improving the various factors of the Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) – the index developed by the World Economic Forum, which seeks not only to measure factors and policies, but also to determine the attractiveness of the sector for the development of travel and tourism (T&T).

To determine the overall tourism sector competitiveness of countries, the World Economic Forum uses a special system of evaluation indices, based upon more than 70 different factors, combined into 14 major groups: policy rules and regulations; environmental sustainability; safety and security; health and hygiene; prioritization of travel & tourism; air transport infrastructure; ground transport infrastructure; tourism infrastructure; ICT infrastructure; price competitiveness in the T&T industry; human resources; affinity for travel & tourism; natural resources; and cultural resources [9].

Table 1 provides a comparison of 2013 Travel & Tourism Competitiveness Indices (TTCI) for Greece and Ukraine and their positions in the global rankings.

In 2013, Greece occupied 32nd place in the world and European tourism, losing three positions since the last assessment in 2009 due to worsening economic and financial crisis and difficulties in the country.

In particular, Greece held 3rd position after Austria and Italy and before Spain, Switzerland and Croatia thanks to great tourism infrastructure; 13th place in terms of health and hygiene conditions; 20th place with good air transport infrastructure; and 25th place in terms of rich cultural resources, which characterise Greece as a still strong advanced country with strong affinity for national tourism compared to many other European countries and a positive attitude towards tourists [9].

*Table 1.*

**Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI)  
for Greece and Ukraine in 2013**

Country	Greece		Ukraine	
	Score	Rank	Score	Rank
World Final rating	4.75	32	3.98	76
Subindex A: T&T regulatory framework				
Policy rules and regulations	4.2	98	3.9	114
Environmental sustainability	4.5	72	4.3	92
Safety and security	4.7	69	4.7	77
Health and hygiene	6.4	13	6.6	8
Prioritization of Travel & Tourism	5.2	28	4.2	84
Subindex B: T&T business environment and infrastructure				
Air transport infrastructure	4.7	20	2.8	78
Ground transport infrastructure	4.0	58	3.5	73
Tourism infrastructure	6.8	3	4.6	50
ICT infrastructure	4.3	33	3.1	70
Price competitiveness in the T&T industry	3.5	127	4.0	110
Subindex C: T&T human, cultural, and natural resources				
Human resources	5.0	50	4.9	65
Affinity for Travel & Tourism	4.8	55	4.3	101
Natural resources	4.2	40	3.0	102
Cultural resources	4.3	25	2.1	80

Source: World Economic Forum 2013.

To assure its further development, the Greek tourism industry needs to implement a number of measures to improve its competitiveness in tourism and create a new concept of state development programs in three areas: a) public policy and regulation, b) safety and security, c) price competitiveness in the travel and tourism industry. It also needs to recognize international tourism among main priority industries that will drive the development of Greek economy out of the crisis. The introduction of new economic mechanisms to support new foreign investors, conducting innovative tourism business and a specific budget support for the financing of European programs can attract more tourists in the coming years, as well as increase foreign currency earnings which will help the country to repay external debts.

Ukraine improved its global rankings, rising from 85th position in 2012 to 76 th position in 2013. However, it needs to improve all positions in the rankings of the country's overall tourism sector competitiveness (except for the very high 18 th position in the ranking in terms of health and sanitation), which can be achieved only



upon solving all economic and political problems of the country and its association with the European Union, which will help it to improve all sectors of the economy and develop other economic activities, promoting Ukraine to higher positions in the tourism rankings.

Today, the strategy of tourism development in Ukraine should become a priority, in view of the country's reorientation towards the Western European market, in order to attract new investors into the country's tourism business, bring organized groups of Western tourists, develop new state programs aimed at tourism sector development, and to assure the required quality of tourist products in all major tourist cities of Ukraine.

## LITERATURE

1. На долю международного туризма приходится 30% мирового экспорта услуг. Retrieved from: <http://ictsd.org/i/news/mosty-blog/133024/#sthash.MDtrIsbx.dpuf>

2. WTO (2012). *International Trade statistics. III. Trade in commercial services*. Retrieved from: [http://www.wto.org/english/res\\_e/statis\\_e/its2013\\_e/its2013\\_e.pdf](http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2013_e/its2013_e.pdf)

3. *Международный туризм превышает ожидания – число прибытий в 2013 году возросло на 52 млн. (Madrid 20 Jan 14)*. <http://media.unwto.org/ru/press-release/2014-01-20/mezhdunarodnyi-turizm-prevyshayet-ozhidaniya-chislo-pribytii-v-2013-godu-voz>.

4. UNWTO (2013). *Tourism Highlights*. Retrieved from: [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_lr\\_0.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_lr_0.pdf).

5. *Доходы от международного туризма. Всемирная туристская организация (ЮНВТО)*. [http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/2\\_dohody\\_ot\\_mezhdunarodnogo\\_turizma\\_doll.\\_ssha\\_mlr.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/2_dohody_ot_mezhdunarodnogo_turizma_doll._ssha_mlr.pdf).

6. ΠΡΟΣΩΡΙΝΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΑΛΛΑΓΩΝ ΕΛΣΤΑΤ (2014). Retrieved from: <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Statistics/externalsector/balance/basic.aspx>.

7. UNWTO (2013). *World Tourism Barometer. International Tourism Results and Prospects for 2014*. Retrieved from: <http://databank.worldbank.org/data/download/WDI-2013-ebook.pdf>.

8. *Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) (2014)*. <http://sete.gr/GR/Archiki/>.

9. Jennifer Blanke, Thea Chiesa (Eds.). (2013). *WEF. The Travel & Tourism Competitiveness Report. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation*. Retrieved from: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_TT\\_Competitiveness\\_Report\\_2013.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf).

**TEDDY OKOLI (Nigeria)**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., ст. викладач, Скавронська І. В.**

## **TOURISM DEVELOPMENT AS A TOOL FOR POVERTY REDUCTION ABSTRACT**

The importance of tourism for job creation and poverty reduction cannot be overestimated. Today, tourism is beginning to be recognized as a major source of economic growth and a tool for poverty reduction especially in poor countries.

Tourism in many developing and least developed countries is the most viable and sustainable economic development option, and in some countries, the main source of foreign exchange earnings. Part of this income trickles down to different groups of the society and, if tourism is managed with a strong focus on poverty alleviation, it can directly benefit the poorer groups through employment of local people in tourism enterprises, goods and services provided to tourists, or the running of small and community-based enterprises, etc., having positive impacts on reducing poverty levels.

The aim of the thesis is to evaluate the importance of tourism for reducing poverty in the global economy.

For achievement the aim must put the following *objectives*:

- to consider the concepts of “tourism” and “poverty”;
- to figure out the relationship between tourism and poverty;
- to determine how tourism can be used as a tool for poverty reduction.

In many countries, tourism acts as an engine for development through foreign exchange earnings and the creation of direct and indirect employment. Tourism contributes 5% of the world’s GDP; it accounts for 6% of the world’s exports in services being the fourth largest export sector after fuels, chemicals and automotive products. Tourism is responsible for 235 million jobs, or one in every 12 jobs worldwide [1].

Poverty is pronounced deprivation in well-being, and comprises many dimensions. It includes low incomes and the inability to acquire the basic goods and services necessary for survival with dignity. Poverty also encompasses low levels of health and education, poor access to clean water and sanitation, inadequate physical security, lack of voice, and insufficient capacity and opportunity to better one’s life.

Tourism and poverty are related in the sense that if people in communities are given adequate resources both economic and technological, and if this is created within a legal environmental framework that protects human and natural environments, which is about allowing communities the power to make decisions for themselves about how best they can contribute to their environments sustainably, then tourism has the capacity to alleviate poverty exponentially, as it can create long-term employment in tandem with environmental protection.

Tourism in many developing and least developed countries is the most viable and sustainable economic development option: it can directly benefit the poorer groups through employment of local people in tourism enterprises, goods and services provided to tourists, or the running of small and community-based enterprises etc., having positive impacts on reducing poverty levels.

We may be able to point out some various inter-relationships between poverty and tourism, because since tourism may generate foreign exchange earnings then it can definitely be tool for alleviating poverty. There are many interlinked relationships here [2, p. 123]:

1. First, if tourism is to alleviate poverty it means the tourism sector must be a growth sector, and that leads us to issues relating to competitiveness of tourism destinations.

2. Second, for the poor to benefit from this growth it means they must participate in the tourism economy. On both accounts, the public sector likely have to play an important role in terms of infrastructure, coordination and training/education.

3. Thirdly, tourism creates employment and business opportunity for the stakeholders. It also creates an extended market for their products and services. Due to development of infrastructures and facilities, the living standard of the host community is upgraded (communication, transport, health services, food supply, housing, sanitation etc.). It also favors education, sanitation, environment concerns of the host community. It also affects the local culture as well as increase the cost of living.

There are many characteristics of tourism as an activity which make it particularly relevant to low income countries and to poor communities within them. These include:

- its response to particular assets: tourism places great value on some common features of developing countries, such as warm climate, rich cultural heritage, inspiring landscapes and abundant biodiversity. These strengths can be particularly apparent in rural areas, which may have a comparative advantage for tourism while being at a disadvantage in most other economic sectors;

- its accessibility to the poor: tourism is a relatively labour intensive sector and is traditionally made up of small and micro enterprises. Many activities in tourism are particularly suited to women, young people and disadvantaged groups such as ethnic minority populations. Many tourism jobs are potentially quite accessible to the poor as they require relatively few skills and little investment. Some may also be part time and used to supplement income from other activities;

- its connectivity: as so many different activities and inputs make up the tourism product, which has a large and diversified supply chain, spending by tourists can benefit a wide range of sectors such as agriculture, handicrafts, transport and other services. Additional rounds of spending by those people whose income is supported by tourism spread the economic benefit further (the multiplier effect);

- its linking of consumers to producers: tourism, unusually, is an activity which brings the consumers to the producers. The interaction between tourists and poor communities can provide a number of intangible and practical benefits. These can range from increased awareness of cultural, environmental, and economic issues and values, on both sides, to mutual benefits from improved local investment in infrastructure.

Tourism should not be seen on its own as “the answer” to the elimination of poverty but it can make a powerful contribution. The potential to develop more tourism and to channel a higher percentage of tourism spending towards the poor may be great in some areas and quite small in others. However, given the size of the sector, even small changes in approach when widely applied can make a significant difference [1].

Poverty alleviation through tourism can be pursuing through 10 principles (table 1).

*Table 1*

### **10 principles for pursuing poverty alleviation through tourism**

- |  |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. All governments should include poverty alleviation as a key aim of tourism development and consider tourism as a possible tool for reducing poverty.</li> <li>2. The competitiveness and economic success of tourism businesses and destinations is critical to poverty alleviation – without this the poor cannot benefit.</li> <li>3. All aspects and types of tourism can and should be concerned about poverty alleviation.</li> <li>4. All tourism businesses should be concerned about the impact of their activities on local communities and seek to benefit the poor through their actions.</li> <li>5. A sound understanding of how tourism functions in destinations is required, including how tourism income is distributed and who benefits from this.</li> <li>6. Tourism destinations should be managed with poverty alleviation as a central aim that is built into strategies and action plans.</li> <li>7. Planning and development of tourism in destinations should involve a wide range of interests, including participation and representation from poor communities.</li> <li>8. All potential impacts of tourism on the livelihood of local communities should be considered, including current and future local and global impacts on natural and cultural resources.</li> <li>9. Impacts of tourism on poverty alleviation should be effectively monitored.</li> <li>10. Attention must be paid to the viability of all projects involving the poor, ensuring access to markets and maximising opportunities for beneficial links with established enterprises.</li> </ol> |
|--|

Source: [3]

In order to make significant contributions to the alleviation of poverty, it is essential to work in the mainstream of tourism, which will require an emphasis on two key challenges:

– engaging private sector businesses, including sizeable operations and investors as well as small and micro businesses. This is where tourism wealth is created and distributed. They should be helped to deliver more benefits to the poor, through employment practices, local linkages and pro-poor tourism activities and products, as well as to be more competitive;

– ensuring that tourism destinations as a whole are both competitive and sustainable, addressing issues of resource management and the relationship between tourism and other economic sectors.

Thus, tourism development can be seen as a tool for poverty reduction. It is an important part of the economy, especially in poor countries. Tourism usually aims to set policy and budget priorities for necessary infrastructure, marketing, investment incentives and other interventions that affect overall growth of the economy.

## REFERENCES

1. *Tourism, poverty reduction and gender equality / International Labour Organization, 25 September 2013.*

2. *Jonathan Mitchell, Caroline Ashley. Tourism and Poverty Reduction: Pathways to Prosperity. – Earthscan, 2010 – Business & Economics – 157 pages.*

3. *Manual on Tourism and Poverty Alleviation, Practical Steps for Destinations. UNWTO and SNV 2010.*

**ВІТАЛІЙ БАБІЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Смалюк Г. Ф.**

## ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ В УКРАЇНІ

Розвиток та активізація туристичних послуг у 21 ст. є наслідком процесів глобалізації. Туризм стає сферою, яка однією з перших відреагувала на процеси лібералізації у світовій економіці. Формування глобальної цивілізації створили передумови до розширення пізнавальної функції людства, ознайомлення із культурними надбаннями та історичними спадщинами різних народів. Саме завдяки інтегрованості країн у глобальний простір до 2020 р. очікується туристичний бум, зокрема, кількість міжнародних туристських прибуттів досягне 1,6 млрд. осіб, з них 1,2 млрд. припадуть на внутрішньо-регіональний туризм, а 0,4 млрд. – це поїздки на далекі відстані [1]. За даними ЮНВТО у 2012 р. число міжнародних туристських прибутків зросло більш ніж на 4% і склало 1035 млрд. дол. США [2].

В Україні є усі передумови для розвитку туристичного бізнесу, але він знаходиться на стадії формування і є однією з найбільш швидко прогресуючих

індустрій. На сьогодні, більшість науковців приходять до думки, що туристична інфраструктура – це не лише надання туристичних послуг, а це й сукупність підприємств, які забезпечують реалізацію інших послуг і товарів. До інфраструктури належать підприємства, що надають послуги переміщення, харчування, розміщення та ін. До додаткових послуг належать банківські, розважальні, торгівельні, побутові та ін.

В Україні для активізації туристичної діяльності відсутня стабільна законодавча база, недостатньо розвинена інфраструктура, яка б відповідала світовим стандартам, низький рівень маркетингу підприємств. Вітчизняні підприємства змушені пристосовуватися до зовнішнього середовища діяльності, у той же час, через фінансові труднощі не можуть проводити належний моніторинг споживачів, кон'юнктури ринку.

З поміж регіонів України Івано-Франківщина вирізняється багатими рекреаційними, природними, бальнеологічними ресурсами, що створюють передумови для залучення туристів на територію області. Добре розвинена система готельного господарства (71,1% від закладів розміщення), у більшості готелів послуги проживання і харчування поєднані, проте проблемою залишаються питання паркінгу. Разом з тим, у більшості заклади розміщення перебувають у приватній власності. За 9 місяців 2013 р. звіт про діяльність туристичної організації представили 65 туристичних підприємств області, серед яких – 21 туроператор та 44 турагенти. 20 суб'єктів господарювання туристичною діяльністю не займалися (у т. ч. 5 туроператорів). Кількість обслужених туристів по області за 9 місяців 2013 р. становить 59852 осіб, кількість екскурсантів – 332215 осіб. Обсяги обслуговування становлять 253,5 млн. грн. [3]. Туристична інфраструктура Івано-Франківської області представлена численними малими та середніми підприємствами.

Дана галузь потребує залучення фінансових ресурсів, передусім, іноземних інвесторів, але посилення політичних та соціально-економічних ризиків стає на перешкоді інвестуванню туристичної діяльності. До основних перешкод діяльності малих підприємств туристичної інфраструктури як Івано-Франківської області, так і України, належать: соціально-економічні умови функціонування, низький рівень розвитку інфраструктури, недостатність власних фінансових ресурсів для розвитку, відсутність пільгових умов діяльності й належної державної підтримки та ін.

Таким чином, пріоритетами функціонування малого підприємництва у туристичній індустрії мають бути: залучення представників до міжнародних програм туризму, підвищення кваліфікації працівників туристичної індустрії, впровадження новітніх інформаційних технологій у діяльність, використання прогресивних маркетингових стратегій розвитку та ін.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2010. «Balancing Economic Development and Environmental Sustainability».* – World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2010. – 474 p.

2. ЮНВТО: у 2013 році продовжиться активне зростання міжнародного туризму // [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://altu.com.ua/bulletin/bulletin\\_altu\\_feb2013.pdf](http://altu.com.ua/bulletin/bulletin_altu_feb2013.pdf).

3. Аналітична довідка основних фінансово-економічних показників діяльності туристичних підприємств Івано-Франківської області за даними державної статистичної звітності за формою № 1 ТУР (к) за 9 місяців 2013 року [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/19\\_11\\_13\\_2.htm](http://frtt.if.gov.ua/Ukr/turizm/19_11_13_2.htm).

**ІРИНА БАСЮК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## **РОЗВИТОК МЕДИЧНОГО ТУРИЗМУ В СВІТІ**

Галузь медичного туризму виступає досить важливою ланкою промисловості та відіграє значну роль у активізації торговельного балансу країни. З макроекономічної точки зору це спричинено рядом демографічних, технологічних змін, глобалізаційних факторів, геополітичних та економічних тенденцій, що включають споживацький попит, цінову стратегію, певні регіональні чи економічні фактори, включаючи економічну політику та капіталовкладення. Медичний туризм – це напрямок туризму, метою якого є організація лікування громадян за кордоном.

В умовах глобалізації охорони здоров'я як однієї з галузей економіки, все більше країн інвестують в медичний туризм. Вони готують висококваліфікованих фахівців у найкращих медичних школах світу, будують комфортабельні клініки, обладнані новітніми технологіями. Як правило, це країни і з високорозвиненою індустрією туризму (Туреччина, Індія, Сінгапур, Таїланд, країни Латинської Америки). Така політика дозволяє пацієнтам – гостям цих країн не тільки вирішувати свої проблеми зі здоров'ям, повною мірою використовуючи всі можливості пропонованого медичного сервісу, але й одночасно відпочивати, знайомитися з місцевими пам'ятками і т. д. [1].

Різні соціально-економічні причини спонукають людей отримувати медичні послуги за кордоном. Більшість учасників таких турів, не маючи можливості своєчасно отримати кваліфіковане лікування на батьківщині, їдуть як в сусідні країни, так і на далекі континенти за конкретними видами лікування (медичний туризм), для уточнення діагнозу і обстеження (діагностичний туризм), для оздоровлення та поліпшення зовнішнього вигляду (оздоровчий туризм). Так, наприклад, для пацієнтів з бідніших країн з невисоким рівнем розвитку медицини (наприклад, країн СНД) поїздка на лікування в країни з традиційно високорозвиненою і просунутою медициною – єдина надія на постановку об'єктивного діагнозу та шанс на одужання. У зв'язку з цим, перш за все, затребувані онкологія, кардіохірургія, ортопедія, нейрохірургія в Німеччині, Ізраїлі, Швейцарії, Австрії, Франції.

Відмітимо, що найбільший потік клієнтів медичного туризму в усіх напрямках пов'язаний з оздоровленням на курортах, лікуванням у стоматолога та проведенням пластичних операцій. Це вже склалася практика поєднання відпочинку з отриманням медичних послуг, і прибутковий бізнес, постійно поповнюється новими гравцями, які просувають свої послуги в умовах жорсткої конкуренції за рахунок комплексного сервісу і орієнтації на масового споживача [2].

У багатьох, економічно розвинених країнах медичні послуги настільки дорогі, що далеко не всі працюючі можуть дозволити собі медичні страховки, які оплачують всі види лікування. Не маючи можливості самостійно оплатити дорогу операцію в своїй країні (наприклад, кардіохірургічне лікування, імплантацію тазостегнових і колінних суглобів), пацієнти шукають по всьому світу лікування, яке їм «по кишені», але такого ж високого рівня. Насамперед, це жителі США. Однак, навіть більш соціально-орієнтовані системи охорони здоров'я Великобританії і Канади змушують своїх громадян чекати в чергах та шукати медичну допомогу «на стороні».

Україна не залишилася осторонь від глобальної світової тенденції – розвитку медичного туризму. Дана галузь набирає обертів як у напрямку з України в інші країни, так і з-за кордону в Україну. За офіційними даними щорічно з України виїжджає понад 150 тис. громадян для отримання медичних послуг за кордоном. На сьогоднішній день найбільш популярними напрямками медтуризму з України є: Ізраїль, Туреччина, США, Таїланд, Німеччина. Слід зазначити, що останнім часом серйозну конкуренцію цим країнам почали складати нові клініки країн, що розвиваються: Індії, Бразилії, Болівії, Коста-Ріки, ПАР. В основному пацієнти виїжджали з України лікуватися за кордон за наступними показниками, такими як: лікування органів дихання, шлунково-кишкового тракту, серцево-судинної системи, сечостатевої системи, опорно-рухового апарату, а також для отримання послуг у сфері пластичної хірургії та діагностики захворювань.

Медичний туризм породив нову концепцію сучасної охорони здоров'я. Не маючи можливості вирішити медичну проблему у своїй державі, пацієнт вибирає країну, лікаря і клініку, де йому можуть запропонувати найсучасніше обстеження і лікування. Девіз медицини XXI століття – «Пацієнти без кордонів!».

На нашу думку, основними факторами, які можуть послужити так званою приманкою в Україну для потенційних зарубіжних (та й українських) пацієнтів є:

- висока якість медичних послуг у поєднанні з низькою вартістю;
- природні, кліматичні та геополітичні умови України, які створюють унікальні можливості для медичного туризму;
- репродуктивні технології, стоматологія, ортопедія і інші медичні напрямки лікування за конкурентноздатною ціною та високою якістю;
- унікальні технології – лікування стовбуровими клітинами (Інститут клітинної терапії, Міжнародний Центр Біотехнологій «Біостем», Клініка «ЕМСЕЛЛ»);
- висококваліфіковані фахівці;
- заходи з інформатизації та просуванню як медичних послуг, так і іміджу України [3].

## ЛІТЕРАТУРА

1. Melisa Z. Bookman Medical tourism in developing countries [Electronic source] / M. Z. Bookman, K. Bookman. – Access mode: <http://utmj.org/utmjupload/journals/2/articles/373/public/373-367-1-PB.pdf>.
2. Sara Caballero-Danell Medical tourism and it's entrepreneurial opportunities – a conceptual framework to entry into the industry [Electronic source] / S. Caballero-Danello, C. Mogomba / – Access mode: [https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/4671/1/2006\\_91.pdf](https://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/4671/1/2006_91.pdf).
3. Lagiewski, M. Medical tourism [Electronic source] / M. Lagiewski. – Access mode: <https://ritdml.rit.edu/bitstream/handle/1850/7334/Lagiewski2008.pdf?...1>.

**ВІТАЛІЙ БАЧИНСЬКИЙ**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## **ЗАЛУЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІНВЕСТИЦІЙ ДО КРИМСЬКОЇ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

В умовах глобалізованого розвитку світової економіки туристична галузь перетворилась на потужну високорентабельну індустрію, вид економічної діяльності, галузь знань, соціокультурний феномен, у якому тісно переплелися економічні і соціальні інтереси суспільства, підприємницьких структур та споживачів. Туристична індустрія виступає потужним соціально-економічним і політичним чинником, що визначає розвиток економіки і політику багатьох країн і регіонів світу.

На сучасному етапі розвитку Кримський регіон володіє багатим рекреаційно-туристичним потенціалом, який при ефективному використанні здатний не лише дати поштовх для розвитку всієї вітчизняної економіки, а й успішно конкурувати на світовому ринку курортно-рекреаційних послуг. Природно-кліматичні особливості Криму виділяють його не тільки серед інших регіонів України, що не має аналогів у світі, та зумовлюють розвиток курортно-оздоровчого та історико-культурного напрямків туризму. Не зважаючи на історію розвитку туризму в даному регіоні, що налічує більше 100 років, на Кримський півострів припадає менше половини відсотка від загального обсягу світових туристичних послуг. Займаючи близько 4,5% площі України, Кримський півострів концентрує 29,6% обсягу всіх рекреаційних ресурсів, 10% ємності готельного фонду, 40% ємності здравниць, більше 30% потоку іноземних туристів. Рекреаційно-туристичний комплекс Кримського півострова включає понад 3 тис. об'єктів природного та антропогенного характеру, з них 64% зосереджено в Південнобережній зоні, 10% – у Центральній, 10% – у Північно-Східній і 16% – у Західній [1].

Головним, в ефективному використанні рекреаційних ресурсів й забезпеченні високих результатів розвитку туризму, є наявність та стан



туристичної інфраструктури. Однією з основних складових інфраструктури туризму є засоби розміщення. На 01 вересня 2013 року в АР Крим функціонувало більш ніж 3500 засобів розміщення, серед яких 123 санаторії, 121 пансіонат з лікуванням, більш ніж 3000 приватних домоволодінь [1; 2]. Водночас матеріально-технічна база рекреаційних закладів, асортимент і якість послуг відстають від світового рівня, що знижує конкурентоспроможність кримського регіону на міжнародному ринку відпочинку, оздоровлення, санаторно-курортного лікування та туристичних послуг і вимагає інвестиційних вкладень.

Підвищити ефективність використання природного, туристичного та культурно-історичного потенціалів Криму можна за допомогою залучення стратегічних інвестицій, що дозволить створити конкурентоспроможний турпродукт і умови для його просування на світовий туристичний ринок.

Інвестування туристичної галузі сприяє розвитку ринкових можливостей, розкриває нові шляхи збільшення прибутку. Іноземні інвестиції можуть здійснюватися у таких формах: часткової участі у підприємствах; створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам; придбання рухомого і нерухомого майна; придбання інших майнових прав. Загалом у розвиток туристичної галузі України (та АР Криму зокрема) в останні роки було вкладено інвестицій від 677,0 до 1074,0 млн. грн., відповідно 57,6% спрямовано на технічне переоснащення галузі, а 42,3% – на нове будівництво туристичних об'єктів [1].

Зазначимо, що основними негативними чинниками інвестиційного клімату в АР Крим в сфері туристичного бізнесу є:

- 1) нестабільна політична ситуація;
- 2) надмірний податковий тиск на інвесторів;
- 3) очікування розвитку фінансової кризи;
- 4) відсутність страхової компанії, яка б покривала комерційні ризики під час реалізації особливо великих інвестиційних проектів;
- 5) недостатнє правове забезпечення в сфері регулювання іноземних інвестицій, законодавче обмеження на іноземне інвестування в окремі галузі країни, недостатня розробка економічних програм по інвестиційним іноземним капіталовкладенням;
- 6) недостатня обізнаність інвесторів з інвестиційною привабливістю кримського тур бізнесу.

Вагомою перешкодою для інвестування та ведення бізнесу у сфері туризму на території АР Криму є високий рівень питомих витрат виробництва, за якими регіон, на сьогодні, є неконкурентоспроможним у порівнянні, з іншими країнами Центральної та Східної Європи. Поряд з суб'єктивними, тут діють й об'єктивні фактори – незадовільний технічний рівень транспортної інфраструктури, висока вартість будівництва. До цього слід додати високі ціни на використання енергоресурсів та нестабільність енергопостачання, а також не виправдано високу вартість кредитних ресурсів [3].

Отже, на сьогоднішній день, залучення інвестування у сферу туристичного господарства є досить актуальним, що в свою чергу, потребує

узгодження інтересів інвесторів з інтересами території, на якій ведеться діяльність з урахуванням особливостей регіональної економіки та її трансформації в поєднанні з ефективним використанням залучених інвестицій.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Программа развития и реформирования рекреационного комплекса Автономной Республики Крым на 2012–2013 годы [Электронный ресурс] // Верховная Рада Автономной Республики Крым. – 2011. – Режим доступа: <http://www.crimea.gov.ua/programma.razvitiya-2012-2013>.*

2. *Грабар М. В. Системний розвиток сфери туризму та рекреації: загальна специфіка / М. В. Грабар // Вісник Хмельницького Національного Університету. – 2012 – № 2. Т. 1. – с. 249–256.*

3. *Левицька І. В., Корж Н. В., Кізюн А. Г., Онищук Н. В. Стратегія регіонального розвитку туризму: монографія. 2013. – 192 с.*

**ІЛОНА БЄЛЯВСЬКА**

**Науковий керівник**

**к.е.н., доцент Кривоус В. Б.**

## **ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ І КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ МІСТА ЛЬВОВА**

На сьогодні туризм набуває не просто масового характеру, а стає однією з провідних, високоприбуткових та найбільш динамічних галузей світового господарства. Специфічною рисою туристично-рекреаційної сфери є те, що вона поєднує в собі понад 50 суміжних галузей: культуру, мистецтво, науку, освіту, спорт, готельне господарство, медицину, торгівлю, харчування, транспорт, зв'язок, фінанси, побут, народні промисли, розваги, будівництво, інше. Звичайно, що кожна країна, місто, регіон намагаються привабити все більше туристів, зробити все для того, щоб саме вони були найбільш популярними і прибутковими.

Львів приваблює туристів неповторною і насиченою колоритністю. Саме територія Львівської області – з її унікальними історико-культурною спадщиною, мистецтвом, лікувально-оздоровчими, водними і ландшафтними ресурсами, самобутніми традиціями та звичаями в поєднанні з вигідним географічним положенням – є чудовою базою для розвитку найрізноманітніших видів і форм туризму та відпочинку. Якщо об'єктивно оцінювати курортно-рекреаційні можливості Львова, можна зробити висновок, що область має передумови для перспективного розвитку культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, гірськолижного, природничо-пізнавального, науково-освітнього, релігійного, мисливського, сільського, екологічного, водного, етнічного, спортивно-оздоровчого, ділового, відпочинково-розважального, активного, екскурсійного туризму.

Львів входить до 5-ки найбільш привабливих та популярних туристичних куточків України. Львів відвідують туристи більше ніж 100 країн світу.

Серед проблем, що гальмують подальший розвиток туризму на Львівщині можна виокремити

- неналежний рівень туристично-рекреаційної інфраструктури;
- незадовільний стан доріг;
- брак професійних кадрів в галузі туризму і рекреації;
- неналежна маркетингова політика у галузі туризму;
- неефективне використання туристично-рекреаційного потенціалу в сільській місцевості як одного з чинників зменшення безробіття.

Для вирішення цих проблем необхідно:

1. Створити сприятливі економіко-правові та організаційні умови для залучення вітчизняних та іноземних інвестицій в туристичну галузь.

2. Вдосконалити інформаційно-рекламну роботу щодо популяризації та пропаганди туристичної галузі Львівщини на світових туристичних ринках.

3. Підвищити рівень сервісного обслуговування для вітчизняних та іноземних туристів.

4. Підвищити рівень кваліфікації працівників туристичної галузі.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Борушак М. *Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: Монографія.* – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 2006. – 288 с.

2. Електронний ресурс-[http://tourlib.net/aref\\_tourism/boruschak.htm](http://tourlib.net/aref_tourism/boruschak.htm).

**СТЕПАН ВАДОВСЬКИЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## ЗАЛУЧЕННЯ В УКРАЇНУ СВІТОВИХ ГОТЕЛЬНИХ БРЕНДІВ

Готельне господарство є головним фактором і основною складовою туристичної інфраструктури, відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Стан готельної сфери впливає на розвиток індустрії туризму загалом, створення туристичних послуг, інші ключові сегменти економіки – транспорт, будівництво, зв'язок, торгівлю та ін.

Проблемам туристичної індустрії присвячено роботи багатьох українських науковців, таких як О. О. Бейдик, М. І. Долішній, О. О. Любіцева, Н. П. Крачило, М. П. Мальська, Я. Б. Олійник, В. В. Шмагина. Окремі аспекти функціонування та розвитку готельних підприємств розглядаються у наукових працях вітчизняних і зарубіжних авторів: В. А. Азара, Р. А. Браймера, О. П. Дуровича, М. І. Кабушкіна, В. І. Карсекіна, В. О. Квартальнова, Н. М. Кузнецової, Г. А. Папіряна, Т. І. Ткаченко, Д. Уокера, О. Д. Чудновського.

Готельна індустрія є однією із найдинамічніших у світі. Тільки протягом другої половини ХХ ст. у цій царині відбулися кардинальні зрушення, що

змінили розуміння готелю як тільки місця для ночівлі та вивели готельний сегмент на провідні позиції серед складових туристичної галузі [1]. Сучасний розвиток світової готельної галузі характеризується значним загостренням конкуренції; високою мірою фрагментації, пов'язаної з появою великої різноманітності концепцій готельного продукту; диференціацією переваг гостей; широким діапазоном конкурентних стратегій залучення і утримання клієнтів для формування стійкої основи повторних продажів; зростаючим значенням інформаційних технологій в готельному бізнесі.

Важлива роль у розвитку сучасної світової готельної індустрії належить готельним ланцюгам, які просувають на туристичний ринок високі стандарти обслуговування, сприяють поширенню та значному підвищенню рівня організації виробництва. Спостерігається інтенсивна консолідація готелів в мережі і активна співпраця готельних мереж в області маркетингу, продажів, створення унікальної готельної пропозиції. В основу концепції мережі (ланцюга) покладена ідея формування впізаного іміджу готельних підприємств і уніфікованого готельного продукту з метою тиражування стандартів готельної пропозиції, трансферу кращого досвіду і вживання єдиних підходів до обслуговування гостей як на внутрішньому, так і зарубіжному ринках. Об'єднання готелів під єдиним управлінням дає великі переваги як власникам об'єктів, так і їх операторам. Головна перевага, яку отримує готель, що входить до ланцюга, – зниження загальних витрат, а це в свою чергу дозволяє ланцюгам більше проникати на міжнародні ринки, розширюючи сферу свого впливу.

Міжнародна дослідницька компанія MKG Hospitality склала рейтинг готельних мереж, згідно з яким світове лідерство за кількістю номерів утримує InterContinental Hotel Group З 2004 року ця готельна мережа стала найбільшою в світі. На сьогоднішній день їй належать понад 600 тисяч номерів у готелях світу. Друге місце у світі за кількістю номерів належить готельній групі Wyndham Hotel Group's Ramada. До неї входить понад 7 тис. готелів (592 880 номери) на шести континентах. Глобальна мережа курортів RCI Global Vacation Network, яка є складовою корпорації Wyndham Worldwide, пропонує своїм членам (3,4 млн.осіб) доступ до 73 тис. курортів у понад 100 країнах світу. У компанії Wyndham Hotel Group's Ramada зайнято більш як 30 тис. працівників по всьому світу. На третьому місці – компанія Marriott International, номерний фонд якої складає 500 тис. номерів і зростає на 4,7% щороку. Hilton Hotels займає 4 місце, популярна завдяки розкішним готелям. Компанія активно впроваджує нововведення: одними з перших її власники ввели систему "зоряної" оцінки, обладнали готелі wi-fi. Наступною є готельна мережа Ascot Group, яка має у своєму розпорядженні понад 500 тис. номерів і зростає на 3,7% щороку. Група продовжує експансію своїх брендів – Sofitel, Novotel, Pullman, Mercure, Suite Hotel, All Seasons, Ibis, Etap, Motel 6, Formula 1. На шостому місці знаходиться Choice Hotels. Цей американський франчайзер об'єднує близько 4000 готелів брендів Quality Inn, Choice Hotels, Comfort Inn, Comfort Suites, Quality, Sleep Inn, Clarion, MainStay Suites, Suburban Extended Stay Hotel, Econo Lodge і Rodeway Inn і щороку збільшує активи на 4,5%. Наступна мережа Best

Western досить відома в Європі, особливо у Франції. Сьогодні під назвою Best Western працюють понад 4 тис. готелів у 80 країнах світу, загальний номерний фонд яких перевищує 300 тис. номерів. Восьме місце у світі посідає мережа Starwood Hotels Resorts, яка відома такими своїми брендами, як Sheraton Hotels Resorts, Westin Hotels Resorts, The Luxury Collection, St. Regis, W Hotel, Four Points Hotels by Sheraton, Le Meridian, Aloft [2].

Вітчизняна готельна галузь стає невід'ємною складовою частиною світового готельного господарства. Такий швидкий темп інтеграції до європейських стандартів пояснюється зручним географічним положенням України, яка розміщена в центрі Європи, та не менш швидким зростанням українського бізнесу. Крім цього, варто відмітити, що Україна займає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпечення цінними природними та культурними ресурсами, що дає можливість потрапити країні до низки міжнародних туристичних рейтингів як місце, де варто побувати. Загалом після «Євро-2012» відвідати Україну рекомендували в шести впливових міжнародних рейтингах, серед яких «Globe Spots», «National Geographic», «Trip Advisor» та «Lonely Planet» [3].

Найбільші готельні оператори світу нарощують свою присутність в Україні. Першими були чотиризірковий готель Radisson Blu Resort Kiev та п'ятизірковий Rixos Priкарпаття м. Трускавець. У 2006 році ввели в експлуатацію Radisson Blu Resort Bukovel. П'ятизірковий готель Hyatt Regency Kiev було відкрито в 2007 році. У 2009 увійшов на вітчизняний ринок світовий готельний лідер Intercontinental Hotel Kiev під управлінням IHG [4].

Також на вітчизняний ринок освоюють і такі світові готельні лідери, як Hilton та Windham Hotel Group International, які передбачають відкриття 15 готелів у м. Києві та в інших містах України з населенням більше 200 тис. осіб до 2018 року.

Французький оператор Accor, увійшов на український ринок у 2011 році з своїм проектом Ibis. В перспективі планує більш масштабний вихід на вітчизняний готельний ринок не тільки даним брендом, а й мережею бюджетних готелів Etap.

Крім цього, у червні 2011 року компанія ArtBuild Hotel Group (ABHG Україна) уклала договір із Best Western International Inc.(США). Best Western International (США) – міжнародна готельна мережа, що надає підтримку з бронювання, операційної діяльності й маркетингу для 4 тис. готелів на 309 тис. номерів у 90 країнах світу. Компанія поєднує готелі під трьома брендами: Best Western (три зірки), Best Western Plus (чотири зірки) і Best Western Premier (чотири і п'ять зірок). Мережа Best Western розглядає можливість відкриття готелів під своїм брендом у всіх містах України й однією з умов є наявність не менш 70–75 номерів за винятком готелів з унікальним розташуванням.

Отже, сьогодні готельний ринок України є надзвичайно привабливим для інвесторів та міжнародних готельних операторів. Попит на готельні послуги в нашій країні в декілька разів перевищує пропозицію на ринку. Водночас якість пропонованих послуг залишається на низькому рівні. Оскільки український готельний ринок є одним із найперспективніших в Європі, прихід іноземних

франчайзерів є неминучим. Проте транснаціональні компанії очікують створення і забезпечення сприятливих інвестиційних умов в Україні для розвитку готельної індустрії.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Л. Г. Агафонова, О. С. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 352 с.

2. ТОП-10 мировых гостиничных операторов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.otelier.com.ua/index.php?s=41&sb=57/>

3. Франчайзинг у готельному бізнесі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [www.maygerconsulting.com/archive/Franchise%20in%20Hotel%20Industry%20of%20Ukraine\\_ukr.pdf](http://www.maygerconsulting.com/archive/Franchise%20in%20Hotel%20Industry%20of%20Ukraine_ukr.pdf).

4. Готельні мережі України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.premier-hotels.com.ua>.

**МАКСИМ ВЕЛІЖЕНКОВ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Карась О. С.**

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ТУРИЗМУ

У сучасному індустріальному світі все більшої популярності набирають нетрадиційні способи відпочинку. Одним із таких його проявів є сільський туризм, що на нашу думку є манерою відпочинку на сільській території з використання її ресурсів, проте без заподіяння шкоди, а також ознайомлення з побутом. У багатьох країнах світу, звичайно, є свої особливості для визначення цієї діяльності, оскільки туризм у сільській місцевості по різному там формувався та розвивався. Майже у всіх країнах світу існують певні види сільського туризму: агротуризм, культурний туризм, сільський зелений туризм. Даний вид туристичної діяльності виник у Швейцарії та Франції, проте найбільшого процвітання набув у Великобританії та США. Значно пізніше про нього дізнались в Україні, тому і вітчизняні науковці часто ототожнюють дефініції «сільський туризм» та «агротуризм», і мають часткові розбіжності в цьому. На нашу думку це не вірно, оскільки перше поняття набагато ширше ніж друге і включає більше ресурсів та послуг.

За останні десятиліття кількість туристів у світі неухильно зростала і досягла третини населення земної кулі. За прогнозами фахівців, ХХІ століття буде століттям туризму, і до цього потрібно відповідно готуватися. Сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства є сфера сільського зеленого туризму [1].

Сільський туризм це різновид туризму, котрий ґрунтує свою діяльність на сільських теренах, тобто це подорожі громадян з повсякденного місця

проживання в сільську місцевість з розміщенням в сільських гостьових будинках, сільських садибах і на фермах з туристичними цілями і без заняття діяльністю, пов'язаною з отриманням доходу від джерел у місці тимчасового перебування, також він надає часткову зайнятість та збільшення доходів сільському населенню, котре надає обслуговування, яке бере за основу тутешні культурні, соціальні та відповідно природні ресурси, і гарантовано охоплює проживання і харчування певного проміжку часу в сільській місцевості.

Ми вважаємо, що доцільно дефініцію сільського туризму демонструвати через його складові. Визначивши взаємозв'язок між елементами даного виду туризму можна зрозуміти його важливість для процвітання окремих регіонів та країни в цілому. Схематично формулювання сільського туризму можна подивитись на рис. 1.



**Рис. 1.Схема визначення сільського туризму**

У світі сільський туризм розвивався певними хвилями: перша це власне першопрохідці, хто почав розвивати даний вид діяльності, друга наслідувачі, треті, ті котрі ще не знайшли свого способу його розвитку. Відповідно до даних хвиль існують і певні теорії становлення сільського туризму у світі, умовно поділені за географічним поділом та відповідно ресурсами: західноєвропейська, східноєвропейська, англо-американська, азіатська.

Розвитку сільського зеленого туризму в Україні сприяють такі фактори:

- зростаючий попит мешканців українських міст та іноземців на відпочинок у сільській місцевості;
- унікальна історико-етнографічна спадщина українських сіл;

- багаті рекреаційні ресурси;
- екологічна чистота сільської місцевості;
- відносно вільний сільський житловий фонд для прийому туристів,
- наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів;
- традиційна гостинність господарів та доступна ціна за відпочинок;
- можливість надання комплексу додаткових послуг з екскурсій, риболовлі, збирання ягід і грибів, катання на конях тощо [2].

Для ефективного розвитку сільського туризму судячи з проведеного дослідження необхідним є якісна і діюча правова база та державне інвестування.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Всесвітня туристична організація. – <http://www.world-tourism.org>.
2. Биркович Віктор. Стратегічні пріоритети. Науково-аналітичний щоквартальний збірник. 2008. – № 1(6). – С. 138–143.

**МИХАЙЛО ГНАТІВ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Смалюк Г. Ф.**

## ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕКОТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Серед основних передумов виникнення екологічного туризму (екотуризму) та екологізації традиційних видів туризму провідну роль відіграє наростання протиріч між задоволенням туристського попиту і раціональним використанням туристських ресурсів. В основі цих протиріч знаходиться антропогенне навантаження, що здійснюють туристи на природні і культурно-історичні туристські ресурси.

Актуальність розвитку даного виду туризму для України полягає в основній його ідеї – турботі про навколишнє природне середовище, яке використовують у туристичних цілях, з одночасним соціально-економічним розвитком територій.

Проблемам екотуризму присвячено дослідження І. М. Школи, Т. М. Ореховської, В. А. Квартальнова, І. В. Зоріна, Є. Н. Ільїна, В. Ф. Семенова, І. С. Назарова та інших економістів.

Українська асоціація активного та екологічного туризму трактує: **екотуризм** – подорож до природних територій, не змінених або мало змінених діяльністю людини, з відповідальним ставленням до природи і якнайменшим впливом на довкілля. Цей вид туризму сприяє стійкому розвитку територій, передбачає участь місцевого населення у наданні послуг, створює економічні стимули до охорони довкілля [1].

Туризм як сектор економіки, як соціальне явище характеризується надзвичайною багатоплановістю в залежності від найрізноманітніших факторів:



характеру організації, термінам перебування в подорожі, інтенсивності відвідувань туристичних центрів, засобів руху, віку туристів, мети подорожі тощо. І кожен із цих чинників відіграє свою роль в розвитку туристичної індустрії держави в цілому так і окремих регіонів зокрема.

Головними принципами розвитку екотуризму виступають:

- комплексне використання ресурсів, що припускає впровадження систем з можливістю повторного використання і очищення води; використання матеріалів, що підлягають утилізації чи повторній обробці; впровадження «безпаперових систем» та ін.;

- підтримка біорізноманіття – тут повинен відбуватися захист природної спадщини, яку складають екосистеми і біологічна різноманітність, а також охороняти види дикої флори і фауни, яким загрожує знищення;

- інтеграція екотуризму до планування, залучання місцевих спільнот;

- відповідний маркетинг туризму – проводити необхідні маркетингові дослідження і рекламні компанії.

Основними чинниками розвитку екотуристичного бізнесу виступають:

- збільшення знань про природні ресурси і усвідомлення можливостей розвитку екотуризму в регіоні;

- менеджмент природних ресурсів і різні типи екотуризму в регіоні;

- підтримка існуючої і планування додаткової інфраструктури в регіонах, що залучені в стратегічний і менеджмент-плани, а також в яких передбачається охорона природних цінностей і популяризація екотуризму;

- покращення і розвиток базової туристичної інфраструктури;

- підвищення рівня екологічної освіти і виховання, що дає туристам повне уявлення про довкілля і цінності природи;

- визначення пріоритетів для державних капіталовкладень і впровадження проектів;

- визначення можливостей для приватних інвестицій.

Отже основними завданнями екологічного туризму є: постійно, систематично і цілеспрямовано культивувати критерій рівноваги навколишнього природного середовища; гармонізувати відносини між природою, суспільством і економікою; орієнтувати турорганізації на збереження, відтворення і збільшення споживчої вартості природного середовища за рахунок виділення частини прибутків від туризму на вирішення пов'язаних із цим завдань; підкоряти короточасні інтереси отримання прибутку від туризму довгостроковим інтересам зберігання природи для майбутніх поколінь, примноження рекреаційно-туристських ресурсів, а також для подальшого розвитку туризму; формувати в туристів почуття особистої відповідальності за стан природи та її майбутнє, стверджуючи в їх свідомості приналежність до неї як її невід'ємної органічної частини.

## ЛІТЕРАТУРА

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uaeta.org/ua/tourism/17>
2. Мальська М. П., Худо В. В. М 21 Туристичний бізнес: теорія та практика. Підручник. 2- вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.

**ТЕТЯНА ГОЛИК**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Смалюк Г. Ф.**

## **СВІТОВІ ДЕМОГРАФІЧНІ ЗМІНИ І ТУРИЗМ**

Туризм – явище багатогранне і неоднозначне. Різні фахівці досліджують туризм як вид економічної діяльності з організації подорожей або як діяльність самих туристів під час подорожі, як окрему галузь народного господарства або як великий міжгалузевий комплекс [1, с. 15].

З точки зору економіки туризм – відкрита соціально-економічна система [2, с. 60]. Такий системний підхід передбачає вплив на систему і виходить від системи впливу на зовнішнє середовище. Таким чином, виділяють фактори, що впливають на розвиток туризму, і вплив туризму на різні сфери життя суспільства.

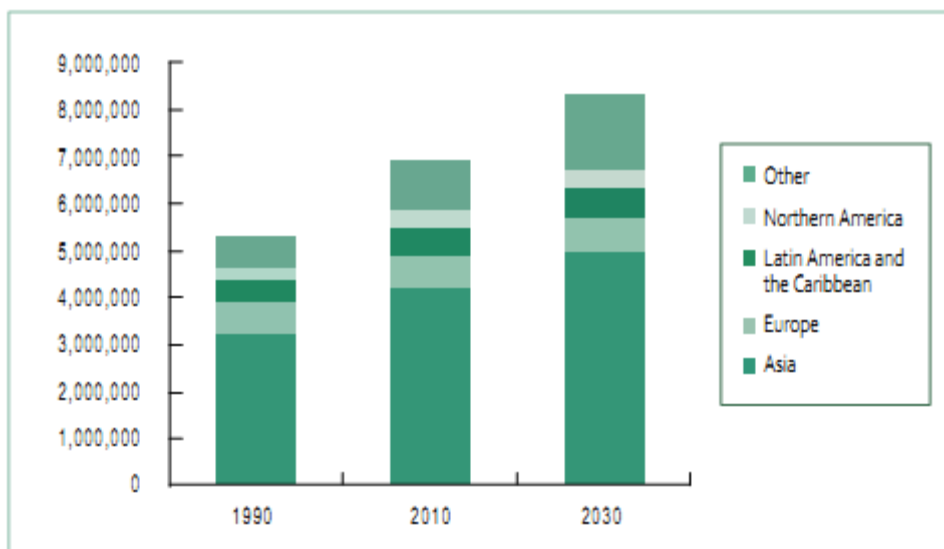
Серед основних факторів, що впливають на розвиток туризму, виділяють 2 групи. Фактори першої групи виходять з зовнішнього середовища впливу на туризм, з різних сфер життя суспільства. До зовнішніх факторів належать природно-географічні, екологічні, культурно-історичні, економічні, політичні, соціально-демографічні та інші фактори. До другої групи належать специфічні фактори, що виникають всередині системи туризму, але також роблять вплив на його розвиток. Вплив факторів може бути як позитивним, так і негативним.

Демографічні зміни будуть мати сильний вплив на туризм в найближчі десятиліття. Це вплине на формування типів туристів, туристичних маршрутів, і особливості організації туристичної діяльності.

Основні демографічні тенденції на глобальному рівні – це зростання світового населення, збільшення тривалості життя, урбанізація, міграція, зміна структури сім'ї – все це вплине на різні типи туристів, які змінять свої думки щодо відвідування визначних історичних пам'яток, готелів, дозвілля і відпочинку в цілому.

Зокрема, виходячи із даних Всесвітньої туристичної організації, розраховано, що до 2030 року часу населення світу за прогнозами досягне 8,3 млрд. чоловік (рис. 1). Однак, разом із збільшенням чисельності світового населення, туристичним компаніям буде складніше виживати на ринку через жорстку конкуренцію. Пропозиції для туристів згідно з їх перевагам будуть ставати все більш фрагментованими, а виживання на ринку туркомпанії буде прямо залежати від конкурентоспроможності і здатності підлаштовуватися під багатонаціональність і вподобання різних поколінь. Так, більш молоді туристи, які все ще працюють повний робочий день, хотітимуть розслабитися на відпочинку, а більш вікові туристи більше часу будуть приділяти пошуку нових видів туристичної діяльності.

За демографічними критеріями туристичний ринок ділиться на кілька сегментів. Найбільш важливими для аналізу розвитку туризму країни є гендерні та вікові характеристики потенційних туристів. Вивчення туристичного попиту в межах окремих вікових груп дозволяє зробити висновок про те, що туристи, що представляють ці групи, мають різні спонукальні мотиви і цілі.



**Рис. 1. Тенденції зміни чисельності населення у 1990-2030 рр. [3].**

Молодіжний туризм (молоді люди до 30 років). Молоді люди віддають перевагу більш дешевим подорожам з відповідно менш комфортабельними засобами розміщення та перевезеннями, екскурсійні програми, що включають активне спілкування з місцевим населенням, веселе дозвілля (відвідування дискотек, нічних клубів і барів).

Туризм середнього віку (люди у віці від 30 до 50 років). Люди середнього віку більше претендують на комфорт і зручності, змістовні екскурсійні програми, які включають ознайомлення з об'єктами показу відповідно до професійних або аматорських інтересів туристів, широку географію подорожей.

Туризм «третього віку» (люди старше 50 років). Туристи цієї групи вимагають не тільки комфорту, а й персональної уваги з боку обслуговуючого персоналу, їм важливо мати можливість отримання медичної допомоги, наявність в ресторанах страв дієтичного харчування, розміщення в недорогих готелях, розташованих в тихих місцях. Туризм осіб старшого віку є в Європі найбільш швидкозростаючим сегментом ринку [3].

Ринок туризму людей «похилого віку» включає ще так звані програми відпочинку, підготовлені спеціально для фізично немічних людей, які не можуть здійснювати поїздки без супроводжуючих, але які, тим не менш, бажають подорожувати і отримувати задоволення від нових вражень. Існує ряд організацій, які розробляють туристичні програми для цієї категорії людей, поширювані зазвичай через пенсійні клуби та асоціації.

Потенціал туризму осіб похилого віку величезний, але і тут є ряд обмежень, серед яких основними є фінансові можливості і здоров'я. На розвиток ринку туристичних послуг літніх людей сприятливо впливають такі чинники: наявність практично необмеженої кількості вільного часу, бо особи похилого віку, як правило, не обтяжені турботами про дітей; активна участь жінок літнього віку в поїздках (слід зауважити, що збільшення частки подорожуючих жінок носить глобальний характер); знижки, надані в несезонний період.

Важливо розуміти, що не всі демографічні зміни будуть обов'язково мати наслідки для туризму. Недавній звіт німецького Федерального міністерства

економіки і технології відображає, що демографічні зміни, швидше за все, матимуть вплив на туризм, тільки якщо вони виникають в таких групах як, наприклад, люди похилого віку, діти, малозабезпечені, батьки-одиначки і т.д., які представляють значну частку, і буде значно більшим або меншим за обсягом і чия поведінка відрізняється від інших груп. У таблиці 1 наведено ключові фактори демографічних змін у розрізі основних світових регіонів в контексті їх впливу на туристичний ринок.

Таблиця 1.

**Основні демографічні зміни в контексті світових регіонів [3].**

Регіон	Ключові демографічні зміни
Світ	Збільшення тривалості життя жінок над чоловіками, загальне зростання чисельності населення
Основні світові регіони	
Європа	Зниження народжуваності, старіння населення, високий рівень міграції.
Азія	Швидке зростання населення, особливо в Індії та Китаї, висока народжуваність, великомасштабна урбанізація
Південна Америка	Падіння народжуваності до рівня заміщення, старіння населення, збільшення тривалості життя
Північна Америка: США і Канада	Старіння населення, зниження народжуваності, високий рівень міграції

З проведеного аналізу можна зробити наступні висновки: світові демографічні зміни мають досить суттєвий вплив на розвиток ринку туристичних послуг; виходячи з особливостей конкретного світового регіону змінюються демографічні чинники впливу на туризм, які обов'язково необхідно враховувати в туристичній діяльності.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. Дурович А. П., Кабушкин Н. И., Сергеева Т. М. и др. Организация туризма: Учеб. пособие / Под общ. ред. Н. И. Кабушкина. – Мн.: Новое знание, 2005 г.
2. Квартальнов В. А. Туризм. М.: Финансы и статистика, 2006 г.
3. 3rd Tourism Statistics Capacity-building Workshop and Regional Seminar on Tourism Statistics Capacity-building [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL : [www.unwto.org](http://www.unwto.org). – Назва з екрана.

**ОЛЕКСАНДРА ГОНЧАРЕНКО**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

**КОНЦЕПЦІЯ ПЛАНОВОСТІ РОЗВИТКУ  
ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

У світовій економіці туристична галузь займає визначне місце. Україна ж на сьогодні має потужний потенціал та всі об'єктивні передумови для того щоб займати лідируючі місця в даній галузі. Завдяки туризму Україна може

зменшити рівень диференціації розвитку регіонів, яка надалі не зменшується, та забезпечити велику кількість людей робочими місцями. Але для успішного розвитку туризму необхідно усунути певні перешкоди, яких в Україні існує безліч. Важливою та першочерговою складовою виступає готельний бізнес, адже він на сьогодні не відповідає міжнародним стандартам. У перспективі готельне господарство повинно стати провідним чинником активізації туризму, інтеграції держави у світові структури міжнародного співробітництва, зростання значення національної культури [1, 56].

Готельне господарство є основою туристичної індустрії, яка складається з засобів розміщення та обслуговування споживачів. Правильний стратегічний розвиток готельних підприємств дасть підґрунтя для розвитку готельної інфраструктури та сприятиме об'єднанню між собою інших господарських галузей. Сучасним готельним засобам розміщення в Україні притаманна типова структура послуг та низька спеціалізація.

Світовий готельний бізнес швидко змінює свої основні тенденції. Сьогодні до таких відносять зростаючу демократизацію готельної індустрії, підвищення рівня спеціалізації готельного господарства, запровадження новітніх технологій в стратегії готельних підприємств, закріплення за собою позицій на ринку міжнародних готельних концернів та об'єднань. Для світового готельного ринку характерним є витіснення малих та середніх підприємств готельного бізнесу, масштабне створення міжнародних готельних ланцюгів. Перевага віддається готелям економ класу та засобам розміщення, орієнтованих на екологічність.

Позитивні зрушення на готельному ринку України розпочались на початку 2010 року та тривають до сьогодні. Зростання загального рівня попиту на послуги розміщення підтверджується тим, що кількість туристів, які скористались готельними послугами в 2013 році становила 7887,4 тисяч осіб, що на 461,5 більше ніж в 2012 році [4]. Серед іноземних споживачів велику частку становлять жителі країн СНД, Польщі, Угорщини та Німеччини. Кількість підприємств готельного типу щороку зростає в межах 75 одиниць. Сьогодні в Україні налічується 2573 функціонуючих готельних підприємств, з них 503 мають категорію. Однією із причин таких темпів росту є проведення чемпіонату Європи по футболу 2012 р. Лідерство по кількості сертифікованих готельних підприємств ділять між собою АР Крим (496 одиниць), Львів (233 одиниць) та Київ (167 одиниць). За місткістю номерного фонду першість належить малим підприємствам готельного бізнесу, їхня частка на ринку складає 92%. Обсяг послуг наданих готельними підприємствами в 2013 році склав 4248,3 млн. грн. Обсяг інвестицій в готельний сектор України становив 160,8 млн. дол. США, що складає 1% від загальних прямих інвестицій в економіку країни.

Рівні насиченості готельних ринків країн Європи та України значно різняться. В Європейських країнах він складає відповідно 15,8 (кількість номерів на 1000 жителів), в Україні 5,6. Цінова політика готельних підприємств України не відповідає якості наданих послуг. Середня вартість номеру в Україні в 2013 році становила 140 дол. США, що на 7,72% більше ніж у 2012 році. Лідерами високої цінової політики в готельному бізнесі були Москва

та Нью-Йорк, де середня вартість номеру складала відповідно 264 та 209 дол. США. В європейських країнах середня вартість номеру складала 207 дол. США у Великобританії, в Швеції 188 дол. США, в Франції 139 дол. США.

В Україні є низка проблем, пов'язаних із розвитком готельного ринку, а саме: недостатня кількість готелів через наявність бар'єрів при входженні на готельний ринок, що в свою чергу, перешкоджає створенню національних готельних мереж; рівень цін не відповідає рівню якості наданих послуг, та в порівнянні з аналогічними європейськими засобами розміщення українські ціни перевищують їх в 2 і більше разів, дане явище є зумовленим невідповідним державним регулюванням готельної сфери. Не вирішеною залишається проблема низького рівня конкуренції готелів та інших закладів розміщення через відсутність стандартів управління якістю готельних послуг. Також потребує покращення рівня підготовки спеціалізованих кадрів для готельного бізнесу.

Дослідивши стан сучасного готельного ринку України можна сказати, що від підвищення розвитку даної сфери та стимулювання інвестування в неї залежить туристична інфраструктура всієї країни. Для того, щоб дана сфера діяла ефективно, вона повинна бути підкріплена державним стимулюванням. Крім того, важливо збільшити кількість засобів розміщення різних категорій та вдосконалити управління готельними підприємствами в умовах динамічного соціально-економічного простору та розширення туристичної діяльності, покращити якість готельних послуг, ефективність маркетингу і взаємодії на туристичному ринку сучасних готелів. Важливо, щоб на державному рівні здійснювалась підтримка формування власних готельних та ресторанних ланцюгів, які в свою чергу запровадять нові стандарти готельного сервісу та єдині підходи організації управління.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Мальська М. Готельний бізнес: теорія та практика / М. Мальська – К.: Центр учб. л-ри, 2012. – 471 с.
2. Основні проблеми готельного бізнесу в Україні / Михайлова О. П., Брінь П. В. – Вісник НТУ. – 2012. – № 58(964). – с. 102–104.
3. Державний комітет статистики України: [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Державна служба туризму і курортів України – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua>.

**ТЕТЯНА ГОРДЗІЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Колінець Л. Б.**

## КРИЗА В ГРЕЦІЇ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ

Боргова криза, що охопила країни Європейського Союзу, негативно позначається на їхніх національних економіках і функціонуванні банківського сектору, та, зокрема, макроекономічних показниках Центрально-Східної Європи. Під загрозою першого в історії євросони дефолту опинилася Греція.

У багатьох державах світу туризм розвивається як система, яка надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями даної країни і її народу, і дає прибуток в казну. Не кажучи вже про те, що ця система створює великі можливості дуже багатьом фізичним і юридичним особам, так чи інакше пов'язаних з наданням туристичних послуг. Туризм є ще і одним з могутніх чинників посилення престижу країни, зростання її значення в очах світової спільноти і пересічних громадян.

Для оптимізації використання туристичного потенціалу країни в умовах економічної кризи актуально важливим є детальне дослідження її туристичної привабливості та ресурсної проблематики – комплексу питань, які визначають сутність та структуру, стратегію і тактику використання природних, культурно-історичних і соціально-економічних ресурсів.

Питаннями теорії та практики дослідження туристичної привабливості країн займалися: Бакурова Г. В., Ковалевський Г. В., та інші. Дослідженню туристичного потенціалу Греції присвячені роботи таких дослідників: Гаспаров М. Л., Макарова Т. Г., Мальська М. П., Самойленко О. О. та інші. Серед великої кількості західних економістів, які зробили вагомий внесок у розроблення теорії фінансових криз, слід назвати Ш. Геффернан, К. П. Кіндлебергера, Ф. С. Мишкіна, Д. Д. Сакса, А. Шварц.

Виходячи з цього, актуальність теми полягає в тому, що криза на даному етапі являється однією з найбільших проблем у світі. Так як вона має прямий вплив на усі сфери діяльності, то варто знаходити усі можливі шляхи вирішення проблем, які вона спричинила. Греція – це та країна, в якій туристична галузь розвинена досить добре, тому важливою є підтримка туризму. Країна знаходилась на межі дефолту, населення було незадоволене діями уряду, і це відповідно спричинило різного роду заворушення в країні, що мало значний вплив на туризм. А такого країні допускати не можна, адже туризм в Греції – це візитна картка країни.

Туризм в Греції – одна з провідних галузей економіки Греції. Згідно з дослідженнями Всесвітньої організації туризму, Греція посідає 15 місце у світовому списку найбільш відвідуваних країн світу. Високий рівень розвитку туризму пояснюється географічним положенням країни і багатою культурною спадщиною та природними ресурсами. Греція є однією з небагатьох країн, які приваблюють туристів одночасно рекреаційними курортами, різнобічним історико-культурним туризмом та паломництвом до святинь всього християнського світу. [1]

Через світову економічну кризу у 2008 році кількість туристів дещо скоротилася. Туристичний сектор в Греції постраждав від спаду в світовій економіці і високого курсу євро по відношенню до американського долара, британського фунта та низки інших валют, а також від чуток про поширення «свинячого» грипу. [2, с. 10]

*Таблиця 1*

**Прибуття туристів у Грецію (2007–2012 рр) млн.осіб**

	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Греція	8,953	8,886	10,861	11,285	12,548	11,461

Примітка: складено за [4]

3 лютого 2011 року Грецію охопили масові акції протесту і загальнонаціональні страйки проти введення урядом країни програми антикризових заходів для подолання боргової кризи. В результаті страйків періодично припиняється авіасполучення як всередині країни, так і міжнародне, не працює залізниця, магазини, музеї, на роботу не виходять медики та журналісти. Цим пояснюється падіння кількості туристів, що відвідували Грецію з 2011 по 2012 рік. [3]

Світова організація туризму надала прогностичні дані щодо розвитку туристичної галузі в Греції до 2030 року.

Таблиця 2

### Міжнародні туристичні прибуття (Греція) млн.осіб

	1980	1995	2010	2020	2030
Європа	277	528	940	1.360	1.809
Греція	177.3	304.1	475.3	620	744

Примітка: складено за [5]

Згідно статистичних даних роль туризму в Греції буде зростати, адже це була і є провідна галузь, яка приносить країні прибутки. Тому в даному випадку, потрібно приділяти велику увагу даному сектору, аби зберегти позиції Греції як країни з високим розвитком туризму.

### ЛІТЕРАТУРА

1. *Країни світу.* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://www.otkrytie.ru/.htm>>.
2. Коцан Н. Н., Мазурець Р. Р. *Тенденції розвитку міжнародного туризму / Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки.* – 2008. – № 4. – С. 10.
3. *Туристичні новини.* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <<http://diaspora.ukrinform.ua/news-206.html>>.
4. <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/tourism/data/database>
5. *UNWTO Tourism Highlights, 2013 Edition* – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mkt.unwto.org/publications>.

**МАРІЯ КОРЖАК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доц. Смалюк Г. Ф.**

## МИСТЕЦТВО ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Галузь туризму виступає складним комплексом, що має свою логічно-вивірену структуру, що функціонує на організаційно-правових умовах.

Відповідно статті 1, частини I, Закону України «Про туризм», від 1995, туристична діяльність передбачає тимчасовий виїзд особи з місця проживання з



метою пізнавальних, професійно-ділових чи інших цілях, без здійснення оплачуваної діяльності по місцю перебуванню. *Туристом* постає фізична чи юридична особа, що здійснює таку подорож. *Туристичним продуктом* – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менш ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною. *Місцем продажу* (реалізації) туристичних послуг виступає країна, в якій зареєстровано відповідний суб'єкт господарювання, що реалізує туристичний продукт. *Реалізація* (просування) туристичного продукту передбачає комплекс заходів спрямованих на створення та підготовку до продажу туристичного продукту, що проходить у вигляді ярмарок, виставок, рекламно-ознайомлювальних подорожах [1].

З розвитком наукових знань в галузі туризму постає необхідність його вивчення, що допоможе комплексно сформулювати поняття предмету бізнес туризму, як галузі дослідження.

З метою вивчення складних процесів розвитку ділового туризму, як економічної системи визначимо галузь туризму у вигляді циклічної моделі із непривною низкою актів виробництва та споживання туристичних продуктів.

Пізнання природи та функцій різних елементів даної системи, взаємозв'язку визначає розуміння поведінки на початковому сегменті ринку, розкриває механізми функціонування, уникає перенавантаження моделі від фізичного потоку та зосереджує увагу на фінансових потоках відповідно.

Галузь туризму охоплює всі сфери діяльності людського суспільства: економічну, культурну, соціальну область держави. Потужним мотиватором у формування основних галузей економіки, що активно налаштовуються та запроваджують новітні технології вступають в конкурентну політику на міжнародному ринку товарів та послуг, що сприяє потоку інвестицій в усі, без виключення господарські сегменти ринку.

Політика ринку повинна будуватись таким чином, щоб мати змогу виконувати потреби забезпечення економічної рентабельності туризму, передбачати можливості міжнародного туристичного обміну, забезпечення балансу внутрішньої торгівлі, стабілізації положень національної економіки, перерозподілу національного доходу, підвищення стандартів життя за рахунок повного задоволення людських потреб у пізнанні оточуючого світу.

Таким чином, державна політика в області туризму повинна носити системний характер забезпечуючи преференціальну податкову систему, політичну та економічну стабільність.

Індустрія ділового туризму визнана на державному рівні пріоритетною сферою національної економіки у кожній країні зокрема. Вирішення цілого ряду економічних, організаційних, соціальних, правових питань повинно сприяти значному економічному росту, що допоможе зробити свій вклад в національну економіку. Володіючи мультиплікаційним ефектом галузь туризму має всі сприятливі умови для економічного росту, збільшення зайнятості населення, забезпечення потреб суспільства у якісному та доступному відпочинку. В умовах ринкової економіки існує досить потужний багаж досвіду в організації туристичної діяльності, що потребує узагальнення та аналізу,

вивчення прогресивного світового досвіду функціонування галузі туризму, готельних комплексів, маркетингових досліджень, формування туристичного продукту та його становлення на ринку послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм» від 09.11.2003, N 1282-IV. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80>.

2. Girod, A. *An analysis of the Development of MICE industry* / A. Girod. – [Dissertation]. – [Electronic source]. – Access mode: <http://www.du.se/pagefiles/18846/girodaur%C3%A9lie.pdf>.

3. *The role of business travel*. – [Electronic source]. – Access mode: [http://www.ustravel.org/sites/default/files/Business\\_Travel\\_ROI\\_Study\\_Key\\_Messages.pdf](http://www.ustravel.org/sites/default/files/Business_Travel_ROI_Study_Key_Messages.pdf).

**ЛІЛІЯ КРИВЕНЧУК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н, доцент Комар Н. В.**

## АНАЛІЗ ВЗАЄМОДІЇ ДЕРЖАВНИХ ТА ПРИВАТНИХ СТРУКТУР У ПІДТРИМЦІ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В СВІТІ

На сьогоднішній день формуванням та реалізацією туристичної політики в світі займаються державні та недержавні організаційні структури, які утворені на різних рівнях організаційно-управлінського механізму та реалізують свої рішення через важелі впливу, що належать до їхніх повноважень, а саме через нормативно-правове регулювання, податкову політику, бюджетно-фінансову політику, інформаційно-промоційне забезпечення тощо. Зазначені важелі можуть бути ефективними та сприяти досягненню основної мети організаційно-управлінського механізму у випадку чіткого розподілу повноважень на різних рівнях управління та з чітким контролем дотримання норм законодавства і визначених стратегічних цілей.

Державно-приватне партнерство має багато переваг для застосування в туристичній сфері. Головною перевагою є те, що, з одного боку, багато об'єктів природно-рекреаційного комплексу не можуть бути приватизовані у зв'язку із стратегічною, економічною та соціально-політичною значимістю, а з іншого боку, в державному бюджеті немає достатніх коштів, які б дозволили забезпечити належне функціонування цих об'єктів. Саме для того щоб вирішити цю суперечність, можна успішно використовувати концепцію державно-приватного партнерства, яка виступає альтернативою приватизації стратегічно важливих об'єктів державної власності. Також державно-приватне партнерство дозволяє додатково залучити ресурси та технології, оптимізувати ризики, запобігти виникненню корупційних факторів.

Варто зазначити, що наразі у світі налічується більше 100 проектів державно-приватного партнерства, що реалізовані у сферах, пов'язаних із туризмом. Доцільним є розгляд лише деяких з них, головна відмінність полягає в отриманому від партнерства результаті. У табл. 1 відображена інформація щодо географічних зон реалізації ДППТ, учасників і головних результатів означеного виду партнерства на прикладі європейського регіону.

Таблиця 1

**Проекти державно-приватного партнерства в галузі туризму та їхні результати на прикладі Європи [1, 2]**

Регіон	Географічна зона	Назва проекту	Державний партнер	Приватний партнер	Результат партнерства
Європа	Туреччина, м. Стамбул	«Creating a tourist cluster: the Armada Hotel»	Уряд Туреччини	Індивідуальний підприємець К. Зото	Створення туристичного кластера
	Німеччина	«National Park Gateways Eifel National Park»	Міністерство навколишнього середовища, Міністерство економіки	Керівництво Національного парку «Eifel»	Створення 5 центрів для відвідувачів Національного парку та туристичних інформаційних центрів
		«Ski Trail Management of Harz National Park»	Міністерства економічних питань земель Нижня Саксонія та Саксонія-Ангальт	Адміністрація Національного парку «Harz»	Придбання нового обладнання
	Велика Британія	«Tourism Business Support Forest of Bowland Area of Outstanding Natural Beauty»	Ради графств Ланкашир, Йоркшир; Ради округу Крейвен; Рада м. Ланкастер, Престон, Пендл, Ріббл Веллі	Ініціація створення компанії «Bowland Experience Limited»	Створення підприємства
	Франція, м. Париж	«Disneyland»	Регіональна Рада Іль-де-Франс, Відомча Рада Сена-І-Марна, органи Приміської Транспортної Влади	Компанія «The Walt Disney Company»	Створення та подальший розвиток тематичного парку
	Кіпр	«Rural Tourism Development In Cyprus»	Туристична організація «Cyprus Tourism Organisation»	Власники сільських засобів розміщення	Створення сільських зелених садів

Проекти ДППТ реалізуються у країнах усіх регіонів світу, із різним рівнем економічного розвитку та туристичним потенціалом. Деякі з проектів орієнтовані на розвиток туризму по країні в цілому (проекти ДППТ у Таїланді, Австралії, Непалі, країнах Карибського басейну, Канаді, Гані), інші – на

розвиток певних DESTИНАЦІЙ та (або) певних видів туризму на їхніх територіях (Кіпр, затока Акаба, національні парки тощо). Існують й такі, що стосуються розвитку певного об'єкта туристичної привабливості (готель «Armada» у м. Стамбул, тематичний парк «Диснейленд» у м. Париж).

Результат державно-приватного партнерства в галузі туризму може бути як матеріальним (створення туристичних інформаційних центрів, придбання нового обладнання, створення підприємства, тематичного парку, сільських садиб, тимчасових помешкань, туристичної стежки тощо), так і нематеріальним (створення туристичного кластера, туристично-рекреаційної зони, DESTИНАЦІЇ, репозиціонування DESTИНАЦІЇ, розробка програмного продукту, розвиток окремих видів туризму, впровадження програми розвитку туристичних підприємств, підвищення безпеки туристів, управління заповідною територією, освітні програми тощо).

Процес формування та реалізації проектів державно-приватного партнерства (ДПП) як механізмів розвитку економіки України ще тільки починає своє становлення та вже має підтримку з боку держави та міжнародних організацій. Для того, щоб впровадження проектів державно-приватного партнерства в Україні було дієвим, потрібно продовжувати роботу зі створення умов для успішної їх реалізації. Важливим завданням для органів влади є розробка законодавчо-нормативних документів щодо здійснення ДПП саме в туристичній галузі; збір та аналіз даних щодо реалізації подібних проектів за кордоном, створення банку даних подібних проектів; більш активне висвітлення у засобах масової інформації бажання держави налагодити з приватним сектором і громадянами відносини, що засновані на довірі; проведення роз'яснювальної роботи щодо необхідності активної участі громадян у обговореннях питань, пов'язаних із державно-приватним партнерством у туризмі та розвитком туризму на усіх рівнях.

## ЛІТЕРАТУРА

1. *Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness [Electronic resource]. – Access mode : [https:// library.conservation.org/Published /Documents/2009/PublicPrivate/Sector/Cooperation/.pdf](https://library.conservation.org/Published/Documents/2009/PublicPrivate/Sector/Cooperation/.pdf)*

2. *Partington R. Public-Private Sector Partnerships: Mutual Benefits for Business and Protected Areas / R. Partington [Electronic resource]. – Access mode : <http://www.europarc.org/uploaded/documents/871.pdf>*

**РОМАН КУЗЬ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## ФРАНЦІЯ – ВЕЛИКА ТУРИСТИЧНА ДЕРЖАВА

Сьогодні ми сприймаємо туризм як найбільш масовий феномен ХХ століття, як одне з яскравих явищ сьогодення, яке реально заходить в усі сфери нашого життя й змінює світ і ландшафти довкола себе. Туризм став одним з найважливіших чинників економіки.

Високі темпи розвитку, збільшення об'ємів валютних надходжень активно впливають різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристської індустрії. На сферу туризму припадає близько 6% світового валового національного продукту, 7% світових інвестицій, кожне 16-те робоче місце, 11% світових споживчих витрат. Отже, в наші дні можна помітити той великий вплив, що завдає індустрія туризму на світову економіку.

Актуальність аналізованої проблеми підкреслюється також тим, що активний туризм крім того, що є потужним економічним чинником розвитку економіки і суспільства, а й являється важливим елементом у підтриманні здорового способу життя.

Франція є потужним рецептивним туристичним ринком світу, який характеризується наступними основними рисами:

1. Туристичний імідж держави. Франція є найстарішою туристичною дестинацією у світі. Туризм як явище зародився в цій країні ще в XVIII столітті й на перших порах був доступний тільки аристократам і представникам багатой буржуазії, які приїжджали «освоювати» знамениті французькі курорти Віші, Віттель, Ніццу, Канни, Довіль, Біарриц. У ті часи дуже модно було їздити «на води» – лікуватися та культурно відпочивати. Користувалися попитом також поїздки у Францію з метою вивчення мови (тому що в Європі того часу було модно говорити французькою мовою), а також заради підвищення світського престижу.

2. Різноманітність французького національного турпродукту. Палітра туристичних визначних пам'яток включає можливість відпочинку і розваг на морських і океанічних узбережжях, заняття зимовими видами туризму, культурно-пізнавальні поїздки, сферу ділових інтересів, відомі лікувально-оздоровчі здравниці тощо.

3. Неповторність і розмаїтість всіх регіонів Франції. Кожен регіон даної держави схожий на окрему країну, має свої традиції, звичаї, кухню, навіть іноді свою власну мову або місцевий діалект (крім французької мови багато жителів володіють іспанською; у провінціях на побутовому рівні використовуються такі діалекти: баскський і каталонський – у Піренеях, бретонський – у Бретані, провансальський – у Провансі, німецькі діалекти – в Ельзасі та Лотарингії тощо).

4. Дбайливе ставлення до історії й культури та бажання прославити свій край. Всі значні історичні місця у Франції відреставровані й утримуються в ідеальному порядку. Крім того, варто зазначити прагнення самих французів рекламувати свою місцевість як історичну визначну пам'ятку для залучення туристів.

5. Франція – учасниця Шенгенського візового простору, що додатково сприяє росту туристопотоку в цю країну, особливо з європейських держав.

6. Транзитний туризм із Півночі на Південь. Франція знаходиться на перетині доріг з Півночі на Південь, завдяки чому в ній розвинений транзитний туризм із основних країн-постачальників європейських туристів – Німеччини та Великої Британії, а також інших північних держав, жителі яких, їдучи на відпочинок в Іспанію та Італію, проїжджають по території Франції, зупиняючись в ній на деякий час.

7. Державна підтримка туризму. Держава визначила одним зі своїх пріоритетів створення найбільш сприятливого і привабливого образу Франції для іноземних туристів.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні з огляду на досвід Франції, на наступні десять років, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм – це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний і соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Юрківський В. М. *регіональна економічна і соціальна географія. Зарубіжні країни.* – К.: Либідь. – 2000. – 416 с.

2. Божидарнік Т. В. *Міжнародний туризм : навч. посіб.* / Т. В. Божидарнік, Н. В. Божидарнік, Л. В. Савош [та ін.] ; – К. : «Центр учбової літератури», 2012. – 312 с.

3. Захарова С. Г. *Державне регулювання інфраструктури туризму в Україні* / С. Г. Захарова // *Держава та регіони.* – Запоріжжя, 2009. – Вип. 1. – С. 64–69.

4. Кравчук І. *Державне регулювання розвитку туризму: зарубіжний досвід та перспективи впровадження* // *Вісник Львівського національного університету. Серія «Міжнародні відносини».* – 2008. – Вип. 24. – С. 134–141.

5. *Україна: Огляд економіки. Американська торгівельна палата в Україні.*

6. Соловійова О. *Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (Європейський досвід) [Електронний ресурс]* / П. Р. Пуцентейло – Режим доступу до ресурсу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dums/2010\\_1/10sovrrp.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2010_1/10sovrrp.pdf).

**ІВАННА КУХАР**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Комар Н. В.**

## ФАКТОРИ УСПІХУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ У КИТАЇ

На початку ХХІ століття у Китаї постало актуальним питання щодо формування гнучкої цільової сфери туризму, загалом це сприймається як фактор інтеграції Китаю до відкритого інформаційного суспільства глобального світу. КНР сьогодні все частіше потрапляє в сферу туристичних інтересів. Китай – батьківщина не тільки однієї з якнайдавніших цивілізацій світу, але і семи великих винаходів людства – пороху, сейсмографа, компаса, фарфору, шовку, паперу [4].

Оцінці сутності та специфікації соціально-економічних чинників й трансформації Китаю у передовий туристичний центр розвитку туризму присвячено багато досліджень як українських, так і російських й китайських вчених, таких як: В. С. Новікова, М. М. Малахова, І. Т. Балабанова, О. В. Федорова, В. Г. Гельбраса, В. А. Мельянцева, В. Я. Портякова, М. А. Потапова., О. І. Салицький, Цзоу Дунтао, Чжоу Синьчєбхєня [1, с. 301].

Більшість українських, російських, західних та китайських вчених успіхи Китаю пов'язують із суттєвими рухами від планової моделі ринкової економіки до ринкової, і перш за все до політики «відкритих дверей».

Перспективи розвитку китайського ринку туризму величезні і вселяють великий оптимізм. Китай володіє обширною територією та численним населенням, кожне місто Китаю має свою неповторну специфіку. На півночі знаходиться столиця Китаю – Пекін; на сході – економічний центр Китаю – Шанхай; на заході – Лхаса – місто, яке відрізняється мальовничими пейзажами і яскравим національним колоритом; на півдні – місто Куньмін, де цілий рік весна. Один із найбільш грандіозних пам'ятників архітектури всього людства – Велика Китайська стіна на півночі країни є туристичною "візиткою" Китаю [2, с. 121]. Сьогодні в Китаї налічується 205 міст, які отримали статус туристичний центр Китаю. Протягом 2013 року сумарна потужність туристичного в'їзного потоку туристів склала 148 млн. прибуттів. У структурі в'їзного потоку переважають візитери із Гонконгу, на яких припадає 60% від загальної кількості міжнародних туристів. Прибутки від обслуговування в'їзних туристів у 2013 р. оцінювались на рівні 70 млрд. дол. США[6].

Обсяг внутрішніх туристичних поїздок у Китаї – найбільший у світі. У 2011 році він сягнув позначки в 1,6 млрд. У Китаї більше подорожують сільські жителі, частка яких у структурі загального туристичного потоку перевищує 60% [7]. Для внутрішнього туризму в Китаї характерна гіпертрофована сезонність і сконцентрованість у часі – 25% всіх подорожей здійснюється протягом трьох "золотих тижнів" у травні і жовтні, коли в країні організовуються весняні та осінні фестивалі.

Китай володіє надпотужними культурно-історичними ресурсами. На території країни розташовано близько 40 культурно-історичних та природних об'єктів, занесених до списку Світової спадщини ЮНЕСКО. Розвиток туристичної індустрії Китаю ґрунтується на трьох основних факторах (рис. 1).



**Рис. 1. «Три кити» розвитку туристичної індустрії Китаю [3, с. 88]**

До інших факторів популярності Китаю серед туристів світу можна віднести: торгово-економічні відносини з більшістю країн світу; розвиток новітніх технологій; економічні фактори: Китай досяг величезних успіхів в індустріальному розвитку, виробляючи різноманітні промислові товари, які продаються за відносно низькими цінами; соціально-демографічні фактори: велику роль у становленні іноземного туризму в Китаї зіграли закордонні китайці. Приблизно 50 млн. китайців проживає за кордоном, які, як правило, більш забезпечені люди. Їх приїзд на історичну батьківщину в якості туристів приносить Китаю чималі доходи.

За 25 років Китай досяг у галузі туризму значних досягнень. З країни, в яку в'їзд туристів був майже відсутній (до 1978 р.), Китай перетворився на одного з світових туристських лідерів. Згідно з даними СОТ, у 2020 році Китай займе перше і четверте місця в світі відповідно за кількістю прийнятих туристів з-за кордону і числа вітчизняних туристів, які вчинили закордонні туристичні поїздки [8].

Парадокс сучасного Китаю – поєднання комуністичної ідеології та ринкової економіки. Для країни характерні одні з найвищих у світі темпи економічного зростання, економічної могутності держави та злиднів переважної частини населення. Китай став найбільшим у світі виробником автомобілів, чорних металів, алюмінію, електроніки й електротехніки, взуття, синтетичних і бавовняних тканин та впевнено перетворюється на провідну туристичну країну. У Китаї реалізується концепція територіального розвитку, заснована на залученні зарубіжних інвестицій у вільні економічні зони, які спрямовуються в промисловість й туристичну індустрію.

Таким чином, найбільша в світі чисельність населення Китаю в умовах високих темпів економічного зростання означає наявність величезного потенціалу для розвитку міжнародного туризму. Курс на інтеграцію в світовий туристичний ринок у поєднанні активної ролі держави дозволив Китаю очолити список азіатських країн по туристичних прибуттях.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Александрова А. Ю. *География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А. Ю. Александровой.* – М. : КНОРУС, 2008. – 592 с.
2. Карлусов В. В. *Туризм в Китае / В. В. Карлусов.* – М.: Вост. л-ра, 2010. – 384 с.
3. Макгрегор Д. *Миллиард покупателей. Лучшие мировые практики бизнеса с Китаем / Д. Макгрегор.* СПб. : ПИТЕР, 2010. – 352 с.
4. *Міжнародне радіо Китаю [Електронний ресурс].* – Режим доступу <http://ukrainian.cri.cn>.
5. *National Bureau of Statistics [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <http://www.stats.gov.cn>.
6. *World Tourism Organization [Електронний ресурс].* – Режим доступу: [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).
7. *World Travel & Tourism Council [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <http://www.wttc.org/eng/Home>.
8. *World Trade Organization [Електронний ресурс].* – Режим доступу: <http://www.wto.org>.



**МАР'ЯНА ЛЕБІДЬ**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доц. Колінець Л. Б.**

## **РОЗВИТОК АВТОМОБІЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНУ**

Індустрія туризму, зокрема і автомобільного, розвивається в умовах жорсткої конкурентної боротьби, як на внутрішньому, так і на зовнішньому туристичному ринках. Для України, яка має потужний потенціал для розвитку цієї сфери, необхідно його повною мірою використовувати.

Аналіз літературних джерел свідчить про те, що проблемам розвитку автотуризму приділяється недостатня увага. Дослідження М. Б. Біржакова і В. І. Никифорова, А. Д. Чудновського, питання автотуризму висвітлюють лише побічно.

Не приділяється уваги проблемі розвитку автотуризму і в навчальних підручниках і посібниках, присв'ячених проблематиці організації транспортних подорожей і перевезень. Інтернет-ресурси з даного питання не зачіпають теоретичних проблем автотуризму і не містять аналітичних даних розвитку автотуризму в Україні.

Автомобільний туризм – це система підприємств, що забезпечують туристів, які подорожують на власному або орендованому автомобільному транспорті [1].

Автопослуги, які використовуються в туристичному обслуговуванні, включають три основних напрями: організація автобусних подорожей; організація подорожей на особистому транспорті туристів; прокат автомобілів [2].

За характером організації і проведення, туристичні подорожі поділяються на планові й самодіяльні. Плановими автомобільними подорожами можуть бути подорожі на орендованому автотранспорті (автобус або мікроавтобус), а також спортивні подорожі на особистому або орендованому транспорті.

Організація туристичних перевезень в рамках країн СНД регулюється постановою Міжпарламентської асамблеї держав-учасниць СНД "Про основні принципи співробітництва держав-учасниць СНД у галузі туризму" від 29 жовтня 1994 р. і іншими актами. В Україні організація перевезення туристів на автотранспорті регулюється Законом України "Про автомобільний транспорт" [3], Правилами надання послуг пасажирського автомобільного транспорту зі змінами від 16 вересня 2007 р.

Україна в недавньому минулому мала великий практичний досвід організації автотуризму. Особливо розвинений був туризм на приватному автомобільному транспорті. Для автомандрівників розроблялися маршрути різної категорії складності, вони забезпечувалися картами-схемами. Автотуристи ставили намети в найпростіших кемпінгах, місцеві жителі привозили сільгосппродукцію. Незважаючи на певні труднощі, автотуризм активно розвивався [4].

Україна має величезний фізико-географічний, кліматичний та історико-культурний потенціал для розвитку автотуризму, причому не тільки для українських громадян, але і для іноземного туриста, для якого Україна поки є незвіданою країною.

Сьогодні пріоритет віддається автобусним турам вихідного дня – досить популярні 2-3-денні поїздки по містах і багатоденні туристичні подорожі. Базою організованого автобусного і приватного подорожжя на особистому транспорті є Національна система туристично-екскурсійних маршрутів "Намісто Славутича", створена на основі рекреаційного потенціалу всіх областей України [5].

Аналіз інформаційних джерел свідчить про те, що в Україні намітилося поживлення в сфері автомобільного туризму, досягнуті певні рубежі розвитку інфраструктури. Значна увага приділяється розвитку і вдосконаленню автомобільних доріг. Існує велика автопрокатна мережа, є розгалужена мережа автозаправних станцій та пунктів СТО. Подальший розвиток отримала мережа розміщення автотуристів – від кемпінгів до мотелів та готелів [6].

Транзитні автотуристи мають можливість отримати харчування у численних придорожніх ресторанах, кафе, буфетах, що працюють цілодобово.

Поряд з позитивними тенденціями у сфері автотуризму Україні є ще невирішені проблеми. Перш за все, при аналізі розвитку автотуризму, явним стає те, що дана сфера розвивається "самопливом", на основі приватного підприємництва та за відсутності державного регулювання, тому не відповідає рівню державного стандарту [7].

Подальшого вдосконалення вимагають автомобільні траси; пункти розміщення автотуристів; спрощення системи прокату автомобілів; вдосконалення інформаційної бази для автотуристів – можливість придбати конкретні схеми-маршрути, карти автомобільних доріг регіонів подорожі.

Таким чином, з вище розглянутого випливає, що головною проблемою, яка гальмує розвиток автотуризму, – є відсутність державної програми розвитку автотуризму в Україні, яка об'єднала б поки що розрізнені підприємства автотуризму в струнку розгалужену систему із залученням учасників з суміжних галузей; визначила пріоритети розвитку, поставила чіткі цілі і завдання [8].

## ЛІТЕРАТУРА

1. Фастовець О. О. *Організація транспортних подорожжя і перевезень: Навчальний посібник*. – К.: Музична Україна. – 2012. – 190 с.
2. Мальська М. П., Худо В. В. *Туристичний бізнес: теорія та практика: Навчальний посібник*. – К.: Центр учбової Літератури, 2013. – 424 с.
3. Закон України "Про автомобільний транспорт". – К.: Парламентських видавництво. – 2013. – 23 с.
4. Котов Г. Г. *Організація і проведення туристських походів*. – М.: Профиздат, 2012. – 248 с.
5. Гетьман В. І. *Автотуризм чи автомобільний туризм: теорія і реальність*. – К.: 2011. – 185 с.
6. Волошановський А. *Автомобільна подорож. Особливості організації* / [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrtourism.com>.
7. Биржаков М. Б., Никифоров В. І. *Індустрія туризму: Перевезення* – СПб.: Герда, 2013. – 400 с.
8. *Автомобільні та мотоциклетні туристські маршрути* / Склад. Столяров О. А.. – М.: Профиздат, 2012. – 384 с.

**ІРИНА ЛЕВИЦЬКА**  
**Науковий керівник:**  
**к.е.н., доц. Смалюк Г. Ф.**

## **НЕОБХІДНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЄВРОПЕЙСЬКИХ СТАНДАРТІВ У РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ**

Готельне господарство – основний фактор і важлива складова туристичної інфраструктури, що відіграє провідну роль у презентації вітчизняного туристичного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Готельне господарство України в умовах глибоких соціально-економічних трансформацій стає все більш динамічною і пріоритетною сферою економічної діяльності. Міжнародний досвід свідчить, що розвиток готельного господарства сприяє зростанню надходжень до бюджетів всіх рівнів, створює нові робочі місця, формує сприятливий туристичний імідж країни. Тобто ефект лежить як у економічній, так і у соціальній площині.

Питанням впровадження високих стандартів ведення готельного бізнесу як передумові ефективного функціонування та розвитку готельного господарства присвячено наукові праці вітчизняних і зарубіжних авторів: С. Байлика, Р. Браймера, О. Дуровича, М. Кабушкіна, В. Карсекіна, Н. Кузнєцової, Л. Лук'янова, Л. Нечаюк, Н. Телеш, Т. Ткаченко, Д. Уокера, О. Чудновського та ін. Проте, враховуючи актуальність даної теми для розвитку економіки та іміджу України як туристичної держави, можна констатувати недостатнє дослідження проблем цієї галузі.

У Європі готельна індустрія сьогодні приносить рекордні доходи і дає можливість компаніям достатньо засобів для модернізації та інвестування капіталу. У цьому регіоні значно вища частка незалежних підприємств, що урізноманітнюють ринок готельних послуг, зумовлюють вищу його гнучкість. Проте, світові процеси інтеграції та глобалізації дають підстави прогнозувати у найближчому майбутньому більш інтенсивне поглинання великими готельними компаніями менш конкурентоздатних.

Серед головних тенденцій сучасного розвитку індустрії туризму в Європі можна виділити: поглиблення спеціалізації та диверсифікація готельних послуг; утворення значних за розмірами корпоративних форм – готельних мереж, які стають транснаціональними компаніями; широке використання в індустрії туризму інформаційних систем управління, технологічного забезпечення, маркетингу; інтеграція капіталу готельних підприємств з капіталом фінансових, страхових, будівельних, транспортних та інших сфер економіки; широке використання наукового менеджменту в організації та управлінні готельним бізнесом; розвиток мережі невеликих готельних підприємств, зорієнтованих на конкретний сегмент ринку [1, с. 97].

Для зниження неоднорідності виробничої якості послуг у багатьох готельних підприємствах розроблені стандарти обслуговування – комплекс обов'язкових для виконання правил обслуговування клієнтів, що повинні

гарантувати встановлений рівень якості всіх виробничих операцій. Стандарт обслуговування визначає формальні критерії оцінювання якісного рівня обслуговування клієнтів та діяльності будь-якого співробітника готельного підприємства. Для ефективного обслуговування у готелях, система якісного обслуговування відповідна стандартам ІСО 9000 і сертифікат відповідності її вимогам – умова позиціонування на ринку готельного підприємства [2, с. 16].

В умовах конкуренції серед послуг туризму підприємства готельного бізнесу при обслуговуванні туристів та інших категорій громадян повинні забезпечити не лише високий рівень комфорту проживання, але й постійно підвищувати рівень сервісного обслуговування клієнтів, пропонувати широкий вибір додаткових та супутніх послуг, в тому числі інформаційні, побутові, посередницькі, послуги бізнес-центру, організації дозвілля. Актуальна проблема впровадження готельними підприємствами високих стандартів обслуговування обумовлена не лише необхідністю надання високоякісних послуг, а також зниженням витрат підприємств даної галузі, проведенням маркетингових досліджень ринку готельних послуг з метою виявлення новітніх тенденцій у сфері туризму.

Разом з тим, сучасні дослідження показують, що на вітчизняних підприємствах готельного господарства спостерігається значна невідповідність зростаючих потреб і запитів споживачів обсягам і якості пропонованих послуг, недотримання стандартів сертифікації та стандартизації готельних послуг. Це зумовлено застарілою матеріально-технічною базою готельних підприємств, обмеженістю інвестиційної активності, недостатнім рівнем професійної підготовки персоналу, слабкою рекламою тощо. Вищенаведене потребує комплексного розгляду чинників, які найбільшою мірою впливають на рівень розвитку готельного бізнесу в умовах ринкової економіки, з метою пошуку оптимальних стратегій інтеграції в європейський туристичний простір як інструменту забезпечення високого рівня добробуту української нації.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Байлик С. И. *Гостиничное хозяйство. Организация, управление, обслуживание: Учеб. пособ.* / С. И. Байлик. – К.: ВИРА-Р, 2012. – 252 с.
2. Карсекін В. *Проблеми розвитку готельного господарства в Україні* / Карсекін В., Ткаченко Т. // *Економіка України*. – 2013. – № 9. – С. 14–18.

**ЮЛІЯ МАТЮК (СПІВАК)**

**Науковий керівник:**

**д.е.н., професор Савельєв Є. В.**

## **МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ**

Згідно з прогнозами Всесвітньої туристичної організації (ВТО), число подорожей в усьому світі буде збільшуватися на 3,5% щорічно й у найближчі 10–15 років сягатиме 1 млрд. чоловік. Досить значна частина цих подорожей

припадає на Європу. Тому, на мою думку, на європейському туристичному ринку ще довгий час будуть “вільні ніші” які з успіхом зможуть заповнити українські туристичні оператори. Цим обумовлюється актуальність дослідження проблеми виходу на європейський туристичний ринок на сьогодні важко переоцінити.

Значення маркетингового туризму не обмежується тільки торгівлею товарами і послугами, пошуком нових торгових партнерів. Вона спрямована також на установавання взаємин між громадянами різних країн, для збереження і процвітання різноманітних культур, ознайомлення туристів з найбільш значущими пам’ятками історії.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ВТО), глобальний ринок туристичних послуг переживає динамічний підйом. Ріст настільки стрімкий, що капітал цієї галузі вже цілком співставний з капіталами таких зверхприбуткових сфер, як торгівля нафтою і тютюновими виробами.

За даними ВТО, у 1960 році на глобальному ринку туристичних послуг було надано послуг на суму \$70 млрд. У 1980 році цей показник зріс до \$100 млрд. Результати 2013 року вражають набагато більше – \$500 млрд.

Згідно Internet European Travel Monitor, опублікованому [etourismnewsletter.com](http://etourismnewsletter.com), близько 16,9 млн. міжнародних подорожей, чи 6,4% усіх подорожей європейців за кордон були зроблені під впливом Інтернет у 2009 році. Майже чверть з цих подорожей була також замовлена й оплачена он-лайн.

Більшість замовлень квитків і путівок он-лайн було зроблено під час свят і для подорожей на відпочинок; тільки 3,8% зроблених он-лайн замовлень склали квитки і місця в готелях для бізнес-поїздок. В офф-лайновому сегменті туристичного ринку бізнес-поїздки складають приблизно 10% замовлень квитків.

Відомо, що туризм відноситься до високоліквідної галузі, тобто галузі зі швидкою віддачею. Однак, як показує українська практика, внесок туризму в національну економіку явно недостатній, що обумовлено не стільки слабкими інвестиційними можливостями переведення туризму на якісно новий рівень, скільки станом існуючої системи управління туристським підприємництвом. Таким чином, послідовність усіх дій по формуванні маркетингової стратегії зведена до чотирьох ключових етапів: аналіз, планування, реалізація і контроль. Сутність формування стратегічного планування на підприємства полягає у визначенні напрямку розвитку, розробці системи заходів щодо ефективного наближення до обраного орієнтира, а також оцінці і контролі процесу реалізації обраної стратегії. При цьому, основне значення має поведіння підприємства на ринку.

**АНАСТАСІЯ НЕДІЛЬСЬКА**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Кривоус В. Б.**

## **РЕГІОНАЛЬНІ РИНКИ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ КРАЇН ЦЕНТРАЛЬНОЇ ТА СХІДНОЇ ЄВРОПИ**

Ринок туристичних послуг задовольняє потреби населення у відпочинку та змістовному проведенні дозвілля і функціонує за загальними законами світового ринку. Він є складовою ринку послуг, його видовим компонентом.

**Ринок туристичних послуг** або туристичний ринок об'єктивним підґрунтям формування має зростання та урізноманітнення суспільних потреб і відповідне йому поглиблення суспільного поділу праці. Він є частиною світового ринку послуг, його видовим компонентом. **Туристичний ринок** – це сфера задоволення потреб населення в послугах, пов'язаних із відпочинком та змістовним проведенням дозвілля в подорожі [1, с. 108].

В основі виокремлення регіонального туристичного ринку лежить специфіка туристичної послуги. Туристична послуга має ознаки послуги, тобто невідчутність, нерозривність процесу виробництва/споживання, неможливість накопичення та неоднорідність якості, але до того має ще ряд специфічних рис: комплексність; мобільність – передбачає обов'язкове переміщення споживача до місця обслуговування; нероздільність процесу обслуговування пов'язана з попередніми ознаками; ритмічність – відбиває характер діяльності на туристичному ринку [1, с. 113–114].

Центрально-Східноєвропейський туристичний район складається з країн із різними рівнями соціально-економічного розвитку і несхожими культурами, які заселені народами із відмінними ментальностями. На одному полюсі знаходяться Чехія, Польща, Угорщина, Словаччина, Румунія, країни Прибалтики й ін. – держави, які неоднаково успішно здійснили перехід від командно-адміністративної до регульованої ринкової економіки і стали членами Європейського Союзу. На іншому боці – Туркменістан, Узбекистан, Киргизстан – типові азійські держави із сировинно-орієнтованими економіками й авторитарними політичними системами. Особливе місце і в районі, і в усьому світі посідає Російська Федерація з її претензіями на геополітичну винятковість й економічну роль у Європі та світі. Специфічне культурне й економічне середовище формують республіки Закавказзя. Така ж строкатість характерна і для ресурсної забезпеченості ринку туристичних послуг та специфіки його регіонального розвитку в окремих державах [2, с. 89–90].

Країни Східної та Центральної Європи цікаві у туристичному плані своїми екскурсійними, лікувально – оздоровчими та спортивними програмами та гірськолижними курортами [2, с. 92]. Тенденції розвитку регіональних туристичних ринків Центральної та Східної Європи визначають найважливіші центри туризму:

- у Росії (19,8 млн. туристів) – Москва, Санкт-Петербург, міста „Золотого кільця” і міста на Волзі, об'єкти історії та культури: музеї Ермітаж, Третьяковська галерея, Великий театр, Московський Кремль, Петродворець, Пушкін, Павловські, монастирі Сергієва Посаду та інші;

- в Україні (15,6 млн. туристів) – культурна спадщина Києва, Львова, Одеси, Канева (могила Т. Г. Шевченка) тощо;

- у Польщі (14,3 млн. туристів) – Варшава (Старе місто в стилі ренесанс і бароко, давні палаци), Гданськ, Краків (Вавельський замок XIII ст., собор Св. Станіслава (1359), у якому знаходяться гробниці польських королів Тадеуша Костюшко, Адама Міцкевича, Юзефа Пілсудського) та інші;

- в Угорщині – (12,2 млн. туристів) – Будапешт (будинок парламенту, палацовий комплекс із храмом у готичному стилі в Буді) та ін.;

- у Чехії (6 млн. туристів) – Прага (Старе місто XIII ст., Карлів міст з фігурами святих; Градчанський замок, собор Св. Вітта тощо), Брно, Пльзень (готична церква Св. Варфоломія XIII ст., ратуша XVI ст.) тощо;

- у Словаччині (1,4 млн. туристів) – Братислава (готичний собор XI ст., руїни палацу угорських монархів) тощо [3, с. 114–116].

Оцінка тенденцій, динаміки та особливостей розвитку регіональних ринків туристичних послуг Центрально-Східної Європи дозволила визначити чинники, що дестимулюють зростання туристичних потоків, основними серед яких є такі: невисокий рівень життя населення більшості країн Центрально-Східної Європи, недосконала туристична і транспортна інфраструктура, невисокий рівень якості асортименту туристичних послуг, неповністю розвинута система соціального туризму [4, с. 167].

## ЛІТЕРАТУРА

1. Масляк П. О. *Країнознавство Підручник*. – К.: Знання, 2008. – 292 с.

2. Александрова А. Ю. *Международный туризм*. – М.: Акспект-Пресс, 2009. – 312 с.

3. Окладникова Е. А. *Международный туризм. География туристских ресурсов мира: Учебное пособие*. – М., СПб.: ИФК Омега-Л; Учитель и ученик, 2010. – 384 с.

4. Фоменко Н. В. *Рекреаційні ресурси та курортологія: Навч. посібник*. – К.: Центр навч. літ., 2009. – 312 с.

**АНДРІЙ НЕМОДРУК**

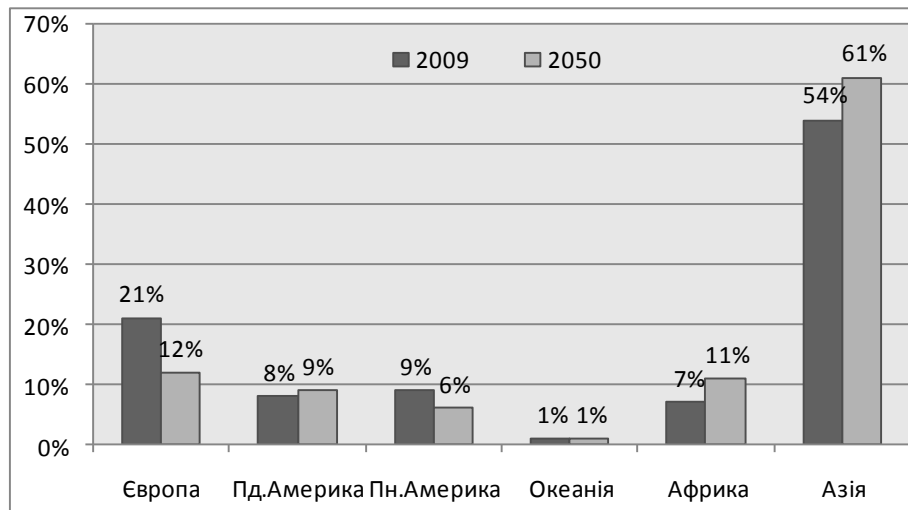
**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Зварич Р. Є.**

## ВПЛИВ СТАРІННЯ НАСЕЛЕННЯ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Старінням населення є зсув розподілу населення за віком у бік більшого віку. Цей процес є результатом демографічних змін в характері народжуваності, смертності і частково в міграції. За даними комісії ООН з питань розвитку суспільства старіння населення спостерігалось у всіх країнах світу окрім 18. Облік тенденцій і наслідків демографічного старіння є одним з головних завдань демографічної політики. За оцінками ООН, населення світу у віці 60 років і старше налічувало у 2000 р. 600 млн. осіб, що майже втричі перевищувало чисельність цієї вікової групи в 1950 р. (205 млн. осіб). У 2009 році вона перевищила 737 млн. осіб, а до 2050 р. складе більше 2 мільярдів осіб, ще раз потроївшись за останні 50 років. У 2009 році питома вага населення 60 років і старше в середньому по світу становила 10,8%. Вона була найменшою в Катарі та ОАЕ (1,9%), а найбільшою – в Японії (29,7%). Сьогодні 64% населення світу у віці 60 років і старше проживає в країнах, що

розвиваються в основному – в Азії (див. рис. 1). Старіння суспільства є серйозною економічною проблемою. Згідно з прогнозами ООН, до 2050 року 22% населення землі буде пенсіонерами, а в розвинених країнах на кожного працюючого громадянина припадатиме по пенсіонеру. Старіння суспільства неминуче чекає всі розвинені країни, а трохи пізніше – і країни, що розвиваються. Ця проблема вимагає комплексного підходу – соціального, економічного і технологічного. Розвиток медицини дозволяє сподіватися, що вік “активної старості”, тобто стану, коли літня людина може вести більш-менш повноцінне життя, буде неухильно підвищуватися.



Джерело: [побудовано за: <http://www.un.org/esa/population/publications/WPA2007/wpp2007.htm>].

**Рис. 1. Розподіл населення 60 років і старше за основними регіонами світу, 2050, %.**

Дана ситуація не може не відобразитись на розвитку міжнародного туризму, що став важливою галуззю світової економіки. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей, його внесок у світовий ВВП становить майже 11%, забезпечуючи зайнятість понад 10% всієї робочої сили і 11% інвестицій і майже стільки ж податкових надходжень. У світі розуміють значення доходів від розвитку туризму для економіки своїх країн і тому докладають чимало зусиль для заохочення приїзду іноземців. Доходи світової економіки за рахунок надходжень від міжнародного туризму у 2012 р. на 3,8% перевищили показник 2011 р. і вперше в історії перевищили трильйон доларів. За даними UNWTO, з урахуванням грошових надходжень у сфері міжнародних пасажирських перевезень, які склали в минулому році 196 млрд. доларів, загальна сума експортних надходжень за рахунок міжнародного туризму в 2011 році склала 1,2 трлн доларів. У 2012 р. найбільша частка надходжень у світову економіку від міжнародного туризму в абсолютних числах (45%) була забезпечена за рахунок країн Європи (463 млрд. доларів), за якою слідує Азіатсько-Тихоокеанський (28%, або 289 млрд. доларів) і американський (19%, або 199 млрд. доларів) регіони. Частка країн Близького Сходу, туристи яких витратили торік 46 млрд. доларів, склала 4%. На африканські держави припало 3% або 33 млрд. доларів надходжень.



В 2012 р. активне зростання попиту на турпоїздки спостерігався на багатьох ринках-донорах. Але найбільш виразно він проявився в країнах БРІК (Бразилія, Росія, Індія, Китай). Так витрати китайських туристів при здійсненні зарубіжних поїздок зросли на 18 млрд. доларів (плюс 32,2%) і досягли 73 млрд. доларів. Найбільше зростання надходжень від міжнародного туризму в абсолютному вираженні серед промислово розвинених країн зафіксовано в Німеччині, Австралії, Норвегії, Бельгії та Канаді. Рейтинг країн за витратами туристів на закордонні поїздки очолила Німеччина (84,3 млрд. доларів). На другому місці США (79,1 млрд. доларів), на третьому – Китай (72,6 млрд. доларів). Британія (50,6 млрд. доларів) – четверта, а Франція (41,7 млрд. доларів) – п'ята у списку. У десятку увійшли також Канада (33 млрд. доларів), Італія (28,8 млрд. доларів), Японія (27,2 млрд. доларів) і Австралія (26,9 млрд. доларів).

Сьогодні створені всі умови для пенсійного туризму. Існують спеціальні програми і домовленості з приймаючою стороною. Літній турист завжди там буде під ненав'язливим наглядом, на випадок якщо він раптом заблукав в незнайомому місці або ж йому несподівано стане погано. При цьому ні для кого не секрет, що через низку соціальних факторів далекі подорожі поки ще не популярні у пенсіонерів. Туристи похилого віку (люди старші за 55 років) вимагають не тільки комфорту, а й персональної уваги з боку обслуговуючого персоналу, можливість отримання медичної допомоги, наявності в ресторанах меню дієтичного харчування, розміщення в готелях, розташованих у тихих місцях і за помірними цінами.

Так, беручи до уваги тенденції старіння населення та динамічний розвиток туризму у світі варто зауважити, що до 2020 року кожному другому відпочиваючому буде понад 55 років. Причому, серед туристів-пенсіонерів зростатиме число охочих здійснити гірський перехід в Гімалаях, їх більше, ніж тих що мріють розслабитися на середземноморських курортах. Туристичні фірми Європи готові поміняти свої пріоритети і повністю орієнтуватися на людей похилого віку. Вони зізналися, що злочинно мало приділяли уваги цій категорії громадян, не вважали їх пріоритетними клієнтами. Серед літніх туристів теж існують активні мандрівники і авантюристи. Все більше людей похилого віку старше 55 років виїжджатимуть за кордон, щоб спробувати екстремальні розваги, такі, як стрибки з парашутом, спуск на мотузці на крутих і стрімких стінах і навіть плавання серед акул. Крім того, пенсіонери-туристи витіснять студентів на піших туристичних стежках.

Отже старіння населення матиме позитивний вплив на туристичну індустрію світу, зокрема це буде проявлятися завдяки таким факторам, як наявність в пенсіонерів практично необмеженої кількості вільного часу; все більш активна частка жінок літнього віку в поїздках (варто відзначити, що збільшення частки подорожуючих жінок має глобальний характер); міжнародна практика надання знижок в несезонний період; а також те, що особи літнього віку подорожують у складі груп – роблячи індустрію рекреацій масовішою.

**БОРИС ПІДПЕРИГОРА**  
**Науковий керівник:**  
**к.с-г.н., доц. Пазізіна К. В.**

## **КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ГЕП-ТУРИЗМУ**

Поняття GAP-туризму (пригодницького туризму) чим далі – тим більше набуває вартості, в тому числі й наукової, а особливо з точки зору дослідника, якого першою чергою цікавить упорядкування категорій, які так чи інакше пересікають згадане явище, і так само тих, які його формують.

Питанням соціології туризму і соціальної поведінки туриста присвячений праці відчизняного вченого Шандор Ф. Ф. Проте подальшого дослідження потребує висвітлення поняття геп-туризму

Терміни «GAP-туризм» і «GAP-турист» можна тлумачити по-різному. Справа в тому, що недостатньо словосполучення «The Great Adventure People» перекласти якимось на зразок «глобальний пригодницький туризм». Причому враховуємо, що не просто не тільки співвідносити термінологічні відповідники англійської і української мов, а відтак – сформувані більш-менш універсальне україномовне визначення цього явища, а так само не просто «вмонтувати» це явище у контекст туризму, враховуючи при цьому всю розгалуженість і переплетеність різноманітних класифікацій термінів і означень стосовно сфери туризму, маємо на увазі – класифікації, принаймні, української і україномовної.

На сьогодні немає чіткого визначення пригодницького туризму. В найзагальнішому розумінні – це подорожі з активними способами пересування, пов'язані з перебуванням у природному середовищі. [3]

В академічних літературних джерелах під пригодницьким туризмом розуміють – різновид туризму, пов'язаний з фізичними навантаженнями та організацією нестандартних турів у екзотичні й екологічно чисті природні резервації та включає незвичайні подорожі, нетрадиційні транспортні засоби. [1, с. 261]. Так само не існує і єдиної формули для створення пригодницьких турів. У загальному варіанті пригодницьким туризмом прийнято називати комерційні подорожі з активними способами пересування, пов'язані з перебуванням у природному середовищі. [4]

Поняття GAP-туризму (а відповідно і «пригодницького туризму») насправді можна вмонтувати у безліч різноманітних контекстів. До прикладу, пригодницький туризм має великий стосунок до поняття «активного» туризму (хоча у той же час включає подорожі без активних способів пересування), крім того – великою мірою дотикається до понять туризму наукового, культурного, пізнавального, екотуризму. Оскільки ми не маємо на меті детально співставляти всі визначення, зосереджуємось у нашому дослідженні тільки на найбільш поширених категоріях.

У наш час на світовому ринку пригодницький туризм (adventure tourism) – це не просто подорожі із пригодами, а тури з *елементами чогось незвичайного, виняткового* для туристів. У межах цього сегменту ринку пропонують широкий спектр послуг: від банальної пішохідної прогулянки по лісу до експедиції в Антарктиду. [2]

Пригодницький туризм об'єднує всі подорожі, пов'язані з активними способами пересування та відпочинку на природі, що мають на меті отримання нових відчуттів, вражень, поліпшення туристом фізичної форми та досягнення спортивних результатів. Сюди відносяться такі основні види туризму: альпінізм, рафтинг, гірський туризм, водний туризм, лижний і гірськолижний туризм, дайвінг.

Організаційними формами геп-туризму(пригодницького) є експедиції, експедиції створюють переважно в межах «подорожей пошукового, дослідницького характеру, які проводяться з метою вивчення, дослідження певного маршруту, території, одного чи декількох об'єктів з використанням будь-яких технічних засобів пересування або ж без них». Залежно від мети та напрямку роботи можуть проводитись туристично-спортивні, краєзнавчі, наукові експедиції тощо.

До основних спонукальних мотивів геп-туризму, [що залучає іноземних туристів] експерти відносять :

- можливість побути недовго в іншому способі життя, витратити вільно гроші, які збирали тривалий період, відчути себе вільною людиною
- вивчення й знайомство з новою культурою й способом життя, їжею й звичаями; [Шандор с. 66]
- відпочити від буденного способу життя поєднатися з природою
- зміна загальної обстановки, зняття стресу, відпочинок.

Таким чином геп-туризм має перспективи для розвитку в світі, і з кожним роком стає все більш популярним

## ЛІТЕРАТУРА

1. Шандор Ф., Кляп М. *Сучасні різновиди туризму: підручник* / Ф. Ф. Шандор, К. П. Кляп. – К.: Знання, 2013. – 336 с.
2. <http://www.ecotyrizm.com/turuzm.php>.
3. [http://www.specialtravelclub.ru/catalog/priklyuchencheskie\\_turi/](http://www.specialtravelclub.ru/catalog/priklyuchencheskie_turi/).
4. <http://www.ukrtourism.com/types/adventure/tours/list.html>.

**ДМИТРО САВИЦЬКИЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## МІЖНАРОДНИЙ КОРПОРАТИВНИЙ ТУРИЗМ

За умов постіндустріального суспільства діловий туризм отримав потужний імпульс для розвитку під впливом численних і різноманітних факторів, що діють в макро- і мікросередовищі туризму. Незважаючи на світові катаклізми, сектор ділового туристичного ринку динамічно розвивається, забезпечуючи щорічно 610 млн. ділових поїздок і майже 430 млрд. дол. фінансового обороту. За прогнозами фахівців, до 2020 р. прибутковість індустрії ділового туризму зросте в 5 разів – до 2 трлн. дол. на рік.

Корпоративний сектор ділового туризму охоплює домінуючу частку ділових поїздок. Сьогодні кожна четверта туристична поїздка в світі відбувається в зв'язку зі службовою необхідністю, включаючи як індивідуальні ділові поїздки, так і поїздки для участі в заходах, що проводяться підприємствами. Багатообіцяючі довготривалі перспективи розвитку ділового і, зокрема, корпоративного туризму, його висока прибутковість, а також мультикомпонентність споживаного туристського продукту створюють сприятливі можливості використання його потенціалу для розвитку туризму в DESTИНАЦІЇ, стимулювання раціонального використання її культурних та природно-рекреаційних ресурсів, формують передумови для збалансованого зростання всього туристського комплексу і підвищення конкурентоспроможності DESTИНАЦІЇ за рахунок модернізації туристського пропозиції. Зазначені фактори набувають особливої актуальності в контексті підвищення уваги до розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в Україні.

У теорії туризму виділяють кілька підходів до трактування ділового туризму, складовою частиною якого є корпоративний туризм:

❖ Концептуальний, в рамках якого отримують розвиток дефініції, що відображають, перш за все, туристські потреби і мотивації, характер діяльності та особливості поведінки туристів, при збереженні сутнісних рис поняття туризму.

❖ Рекреаційний, що пропонує трактування туризму як форму дозвільної діяльності, здійснюваної в рекреаційних цілях. При цьому рекреаційна орієнтація ділового туризму розглядається як невід'ємний елемент ділового туризму, критерій виділення ділового туризму з більш широкого класу ділових поїздок (подорожей).

❖ Економічний підхід, що відображає його зв'язок з діяльністю, пов'язаною із виробництвом, реалізацією і споживанням послуг ділового туризму. У рамках аналізу ділового туризму в економічних координатах виділяють, по-перше, бізнес-підхід, який відображає аналіз і визначення ділового туризму як особливої галузі бізнес-практики –індустрії з виробництва та реалізації досить широкого спектру послуг організації поїздок і заходів, що реалізують службові цілі, і спрямовані на задоволення потреб ділового туриста, які виникають у період його поїздки. По-друге, трактування ділового туризму як споживчої практики. Споживчий підхід фокусує увагу на тому, що діловий туризм має відношення до широкого спектру діяльності під час перебування в DESTИНАЦІЇ ділового мандрівника, пов'язані зі споживанням різноманітних благ та послуг, відображає комплексний характер туристських практик ділового туризму і акцентує увагу на експортній спрямованості ділового туризму.

Корпоративний туризм характеризується істотними відмінними ознаками в контексті туристської діяльності. Маючи багатокомпонентний склад, він вимагає диференційованого підходу як з боку підприємств туристської індустрії, так і DESTИНАЦІЇ в цілому. Це обумовлює актуальність і високу практичну значимість виявлення відмінних характеристик корпоративного туризму та його окремих видів. Поширеним критерієм до виділення корпоративного туризму як частини ділового є використання ознаки ініціатора і

організатора ділових поїздок, в якості якого виступає корпорація для досягнення певних корпоративних цілей.

Іншим поширеним підходом є поділ ділового туризму (ділових подорожей) на два сектори – сектор індивідуальних ділових поїздок («відряджень») і MICE – сектор, який часто трактується як власне діловий туризм (MICE – з англ. Meetings-Incentive-Conferences-Events – заходи, спрямовані на розвиток, мотивацію, навчання персоналу, партнерів і клієнтів компанії, а також на представлення компанії, її цінностей, філософії та можливостей для внутрішнього і зовнішнього споживача).

Загалом, корпоративний туризм являє собою переміщення індивідів, що представляють різні партнерські контактні групи корпорації (співробітники, споживачі та ін.) за межі їх звичайного середовища, що мотивовані професійними або рекреаційними інтересами, ініційовані і фінансовані корпорацією і реалізують певні корпоративні цілі.

В економічних координатах розвитку дестинацій критично важливе значення набувають показники туристського споживання, факт наявності і розміри споживчих витрат в місці перебування. Даний показник використовується в статистиці туризму, більше того, саме цей критерій привів до рекомендації СОТ розглядати одноденних (тих, що не ночують в дестинації) відвідувачів як окремий випадок туризму та їх поїздки відображаються в туристських статистичних довідниках.

Напрямок ділового туризму, та корпоративний туризм зокрема, уже широко розвинений у США і Європі, хоча початком його розвитку прийнято вважати 70-ті роки 20-го сторіччя. На вітчизняному ринку такий вид туризму став розвиватися тільки на початку 90-х.

Зрозуміло, що крім бажання власників і керівників компаній для успішного розвитку ділового туризму необхідна відповідна інфраструктура. Вітчизняні туроператори не бачать приводів до зміни сформованої ситуації, тому що по їхніх оцінках бізнес-туризм усередині країни не затребуваний, і виділяти його в окремий вид туристичних послуг немає ніякої необхідності. Єдине, що туристичні компанії можуть запропонувати – це допомогти в покупці квитків або замовленні готелю. Про те, що туристична компанія буде займатися підготовкою й підбором місця для проведення корпоративних тренінгів, або буде організовувати поїздки для одержання досвіду на заводі й цехи, що здійснюють виробництво вікон, пошиття штор, або випуск медичних препаратів, мови поки йти не може.

Із всіх наших міст розвитком ділового туризму похвастатися поки може тільки Київ, де частка ділових туристів у загальному потоці становить до 60%. І для цього є свої підстави, тому що в столиці постійно створюються виставочні центри, ділові будинки, проводяться конгреси й форуми. У цілому ж по країні частка ділових туристів не перевищує й 20%.

Звичайно, в умовах кризи, про розвиток ділового туризму говорити не доводиться, тому що найчастіше компанії заощаджують на цих статтях витрат. Однак напрямок ділового туризму все ж залишається перспективним. У майбутньому, з розвитком внутрішнього туризму, частка, що становить бізнес-

туризм у загальній структурі туристичної галузі, обов'язково буде зростати. Але все це відбудеться тільки при відповідному розвитку інфраструктури.

Сьогодні існує нагальна необхідність модернізації засобів розміщення для ділових відвідувачів України. За висновками дослідження міжнародних ділових організацій столиця і інші місця України виявляються далеко не на висоті за якістю ділової інфраструктури. Менше 20 відсотків українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту. Створення готелів, здатних приймати ділових туристів, нині особливо актуальним. Враховуючи, що в даний час українські готелі знаходяться в різних формах власності і управління, широке застосування має знайти франчайзинг, який не вимагає зміни форми власності. Організація, здатна виконати функції консолідації готелів в ланцюзі, не обов'язково повинна мати свої власні підприємства розміщення. Звичайно, в цьому випадку, центральною проблемою стає пошук інвестицій. Зрозуміло, що здійснення подібної акції вимагає великої організаційної підготовки і розробки відповідного проекту. Об'єднання готелів під єдиним управлінням дасть колосальну вигоду як власникам об'єктів так і їх операторам. Головна перевага, яку одержує готель, що входить в ланцюг – зниження загальних витрат. Крім того, це дозволить ланцюгам проникнути і на міжнародні ринки, розширюючи сферу свого впливу. Створення сучасного готельного ланцюга в Україні, об'єданого єдиним брендом і високим рівнем якості, пов'язане з певними проблемами: ризик бюрократичних процедур, можливі фінансові збитки, а також відсутність високопрофесійних кадрів для українських готелів.

Сьогодні в Києві серед трьохсот туристичних компаній діловим туризмом займаються двадцять. Вони оперативно надають бізнес-туристам різноманітні послуги, починаючи із зустрічі в аеропорту, транспортування по місту, бронювання місць в готелях, оренди конференц-залів, офісного обладнання, організації харчування, культурного та спортивного дозвілля і закінчуючи придбанням авіаквитків у зворотний бік.

Таким чином, завдяки інтернаціоналізації та глобалізації основних сфер життя суспільства, український діловий туризм підпадає під потужний вплив світових тенденцій. Завдяки небачено швидким темпам росту кількості ділових контактів, сфера ділового туризму у світі оформилась в самостійну високоприбуткову галузь економіки, яка має свої асоціації, друковані видання, наукові й освітні установи. Україна має всі можливості стати діловою туристичною державою світового рівня.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Сорокина Н. *Управление развитием корпоративного туризма в дестинации [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.fines.ru/thesis/d307sorokinana.pdf>.*

2. Нікітенко С. *Діловий туризм в Україні: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://lib.chdu.edu.ua/pdf/naukpraci/history/2006/52-39-28.pdf>.*

3. *Діловий туризм [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://hottour.kiev.ua/dilovij-turizm>.*

4. *MICE\_мероприяття [Електронний ресурс] – режим доступу: [http://ru.wikipedia.org/wiki/MICE\\_мероприяття](http://ru.wikipedia.org/wiki/MICE_мероприяття).*

**НАТАЛІЯ СВИНЧАК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доц. Смалюк Г. Ф.**

## **СТАН ТА ШЛЯХИ РЕФОРМУВАННЯ ІНОЗЕМНОГО ТУРИЗМУ**

Сучасна туристична сфера швидко прогресує. Її розвиток сприяє активному економічному зростанню багатьох країн світу. Проте на розвиток туристичної галузі господарства окремої держави істотно впливають світові тенденції розвитку туризму. Сьогодні туризм став самостійною галуззю господарства.

Будучи складною соціально-економічною системою, туризм схильний до впливу з боку чисельних факторів, роль яких в кожний момент може бути різною. Основні фактори, що впливають на розвиток туризму, поділяються на статичні й динамічні. До статичних відносять сукупність природно-географічних факторів, які мають незмінне значення. Людина лише пристосовує їх до туристських потреб, робить більш доступними для використання. До динамічних факторів відносять: демографічні, соціально-економічні, матеріально-технічні й політичні фактори, які можуть мати різну оцінку, значення, що змінюються в часі й просторі [2, с. 22].

До основних тенденцій розвитку світового туризму в XXI столітті належать інтенсивний розвиток політичного, культурно-пізнавального, ділового, тематичного та пригодницького туризму і круїзи; посилення конкуренції, що вимагає від туристичної галузі підвищення якості наданих послуг; концентрації інвестицій і кооперації учасників ринку туристичних послуг; збільшення частки витрат на подорожі в сімейних бюджетах, зростання популярності індивідуального туризму тощо.

За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму в світовому ВВП становить близько 9% та близько 30% в світовому експорті послуг та 6% від обсягів світової торгівлі. В галузі туризму працює більш ніж 235 млн. осіб або кожний 12 працівник. В 2011 році послугами туристичної галузі скористалося близько 983 млн. міжнародних туристів, в 2012 році їх кількість перевищила 1 млрд. осіб. Загальний товарообіг світового туризму в 2012 році склав 1,2 трильйонів дол. США [3, с. 85].

Щороку кількість країн які представлені в рейтингу Світового економічного форуму зростає, так в 2007 році оцінювалася туристична конкурентоздатність 124 країн, в 2011 році до рейтингу потрапило вже 139 країн, що свідчить про зростаючу популярність та важливість даного рейтингу [1, с. 48].

Поряд із цим, на світовому ринку туристичних послуг Україна має низьку репутацію та малу довіру до неї з боку іноземних відвідувачів через відносно низьку конкурентоспроможність вітчизняного туристичного продукту, що не дозволяє їй посісти гідне місце серед інших європейських країн. Тому для активного розвитку в'їзного туризму в Україні необхідно створити відповідну маркетингову стратегію його стимулювання, яка сприяла б збільшенню кількості іноземних відвідувачів, дозволила б краще використовувати наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів України та допомогла б створенню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг.

Отже, реалізація стратегії стимулювання розвитку іноземного туризму в Україні є одним із основних факторів активізації експорту туристичних послуг, що значно зміцнить позиції вітчизняних туристичних підприємств на зовнішньому ринку, дозволить використовувати краще наявний туристично-рекреаційний потенціал регіонів та країни загалом. Розвиток іноземного туризму посилить конкурентоспроможність вітчизняного туристичного продукту та, в кінцевому результаті, сприятиме формуванню позитивного іміджу країни на світовому ринку туристичних послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бондаренко М. П. *Позиціонування України на міжнародному туристичному ринку* / М. П. Бондаренко // *Економічний часопис-XXI*. – 2011. – № 1-2. – С. 47–50.
2. Любіцева О. О. *Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)*. – К., 2007. – 436 с.
3. Москаленко М. А. *Туристичний імідж України* / М. А. Москаленко / *Географія та туризм*. – Вип.12. – 2012. – С. 83–87

**ЛІЛІЯ СІРВАТКА**

**Науковий керівник:**

**д.е.н., професор Савельєв Є. В.**

## МЕТОДИКА РОЗРОБКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРУ

Міжнародний туризм – важливий напрямок у міжнародному співробітництві, побудований на повазі до народної культури, історії та головних інтересах кожної держави, сприяє розвитку відносин між народами різних країн. Значення міжнародного туризму у світі все більше зростає. Сьогодні це одна з найбільш прибуткових галузей, джерело валютних надходжень для країни. Число міжнародних туристських прибуттів виросло на 5% в 2013 році, досягнувши рекордної позначки в 1 млрд. 087 млн.

В діяльності будь-якої фірми настає момент, коли існуючі тури втрачають свою популярність, і потрібно розробляти нові тури, враховуючи сучасні умови та ринкові відносини. Велике значення для розвитку туристичної галузі та країни відіграє міжнародний туризм, тому пошук методів удосконалення



розвитку міжнародного туризму, нових ідей та підходів для розробки та просування міжнародного туристичного туру й турпродукту з метою збільшення кількості іноземних туристів та поживленню економічного стану країни – це актуальне питання.

Метою більшості туристичних підприємств є розвиток та отримання прибутку від діяльності. Кожного керівника цікавить кінцевий результат діяльності фірми, тобто комерційний успіх підприємства. Жодна туристична фірма не може користуватися тільки наявними в її асортименті маршрутами. Постійно змінюються поняття населення про найкращі види відпочинку, мода на престижні місця відпочинку, з'являються нові курортні райони. Отже, необхідно розробляти такий товар або послугу, який задовільняв би потреби потенційних покупців і тим самим забезпечував збільшення прибутку. Планування розробки туристичного туру – це важливий компонент у розвитку діяльності туристичних підприємств. У вітчизняній економічній літературі, як і в зарубіжній, досить мало уваги приділено проблемам розробки туристичного туру та його ефективному використанню. Існує потреба подальшого розвитку теоретичних та науково-методичних основ формування міжнародного туру враховуючи сучасні умови.

Серед науковців та вчених, які присвячують свою діяльність дослідженню міжнародного туризму та методики розробки туру, на роботи яких спирається автор статті, слід виділити таких: Бабарицька В. К., Балабанова Л. В., Волкова Л. А., Герасименко В. Г., Герчикова І. М., та ін.

При вивченні сутності туризму та міжнародного туризму, автором виявлена відсутність єдиного підходу до визначення даних термінів. У зв'язку з різноманітними тлумаченнями терміну “туризм”, найбільш доцільно під туризмом розуміти соціально-економічне явище, тісно взаємозалежне з елементами туристичного комплексу. Дослідження підходів до класифікацій видів міжнародного туризму дозволило стверджувати, що в Україні існують різні його класифікації й до теперішнього часу відсутній єдиний підхід. У зв'язку з цим, автором запропоновано дотримуватись рекомендацій Всесвітньої туристичної організації (ВТО) і виділяти дві категорії міжнародного туризму: 1) в'їзний туризм, тобто подорожі по певній країні осіб, що не є її жителями; 2) виїзний туризм, тобто подорожі жителів певної країни в іншу країну. В теоретичному плані автор прийшов до висновку, що туристичний продукт – право на тур, призначене для реалізації туристу, який задовольняє його потреби під час подорожей за певну оплату;

Автор провів аналіз туристичного ринку в Іспанії, його ролі в світовому туристичному секторі. На основі науково-дослідного і практично-пізнавального матеріалу, виявлено основні фактори, що роблять позитивний вплив на лідируючі позиції Іспанії в світовому туризмі. В основі роботи лежать статистичні дані та інформаційні матеріали про туризм в Іспанії. Згідно даних Всесвітньої Туристичної Організації, в 2012 році надходження від туристичних прибутків становили 56 млрд. дол США, вона як і раніше займає друге місце у світі за величиною доходів від туристичних прибутків, та перше місце у Європі. Приморські райони Іспанії є рекреаційними зонами міжнародного значення. Завдяки розвитку цих областей туризм став найважливішою статтею доходу

іспанської економіки. Згідно з прогнозом Всесвітньої Туристичної Організації, зростання туристичної індустрії буде спостерігатись в XXI столітті, і до 2020 року кількість міжнародних туристичних відвідувань складе 1,6 бiльйона одиниць. Все це повністю пояснює те, що туризм на сьогоднішній день грає одну з головних ролей у світовій економіці і є в даний час одним з найприбутковіших видів бізнесу в світі.

Автор провів аналіз світових тенденцій розвитку міжнародного туризму, і виявив, що незважаючи на глобальні економічні виклики, результати міжнародного туризму перевершили всі очікування, враховуючи, що в 2013 році додатково 52 млн. міжнародних туристів здійснили подорожі в світі. ЮНВТО прогнозує, що в 2014 році темпи зростання будуть на 4%–4,5% більші і знову перевищать передбачені в довгостроковому прогнозі результати.

Найбільшим попитом у міжнародних туристів користувалися туристичні маршрути по направленню до Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Африки і Європи (+6% в порівнянні з 2012 роком). Більша частина нових прибуттів припала на Європу, яка прийняла в 2013 році додатково 29 млн. міжнародних туристів, в результаті чого загальна кількість прибуттів в цей регіон досягли 563 млн. Такі темпи зростання (+5%) перевершили прогнози на 2013 рік і в два рази перевищили середні темпи зростання регіону за період 2005–2012 рр. Даний результат виглядає особливо замітним на фоні регіональної економічної ситуації і того факту, що він був досягнутий після того, як в 2011 і 2012 рр. темпи зростання вже були стійкими. У десятці найбільш важливих напрямків для туристів є Росія і Китай. Туристські витрати Китаю, що став в 2012 році найбільшим виїзним ринком з показником витрат у 102 млрд. дол США, зросли за перші три квартали 2013 року на 28%. 2013 рік виявився прекрасним роком для міжнародного туризму. Сектор туризму продемонстрував свою чудову здатність пристосовуватися до мінливих ринкових умов, сприяючи економічному зростанню і створенню робочих місць у всьому світі. Фактично, туризм належить до числа тих небагатьох секторів, які приносять хороші результати для багатьох економік.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Любіцева О. О. *Методика розробки турів: Навчальний посібник*. – К.: “Альтпрес”, 2003.
2. *Yearbook of Tourism Statistics, Data 2008–2012 / World Tourism Organization (UNWTO)*. – Madrid: WTO, 2014. – 350 с.

**ХРИСТИНА СЛОБОДЯН**  
**Науковий керівник:**  
**к. е. н., доцент Зварич Р. Є.**

## ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В ТУРИЗМІ

Головна ціль туристичної стратегії держави – це створення високоефективного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування своїх та іноземних

громадян, а також значний внесок в розвиток економіки країни. Інвестування раціонального використання туристичних ресурсів, зважаючи на їх широку видову різноманітність, є однією з опор, на яких будується фундамент ринкової економіки туристичних ресурсів, оскільки інвестиції, зокрема іноземні, є надважливими для розвитку економіки туристичних регіонів. Інвестиційний потенціал охорони туристичних ресурсів визначається сумою об'єктивних передумов для інвестицій, яка залежить від різноманітності туристичних об'єктів інвестування, а також від економічного становища країни в цілому та туристичного регіону зокрема. На регіональному рівні обсяг інвестування охорони туристичних ресурсів визначається насиченістю території відповідними факторами, зокрема наявністю та збереженістю туристичних ресурсів, матеріально-технічною базою туризму, розвитком інфраструктури туризму, трудовими ресурсами тощо, а також рівнем доходів населення, споживчим попитом. До переваг від інвестицій у туристичну індустрію для кожної країни, регіону можна віднести:

- збільшення готівкового потоку в регіон, в тому числі надходження іноземної валюти;
  - ріст валового національного продукту (НД);
  - створення нових робочих місць;
  - реформування структури відпочинку, яка може бути використана як туристами, так і місцевими жителями;
  - залучення капіталу, в тому числі й іноземного;
  - збільшення податкових надходжень приймаючого регіону.
- Недоліки розвитку туризму проявляються в тому, що туризм:
- впливає на ріст цін на місцеві товари та послуги, на земельні й інші природні ресурси і нерухомість;
  - сприяє відтоку грошей за кордон при туристичному імпорті;
  - викликає екологічні та соціальні проблеми;
  - може нанести збитки розвитку інших галузей і т. д.

Джерелами інвестування охорони туристичних ресурсів регіону можуть бути також власні кошти туристичних підприємств, організацій, що використовують туристичні ресурси, спеціалізованих державних і комунальних фінансово-кредитних установ, кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб та інші джерела, не заборонені законодавством. Основним джерелом фінансування на теперішній час залишаються власні кошти. При відсутності механізму залучення їх в охорону туристичних ресурсів економічний ріст країни та її регіонів зокрема є неефективним. Тому існує необхідність створення на регіональному рівні системи стимулів, що зроблять процеси охорони туристичних ресурсів економічно вигідним. Регіони повинні відігравати роль центра, який, з одного боку сприятиме охороні туристичних ресурсів, а з другого – повномасштабному раціональному їх використанню.

Географічна структура сучасних міжнародних інвестиційних процесів в туристичну галузь була досить складною і віддзеркалювала не тільки власне світову туристично-інвестиційну кон'юнктуру, але й тенденції та особливості економічного розвитку окремих країн і регіонів. Тут важливими тенденціями

останнього часу з одного боку є переважна концентрація міжнародних інвестицій у туристичну індустрію розвинених країнах, які наразі залишаються також й основними експортерами ПШ в супутні галузі (з оглядку на зосередження в них світового виробництва і доходів), а з іншого – поява крупних нових країн базування ПШ і приймаючих країн із відповідним підвищенням ролі інвестицій нових індустріальних держав в економіці розвинених країн, переорієнтацією і прискоренням перетоку коштів з промислово розвинутих країн до туристично-орієнтованих країн, що розвиваються, та зростанням відтоків ПШ з країн, що розвиваються, і країн з перехідною економікою. У цілому, за період 2002–2012 рр. середній щорічний темп зростання світового обсягу притоків ПШ в туристичну галузь становив 103,5%, тоді як прямі інвестиції у країни, що розвиваються, у середньому зростали швидше (112,1%), а у розвинені країни і у країни з перехідною економікою – повільніше (94,9% і 95,6% відповідно). Крім цього, з посиленням глобалізації світової економіки, лібералізацією інвестиційної, фінансової і податкової політики, формуванням вільних економічних зон у розвинених країнах і в країнах з перехідною економікою, зміною туристичних вподобань подорожуючих зростає кількість офшорних територій, а відтак – і їх роль як учасників прямого іноземного інвестування.

За останні роки обсяг інвестицій в туристичну галузь України зростає. Значну частку займають іноземні інвестиції провідних країн світу. Існує територіальна диференціація розподілу інвестиційних ресурсів. Пошук туристичних ринків збуту – найпоширеніший стратегічний мотив для інвестицій в туристичну галузь України. Серед мотивів є бажання постачати свою турпродукцію і мати вихід на нові регіональні туристичні ринки. Серед другорядних мотивів є підвищення конкурентоспроможності і доступ до наукових і технологічних розробок. Створення ефективного механізму залучення та використання інвестицій дозволяє з урахуванням особливостей трансформації регіональної економіки узгоджувати інтереси інвесторів із інтересами території. На територіальному рівні необхідно здійснювати маркетинг інвестиційного ринку, розробляти інвестиційні програми і проводити тендери, системно вирішувати задачі економічної та науково-технічної експертизи окремих проектів, а також задачі розміщення та освоєння інвестицій в регіоні. При чому слід враховувати, що кожен інвестор має власні пріоритети.

**ТАРАС СМУК**

**Науковий керівник:**

**к.е.н. Ліщинський І. О.**

## **ВПЛИВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ НА ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ**

Туризм – важливе джерело надходжень до скарбниці будь-якої держави. У багатьох країнах на частку туризму припадає від однієї п'ятої до половини валового національного продукту. У сфері туризму зайнято 60% всієї робочої

сили у світі. Туризм розширює платіжний баланс країни, розвиває сфери світового господарства, супутні туризму: виробництво товарів, торгівлю, будівництво, транспорт, страхування та інші.

Туризм охоплює безліч різноманітних секторів економіки, і це ускладнює точну оцінку чисельності працівників, зайнятих у сфері туризму. Більше того, вирішення проблеми реальної оцінки ускладнюється через специфічний характер праці і різноманітні зв'язків між туристським сектором та іншими секторами економіки.

Праця в сфері туризму характеризується неоднорідністю, що виражається в поділі праці на розумову і фізичну, організаторську і виконавську, складну і просту, самоорганізовану і регламентовану, творчу і стереотипну. У зв'язку з цим, для характеристики праці та її впливу на зайнятість, низкою дослідників використовуються такі поняття: якість праці, складність праці, зміст і характер праці. На підставі цього пропонуються шість професійно-кваліфікаційних груп працівників, зайнятих у сфері туризму

1. Працівники туризму (постійно працюють або зайняті в рамках вторинної зайнятості), які займаються безпосередньо туристсько-екскурсійним обслуговуванням: екскурсоводи, гіді-перекладачі, інструктори-методисти, керівники туристських груп, організатори подорожей та екскурсій, інструктори турклубів і т. д. Основні функції працівників туризму зводяться до організації відпочинку та туристської освіти.

2. Аніматори туризму, які є організаторами самодіяльного туризму (інструктори, старші інструктори, старші інструктори-методисти або гіді-міжнародники). Характеристики, що впливають на зайнятість цієї групи працівників, аналогічні зазначеним вище.

3. Директори фірм та керівний адміністративно-управлінський персонал (лінійні і функціональні керівники організацій, об'єднань та підприємств). Дані працівники безпосередньо з клієнтами, як правило, не стикаються. Збереження зайнятості зазначених працівників залежить насамперед від загальних умов розвитку туризму та загальних професійних навичок менеджера.

4. Фахівці (працівники різних відділів і служб: інженери, інструктори, економісти, бухгалтери, методисти, технологи і т. д.). Основною функцією фахівців є кваліфікована і технологічна розробка та реалізація конкретних рішень і питань. Спеціалісти можуть бути наскрізними, зайнятість яких жорстко не обумовлена станом і розвитком туризму; міжгалузевими, зайнятість яких пов'язана з розвитком деяких інших галузей; галузевими (технологічними), зайнятість яких обумовлена тільки розвитком туризму.

5. Кадри масових професій (кухарі, покоївки, сантехніки, офіціанти, водії тощо, тобто кваліфіковані робітники, функціями яких є реалізація та забезпечення технологічного циклу туристського обслуговування). У цю групу входять робітники некваліфікованої і мало кваліфікованої праці, а також робочі висококваліфікованої праці. Зайнятість цієї групи працівників помітно обумовлена сезонністю туризму.

6. У ці групу об'єднується працівники розумової праці, що не потребує спеціальної освіти: секретарі, діловоди, касири, табельщики, нормувальники та

ін. Основні функції цих працівників полягають у веденні діловодства, нормативної документації, виконанні оперативно-технічних завдань.

Зростання туризму створює в країнах, незалежно від рівня їхнього розвитку, багато нових робочих місць. Такий вплив туризму на зайнятість може стати визначальним для багатьох невеликих країн, які суттєво залежать від даного сектора економіки. У цих країнах більше 50 % працездатного населення залучено в діяльність, яка прямо або побічно пов'язана з туризмом в певну пору року. Малі країни в основному мають замкнуту економіку, і до розвитку в них індустрії туризму вони залежали від одного виду економічної діяльності чи одного продукту.

На відміну від невеликих держав, у провідних індустріальних країнах в туристській галузі працює тільки 5% працездатного населення. Тоді як у країнах, що розвиваються, в індустрії туризму створюється більше нових робочих місць, ніж в інших галузях економіки.

Згідно з інформацією Міжнародного бюро праці приблизно 150 млн. людей в усьому світі зайняті в сфері туризму і половина з них працює в готельному господарстві. Однак ця пропорція різна для різних країн. В слаборозвинутих країнах число працівників, зайнятих в готельному господарстві, дуже велике, оскільки праця там дешева, готелі будуються у віддалених місцевостях і вимагають більшої технічної оснащеності. Таким чином, показник чисельності людей при обслуговуванні одного номера в цих країнах приблизно складає від 1,6 у Кенії до 1,8 на Сейшельських островах. Кількість новостворених робочих місць в готельному господарстві в цілому хоча і дуже велика, але можливість їх створення залежить від категорії готелів, яка, в свою чергу, визначається величиною інвестицій.

Статистика зайнятості показує, що частка жінок в індустрії готельного господарства становить більше 50%. У країнах Північної Європи в цій сфері в основному зайняті іноземці, наприклад, у Франції та Німеччині їх число становить близько 25%.

Туризм загалом позитивно впливає на економіку регіонів і країни. Це пов'язано з тим, що витрати туристів з інших регіонів і країн трансформуються у вклади в економіку приймаючої території. Туризм як торгівлю послугами на світовому ринку називають «невидимим імпортом», що вносить відповідний внесок у платіжний баланс країни. Позитивним явищем вважається той факт, коли сума ввезення туристами валюти в країну перевищує суму її вивезення.

Прямий вплив туризму на економіку країни або регіону-це результат використання частини доходів туристів на покупку ними послуг і товарів. Прямий вплив робить внесок грошей туристами саме в функціонування туристських підприємств, що створює базу матеріального забезпечення службовців турфірм і дозволяє створювати нові робочі місця.

Крім прямого впливу доходів від туризму на розвиток регіону існує також непрямий вплив, або «ефект мультиплікатора», який діє в міру розширення туризму в регіоні. Дія такого мультиплікатора можна пояснити наступним прикладом: група іноземних туристів, подорожуючи, витрачає на купівлю товарів і послуг певну суму. Дохід тур-підприємств – це їх виручка від продажу

туристам в регіоні послуг і товарів. Дохід регіону – це податки, отримані з цієї виручки і стягнені у розпорядження регіону. Гроші туристів починають працювати на економіку регіону, коли турфірма купує вироблені в регіоні товари і послуги. Регіон, отримавши гроші від туристів, виплачує з них заробітну плату своїм працівникам, які в свою чергу, витрачають їх на покупку товарів, оплату послуг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Влияние развитие туризма на состояние занятости [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/122/13.html>.
2. Международный туризм и занятость [Электронный ресурс]: – Режим доступа : [http://vfmgiu-tourism.ru/sistema\\_upravleniya\\_turizmom\\_33/mejdunarodnyi\\_turizm\\_i\\_zanyatost\\_309/index.html](http://vfmgiu-tourism.ru/sistema_upravleniya_turizmom_33/mejdunarodnyi_turizm_i_zanyatost_309/index.html).
3. Папирян Г. А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000.
4. Специфика занятости в сфере туристских услуг [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://uchebnik-online.com/122/14.html>.

**ІВАН СНІГУР**

**Науковий керівник**

**к.е.н., доцент Гродський С. В.**

## **ВРАХУВАННЯ ФАКТОРУ НОВИЗНИ ЕЛЕМЕНТІВ ПРИ ОБЧИСЛЕННІ ЦІНИ НА ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ**

Туристична галузь є однією з тих, які найбільш динамічно розвиваються в світі. Саме тому ціна, як один з головних конкурентних факторів, а також розробка і грамотне позиціонування нових туристичних продуктів відіграють значну роль в ефективності діяльності туристичного підприємства.

Туристична послуга, згідно з Міждержавним стандартом (ГОСТ 28681.0) – це результат діяльності туристичного підприємства по задоволенню відповідних потреб туристів. Туристичний пакет є складовою туристичного продукту, а точніше його основною невід’ємною частиною, яка включає: туристичний центр (місце відпочинку туриста), транспорт (засіб пересування, за допомогою якого можна добратися до туристичного центру), послуги розміщення та трансфер (доставка туриста від місця прибуття до місця розміщення). Сам туристичний продукт є поняттям, здебільшого, ширшим ніж туристичний пакет, проте може йому дорівнювати, але не бути меншим. Отже, туристичний продукт, по своїй суті, є поняттям комплексним і являє собою сукупність речових (предметів споживання) та не речових (у формі послуг) споживчих вартостей, необхідних для задоволення потреб туриста, які виникають у період його туристичної подорожі [1].

Стійкість попиту на туристичні послуги залежить від індивідуальних особливостей людини, тому при встановленні цін на них слід враховувати

наступний психологічний момент: ціна не повинна викликати негативних емоцій у потенційних покупців. Процеси виробництва, реалізації і споживання послуг збігаються за часом, тому у сфері послуг застосовується сезонна диференціація цін і тарифів; попит на послуги туризму носить яскраво виражений сезонний характер [2].

Відповідно до українського законодавства, а саме, статті першої закону України «Про ціни та ціноутворення», ціна – це, виражений у грошовій формі, еквівалент одиниці товару [5].

Під час встановлення відпускнуої ціни туристичних послуг використовують два варіанти цін:

- ціна «нетто», що характеризує «обмеженість собівартості» туристичного продукту;

- ціна «брутто», тобто ціна пропозиції туристичного продукту на ринку [3].

У даному дослідженні ми пропонуємо розглянути дві найбільш актуальних, на нашу думку, цінові стратегії для формування ціни на новий туристичний продукт, а саме:

- **Стратегія зняття вершків (високих цін)**, яка передбачає початковий продаж нового продукту за високими цінами. Такий підхід можливий за відсутності конкуренції і пропозиції абсолютно нових послуг. Використовуючи дану стратегію, туристичне підприємство, по-суті, користується монопольним становищем. Пізніше, коли з'являються продукти-аналоги, фірма допускає зниження цін.

- **Стратегія проникнення на ринок**, що базується на низькому рівні цін з метою залучення якнайбільшої кількості споживачів. Така стратегія часто використовується фірмами, котрі прагнуть збільшити свою частку ринку. Дана стратегія особливо успішна по відношенню до послуг, витрати на які падають згідно з "ефектом досвіду". "Ефект досвіду" полягає в тому, що по мірі накопичення досвіду у сфері обслуговування затрати на одиницю продукції зменшуються. [4]

Такий вибір обґрунтований тим, що на новий туристичний продукт ще не сформувався стабільний попит, а конкуренти ще не активізувалися і не розробили аналогічний продукт.

Таким чином, ціна турпаketу в розрахунку на одного туриста визначається за формулою:

$$Ц = \frac{[(\sum Vi + \sum [Ni])] + (Vп + П + К + Vчi + \sum [Зн(к)]) * 1,2}{Чт} \quad (1), [2]$$

де Ц – ціна турпаketу в розрахунку на одного туриста, грн.;

$\sum Vi$  – вартість послуг, які входять до паketу, складеного туроператором, грн.;

$\sum Ni$  – непрямі податки на окремі види послуг, грн.;

$Vп$  – умовно-постійні витрати туроператора, грн.;

$П$  – прибуток туроператора, грн.;

$К$  – комісійна винагорода турагенту чи іншому посереднику, який реалізує турпаket (без урахування ПДВ);

$Vчi$  – вартість послуг осіб, які супроводжують групу туристів, грн.;

$\sum Зн(к)$  – комерційні знижки для окремих туристів чи туристських і рун;

$Чт$  – чисельність туристів у групі, осіб;

1,2 – коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість з маржинального доходу.



При розрахунку прибутку (П) використовують сталі значення, яке, здебільшого, не залежить від новизни елементів туристичного продукту. В даному дослідженні, для встановлення ціни на новий туристичний продукт, ми пропонуємо модифікувати показник прибутку (п) у формулу 1 методом розширення його розширення, врахувавши фактор новизни. Таким чином, нова формула буде мати вигляд:

$$Ц = \frac{[(\sum Vi + \sum [Hi])] + (Вп + \sum Pi + K + Вчі + \sum [Зн(к)]) * 1,2}{Чт} \quad (2),$$

де  $P_i$  – це прибуток розрахований окремо на кожний елемент туристичного продукту.

Таким чином, можна модифікувати ціну залежно від структури і новизни елементів туристичного продукту. Для тих, які вже були апробовані на ринку, залишати сталий рівень прибутку, який відповідає вже сформованим вподобанням споживачів, а новим елементам, залежно від цінової стратегії, – вищий рівень прибутку при «знятті вершків» (якщо елемент є новинкою), а при проникненні на ринку (якщо елемент тур продукту вже використовується конкурентами) нижчу ставку. Отже, не розробляючи повністю новий туристичний продукт, а лише модифікуючи його елементи, туристичне підприємство зможе маніпулювати ціною і краще пристосовуватися для конкурентної боротьби на ринку, що, в результаті, приведе до збільшення прибутків.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Кифяк В. Ф. *Організація туристичної діяльності в Україні Чернівці: Книги-XXI, 2003. – 300 с.*
2. Кіптенко В. К. *Менеджмент туризму : Підручник. – К.: Знання, 2010. – 502 с.*
3. Правик Ю. М. *Маркетинг туризму : підручник / Ю. М. Правик. – К. : Знання, 2008. – 303 с.*
4. Липчук В. В. *Маркетинг: навч. пос. / В. В. Липчук, Р. П. Дудяк, С. Я. Бугіль, Я. С. Янишин. – Львів: “Магнолія 2006”, 2012. – 456 с.*
5. *Закон України «Про ціни і ціноутворення» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>.*

**ОЛЕГ СТОЦЬКИЙ**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Лизун М. В.**

## КЛАСТЕРИ У СВІТОВІЙ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Важливим чинником забезпечення економічного зростання країни та її регіонів залишається туристична діяльність. Експерти відзначають постійне зростання її ролі у структурі глобальної економіки. На індустрію туризму припадає до 10% світового валового національного продукту, 11% світових споживчих витрат. Туристична галузь входить у число трьох найбільш високоєфективних та конкурентоздатних галузей.

Світові економічні тенденції та особливості розвитку туристичної сфери на сучасному етапі визначають появу якісно нових умов господарювання з принципово новим характером економічних зв'язків і економічних відносин, вимагають інноваційного підходу до методів взаємодії між владою, бізнесом та громадськими інституціями. Серед найбільш ефективних форм інноваційного економічного розвитку закордонні та вітчизняні фахівці відзначають кластерний підхід до структурування економіки, обґрунтування стратегій національної та регіональної економічної політики й підвищення конкурентоспроможності продуктів та послуг. Тому вивчення можливостей і досвіду запровадження кластерної моделі організації туристичної діяльності є перспективним та актуальним.

Проблемі розвитку туризму як напряму бізнесової діяльності присвячено праці таких вчених, як Л. Гринів, Ю. Зінько, В. Кравців, В. Липчук, Ю. Ніколаєнко, Ю. Стадницький, О. Старовойтенко та ін. В економіко-географічному (регіональному) аспекті проблеми розвитку туристичної галузі вивчаються А. Голіковим, М. Багровим, Ю. Веденіним, О. Лихоманковим, І. Твердохлебовим та ін. Проблемами конкурентного кластерного регіонального розвитку займалися: М. Войнаренко, С. Соколенко, М. Малий, М. Портер, Р.Бленді, Ф.Котлер, А.Маршал, Т. Андерсон, Л. Марков, Н. Булатова, О. Д'якова, Г. Хасаєв, Ю. Міхеєв та інші вчені

Туристичний кластер розглядають як систему інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення "основного продукту" кластера – туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи підприємств, сконцентрованих географічно в межах регіону, які спільно застосовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства [1].

У процесі формування туристичних кластерів схожі та взаємопов'язані підприємства і організації взаємодоповнюють і кооперуються для створення відносин взаємної довіри, взаємообміну ідеями й інформацією, спільної координації дій. Саме високий ступінь довіри дає змогу знизити вартість операцій, що здійснюються між партнерами. Навіть, якщо туристичні компанії раніше не працювали разом, але мали інформацію одна про одну і здійснювали неформальні зв'язки у рамках регіону, то це вже створює базу для формування довіри. Підприємства туристичного бізнесу, об'єднавшись у туристичний кластер у межах регіону, отримують змогу ефективніше відстоювати свої інтереси на рівні місцевих органів влади, а також брати участь у великих інвестиційних програмах.

Механізм формування туристичних кластерів традиційно містить дві складові: створення ініціативної групи з формування кластеру, до якої мають входити як представники головних підприємств потенційного туристичного кластеру, так і фахівці, що мають досвід запровадження кластерної моделі в інших регіонах чи галузях (наприклад, спеціалісти агенцій регіонального розвитку, експерти різноманітних програм та ініціатив); офіційне визнання і реєстрація кластеру органами державної та місцевої влади [2].

У структурі туристичного кластеру доцільно виділяти чотири основних сектори: сектор виробництва туристичних послуг; сервісний сектор; допоміжний сектор; сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластеру.

До переваг створення кластерів у туризмі відносять [3]:

- ефективне використання туристично-рекреаційних ресурсів, удосконалення та підвищення конкурентоспроможності регіонального туристичного продукту;

- підвищення інвестиційної привабливості регіону, сприяння інноваційним інвестиційним проектам в галузі туризму;

- координація зусиль влади, бізнесу та громадських організацій з метою розвитку туристичної інфраструктури,

- спільне використання кадрового потенціалу, реалізація програм підготовки та підвищення кваліфікації персоналу зниження собівартості туристичних послуг за рахунок преференцій для учасників кластеру, спільного використання ресурсів, узгодження стратегії і тактики бізнес – діяльності,

- реалізація спільних маркетингових та рекламних заходів, участь у туристичних виставках та ярмарках, розробці та просування туристичного бренду регіонів,

- розширення можливостей для розвитку інноваційних форм і напрямів туристичної діяльності.

Сьогодні підхід до розвитку туризму та рекреації заснований на кластерах знаходить все більшого застосування у зарубіжних країнах. Практика кластеризації сфери туризму та рекреації виникла у другій половині ХХ ст., і у 1980–1990-ті рр. розповсюдилась у Північній Америці, Європі та нових промислових країнах [4].

Домінуючою формою кластеризації є тематичні кластери – штучні об'єднання, сформовані на однорідних сегментах ринку туризму та рекреації, що охоплюють певну продуктову нішу (наприклад, спортивну, культурно – пізнавальну, розважальну та ін.) [5]. Наукові дослідження доводять, що тематичні кластери формують такі ланцюги додаткової вартості та системи накопичення вартості, що дозволяють туристу отримати відповідні враження та туристичний досвід.

Серед найбільш відомих тематичних кластерів туризму та рекреації США можна виділити кластер винного тризму Долини Напа, штат Колифорнія (Napa Valley), що містить близько 220 виноградників (загальною площею 13000 га.) та 250 підприємств винної індустрії міст Калистога, Оуквілл, Рутерфорд, Сант-Хелена та Юнтвілл. Найбільш відомими виробниками кластеру є Мамм-Напа-Веллі (виробляє вина у кращих класичних традиціях), Рутерфорд-Хілл-Вайнери (використовує унікальну технологію виробництва вин) та Клос-Пегас (власник унікальної колекції марочних вин).

Туризм проголошений як пріоритетний напрямок розвитку економіки України. Індустрія туризму виступає дієвим інструментом створення нових робочих місць та розвитку інфраструктури в нашій країні. Однак, невирішеними залишається коло питань щодо особливостей механізму розвитку індустрії туризму на основі кластерного підходу, його ролі у розвитку

регіонів України, недостатньо відпрацьовані резерви підвищення ефективності у даній сфері. Світова практика 90-х років минулого століття свідчить про високу економічну результативність діяльності значної кількості різноманітних кластерів, підтверджуючи їхні конкурентні переваги порівняно із традиційними формами організації бізнесу.

Сьогодні кластери розвиваються в Івано-Франківській, Волинській, Рівненській, Полтавській, Сумській, Харківській областях, в Криму. Перша спроба реалізації кластерних моделей в туризмі була здійснена в 2001 р., коли було засновано туристичний кластер "Кам'янець" (Хмельниччина). Його метою стало ініціювання та координація проектів розвитку туризму в регіоні, популяризація міста та його туристичних можливостей. У майбутньому передбачається створення нових туристично-рекреаційних кластерів, які будуть задовольняти потреби не лише українського споживача, але і будуть конкурентоспроможними на зовнішньому ринку туристичних послуг

Отже, кластер є однією з найбільш привабливих форм організації туристичної діяльності, особливо в умовах становлення ринкових механізмів господарювання. Кластерні технології сприяють налагодженню взаєморозуміння між управлінськими структурами і бізнесовими колами у процесі вирішення соціально-економічних проблем певного регіону. Створення туристичного кластеру надає широкі можливості реалізації міжнародних туристичних послуг у комплексі. Наявність злагодженої системи надання таких послуг створює позитивний імідж регіону та країни загалом на міжнародній арені, роблячи територію більш привабливою та, як наслідок, економічно вигідною і прибутковою, а торгівельні можливості при цьому спрощуються.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Федоренко С. Г. Концепція кластерної політики в Україні / С. Г. Федоренко, А. М. Тугай, А. Ф. Гойко, // *Економіка та держава*. – 2008. – № 11. – С. 5–15.
2. Черторижський В. М., Колодійчук А. В. Кластерна модель організації туристичної діяльності – чинник виходу та закріплення туристичних фірм на зовнішніх ринках // *Науковий вісник НЛТУ України*. – 2009. – Вип. 19.7. – С. 75–81.
3. Смаль І. В. Кластерні технології в туризмі: регіональний аспект / І. В. Смаль, В. В. Смаль // *Туристично-краєзнавчі дослідження*. Вип. 7. – К.: Державне підприємство "Національна туристична організація", 2007. – С. 3–24.
4. Кальченко О. М. Кластеризація в туристичній галузі [Електронний ресурс] / О. М. Кальченко. Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Vcndtu/2009\\_39/22.htm](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vcndtu/2009_39/22.htm).
5. Адамова К. З. Тематические туристские кластеры / К. З. Адамова // *Новый век: история глазами молодых* [Сб. науч. тр. аспирантов и студентов ИИиМО]. – Саратов: Изд-во Саратовского университета. – 2008. – Вып. 7 – С. 215–218.

**ЯРИНА СУШКО.**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доцент Колінець Л. Б.**

## **ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ НА ОСНОВІ КОНЦЕПЦІЇ «МАРКЕТИНГ-МІКС»**

Анотація. У статті визначено роль маркетингових інструментів в оцінці конкурентних переваг туристичного регіону. Запропоновано метод дослідження конкурентоспроможності регіонів з точки зору концепції «Маркетинг-мікс» 7 Р.

Ключові слова. Туристичний регіон, територіальний маркетинг, маркетингові інструменти оцінки конкурентоспроможності, конкурентні переваги туристичного регіону.

У туризмі, з точки зору територіального маркетингу, усі його зусилля будуть спрямовані на конкретну місцевість з метою залучення туристів. Так як туристичний регіон є сукупністю ресурсів, інфраструктурних факторів та підприємств туристичної галузі, його конкурентні позиції слід оцінювати в комплексі, розраховуючи при цьому кожен елемент. Саме тому ефективним маркетинговим інструментом для оцінки конкурентоспроможності регіону є концепція «маркетинг-мікс».

На основі аналізу наукових робіт [1-3], можна вважати найбільш доцільним визначення «туристичного регіону» як території певної країни, яка володіє комплексом природно-кліматичних, рекреаційних, і економічних умов, а також наявністю характерного спрямування продуктивних сил, який, враховуючи такі фактори як демографію, історію, законодавство та державну політику, формує міжрегіональні економічні відносини в сфері туризму [2].

З кінця 1950-х рр. система інструментів маркетингу визначається як marketing-mix (маркетинг-мікс). Наприкінці 1970-х рр. засоби маркетингу були об'єднані Джеромом Маккарті в чотири групи і система отримала назву «концепція 4 Р» – від початкової букви англійської назви кожного елемента, а саме: product (товар), place (місце), promotion (просування) і price (ціна) [4].

На відміну від матеріального виробництва, де існує комплекс маркетингу 4 Р, в сфері послуг розглядають маркетинг-мікс 7 Р (додатково: people – персонал, physical evidence -матеріальне оточення, process – процес, спосіб надання послуг) [5].

Розглядаючи туристичний регіон, як об'єкт оцінки за моделлю «маркетинг-мікс», можна виділити окремі аспекти туристичної діяльності, за які відповідає кожен елемент «Р» (табл. 1).

## «Маркетинг-мікс» туристичного регіону та його складові

Товар Product (P1)	Вид (категорія), асортимент (номенклатура), торгова марка, якість, унікальність, популярність бренду (фірми виробника) на ринку.
Ціна Price (P2)	Рівень ціни, знижки та інші пільги, умови оплати, доступність для туриста, відповідність ціни якості.
Місце Place (P3)	Розміщення, зручність в транспортуванні, доступність для туриста.
Просування Promotion (P4)	Реклама (пряма, непряма, прихована), PR, прямі продажі, пропаганда.
Люди People (P5)	Кваліфікація, вміння та навички, особисті якості персоналу, рівень обслуговування, сприйняття працівників клієнтами, поведінка туристів, їх передбачуваність та бажання співпрацювати.
Фізичні ознаки Physical evidence (P6)	Навколишнє середовище, екологічна ситуація, ресурси, зручність, комфорт.
Процес Process (P7)	Державна політика у сфері туризму, різноманіття послуг, попит, взаємодія з клієнтами, конкурентоспроможність, активність туристичних підприємств в регіоні.

Матюхін В. О. в своїй науковій роботі [6] пропонує наступний спосіб аналізу туристичної привабливості регіону на основі моделі «7 Р»: аналіз комплексу маркетингу туристичних послуг «7 Р» дозволяє зробити оцінку відносної вагомості елементів за умови, що  $\sum P_i = 1,0$  (табл. 2).

Сума вагомості класичних елементів «4Р» становить:

$$\sum_{i=1}^4 P_i = 0,55$$

Сума вагомості елементів «3Р», які притаманні сфері послуг, становить:

$$\sum_{i=5}^7 P_i = 0,45$$

## Відносна вагомість елементів «7 Р» [6]

P <sub>i</sub>	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
Вагомість	0,20	0,15	0,10	0,10	0,25	0,8	0,12

Таким чином, комплексу маркетингу туристичної індустрії на рівні регіону притаманні такі особливості:

1. Багатофункціональна нелінійна залежність між її елементами.
2. Для різних видів туризму змінюється зміст елементів 7 Р.
3. Основним елементом маркетингу-мікс є P1 (персонал).
4. При оперативному маркетинговому плануванні слід враховувати зв'язок кожного елементу 7 Р, як мінімум, з трьома іншими.

Також, аналізуючи діяльність туристичного регіону з використанням маркетингового інструментарію слід взяти до уваги, що більшого значення набувають не природні, а штучні та організаційні фактори розвитку, наприклад, інноваційні підходи до організації відпочинку, наявність розважальних закладів тощо. Відповідно, саме ці фактори будуть посилювати конкурентоспроможність, отже їм потрібно приділяти особливу увагу [7, с. 521].

*Висновок.* Таким чином, в роботі встановлено взаємозв'язок туристичних регіонів та концепції маркетинг-мікс, що надає можливість сприяти посиленню їх конкурентних переваг на ринку та забезпечити якісний відпочинок і дозвілля туристів. Подальшою перспективою досліджень є дослідження конкурентних переваг регіонів України за даною моделлю та пошук шляхів підвищення їх конкурентоспроможності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Черчик Л. М. *Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів* / Л. М. Черчик // *Актуальні проблеми економіки*. – 2006. – № 1. – С. 45–52.
2. Кирьянова Л. Г. *Маркетинг дестинацій как современный подход к управлению туристским регионом [Електроний ресурс]* / Л. Г. Кирьянова // *Известия Томского политехнического университета*. – 2010. – № 6. – С. 35–40. – Режим доступу: [www.tpu.ru/files/izvestia/2010/N6\\_316\\_2010a.doc](http://www.tpu.ru/files/izvestia/2010/N6_316_2010a.doc).
3. Мельник Ю. М. *Проблеми формування регіональних стратегій в контексті сталого розвитку* / Ю. М. Мельник // *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. – 2008. – № 1. – С. 159–165.
4. *Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3* / Редкол.: ... С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
5. Матюхін В. О., Кашиба Я. М. *Інноваційний навчальний проект туристичного менеджменту* // *Наукові праці МАУП, Київ*. – 2002. – вип.3. – С. 327–329.
6. Панкрухін А. П. *Маркетинг територій: Учебное пособие* / А. П. Панкрухін. – М.: РАГС, 2006. – 416 с.

**АНАСТАСІЯ ШАЛАЄВА**

**Науковий керівник:**

**к.е.н., доц. Лизун М. В.**

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ В ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОМУ КОМПЛЕКСІ УКРАЇНИ**

Туристично-рекреаційна сфера, як вагома складова національної економіки, набуває дедалі більшого значення та стрімко інтегрується у світову туристичну індустрію. Її розвиток впливає на такі сектори економіки, як транспорт, сільське господарство, торгівля, зв'язок, будівництво, і є одним з найбільш перспективних напрямів структурної переорієнтації економіки.

Науково обґрунтована інвестиційна політика держави в галузі туризму відіграє вирішальну роль у забезпеченні стабілізації та сталого розвитку економіки країни. Вона визначає пріоритетність, напрями, джерела та структуру інвестицій, створює умови для реалізації загальнодержавних,

регіональних і місцевих економічних, соціальних та технічних проектів, формує сприятливий інвестиційний клімат для ефективного залучення як внутрішніх, так й іноземних інвестицій.

Проблеми й особливості регулювання інвестиційних процесів знайшли відображення у наукових дослідженнях. Особливості сучасної інвестиційної політики, переваги та недоліки залучення іноземних інвестицій, визначення чинників інвестиційної привабливості регіону і галузей економіки висвітлено в наукових працях таких учених, як: І. Алексєєва, П. Беленького, Є. Бойка, З. Варналія, С. Вовканича, В. Гриньова, А. Даниленка, М. Долішнього, А. Загороднього, М. Козоріз, О. Кузьміна, В. Колота, В. Корнєєва, Н. Краєва, Ю. Клочка, А. Кисельова, Є. Крикавського, Й. Петровича, С. Покропивного, В. Рудченка, С. Реверчука, Дж. Хогтона та ін. Методологія розробки і практики реалізації державної та регіональної політики розвитку рекреації та туризму знайшла відображення у працях М. Долішнього, В. Євдокименка, В. Кравціва, М. Габреля, Л. Гринів, П. Жука, С. Трохимчука, В. Мацоли та інших.

Інвестиційна політика – комплекс урядових рішень, які визначають основні напрями джерела та обсяги використання капітальних вкладень в економіку, різні її сфери та галузі. Інвестиційна політика визначається станом економіки, головними завданнями у виробництві, науково-технічному й соціальному розвитку країни. Особливість інвестиційної політики у розвинутих країнах світу на сучасному етапі – здійснення технічного переозброєння та реконструкції діючих підприємств, скорочення масштабів нового будівництва.

Інвестиційна стратегія регіону являє собою пошук і відбір напрямів ринкових можливостей, а також пошук інвестиційних ресурсів і механізмів їхнього залучення для реалізації виділених напрямів. Залучення коштів для розв'язання економічних проблем регіональних угруповань шляхом місцевих позик не практикувалося в Україні з 1914 року. Звичайно, відродження інституту муніципального запозичення як невід'ємної частини фінансового механізму стикається з колом проблем, більшість з яких носять макроекономічний характер. До таких проблем слід віднести відсутність прозорості державної регіональної політики, високий ступінь централізації бюджетної системи, нестача досвідчених фахівців у галузі місцевих фінансів.

Попри певні позитивні зміни у нормативно-правовому регулюванні інвестиційної політики в рекреаційно-туристичній галузі, законодавство, що регулює економіко-фінансову діяльність інвесторів, є неефективним. Застарілі і взаємовиключні положення вносять певні непорозуміння у поточну інвестиційну діяльність і не дають змоги розробити стратегію і тактику щодо активізації діяльності на перспективу. Зокрема, нормативно-правова база держави є надзвичайно мінливою; окремі положення вітчизняного законодавства у багатьох випадках трактуються неоднозначно. Особливо це стосується нормативно-правових актів про інвестиційну діяльність.

Державна інвестиційна політика в туристично-рекреаційній сфері передбачає визначення оптимальних співвідношень параметрів, які характеризують структурні зміни в її розвитку. Незалежно від інвестування в розвиток санаторно-курортного і готельного господарства, упродовж останніх



років кількість закладів оздоровлення та відпочинку в Україні порівняно зменшується.

Особливо важливим видається дослідження особливостей інвестиційних процесів в туристично-рекреаційному комплексі Криму. Адже туристично-рекреаційні ресурси Криму – це надзвичайно сприятливі кліматичні умови (особливо на Південному березі), мальовничі ландшафти, тепле море з піщаними і гальковими пляжами (загальною довжиною 450 км, тривалий купальний сезон (понад 4 місяці), джерела мінеральних вод і лікувальні грязі солоних озер. Сьогодні в Криму налічується понад 700 лікувально-оздоровчих закладів, у тому числі 128 санаторіїв. В Криму зосереджено 36% санаторно-курортного фонду, понад 30% будинків відпочинку, близько 20% туристських закладів України.

Активізація інвестиційної діяльності в галузі туризму тісно пов'язана зі створенням відповідного економічного середовища. Таким чином, можна зробити висновок, що у сучасних умовах інвестиційна політика повинна ґрунтуватися на розширенні можливостей регіонального регулювання інвестиційних процесів та поєднанні державного регулювання економіки з ринковою саморегуляцією.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Лісовські А. Г. *Природоохоронні території та туризм* / А. Г. Лісовські // *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Спец. випуск: стале природокористування підходи, проблеми, перспектива.* – Тернопіль: Тайп. – № 1 (випуск 27). – 2010. – С. 395–400.

2. Судова-Хомюк Н. М. *Аналіз сучасного інвестиційного клімату в туристично-рекреаційному комплексі України* / Н. М. Судова-Хомюк // *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія "Економіка". Вип. 11.* – Ужгород, 2002. – С. 71–73.

3. Удалих, О. О. *Управління інвестиційною діяльністю промислового підприємства: Навч. посіб.* / О. О. Удалих. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – С. 65.

4. Щепанський Е. В. *Світовий досвід організації туристично-рекреаційної діяльності* / Е. В. Щепанський // *Вісник Хмельницького інституту регіонального управління та права.* – № 4. – Хмельницький, 2002. – С. 153–160.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

# **«ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І РЕГІОНАЛІЗАЦІЇ»**

**(Збірник тез доповідей)**

Підписано до друку 08. 04. 2014 р.  
Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Гарнітура Times.  
Обл. -вид. арк. 18,8 Умовн. друк. арк. 17,3.  
Зам. 04/2-14. Тираж 200 прим.

Віддруковано СПД-ФО Шпак В. Б.  
Свідоцтво про державну реєстрацію № 073743, СПП № 465644  
тел. 8 097 299 38 99, 8 063 300 86 72, 8 066 711 05 77  
E-mail: tooums@ukr.net