

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів**



**«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ
ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ
ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ:
МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Т. 2

04 листопада 2022 р.

Дніпро

2022

**Міністерство освіти і науки України
Університет митної справи та фінансів
Рада молодих вчених
Університету митної справи та фінансів**

**«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ
ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ
ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ:
МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Том 2

04 листопада 2022 р.

Дніпро

2022

УДК 346.7+658:316.346.36(008)

Економіко-правові та управлінсько-технологічні виміри сьогодення: молодіжний погляд : матеріали міжнародної науково-практичної конференції : у 3 т. Т. 2. Дніпро : Університет митної справи та фінансів, 2022. 258 с.

Матеріали науково-практичної конференції, які включені до збірника, присвячені фінансовим аспектам в умовах ринкового середовища; управлінським, соціальним і комунікативним процесам у цифровому суспільстві; проблемам соціально-економічного розвитку; питанням розвитку туризму та готельно-ресторанної справи; сучасним тенденціям розвитку міжнародних відносин і регіональних студій; трансформаційним аспектам вітчизняної правової системи в умовах Євроінтеграції; а також розвитку інформаційних і транспортних систем і технологій.

Збірник матеріалів може зацікавити науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також фахівців у галузі економіки, права, управління та фінансів.

Організатори конференції: Міністерство освіти і науки України,
Університет митної справи та фінансів,
Рада молодих вчених Університету
митної справи та фінансів

Склад редакційної групи: Бочаров Д. О., Приймаченко Д. В., Ченцов В. В.,
Архірейська Н. В., Губа О. І., Даценко В. В.,
Корнєєв М. В., Ліпинський В. В., Бойко З. В.,
Гапєєва О. М., Гірман А. П., Губа М. О.,
Дерев'янка Т. П., Клим В. Ю., Легеза Є. О.,
Марценюк О. О., Олексієнко Р. Ю., Шаранов Р. С.

ISBN 978-966-328-195-7

© Колектив авторів, 2022

© Університет митної справи та фінансів, 2022

ISBN 978-966-328-195-7

**Секція 3. Розвиток міжнародних відносин, суспільних комунікацій
та регіональних студій: політичний та економічний аспекти**

Bozhenko Z. O. European and Euro-Atlantic integration of the Republic of Lithuania	8
Buravlova E. H. National peculiarities of business communication in China	9
Cheremisin K. S. Ukrainian-Portuguese relations at the present stage ...	11
Chychkan Zh. V. Diplomatic missions: principles and forms of work ...	13
Datsenko B., Zorin O. State support in the field of international scientific and technical cooperation	14
Diadiura A. V. Ways for improvement trade and economic cooperation between Ukraine and Germany	16
Didukh K. E. International tourism in the context of globalization	19
Dots O. V. The USA in contemporary international relations	20
Dvornikova P. Conflicts as the focal point of modern international relations development	22
Hordova O. S. Denmark in contemporary international relations: economic dimension	24
Kalysta V. V. Estonia in modern international relations	26
Klymenko K. O. Japan in contemporary international relations	27
Kovalchuk M. O. Australia in contemporary international relations	29
Krut S. M. France in contemporary international relations	31
Krut S. M. American-Japanese relations at the present stage	33
Ladchuk V. O. Trade and economic cooperation between Ukraine and countries of Western Europe	35
Lemeshko H. S. New Zealand in contemporary international relations: economic dimension	37
Leonova O. V. Peculiarities of Ukraine's foreign trade	39
Lopushanska Yu. V. International journalism as a type of journalism ...	40
Loshkina M. V. Canada in contemporary international relations	42
Lukianenko M. O. Features of cooperation between Ukraine and Finland	44
Malenok A. S. Ukraine's foreign trade: main tendencies	46
Mezentseva M. O. Internet advertising and business promotion on the Internet	48
Mostova A. D. Features of the European digital single market	50
Mykhailova K. O. International tourism industry: features of development at the present stage	53
Mikhnenko M. K. Regulation of the electronic money market in Ukraine	55
Neskoromna A. Ye. Peculiarities of international communications in modern Ukrainian diplomacy	57
Norka A. A. National features of business communication in Israel	59

Numanova K. Main components of digital economy	60
Pimonov R. S. Globalization of the world economy: positive and negative aspects	62
Raisvikh Ya. R. The influence of the European Economic and Monetary Union on modern international economic relations	64
Romanenko K. M. India in contemporary international relations: economic dimension	67
Sadovyi V. R. Peculiarities of international migration	69
Shkypitan A., Nahi N. Characteristics of modern international economic relations	71
Shypelyk O. O. Features of the activities of global analytical and expert centers: the RAND corporation	72
Slipchuk A. A. Features of the activities of analytical centers of the USA (on the example of Hudson Institute)	74
Triphonova D. D. The features of cultural globalization	76
Vakula A., Ositadimma P. International organizations: concept and classification	78
Yeremenko I. O. Concept of Global Britain: key priorities and objectives	79
Yeremenko I., Zhuravel V. Potential consequences Flanders will face if they choose to leave Belgium	81
Yurchenko K. O. Singapore in contemporary international relations	84
Zakutska Ye. R. Music on a political arena	86
Zakutska Ye. R. The impact of content marketing on customer acquisition in internet business	88
Zhyvytsia D. D., Saifudeen A. Analysis of export and import activities of enterprises	90
Бех Є. І. Аналіз ролі міжнародних організацій в період загрози міжнародній безпеці	92
Бех Є. І. Україна у новій редакції Стратегії національної безпеки США	94
Білан С. А. Митна адміністрація Чехії	96
Буякевич М. Ю. Зовнішня політика Китаю на сучасному етапі	98
Дадіані Л. З. Імідж України в системі міжнародних відносин	101
Колот Д. А. Технології та складники формування позитивного іміджу країни на міжнародній арені	103
Ковальова А. І. Вихід українських компаній на міжнародні ринки: можливості та перспективи	105
Лотоцька Д. С. Деякі питання формування українських транснаціональних структур	107
Лук'яненко М. О. Втрата актуальності концепції «м'якої сили»	109
Лутай Д. А. Митна адміністрація Франції	112
Мартиненко І. В. Правовий аналіз митної політики Греції та можливості її імплементації в Україні	114

Нескоромна А. Є. Питання реформування глобального безпекового середовища	116
Орловський Я. С., Бірюкова В. П. Південноафриканський митний союз як суб'єкт міжнародного митного права	118
Подгорна А. В. Досвід адміністрації митної служби Японії	120
Рапопорт В. Д. Співробітництво Ісландії з Організацією Об'єднаних Націй	122
Реброва Ю. О. Типологізація конфліктних ситуацій: питання суверенності Курдистану в рамках Туреччини	124
Романенко К. М. Сучасний стан терористичної активності в Південній Азії	126
Селецька Ж. О., Рубленко В. М. Міждержавні візити представників світових держав до України в 2022 році як форма протидії агресії російської федерації	128
Запорощенко М. С. Митні союзи як суб'єкти міжнародного економічного права	131
Рудь М. Б. Ініціатива трьох морів: перспективи України	133
Савченко Т. В. Вплив експорту на розвиток регіональних ринків птахівництва	135
Стригун І. В. Деструктивний вплив російської пропаганди та дезінформації на міжнародній арені	137

Секція 4. Сучасні тренди розвитку індустрії туризму та гостинності у цифровому середовищі

Karnoza I. L. The analysis of tourism resources of the united states of America	140
Алексєєва С. Д. Розвиток туризму в Республіці Корея та вплив на нього пандемії COVID-19	141
Андрєєв О. А. Сучасні шляхи розробки та впровадження інноваційних турів	143
Березовський О. А. Поняття «цифровий кочівник» («DIGITAL NOMAD») як сучасна тенденція в туризмі	145
Беспалий Д. О. Сучасні напрями розвитку туризму у Швеції	147
Бриков К. А. Основи розвитку туризму та рекреації в Чехії	149
Василенко І. В. Стан та перспективи розвитку ділового туризму в Україні	151
Гостроух Р. Р. Мотивація туристичних прибуттів до Італії	154
Губа К. О. Аналіз лікувально-оздоровчого туризму в Україні	155
Дашко В. Ю. Аналіз сучасного стану міжнародного туризму	158
Закуцька Є. Р. Електронні карти та їх використання у туризмі	160
Кисельова Д. С. Українська кухня як об'єкт гастрономічного туризму	162
Максименко В. Д. Сучасні тенденції розвитку туризму в Іспанії ...	164

Малявін Л. В. Детермінанти збалансованого екотуризму в країнах європейського союзу	166
Мезенцева М. О. Рівень соціально-економічного розвитку Швеції та його вплив на туризм у державі	168
Мешечко О. К. Аналіз природних туристичних ресурсів України ..	170
Мироненко Ю. С. Сучасні тенденції розвитку туристичної сфери в Норвегії (на прикладі круїзного туризму)	172
Наливайко В. С. Розвиток екотуризму Канади на базі національних природних парків	175
Ніколаєва Ю. Д. Пріоритети розвитку агротуризму в Україні	177
Остапюк М. О. Тенденції та перспективи розвитку туризму в Європейському Союзі	179
Піддєнєжна К. В. Загальна характеристика міжнародного ринку туристичних послуг	181
Підковалихіна А. О. Міжнародна конкурентоспроможність країни на світовому ринку туристичних послуг	183
Планковська С. О. Сучасні технології організації подій у сфері туризму	185
Плоха Н. Г. Аналіз конкурентоспроможності туристичного ринку Данії	186
Половинко-Баркар В. В. Туристичні ресурси Італії	189
Проявіна А. О. Сучасні тенденції розвитку туризму в Швейцарії ...	191
Пукас К. В. Потенціал природних туристичних ресурсів Латвії та його сучасне значення	193
Руденко М. О. Ключові аспекти використання інформаційних технологій та математичних методів у туристичній сфері	195
Сахно Я. С. Аналіз природних парків Південної Африки	197
Смирнова Н. Ю. Огляд туристичних потоків до Канади	199
Тістол А. В. Аспекти функціонування зеленого туризму в Україні на основі кластерного підходу	201
Тодосієнко А. Д. Сучасний стан туристичної діяльності Іспанії	203
Трущенко М. Б. Перспективи розвитку міжнародного екотуризму	205
Уманська С. О. Розвиток ділового туризму в Україні на сучасному етапі	207
Федорова А. О. Розвиток туристичного продукту на просторах Інтернету	209
Христіченко О. Р. Аналіз туристичного потенціалу Домініканської Республіки	211
Чернадчук В. О. Потенціал лікувально-оздоровчого туризму Болгарії ..	212
Шаповалова А. Сучасні тенденції розвитку лікувально-оздоровчого туризму	214
Авраменко О. В. Стан готельного бізнесу в умовах воєнних дій	216
Боровик К. В. Наслідки впливу війни на українську індустрію гостинності та шляхи відновлення	218

Головатий Д. О. Адаптація готельно-ресторанного бізнесу до сучасних вимог часу	220
Грищенко С. В., Псарьов І. С. Готельно-ресторанний бізнес України: нові реалії	222
Дробот С. В. Особливості закладів швидкого харчування: порівняння FAST FOOD I FAST CASUAL	224
Засєкіна І. А. Чинники формування якості та безпеки хліба та хлібобулочних виробів	226
Засєкіна І. А. Екологічність: майбутнє ресторанів	228
Зеніна Д. О., Романова А. А. Сучасні енергозберігаючі матеріали в будівництві об'єктів індустрії гостинності	230
Кравченко М. С. Сучасні тенденції та проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні	232
Кріпка В. М. Основні етапи аналізу конкурентів у готельно-ресторанному бізнесі	235
Луцька С. І. Сучасні форми обслуговування в готельно-ресторанній справі	237
Марков І. Ю. Інновації в готельному господарстві Японії	239
Мартиненко О. К. Інноваційні рішення під час створення меню закладів ресторанного господарства	241
Маслова М. Г. Сучасні тренди розвитку туризму як передумова успішного просування готельно-ресторанної галузі	243
Мороз К. Ю. Зберігання харчової сировини та готової продукції ...	245
Федорова А. О. Санітарно-гігієнічні вимоги до транспортування рибної продукції	247
Чубар. А. Ю. Програми нематеріальної мотивації персоналу: досвід і перспективи	249
Шаповал К. О. Сучасні гідроізоляційні матеріали в будівництві закладів ресторанного господарства	253
Шмерига Є. Д. Реалії ресторанного бізнесу в умовах війни	255

Секція 3. Розвиток міжнародних відносин, суспільних комунікацій та регіональних студій: політичний та економічний аспекти

Bozhenko Z. O., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

EUROPEAN AND EURO-ATLANTIC INTEGRATION OF THE REPUBLIC OF LITHUANIA

The enlargement of the European Union in May 2004 marked a new stage of European and world integration processes. Being the largest for the entire existence of the Union, it affected the state of the economy in the “old” member countries, but also had decisive consequences in all areas of the economy for the new member countries [1; 4].

The Republic of Lithuania was the first of the Soviet republics to announce the restoration of its independence (March 11, 1990) [1; 2], starting to restore the branches of the independent government, the social and political system of the country. Also, at the same time the Republic of Lithuania began its path to the European Union [5].

It should be noted that the path of the country was not as long as that of the other two Baltic countries (Latvia, Estonia). An active and principled foreign policy actually brought Lithuania to the role of a regional leader.

By immediately choosing a course for rapprochement with NATO and the EU, the country avoided the trap of uncertainty. At that time, in fact, there were no opposition movements in the country, and internal political discussions were aimed at integration with the European and Euro-Atlantic community [3].

The following is usually perceived as rapid integration into the European and Euro-Atlantic community. In 1994, Lithuania officially declared its desire to join the EU. In 1995, it submitted an application for membership and signed the European Association Agreement.

Also, the country began the struggle with the post-Soviet consequences (a large state sector in the economy, a high level of centralization and lack of separation of powers between three independent branches, non-compliance with European norms, etc.), because such a burden significantly complicated integration with the EU. Nevertheless, Lithuania managed to handle this almost perfectly [3].

In the period from 1990 to 2000, Lithuania achieved the greatest success in the liberalization of the economy, which, together with other positive changes, led to the Lithuanian economic miracle of 2000–2008. Similar determination to carry out reforms led to Lithuania's accession to the EU and NATO in 2004. With the accession of the Republic of Lithuania to the EU, there was a tendency to decrease unemployment, and a general improvement in business activity could be perceived, which was carried out thanks to economic reforms [4; 5].

Thus, it is possible to note that the experience of Lithuania is a successful example of rapid European Euro-Atlantic integration.

List of references:

1. Пивоваров С., Спірін Є. 31 рік тому Литва першою з республік вирішила вийти з СРСР. URL : <https://babel.ua/texts/60621-31-rik-tomu-litva-pershoyu-z-respublik-virishila-viyti-z-srsr-moskva-namagalasya-jiji-povernuti-ekonomichnoyu-blokadoyu-i-tankami-ale-tilki-priskorila-rozpad-radyanskogo-soyuzu-yak-ce-bulo-v-arhivnih> (дата звернення: 25.10.2022).

2. Крупина В. Кінець однопартійної системи в СРСР. URL: <https://www.jnsm.com.ua/h/0314Q/> (дата звернення: 25.10.2022).

3. Ковальчук С. Зовнішня політика Литви: євроатлантизм і східний вектор. *Аналітичний центр ADASTRA*. URL : <https://adastra.org.ua/blog/zovnishnya-politika-litvi-yevroatlantizm-i-shidnij-vektor> (дата звернення: 25.10.2022).

4. Чугаєв О. А. Наслідки вступу до ЄС для країн Балтії. *Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць*. 2006. Вип. 59 (Ч. I). С. 129–135.

5. Денисенко В. Майже десять років в ЄС – досвід Литви. URL : <https://day.kyiv.ua/uk/article/svitovi-diskusiyi/mayzhe-desyat-rokiv-v-ies-dosvid-litvi> (дата звернення: 25.10.2022).

Buravlova E. H., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

NATIONAL PECULIARITIES OF BUSINESS COMMUNICATION IN CHINA

The importance of China in the world economy is constantly growing. In view of this, business associations pay great attention to the Asian market and to the study of China's national business etiquette. Knowledge of the peculiarities of the business etiquette of the Chinese will have an impact on the productivity of cooperation with them. As in any country, everything starts with getting to know potential partners. The Chinese are very friendly and sociable. Most often the meeting of partners is accompanied by a handshake. This custom is not inherent in Chinese etiquette. It came to them from Western culture, but even this gesture has its own nuances. The Chinese do not like firm handshakes, so they recommend not leaning on your partner's hand, because this gesture may be perceived as aggression or pressure on your part. The handshake should be soft, relaxed and friendly, and don't forget to smile. Another feature is that the Chinese do not bow when shaking hands [1, 2].

Business communication is quite often accompanied by the exchange of business cards, but you should not hurry with this matter. Chinese partners may perceive this as low self-esteem, insecurity and an attempt to artificially draw attention to their status. You need to wait when the partners themselves offer to exchange business cards. It should be remembered that any physical contact, except for shaking hands, causes a negative reaction in the Chinese. It is necessary to give and take a business card with both hands [1].

Appearance plays an equally important role in business etiquette, so it is necessary to carefully choose the image in which you will go to a meeting with foreign partners. The Chinese are quite conservative, which is why they like a rather restrained style of clothing. According to the rules of business etiquette in China, the choice of formal attire for men is less restrained than for women. Also, China is distinguished by its small palette of colors in clothes for official meetings [2].

The negotiation process of the Chinese is not similar to many countries of the world. Be prepared that the Chinese don't just talk about business, they will ask about your hobbies and marital status. They strive to establish a friendly atmosphere with the interlocutor and at the same time collect information about the case. If Chinese partners say something that you are not satisfied with, there is no need to be nervous and show your irritation. The Chinese are patient, so the interlocutor must also be patient in order for the deal to take place. It is better to show disappointment in such a situation, but nothing more. Such an emotion will help position the Chinese to make concessions in your favor.

Do not forget about non-verbal signs of communication, constantly smile and show with your appearance that you are enjoying the process of negotiations with partners, do not gesture too much with your hands, they confuse the Chinese and can be perceived as irritation. It is advisable to avoid direct eye contact with Chinese partners, in Chinese culture it is believed that direct eye contact is a manifestation of aggression, an attempt to suppress the interlocutor [1;3].

Quite often, negotiations with Chinese partners take place in restaurants, if the Chinese partners make the appointment themselves. In no case should you refuse, because it will be perceived as an insult. There are special rules of restaurant etiquette in Chinese culture. Among all the rules, you can highlight the main ones that are necessary to know in order to feel confident:

1. The most important guest always sits with his / her back to the exit;
2. The translator should never sit between you and the Chinese partner; he / she should sit on the side so that the partner can feel as if you are speaking the same language;
3. It is not recommended to finish all the dishes on the table. If there is nothing left on the table at the end of the evening, it may offend the person who treats you; the Chinese always order much more food than the people present can eat;
4. In no case should you insert chopsticks into rice or noodles, because in China this is how the souls of deceased ancestors are commemorated; such an action at the table will be incorrect [1].

Therefore, cooperation with Chinese partners is a rather long and time-consuming process, however, if you follow the rules of business etiquette, it will not be so difficult to achieve mutual understanding and create the most benign environment for the development of business relations [2].

Chinese business culture has its own characteristics that must be taken into account when doing business with the Chinese.

List of references:

1. Китайський діловий етикет: як успішно провести переговори. URL : <https://uteka.ua/ua/publication/news-14-delovye-novosti-36-kitajskij-delovoj-etiket-kak-uspeshno-provesti-peregovory> (дата звернення: 18.10.2022)

2. Особливості ділового етикету в Китаї. URL : <https://fialan.ua/ua/news/vagno-znat/dilovij-etiket-kitayu-2/> (дата звернення: 18.10.2022)

3. Деякі особливості ведення бізнесу з Китаєм, про які варто знати. URL : <https://aucc.org.ua/deyaki-osoblivosti-vedennya-biznesu-z-kitayem-pro-yaki-var-to-znati/> (дата звернення: 18.10.2022)

Cheremisin K. S., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

UKRAINIAN-PORTUGUESE RELATIONS AT THE PRESENT STAGE

Russia's war against Ukraine rallied the entire civilized world, which expressed support for Ukraine. Using the example of Portugal, we can study how countries help Ukraine. On May 21, 2022 Prime Minister of Portugal António Costa visited Kyiv. The Prime Minister of Portugal and the President of Ukraine held a joint briefing in which Costa emphasized Ukraine's comprehensive support in the war for sovereignty and territorial integrity.

On the same day, Portugal and Ukraine signed a memorandum of financial assistance in the amount of 250 million euros, responding to the request of the Ukrainian government following the working meeting of Prime Minister of Portugal António Costa and Prime Minister of Ukraine Denys Shmyhal in Kyiv.

“We formalized this important commitment by signing the agreement on financial cooperation”, said António Costa, noting that during this year 100 million will be transferred through Ukraine's account in the International Monetary Fund or other channels that the European Union opens for direct financing. And 150 million euros will be transferred to Ukraine over the next three years.

Ukrainian-Portuguese relations are beginning to strengthen, as the latter expressed political support and wishes to see Ukraine in the European Union and is ready to continue working as partners. The Prime Minister of Portugal stated that Ukraine's European choice should be met “with open arms” and called Volodymyr Zelenskyy “a leader who inspires the world” [1].

In addition, the Portuguese authorities opened the border for Ukrainian refugees who left their homes because of the war and provide them with social and material protection. It should not be forgotten that one of the largest Ukrainian diasporas is located in Portugal: as of 2020, their number in Portugal was 28,629 people, which makes them the fifth largest group [2]. During the briefing with Volodymyr Zelenskyy, António Costa clearly emphasized that Portugal cares about the citizens of Ukraine and wants Ukraine's victory as soon as possible.

Although Portugal is not among the military superpowers, it is a member of NATO and a military partner of Ukraine and supports the Armed Forces of Ukraine in every possible way with NATO-style weapons, which helps in rearming and updating our army.

Ukraine has already received two packages of weapons from Portugal for 170 and 160 tons [3]. The Ukrainian and Portuguese sides are discussing the details of the next package of weapons [4]. As soon as the war ends on the territory of Ukraine, Portugal already agrees and is ready to help in the reconstruction of the country [5].

Therefore, the Portuguese authorities fully support Ukraine at time of war and provide support in various areas such as: strengthening the economy, supporting in the international arena, helping in the acquisition of membership in the European Union, providing protection to Ukrainian refugees, planning a reconstruction program, rearming the Armed Forces of Ukraine.

Portugal has become a real valuable partner for Ukraine and this partnership is useful for Ukraine both today and in the post-war period, especially when our country becomes a member of the EU and NATO.

List of references:

1. Portugal grants 250 million euros in financial assistance to Ukraine. URL: <https://www.portugal.gov.pt/en/gc23/communication/news-item?i=portugal-grants-250-million-euros-in-financial-assistance-to-ukraine> (the access date: 12.10.2022).
2. Як українські біженці можуть дістатися Португалії. URL: <https://www.portugalist.com/ua/%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%BE-%D0%B1%D1%96%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D1%86%D1%8C-%D0%BF%D0%BE%D1%80%D1%82%D1%83%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%96%D1%8F/> (дата звернення: 12.10.2022).
3. Portugal sends new consignment of military and other aid to Ukraine. URL: <https://www.portugalresident.com/portugal-sends-new-consignment-of-military-and-other-aid-to-ukraine/> (the access date: 12.10.2022).

4. Portugal approves delivery to Ukraine of 15 M113 APCs and 5 M114 155mm howitzers. URL: https://www.armyrecognition.com/defense_news_may_2022_global_security_army_industry/portugal_approves_delivery_to_ukraine_of_15_m113_apcs_and_5_m114_155mm_howitzers.html (the access date: 12.10.2022).

5. Costa in Ukraine: PM pledges Portugal's help for a much better future. Portugal Resident. URL: <https://www.portugalresident.com/costa-in-ukraine-pm-pledges-portugals-help-for-a-much-better-future/> (дата звернення: 12.10.2022). (the access date: 12.10.2022).

Chychkan Zh. V., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

DIPLOMATIC MISSIONS: PRINCIPLES AND FORMS OF WORK

The term “mission” in diplomatic sphere was first used in the Vienna Convention of 1961. A diplomatic mission is a state body that is permanently located on the territory of another state and that was created for the purpose of maintaining permanent official contacts and regulating external relations between two countries. This body is based on a joint bilateral agreement and acts on behalf of the country it represents in all matters related to relations with another country.

An ambassador, *chargé d'affaires* or envoy can act as the main representative of Ukraine in the host state, and at the same time as the head of the diplomatic mission of Ukraine.

The functions of the Head of the Diplomatic Mission of Ukraine are to coordinate the activities of all institutions of Ukraine, delegations, specialists or officials and other persons who are in this country, to exercise general leadership [1].

In addition to the representative function, the informational function of diplomatic missions is no less important. It has four main directions, among them: informing about events in the host country, ensuring the presence of home country and spreading information about it, making efforts to help the trade of home country.

The use of the latest technologies in the modern world is of great importance for optimizing the work of diplomatic missions, providing fast, accessible and understandable advisory and information services [2].

Depending on the different diplomatic ranks, the persons who have the authority to assign them change. For example, diplomatic ranks of Extraordinary and Plenipotentiary Envoy of the first class, Extraordinary and Plenipotentiary Ambassador, Extraordinary and Plenipotentiary Envoy of the second class are

assigned by the President of Ukraine, and other ranks are assigned by the Minister of Foreign Affairs of Ukraine [3].

There are also data (as of 2019) about the total number of embassies/high commissions, consulates/general consulates, permanent missions, the number of various ranks (G20 rank, OECD rating, Asian rating) of diplomatic missions. The following countries have the largest number of embassies/high commissions (by state): China (169), United States of America (168), France (161), United Kingdom (152), Japan (151).

The largest number of consulates/general consulates are (referred to the state) in the following countries: China (96), Spain (89), France (89), United States of America (88). The largest number of permanent representative offices are (referred to the state) in the following countries: France (15), the Netherlands (12), Brazil (12), Turkey (12), Germany (11) [4].

Having analyzed all the information mentioned above, we can conclude that diplomatic missions play a significant role in protection of the interests of home state, improved bilateral friendly relations between states, comprehensive development of their mutual relations in various fields (economy, science, culture).

List of references:

1. Ізбаш К. С. Адміністративно-правові засади діяльності закордонних дипломатичних установ України. URL: <http://dspace.oduvs.edu.ua/bitstream/123456789/978/1/%D0%86%D0%B7%D0%B1%D0%B0%D1%885.pdf> (дата звернення: 10.10.2022).

2. Кондик О. П. Особливості реалізації дипломатичними представництвами інформаційної функції. URL: <http://www.nvppp.in.ua/vip/2016/5/76.pdf> (дата звернення: 10.10.2022).

3. Указ Президента України «Про Положення про дипломатичні представництва та консульські установи іноземних держав в Україні». URL: https://ips.ligazakon.net/document/U198_93?an=1 (дата звернення: 10.10.2022).

4. Lowy Institute. Global Diplomacy Index. 2019 Country Ranking. URL: https://globaldiplomacyindex.lowyinstitute.org/country_rank.html (the access date: 10.10.2022).

Datsenko B., Student of University of Customs and Finance

Zorin O., Student of University of Vienna

STATE SUPPORT IN THE FIELD OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND TECHNICAL COOPERATION

The intensity of the development of cooperation at the level of innovation systems of Ukraine and other countries of the world depends on the success of solving internal problems that block innovative development. The scale of benefits from inclusion in the international economic space will increase if the

innovativeness of the Ukrainian economy is decisive in ensuring competitiveness and economic growth. Today in Ukraine there are several main factors that threaten Ukraine's innovation security: insufficient level of financing of scientific and technical works, weak development of technology transfer infrastructure, decrease in the level of “intellectualization” of exports and increasing import dependence of the country on science-intensive goods, unsatisfactory information provision of the innovation sphere, imperfection of the tax system and lack of state support in this area, slow development of effective forms of innovative activity. All the aforementioned problems require careful analysis. Of all the elements recognized in the world for providing innovative activity, only technology parks are present in Ukraine in a certain way. Ukrainian technoparks were formed mainly on the basis of academic and large research structures. With some exceptions, higher educational institutions, applied and factory science, which still has significant intellectual and personnel potential, remained outside the boundaries of this process. Stable socio-economic growth in Ukraine can be achieved exclusively on an innovative basis with the active use of modern scientific and innovative developments. Only in this case, plans for high-quality economic growth, resource savings, production efficiency, and production of goods which are competitive on the domestic and world markets are realized [1; 3].

The level of commercialization of the results of scientific research is low, there are no effective connections between science and production, and the network of modern innovation structures (technology parks, business incubators, venture funds), and other innovative infrastructure organizations is developing slowly and unsystematically. Modern times require the active participation of the state in regulating the processes of training both scientific personnel and specialists with higher education. This problem should be solved in the context of the task of forming the workforce necessary in the conditions of innovative development. For this, it is necessary to create normal conditions for the preparation of dissertation studies. In the current economic conditions, the best results could be given by special grants for the preparation of theses by young specialists instead of the practiced various named scholarships, of which there are already more than 1,000 in Ukraine. And the most important thing is that it is necessary to train scientific personnel exclusively in scientific and higher educational institutions, where there is a modern scientific base and relevant research is being conducted [1; 2; 3].

Therefore, only an optimal scientific, scientific-technical and innovative policy will be the guarantee of a successful development of bilateral relations of Ukraine. An important component of such a policy should be the concept of state policy in the field of international scientific and technical cooperation.

List of references:

1. Innovation Union. URL : http://ec.europa.eu/research/innovation-union/index_en.cfm?pg=home (the access date: 18.10.2022).

2. Research & innovation. URL : <http://ec.europa.eu/research/index.cfm?lg=en> (the access date: 18.10.2022).

3. World Economy and International Economic Relations: Training manual. Edited by Y. Kozak, T. Shengelia. Tbilisi : PH «UNIVERSAL» , 2016. 223 p.

Diadiura A. V., Student of University of Customs and Finance

(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

WAYS FOR IMPROVEMENT TRADE AND ECONOMIC COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND GERMANY

In the foreign trade policy of Ukraine with regard to Germany, one of the main tasks can be considered the elimination of the negative balance during export-import operations between the two countries. The next key task is to increase the share of finished products in the export structure of Ukraine. The presence of a negative trade balance between Ukraine and Germany indicates that at this moment Ukrainian products are less competitive when compared to the products of producers from Germany. The next task is to increase the competitiveness of Ukrainian products. Work on certification of Ukrainian products has increased significantly recently. Such activity is necessary for the successful sale of domestic products and the introduction of new technologies now and in the future. Work is also underway to create joint production facilities and enterprises with Germany.

In order to provide a new and more perfect quality to German-Ukrainian cooperation in the field of foreign trade and to obtain a greater effect from export-import operations, it is possible to propose a number of measures. Because they are interrelated, they can be divided into two categories [1].

The first category will bring efficiency if it works in the field of state structures. Using them the state will be able to connect the mechanism of legal regulation, coordinate the actions of the executive mechanism of power, connect a powerful state information segment, and also use the activities of expert consultants and advertising companies. The second category was created specifically for business society and is designed for business initiative and activity [2].

The following can be attributed to the first category.

1. Maximum use of Ukraine's advantages over other countries. Such advantages can be attributed to good geographical position of the country; production costs are not very high; the availability of highly qualified labor force in the country; high, but not fully realized opportunities in the export of products; intensive development processes in science and the IT sphere.

2. Creation of new joint enterprises with Germany, which will contribute to creation of new jobs, will attract German capital to Ukraine; guaranteeing tax

payments to the Ukrainian budget; mastering foreign experience; development of competition.

3. To achieve the status of the most prosperous nation as soon as possible, in order to have a reduction in trade restrictions [3].

4. Extensive use of licensing and production cooperation. In modern living conditions, the international division of labor plays a significant role, since states have their own specialization in the production of certain goods. The purpose of such specialized production is to satisfy its own needs, as well as the needs of partner countries.

The participation of the country in the processes of international division of labor is becoming a real need for successful economic development. The international specialization of labor is developing in two directions – industrial and territorial [4; 5].

Industrial orientation is characterized by the fact that a country or a group of countries specializes in the production of goods of a certain type or their parts for consumption on the world stage. Territorial orientation is focused on intra-industry and inter-industry specialization [4; 5; 6]. Licensing will also have a strong impact on the economy of Ukraine [4].

5. Improvement of international and legal mechanisms to improve the work of the Ukrainian manufacturer. Any individual exporter, before sending his goods for export, must undergo a very thorough analysis of the legal framework of the country to which the export will be sent. Since such legislation may contain some special requirements for products. Without proper preparation, the seller will receive many risks. For example, at a minimum, incur losses in the form of lost profits. At most, such risks will look like for example payment of fines. A properly conducted analysis minimizes risks or eliminates them altogether.

6. Clear implementation of the adaptation of laws in the field of economy with the relevant legislation of the EU and the world trade system, taking into account the specifics and interests of Ukraine. Harmonization of Ukrainian laws with EU legislation is the most important condition for strengthening Ukraine's cooperation with the EU. Harmonization is preparation for the transition to the next level of integration, in particular to full membership in the EU [7].

7. Development and implementation together with the EU of scientific projects to improve the functionality of the following areas: informatics; science; energy; transport; space. Thus, it will contribute to the intertwining of these spheres and will be able to speed up the gradual integration of these segments of the economy into the corresponding segments of the EU [8;9].

8. Development of such forms of cooperation with Germany, under which it is possible to exchange experience in the field of professional education in our country [9].

The following can be attributed to the second category of recommendations:

1. Intensification of work on increasing the range of products from Ukraine on the market.

2. Preservation and development of already successfully operating export directions and simultaneous search for new sales markets for its products.

3. Study of export-dependent sectors of Germany in order to saturate them with their products.

4. Elevation of the subjects of foreign economic activity marketing to new professional heights.

5. Systematic organization of international seminars, exhibitions, forums, fairs, conferences and systematic participation in their work in order to adopt German experience and management methods in order to use them in the domestic economy to achieve the greatest efficiency [9].

Thus, it can be said that in order to improve and intensify relations with Germany, Ukraine needs to improve the country's economic efficiency. It is necessary to eliminate the negative balance during export-import operations between countries, as well as to increase the share of finished products in the structure of Ukraine's exports.

List of references:

1. Germany and Ukraine: Bilateral relations. URL: <https://www.auswaertiges-mt.ade/en/aussepolitik/laenderinformationen/ukraine-node/ukraine/228182> (the access date: 13.10.2022).

2. Україна та Німеччина: міждержавні відносини : Збірник наукових праць. URL: http://institute.sivertraining.org.ua/biblioteka2/Zbirka_Ua_DE.pdf (the access date: 13.10.2022).

3. Zhang H. R. Literature Review on Country-Specific Advantage. URL: https://www.scirp.org/pdf/JSSM_2016040515133681.pdf (the access date: 13.10.2022).

4. Business licensing inventory and simplification roadmap. URL: <https://www.oecd.org/economy/surveys/business-licensing-inventory-and-simplification-roadmap.pdf> (the access date: 13.10.2022).

5. International Division of Labour. URL: <https://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/sociology-and-social-reform/sociology-general-terms-and-concepts-48> (the access date: 13.10.2022).

6. International Specialization. URL: <https://igcseaid.com/notes/economics-0455/6-1-international-specialization/> (the access date: 13.10.2022).

7. Strengthening rule of law in Ukraine. URL: <https://www.unops.org/news-and-stories/news/strengthening-rule-of-law-in-ukraine> (the access date: 13.10.2022).

8. German-Ukrainian Digital Partnership. URL: <https://www.gu-dp.com/> (the access date: 13.10.2022).

9. Deutsch-Ukrainische Energiepartnerschaft. URL: <https://www.dena.de/wir-und-die-energiewende/energiewende-international/bilaterale-energiekooperationen/deutsch-ukrainische-energiepartnerschaft/> (the access date: 13.10.2022).

Didukh K. E., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of International Economic Relations and Regional
Studies of University of Customs and Finance)

INTERNATIONAL TOURISM IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

Modern tourism has undergone the process of internationalization and globalization in the last decade. With the development of technology, means of communication, as well as the variety of means of transportation (air, sea and etc.), the level of mobility of people around the world is increasing which leads to the globalization of tourism.

Under the influence of globalization processes, international tourism is developing most dynamically and is becoming one of the influential factors on which economic growth depends, increasing the country's competitiveness on world markets, and improving the well-being of the population. Globalization processes in the tourist market are characterized by changes in technology, modernization of transport infrastructure, and the creation of a regulatory mechanism.

The transnationalization of the international tourism business is best traced on the example of the tourist accommodation sector, where TNCs take the form of hotel chains which contribute to the effective development of the service sector [2].

The main share of hotel chains is concentrated in industrially developed countries which is associated with the ease of doing business and significant profitability. The leader in this sphere is the USA where national hotel chains predominate. The share of hotel chains in the tourism industry of EU countries is much lower. Hotel chains have just started entering Ukraine.

Transnational corporations, while opening branches abroad, are introduced into the economy of the host countries, and the countries themselves fit into the production of tourist products organized internationally by these corporations.

The activities of TNCs are strengthened with the interconnection and interdependence of the countries' internal and external tourism markets. The form of global partner associations of airlines – aviation alliances – has become widespread among international carriers. Today, the global triad of “Star Alliance”, “SkyTeam” and “Oneworld” has been formed in the world, which includes 52 large and medium-sized airlines. Global alliances are a common practice in various sectors of the tourism industry.

A vivid example of the activities of such unions are global computer systems for booking a wide range of tourist goods and services – from air flights, rail travel and the purchase of package tours to car rentals [1].

With the advent of forums, blogs and other social networks, tourists began to create an image and influence a company's brand through their messages on

social networks. Undoubtedly, e-commerce also plays a huge role in the globalization of tourism.

Globalization of tourism also has negative consequences. It is about environmental problems, outbreaks of diseases and epidemics occurring in different parts of the world, etc. [3].

International tourism has many socio-cultural and economic benefits at the national and international levels. This helps create business opportunities at the national level and helps deal with unemployment. Tourism helps to build better international relations between nations. Tourism also affects trade as it creates opportunities for traders to advertise their goods to attract foreigners.

The COVID-19 pandemic has had a great negative impact on the state and further development of the tourism industry. But any crisis also leads to the emergence of new opportunities and prospects for the tourism market.

Among these opportunities are the acceleration of the digitalization of tourist services, the more active implementation of modern technologies, the use of the ideas of the economy of impressions, the actualization of an individual approach to the client, the expansion of the geography of tourist routes, etc.

List of references:

1. Ціхановська В. М., Ковальчук С. Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 7. С. 86–89

2. Атаманчук З. А. Глобальні тенденції розвитку міжнародного туризму в структурі світового ринку послуг. *Бізнес Інформ*. 2020. №4. С. 21–27.

3. Trends in the development of international tourism in the current context of globalization. Editors: Jadwiga Ratajczak, Victoriia Tsytko. Collective Scientific Monograph. URL: https://www.wszia.opole.pl/ebook/4_2020.pdf (the access date: 17.10.2022).

Dots O. V., (Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

THE USA IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

The United States of America is the most technologically powerful economy in the world, with a GDP per capita of \$59,500. Economically, US companies are at the forefront of technological advancements: in computer science, pharmaceuticals, medical, aerospace, and military equipment. The US role in the world can be seen as setting the overall context, implementing and measuring the success of US policies on specific international issues.

Regarding the trade sphere, the following can be noted. The United States is a member of the World Trade Organization (WTO). For the state, the main goal of

trade agreements is to reduce barriers to exports, protect competing interests abroad and strengthen the rule of law in the Free Trade Agreement partner country. The United States has free trade agreements (FTAs) with 20 countries. Many of these are bilateral agreements between two governments. But some, such as the *Dominican Republic-Central America-United States Free Trade Agreement* (CAFTA-DR), are multilateral agreements between several parties.

Another important type of US trade agreement is the *Trade and Investment Framework Agreements* (TIFAs). TIFA provides a framework for governments to discuss and resolve trade and investment issues at an early stage. These agreements are also a means to identify and work on capacity building where needed. The United States also has a series of bilateral investment treaties (BITs) that help protect private investment, develop market-oriented policies in partner countries, and promote U.S. exports [1; 2].

It is important to mention that the US has had a historically broad labor market, with May 2022 marking the 17th consecutive month of job gains. The unemployment rate was 3.6% at that time. 6.7 million new jobs were created in 2021 and 2.4 million from January to May 2022. The country's economy is returning to the level it was before the beginning of the COVID-19 pandemic, which positively affects the role of the state in the global environment [3].

The process of opening up world markets and expanding trade, which began in the United States in 1934 and continued steadily since the end of World War II, played an important role in the development of American prosperity. According to the Peterson Institute for International Economics, American real incomes are 9 % higher than they otherwise would have been as a result of post-World War II trade liberalization efforts [2].

Rapid growth in trade can act as a global economic stimulus and mechanism for further recovery, with additional efforts to reduce barriers and further expand trade opportunities. Recognition of the long-term benefits of expanding trade, as well as the positive role that trade can play in the current economic recovery, are central factors reflected in the US Administration's trade policy.

The country's role as a global leader has led to an extensive US involvement in international affairs. The United States pursues a policy of global or deep engagement, a policy that provides global public goods from the construction of a liberal order, liberal, aimed at primacy. The liberal international order was created by the United States with the support of its allies in the years immediately following World War II.

The desire of the United States to establish and play a leading role in maintaining a liberal international order is seen as a reflection of the desire of American politicians to avoid a repeat of the deadly major wars and large-scale economic disruptions of the first half of the 20th century – a period that includes World War I, the Great Depression, the rise of communism and fascism, the famine of 1932–33 (Holodomor) in Ukraine, the Holocaust and the Second World War.

The United States enjoy significant security, political, and economic benefits, including maintaining a favorable balance of power both globally and

regionally, and play a leading role in the creation and operation of global institutions and rules for international finance and trade, and is a member of many international organizations.

Protecting and promoting freedom, democracy, and human rights is seen as a key component of U.S. soft power because it can encourage like-minded individuals, international organizations, and individuals in other countries to cooperate with the United States, and because it has the potential to influence the behavior of authoritarian and illiberal governments that act against US interests, inspiring pro-democracy organizations and individuals in those countries.

Thus, the United States is the global leader and the world's largest economy. The state plays an important role in computer, pharmaceutical, medical, aerospace and military fields. The US is actively developing international cooperation and has 20 free trade agreements with other countries; is a member of numerous international organizations [1; 2].

The important role of the USA and President Joe Biden in the economic and political support of Ukraine in the conditions of Russian armed aggression should be noted.

List of references:

1. Самофалов В. Б. Американський досвід створення зон вільної торгівлі. *Актуальні проблеми міжнародних відносин*. 2011. №. 97 (1). С. 80–82.
2. Economy & Trade. Office of the United States Trade Representative. URL: <https://ustr.gov/issue-areas/economy-trade> (the access date: 19.10.2022).
3. United States economic outlook: 2021 year-in-review and first quarter of 2022. URL: <https://www.cepal.org/en/notes/united-states-economic-outlook-2021-year-review-and-first-quarter-2022> (the access date: 19.10.2022).

Dvornikova P., Student of Yaroslav Mudryi National Law University (Scientific Mentor – Khaustova M., PhD, Associate Professor, senior scientific specialist of the National Institute of Legal Security of Innovative Development of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine)

CONFLICTS AS THE FOCAL POINT OF MODERN INTERNATIONAL RELATIONS DEVELOPMENT

Recent events related to the conflict between Russia and Ukraine have emphasized that conflicts not only exist, but are still that “focal point” (from Latin focus – hearth) of the world political system, in which tendencies characteristic of it converge and contradictions are clearly revealed. Currently, there are also dozens of international military conflicts with varying levels of intensity. In recent years, the dynamics of conflicts, especially to the east of the European Union, have increased dramatically, which in turn has led to an alarming and progressive trend of deepening conflicts.

We should understand it as the apparent inability of the international community to manage conflicts and eliminate their negative consequences [1, p. 20–23]. From the unprecedented refugee crisis to the spread of terrorism and religious extremism, the collective (and to some extent deliberate) failure to resolve the crisis is trying to create new threats and dangers.

In modern international conflicts, in the forms of their resolution (settlement) that are being approved, the discrepancy between the two types of rules that determine the behavior of their participants has clearly manifested itself [2]. It manifests itself in the clash of generally recognized norms and principles of international law, which are the “rules of participation” in interaction on the world stage, with the “rules of victory” in force in an international conflict. These rules are the requirements for the compliance of conflict behavior with the criteria of its expediency and effectiveness, the tasks of successfully achieving the set goals. The scale and political significance of the clash between these two types of imperatives give good reason to consider it as a global international political conflict, while ignoring the ideological differences [3, p. 8–10].

The international legal norms of participation in the system of international relations are recognized by the actors of world politics as belonging to a given space-time continuum. They are formulated, established and recognized not so much as a reflection of real interaction, but also as a representation of how it should be. With regard to the norms of modern international law, what should be the system of interaction between states defined by them on the world stage. Among other things, this is manifested in the presence and general recognition of, if not mutually exclusive, then contradictory (but not the interests of each of the states participating in international relations) norms and principles of international law. As an example, most often they point to the principles of sovereignty, non-interference in internal affairs, inviolability of borders and territorial integrity, on the one hand, and equality and the right of peoples to control their own destiny, respect for human rights and fundamental freedoms, on the other [4, p. 12–55].

International conflicts are an integral part of international relations. At present, conflict is seen as a means of manipulating events. The development of these events hides a lot of injustice, inequality, double standards. It is necessary to create new conditions for a constructive dialogue, for an Alliance of Civilizations and for stimulating contacts between different ethnic groups, cultures and religions, for education in the spirit of tolerance and tolerance. But in order for there to be trust between civilizations, we must learn to be open to others [5, p. 65–70]. If we don't want the alliance of civilizations remained a propaganda thesis, we must do more to have parity in this dialogue and at least relative equality in this alliance.

List of references:

1. Kasyuk A. Ya., Manokhin I. V., Kharichkin I. K. Globalization and the New World order // Bulletin of the Kiev university. 2016. № 10 (749). P. 167–181
2. How is the term «Armed Conflict» defined in international humanitarian law? 2022. URL: <https://www.icrc.org/en/doc/resources/documents/article/other/armed-conflict-article-170308.htm>
3. Hazard and Dondi, Geoffrey C and Angelo. Legal ethics: a comparative study. Stanford University Press. 2004. P. 8–10
4. MacDonald K. Evolution, Psychology, and a Conflict Theory of Culture. *Evolutionary Psychology*. 7 (2). 2009. P. 12–55. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/147470490900700206>
5. Feofanov K. A. Civilizational theory of modernization. M.: Publishing decision, 2016. 246 p.

Hordova O. S., Student of University of Customs and Finance

(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

DENMARK IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS: ECONOMIC DIMENSION

Analysis of Denmark's development in today's global environment is rather relevant. Denmark plays an important role on the world stage when it comes to sustainable development and the defense of human rights. Considering the position of Denmark in the world market, it can be characterized as a middle position between large and small economies, Scandinavia, Europe and the world.

Denmark, which entered the global economic arena only in the middle of the 19th century, traditionally focused on exporting narrow categories of goods to neighboring countries, gradually expanding the circle of partners until the end of the 20th century. We can say that Denmark has a model of a small open economy, the small size of which cannot significantly influence the processes in the world market. This means increased vulnerability of the country to global crises, which provoke protectionism and changes in the structure of supply and demand. In this regard, the problem of adaptation of the external sector of Denmark to changes in the world situation is worth studying.

A characteristic feature of the economy of the countries of the Scandinavian region in general, and Denmark in particular, is a high degree of openness and globalization of trade [1]. However, to get a more complete picture, it is necessary to take into account the fact that Denmark is a highly globalized economy (in 2021, the country ranked 8th in the world according to the KOF Index of Globalization), which contributes to Denmark's active involvement in the formation of global value chains. In the modern era,

Denmark's economic development is also characterized by a high degree of dependence on exports/imports (although it remains on average European indicators). While continuing their traditional cooperation with some countries (Germany, Great Britain), the importance of Nordic cooperation (Sweden, Norway) and non-European countries in the structure of foreign trade, especially in value chains (USA, Japan, China), is growing.

After years of getting closer, Denmark has finally reached the top of global competitiveness. The World Competitiveness Ranking 2022, which is published annually by the IMD business school in Switzerland, put Denmark in first place among 63 economies of the world.

The COVID-2019 pandemic worked as a political trigger [2] and made serious adjustments to the economic indicators of all countries of the world. Denmark was no exception: the maximum drop in GDP growth rates associated with the introduction of the national quarantine from March 13, 2020, occurred in the second quarter of 2020 and, according to Eurostat, was 7.1% compared to the first quarter of 2020.

The pandemic pushed Denmark to a number of problems: a decline in global demand, inhibition of projects in the field of ecology, instability in the field of logistics and supply chains, the introduction of protectionist measures by the main foreign trade partners, etc. To overcome the crisis, the country chose the right path towards digital technologies financed through venture capital investments, continued the green course with an emphasis on energy, and emphasized the intensification of international relations in economic diplomacy.

Along with the well-established concept of the Scandinavian model of general well-being, the Danish model of green growth is being discussed more and more in recent times. Denmark uses this trend to develop sectors of the economy that are of strategic importance and enjoy broad political and public support. For this small, open and export-oriented country, the green economy has become one of the key national priorities. Special attention is paid to supporting the export potential of enterprises in the conditions of growing global demand for green products and environmentally friendly technological solutions.

In order to attract investments, trained personnel and promote exports, the strategy of national branding is being implemented in Denmark. This mission is carried out by relevant ministries and government agencies, various associations and network organizations. The national green platform ("State of Green"), which unites various sponsors and partners of the public-private partnership with the participation of the Danish government, the Confederation of Danish Industry, the Danish Energy Association, the Danish Agricultural and Food Council, the Danish Wind Energy Association, performs the most important tasks of the strategy. The organization's activities are focused on technological solutions in the field of energy, environment and climate [3].

Denmark maintains a high standard of living – its GDP per capita is one of the highest in the world – with well-developed social services. The economy is

based mainly on services, trade and industry, only a small percentage of the population is engaged in agriculture and fishing.

Denmark is a developed post-industrial country that protects both nature and human rights. The Danish government consistently supports the European and Euro-Atlantic integration of Ukraine.

List of references:

1. Баланчук І. С. Розвиток та становлення інноваційної системи в Данії: статистичний огляд. *Наука, технології, інновації*. 2019. № 3. С. 42–53.

2. Данія. URL: <https://export.gov.ua/country/81-daniia> (дата звернення: 18.10.2022).

3. Denmark – The State of Green Solutions. URL: <https://usa.um.dk/en/denmark-in-us/green-denmark/denmark-the-state-of-green-solutions> (the access date: 18.10.2022).

Kalysta V. V., (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

ESTONIA IN MODERN INTERNATIONAL RELATIONS

Estonia is one of the most developed countries in terms of economic growth and technological progress. Estonia has full respect and guarantees of property rights, a fair taxation and public spending, high investment in trade and considerable financial freedom. The country ranks high on the Human Development Index and has good indicators of economic freedom, civil liberties, education and freedom of the press. The unemployment rate is 5.3 percent, which is significantly lower than the EU average [3].

Estonia's economy is robust due to the internal market of the European Union. Estonia has an effective system of international investment protection, which creates a favorable environment for the development of international trade and economic relations in Estonia [2].

A significant place in Estonia's economy is occupied by the service sector, but the country has strong industrial sectors of electronics and telecommunications. Estonia's trading partners are mostly the countries of the European Union, which account for about 72% of the country's imports.

According to the OEC data, in 2019, Estonian exports consisted of broadcasting (\$969 million), oil (\$667 million), cars (\$628 million), mostly to Finland, Sweden, Latvia, and the United States [1].

Estonia has become one of the most developed countries in the digital sphere. About 90% of citizens are Internet users; the country has one of the best internet coverages. Estonia was the first to hold national elections via the Internet (in 2005) and the first to provide e-residency (in 2014). Its system of corporate taxation also helped stimulate foreign high-tech investment and economic growth [3].

Estonia's foreign policy is typical as of a small country, while great powers act globally and with far-reaching goals. In 2004, country became a full member of NATO. The country's membership in international institutions is an important element of the international security system in the Baltic region.

Estonia enjoys significant support from NATO and the European Union. Being a member-state of the European Union, Estonia has a Common Foreign and Security Policy (CFSP) with other member states, and Estonia also actively participates in the European Security and Defense Policy (ESDP) [2].

Neighboring countries such as Finland, Lithuania, Latvia and the countries of Northern Europe (Sweden, Norway, Denmark) are important partners of the state. Establishing good foreign relations with the USA, Germany and Great Britain is also a priority of Estonia's foreign policy.

So, after the restoration of independence, Estonia, gaining rapid development, created a free-market economy and established foreign relations with Western and neighboring countries, joined many leading international organizations (including the EU, NATO), turned into one of the most technologically developed and dynamic countries. Now the country is a good example of liberalization and empowerment of the people and what happens when the people decide the destiny of their country, both economically and socially.

It should be noted that Estonia consistently supports Ukraine both on the path of European integration and in the fight against Russian armed aggression.

List of references:

1. Країни світу і Україна Т.1: Північна Європа. Західна Європа. Південна Європа / ред. А. Кудряченко. Київ : Вид-во «Фенікс», 2017. 564 с
2. Gasparini A. From State to Market: Thirty Years of Economic Success in Estonia. URL: <https://www.freiheit.org/central-europe-and-baltic-states/state-market-thirty-years-economic-success-estonia> (the access date: 10.10.2022).
3. Hedlund S. Estonia outperforms the EU. URL: <https://www.gisreportsonline.com/r/estonia-growth-development/> (the access date: 10.10.2022).

Klymenko K. O., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

JAPAN IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

The processes taking place in the world after the end of the global bipolar confrontation have significantly changed the picture of international relations. The disappearance of old threats and the appearance of new ones, the acceleration of globalization and regionalization, the complexity of the information canvas require the modification of foreign policy strategies. In the

1990s, Japan was faced with the need to review the principles that allowed it to avoid intervening in international conflicts and focus on economic growth.

Today, Japan has all the attributes of a great power. Japan is an island country in East Asia. Japan is a member of the United Nations, G7 and APEC. It is a highly developed country. In terms of GDP, it ranks third in the world after the USA and the People's Republic of China. The territory is 366.8 thousand square kilometers, the population is 127 million people. Japan is among the top ten countries in the world in terms of population, and it is among the five largest economies in the world.

Life expectancy in the country is the highest in the world. Japan is a mononational country (99% of the population is Japanese; there are more than 340 people per 1 sq. km). About 80% of residents live in cities. 11 cities are millionaire cities. The largest urban agglomerations of Keihin, Hanshin and Chuke merge into the Tokyo metropolis (Tokaido) with a population of more than 60 million people [3].

The first attempts to develop a foreign policy line after the Cold War largely echoed the American national security strategy. Relations with the United States continued to be the cornerstone of national security policy. After a short period of uncertainty and fears about departure of the United States from Asia, in 1996 the parties confirmed the inviolability of the security alliance, and in 1997 new guidelines for defense cooperation were signed, which expanded the alliance's sphere of responsibility to practically the entire region.

While the main direction of Japanese foreign policy did not undergo significant changes, the transformation of the international environment after the Cold War gave Tokyo the opportunity to expand the horizons of foreign policy activity to bring its political role into line with its economic status. In the 1990s, the thesis about Japan's intention to play an important role in creating a new world order began to appear in the Diplomatic Bluebook.

The foreign policy discourse of the 1990s was dominated by liberal rhetoric, which was largely connected with the widespread at that time notions about the reduction of the importance of military power and the priority of global problems. In 1991, Prime Minister Miyazawa stated that Japan's international role in building a new world order would grow. This role involved great activity in regional affairs, participation in interregional cooperation, and also had a global dimension.

The main directions on which Japan focused its efforts to achieve a new status in the world were the promotion of socio-economic development, as well as peacemaking and post-conflict reconstruction. Over time, the problems of peacekeeping and post-conflict reconstruction were firmly incorporated into the policy of ensuring national security [1;2].

The evolution of Japanese foreign and security policy in general is derived from the influence of many factors. Liberal and realist tendencies coexist in it, different norms are revealed. The predominance of one or the other depends both on external conditions and on the country's perception of its identity.

If during the Cold War, Japanese foreign policy was mainly focused on the protection of national interests, especially economic ones, today Tokyo takes the initiative in ensuring international security, and does it not only financially, but also diplomatically. This liberal trend, which appeared in the early 1990s, is a characteristic feature of Japan's policy of providing development assistance, participating in peacekeeping operations, solving global problems, such as, for example, environmental protection or disarmament.

Today, realism prevails in foreign policy, which is primarily related to the regional and global rivalry between Japan and China. Liberalism in foreign policy will largely depend on the prospects of China's peaceful integration into the international system, and even the role of the United States in affairs. However, the desire to increase international influence, not only in the context of obtaining a permanent status in the UN Security Council, but also in the context of spreading its values and ideals in the world leads to the fact that liberalism remains an integral part of this foreign policy course [1;2].

In general, during the period that has passed since the end of the Cold War, Japan has become a more active player in international relations. It is ready to show great firmness in defending national interests, including territorial issues, actively projects its soft power, and puts forward important initiatives on global issues. While adapting its foreign policy to rapidly changing international realities, it does not seek to categorically abandon the model that ensured the success of its post-war development.

List of references:

1. Каспрук В. Японія – США: динамічна військово-технічна співпраця. URL: <https://tyzhden.ua/World/50152> (дата звернення: 12.10.2022).
2. Семеніст І. В. Еволюція американсько-японського союзу безпеки (1991–2001 рр.) : Монографія. Київ : Київський університет імені Бориса Грінченка, 2016. 204 с. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/78041068.pdf> (дата звернення: 12.10.2022).
3. Japan. URL: <https://www.britannica.com/place/Japan> (the access date: 12.10.2022).

Kovalchuk M. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

AUSTRALIA IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

Australia's foreign policy is based on multilateralism, regionalism, building strong bilateral relations with its allies. The state takes an active part in the United Nations and the Commonwealth of Nations. It maintains significant ties with

ASEAN and has become a strong ally of New Zealand through long-standing ties that date back to the 1800s. The country has a long-standing alliance with the United States. In recent decades, Australia has sought to strengthen its relations with countries in Asia, and this has become the focus of the country's network of diplomatic missions. In 2021, Australia signed an important security treaty with Great Britain and the United States of America (AUKUS), aimed at countering the growing threat of China in the region [3, p. 111].

Australia is a member of G20, the Organization for Economic Co-operation and Development and APEC forum. The country takes an active part in meetings of heads of government of the Commonwealth, the Pacific Islands Forum and other regional organizations of the Pacific Islands, as well as the Association of the Indian Ocean Region. Australia is also a member of MIKTA, an informal and diverse middle-power partnership between Mexico, Indonesia, South Korea, Turkey and Australia, led by their foreign ministers, which seeks to promote an effective, rules-based world order.

Australia's trade balance is \$5.223 billion as of December 2019 (seasonally adjusted). Asian partners dominate Australia's bilateral trade flows as Australia's economy continues to complement economy of a growing Asia. China remained Australia's largest bilateral trading partner in 2018–19 and was its largest export market and source of imports. Bilateral trade with China exceeded \$230 billion, which is twice as much as trade with the second-ranked partner, Japan [1, p. 171]. Australia's top ten trading partners in 2018-19 included China, Japan, the United States, the Republic of Korea, Singapore, New Zealand, the United Kingdom, India, Malaysia and Thailand. Australia imports a wide range of goods and services. The total value of Australian imports increased by 6.5% to \$421.4 billion in 2018–19. Personal travel services received by Australians overseas was the largest component, accounting for about a tenth of the total value of imports and almost double the second-largest import of refined petroleum. The geographical structure of imports is presented in Figure 1.

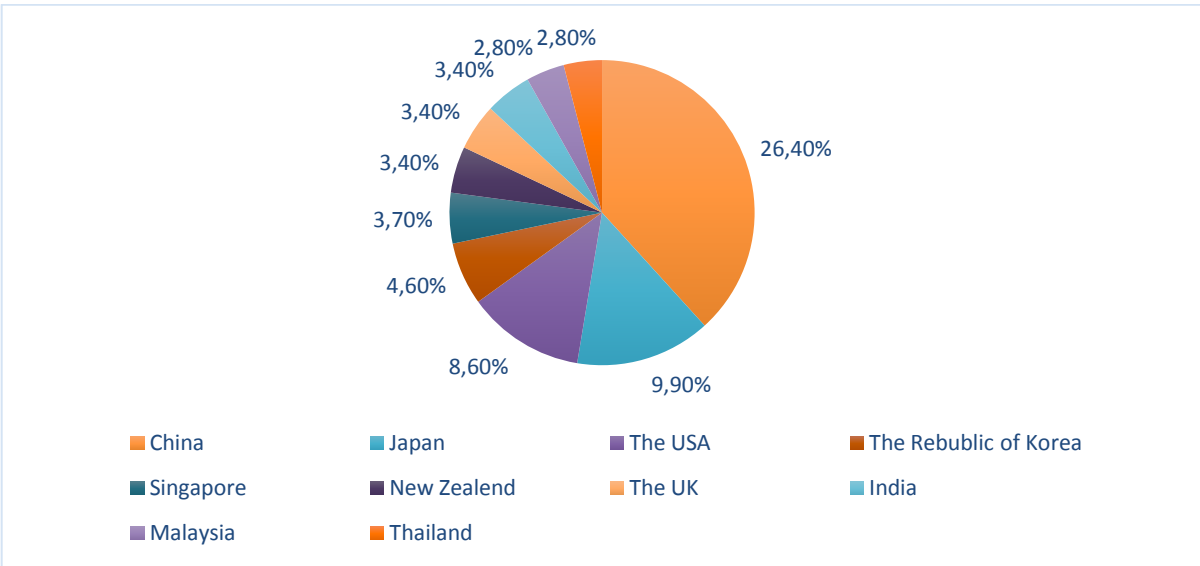


Figure 1. Australia's trading partners in 2018–2019

Source: compiled by the author based on data [2]

Australia has several territorial disputes. One of them takes place with Papua New Guinea and concerns the islands in the Torres Strait, located between the Australian Cape York Peninsula and the island New Guinea. There are also disputes between Australia and East Timor over the demarcation of maritime borders, stemming from the latter's attempt to review the borders in the Timor Sea, which is rich in oil and natural gas reserves.

The strategy for building Australia's foreign policy relations was laid out in the Morrison Doctrine. Morrison (Prime Minister from August 24, 2018 to May 23, 2022) relied on traditional norms and faith to change Australian politics. His policy on China was a sharp departure from John Howard's policy, distancing the Liberal Party from Howard's formula about the "need to choose" between the United States and China [3, p. 112].

In 2021, Morrison and Payne announced 5 principles of Australia's foreign policy. The main one is support for open economies and societies, a values-based position associated with the liberal international order. This was the Liberal Party's stance on multilateralism.

Thus, Australia takes an important place on the global stage and in the modern global environment. This is due to the increase in the volume of mutual trade with developed countries, the high degree of involvement of the country in the activity of international organizations and relations with strategic partners.

List of references:

1. Sundaramurthy A. The China factor in India-Australia maritime cooperation. *Asian Affairs*. 2020. T. 51. №. 1. P. 169–188.
2. Trade and investment at a glance 2020. Australian Government: Department of Foreign Affairs and Trade. URL: <https://www.dfat.gov.au/publications/trade-and-investment/trade-and-investment-glance-2020> (the access date: 17.10.2022).
3. Tyler M. C. Solving Australia's foreign affairs challenges. *Australian Foreign Affairs*. 2019. №. 7. P. 109–115.

Krut S. M., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

FRANCE IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

During the last two decades, French diplomacy has been solving the difficult task of implementing its own vision within the existing institutional framework in the European integration environment. The current European realities contributed to the development of such an approach, which would allow using the cumulative potential of the European integration association to

strengthen political solidarity, while avoiding submission to the prevailing communitarian method of integration.

Back in the 1950s, France initiated the creation of the European Coal and Steel Community. The achievements of European construction in the early 1990s raised the level of integration. France, as one of the main "locomotives" of European integration, achieved significant success in the formation of new institutions and led an active policy of initiatives aimed at deepening relations between EU members, as well as supporting candidate countries on the way to joining the organization [1].

France is one of the most economically developed countries of the EU. France is also the world's seventh-largest economy, placing it among the world's leading G7 economies. On the continent, the country has an advantageous geographical location: as a transit point between Southern and Northern Europe, it is connected to its neighbors by numerous road, rail and air connections. This allows it to fully use the advantages of the EU single market, within the framework of which it carries out most of its commercial exchanges.

The French economy is developing in several sectors which have great success. Each of them benefits from the single market and EU policies:

- France regularly ranks among the best tourist countries in the world;
- it is the first agricultural state on the continent;
- also, France stands out in the aerospace, automotive, pharmaceutical and petrochemical sectors.

With just over 67 million inhabitants as of January 1, 2021, France is the second most populous country in the European Union after Germany. Its demographic weight affects its representation in European institutions. In the Council of the EU, where the member states meet, a qualified majority is achieved if it unites at least 55% of the countries representing at least 65% of the EU population. Therefore, the voice of France has considerable weight. In the European Parliament, the French are represented by 79 MEPs, i.e., the second national cohort, after Germany and ahead of Italy. With over 200,000 military personnel in 2020, France is the leading military power in the European Union. Its armed forces participate in several humanitarian, evacuation or peacekeeping operations around the world together with the armed forces of partner countries – both within the framework of NATO and within the framework of European cooperation. France continues to advocate for the strengthening of European defense [2].

France is characterized by a variety of historical and artistic heritage combined with adequate tourist services (hotel business, theme parks, sightseeing tours) and transport infrastructure. An important historical landmark of France is Montmartre – a hill in Paris, where many works of art were created and new artistic trends appeared. The most recognizable building on the hill is the Sacre Coeur Basilica. One of the most famous museums in Paris is the Louvre, the history of which can be traced back to the 12th century, although a museum was established there only during the Great French Revolution. In

1987, on the initiative of the Ministry of Tourism of France, the organization Maison de la France was created with the aim of promoting the country in the direction of tourism [3].

Therefore, thanks to its history, its status as EU founding country and its political, economic and diplomatic weight, France has always taken a crucial place in European integration. The Permanent Representation of France to the European Union plays a crucial role as a link between Paris and Brussels, in negotiations within the bodies of the Council of the European Union and in relations with other institutions, in particular the European ones. Parliament and the European Commission.

It should be noted separately the important role of France in the economic and political support of Ukraine in the conditions of Russian armed aggression.

List of references:

1. Шаповалова О. І. Французький підхід до політичної інтеграції в Європейському Союзі. URL: <http://www.socio-journal.kpi.kiev.ua/archive/2009/4/7.pdf> (дата звернення: 13.10.2022).
2. La France dans l'UE. Commission européenne. URL : https://france.representation.ec.europa.eu/qui-sommes-nous/la-france-dans-lue_fr#:~:text=Une%20puissance%20diplomatique%2C%20militaire%20et%20maritime&text=Avec%20plus%20de%20200%20000,militaire%20de%201'Union%20europ%C3%A9enne (the access date: 13.10.2022).
3. Кожушко С. П., Ключник Р. М. Туристична політика в умовах глобальних викликів: європейський досвід. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2021. № 1(30). С. 56–66.

Krut S. M., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

AMERICAN-JAPANESE RELATIONS AT THE PRESENT STAGE

The United States established diplomatic relations with Japan in 1858. During World War II, diplomatic relations between the United States and Japan were severed. After years of fighting in the Pacific, Japan signed the act of surrender in 1945. Diplomatic relations were restored in 1952.

2022 marks the 62nd anniversary of the signing of the US-Japan Security Treaty. The US-Japan alliance was strengthened in 2015 and provided for new, expanded forms of security-oriented cooperation [1]. Japan provides military bases, as well as financial and material support to US forward forces, which are essential to maintaining stability in the region.

Japan is now one of the most successful democracies in the world with a powerful economy. The US-Japan alliance is based on shared vital interests and values, particularly in maintaining stability in the Indo-Pacific region:

- preserving and promoting political and economic freedoms;
- support for human rights and democratic institutions;
- expanding prosperity for the people of both countries and the international community as a whole [2].

Due to the joint economic and diplomatic influence of the two countries on the world, American-Japanese relations have acquired a global scale. The United States and Japan cooperate on a wide range of global issues, including development assistance, global health, environmental and resource protection, and women's empowerment. Countries are also working together to promote integrity in ICT supply chains and ensure a secure transition to 5G networks [1].

The states cooperate in the fields of science and technology, namely: brain science, aging, infectious diseases, personalized medicine and international space exploration. They are intensively working on expanding the already strong international ties in education, science and other areas.

Japan and the United States of America cooperate closely in international diplomatic initiatives. The United States consults with Japan and the Republic of Korea on North Korea policy. In Southeast Asia, US-Japan cooperation promotes maritime security and economic development. Outside of Asia, Japan's political and financial support has greatly aided US efforts to address a variety of global challenges, including countering terrorism, working to stop the spread of pandemic infections, advancing environmental goals, assisting developing countries, countering piracy, and protecting human rights and democracy.

Japan is an indispensable partner in the United Nations and the second largest contributor to the UN budget [4]. Japan generally supports the United States on nuclear non-proliferation, and the countries are moving toward a shared vision of a free and open Indo-Pacific through partnerships such as the Japan-US Strategic Energy Partnership and *the Japan-U.S.-Mekong Power Partnership*.

The US-Japan relationship is one of the strongest and deepest economic partnerships in the world and includes significant trade and investment flows. In October 2019, the United States and Japan signed the US-Japan Digital Trade Agreement, which includes high-standard provisions that ensure the transfer of data across borders without restrictions, guarantee the protection of consumer privacy, promote common principles of resolution cyber security issues, support the effective use of encryption technology and promotion of digital trade [3].

The United States seeks to expand access to Japan's markets, increase bilateral investment, stimulate economic growth based on domestic demand, facilitate economic restructuring, improve the financial climate for American investors, and raise the standard of living in both countries. Japan is a major market for many US goods and services, including agricultural products, chemicals, insurance, pharmaceuticals, films and music, commercial aircraft, non-ferrous metals, plastics, medical and scientific products and equipment. US imports from Japan include vehicles, machinery, optical and medical instruments, and organic chemicals. US direct investment in Japan is mostly in financing/insurance, manufacturing, and wholesale. Japanese direct investment in the United States is mostly in the wholesale trade and manufacturing sectors [2].

Thus, it is possible to state the success of the development of American-Japanese relations at the current stage.

List of references:

1. Семеніст І. В. Еволюція американсько-японського союзу безпеки: теоретико-методичні засади : монографія. Київ : КУБГ, 2016. 204 с.
2. U.S.-Japan Relations. URL: <https://crsreports.congress.gov> (the access date: 25.10.2022).
3. U.S.-Japan Trade Agreement Negotiations. URL: <https://ustr.gov/countries-regions/japan-korea-apec/japan/us-japan-trade-agreement-negotiations> (the access date: 25.10.2022).
4. Japan's Foreign Policy to Promote National and Global Interests. URL: <https://www.mofa.go.jp/policy/other/bluebook/2020/html/chapter3/c030105.html#:~:text=With%20regard%20to%20the%20assessed,after%20the%20U.S.%20and%20China> (the access date: 25.10.2022).

Ladchuk V. O., Student of University of Customs and Finance

(Academic Supervisor – Serdukov K. H., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

TRADE AND ECONOMIC COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND COUNTRIES OF WESTERN EUROPE

The countries of Western Europe are especially developed. It is about such countries as Austria, Belgium, France, Liechtenstein, Luxembourg, the Netherlands, Germany, Switzerland, and other [1].

Countries of Western Europe are becoming an important partner for Ukraine. For example, bilateral agreements on foreign direct investment are underway. Figure 1 shows the amount of funds invested by Western European countries in Ukraine in 2021:

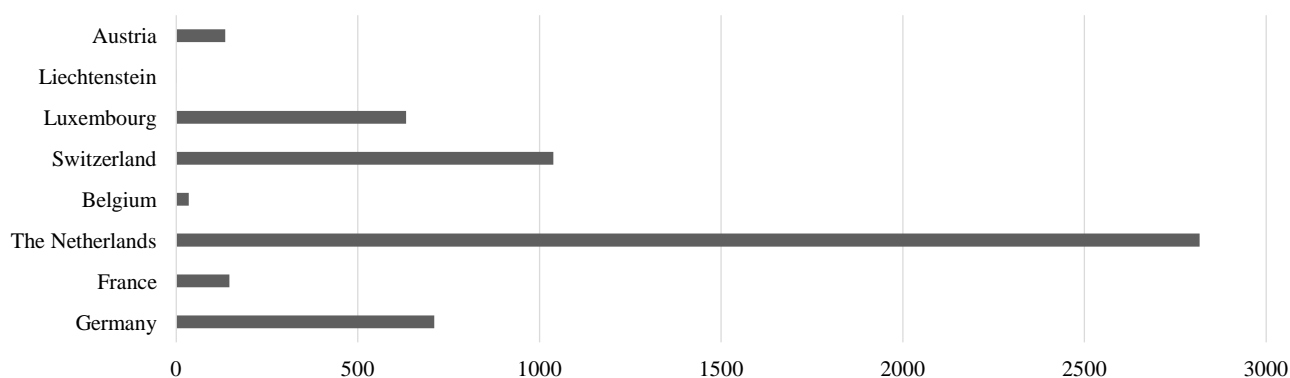


Figure 1. Foreign direct investments that came to Ukraine from Western European countries in 2021 in million \$

Source: compiled by the author based on data [2; 3]

So, the most direct foreign investments in 2021 came from the Netherlands (over \$2.8 billion), Switzerland (\$1.4 billion) and Germany (\$710 million). But to date, a number of legislative incentives have been introduced in Ukraine to attract investors, for example, a green tariff, transactions with raw materials, benefits for IT specialists, etc. Ukraine's economy is gradually liberalizing, offering some of the most favorable conditions for investment. Agriculture, IT and green energy are considered the most promising sectors for foreign investments in Ukraine [3].

As for trade and economic relations, the countries of Western Europe are among the top 15 exporters and importers for Ukraine [4]. Figure 2 shows where Ukraine exported and imported products from mostly:

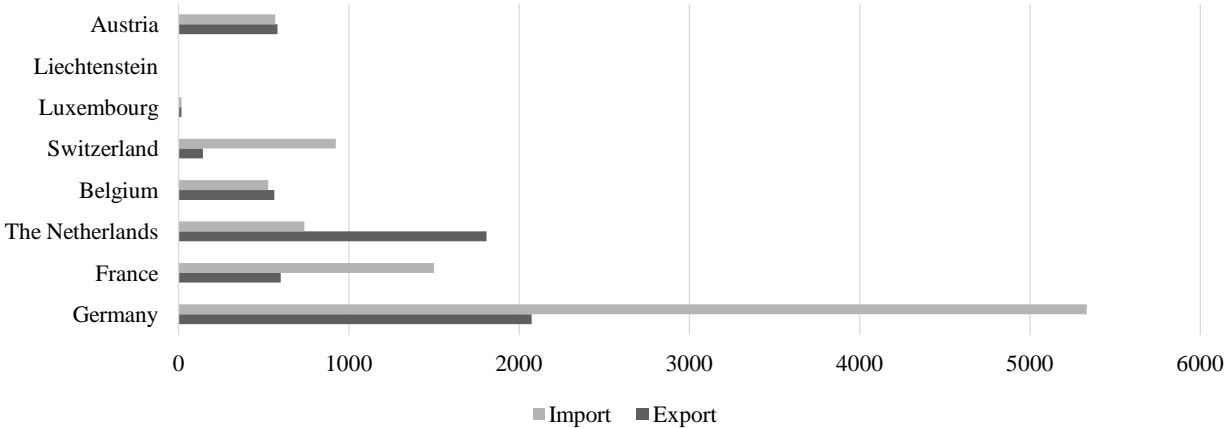


Figure 2. Ukraine trade balance, exports and imports with Western Europe in 2020 in million \$

Source: compiled by the author based on data [5]

Figure 2 shows that Germany and the Netherlands are the top export countries, and Germany, France and Switzerland are the top import countries. Ukraine mostly exports food products, metals and minerals, and imports industrial goods, cars, chemical and pharmaceutical products [6].

By strengthening the services sector, it is possible to exit from the status of a country that exports raw materials to the sale of finished products on the Western European market. Ukrainian production is much cheaper than Western European production. Having established an enterprise in Ukraine for the production of finished products from grain crops, it can be got a large income. The product can be sold in Western Europe countries, where it will cost more. At the same time, the level of the country's economy will grow, and the level of unemployment will decrease; due to the involvement of the Ukrainian workforce, an increase in the inflow of taxes and investments is expected.

So, with regard to the reasons for Ukraine's attractiveness to Western European investments, it is in a favorable geographical location (fertile black soil, a moderate climate, a large number of natural resources), has low production costs (compared to wages, utility payments, resources, raw materials

and other production costs, Ukraine is more profitable and has lower taxes and prices), has one of the largest markets in Europe (more than 43 million consumers), and skilled workforce. Germany, the Netherlands and Switzerland are the largest Western European partners for direct foreign investment and trade and economic relations. Ukraine can improve export, import and investment situation. After the victory in the war, rapid economic development is expected to begin in Ukraine.

List of references:

1. Козак Ю. Г., Логвінова Н. С., Барановська М. І. Міжнародна торгівля : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2010. 441 с.
2. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 26.10.2022).
3. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/> (дата звернення: 26.10.2022).
4. Міжнародна торговельна діяльність : підручник / В.В. Рокоча та ін. К. : Університет економіки та права "КРОК", 2018. 698 с.
5. The World Integrated Trade Solution. URL: <https://wits.worldbank.org/> (the access date: 26.10.2022).
6. The database of United Nations trade statistics (UN Comtrade). URL: <https://comtrade.un.org/> (the access date: 26.10.2022).

Lemeshko H. S., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

NEW ZEALAND IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS: ECONOMIC DIMENSION

New Zealand has been a member of the World Trade Organization since January 1, 1995. It does not apply import tariffs to most goods imported into the country, which positively affects the country's trade relations. A series of trade agreements formed the basis of the Trade Agreement for a Closer Economic Relationship between Australia and New Zealand (known as the CER), signed in 1983. The agreement eventually eliminated tariffs and trade quotas between the two countries, and was seen by some as the first step toward integrating their economies.

New Zealand is a party to the following multinational agreements that have entered into force: the Trans-Pacific Strategic Economic Partnership (P4) between Brunei, Chile, Singapore and New Zealand, which entered into force in 2006; the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) – Australia and New Zealand Free Trade Area (AANZFTA), which entered into force in 2010; the Pacific Agreement on Closer Economic Relations (PACER Plus), which entered into force in 2011; the Comprehensive and Progressive Trans-Pacific

Partnership (CPTPP), which entered into force in 2018; Digital Economy Partnership Agreement (DEPA) between Chile, Singapore and New Zealand, which entered into force in 2021.

New Zealand also has free trade agreements with the following countries: the CEP Agreement with Singapore, which entered into force on 1 January 2001, the CEP Agreement with Thailand, which entered into force on 1 July 2005, the FTA with China, which entered into force on October 1, 2008, the FTA with Malaysia, which entered into force in January 2016, the CEP with Hong Kong, which entered into force on January 1, 2011, the Free Trade Area Agreement with the Republic of Korea, which entered into force on December 20, 2015 [1; 2].

Agricultural products – mainly meat, dairy products, fruit and vegetables – are New Zealand's main export; crude oil and wood and paper products also play a significant role.

The main items of import are crude and refined oil, machinery and vehicles. New Zealand's main trading partners are China, Australia, the USA, Japan, Germany, and the Republic of Korea.

In 2020, New Zealand was the world's largest exporter of milk and cream, concentrated or with added sugar or other sweetening matter (\$5.92 billion), unprocessed bark-free wood (\$2.05 billion), cream butter and other fats and oils, milk spreads (\$1.89 billion), casein, caseinate and other casein derivatives (\$685 million) and natural honey (\$328 million).

New Zealand's main imports are motor vehicles and other motor vehicles mainly used for transportation (\$2.37 billion), petroleum oils and oils obtained from bituminous minerals, petroleum (\$1.4 billion), radio or television transmission equipment (\$1.19 billion). New Zealand imports mainly from China (\$7.52 billion), Australia (\$5.58 billion), the United States (\$2.93 billion), Japan (\$1.87 billion) and South Korea (\$1.64 billion) [2].

Over the past 40 years, the government has transformed New Zealand from an agrarian economy dependent on concessional access to the British market to a more industrialized, free market economy that can compete globally. This dynamic growth increased real incomes, expanded and deepened the technological capabilities of the industrial sector.

In addition, New Zealand is committed to attracting foreign investment in innovative sectors to drive economic growth, create jobs, improve productivity and achieve greater diversification. The investment attraction strategy is aimed at investments in primary industries, specialized production, infrastructure, oil, gas and mining, information communication and the service sector.

Currently, some minerals, metallic and non-metallic, are used for commercial exploitation. An example is gold, which was the main export item in the early years of organized settlement; coal, which is still mined in significant volumes; iron sands, which are exploited both for export and for domestic use; and more recently natural gas. In addition, construction materials are mined, which the country is rich in [2; 3].

Thus, the technological capabilities of the industrial sector, participation in multinational agreements, and attraction of foreign investments are among the features of New Zealand in the global market.

List of references:

1. Богданова Т., Соколова Г. Пріоритети зовнішньої політики Нової Зеландії у XXI столітті. *Старожитності Лукомор'я*. 2022. №. 2. С. 104–112.
2. New Zealand. Overview, Exports, Imports. URL: <https://oec.world/en/profile/country/nzl> (the access date: 26.10.2022).
3. New Zealand: Market Profile. URL: <https://research.hktdc.com/en/article/MzU4MDM2MDM3> (the access date: 26.10.2022).

Leonova O. V., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Bilozubenko V. S., Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

PECULIARITIES OF UKRAINE'S FOREIGN TRADE

Foreign trade is an important factor for the economy of any country. Its development ensures a positive impact on GDP, is a source of foreign exchange earnings and directs the balancing of production capabilities.

The World Trade Organization (WTO) plays a key role in the development of trade on the planet. This organization presents itself as the basis of international trade relations between countries and monitors the implementation of certain agreements. On May 16, 2008, Ukraine became a member of the World Trade Organization (WTO). The main task for Ukraine was to provide financial, political and organizational conditions for the rapid promotion of Ukrainian products to foreign markets.

After joining WTO, customs and tariff regulation of Ukraine underwent certain changes, in particular:

- greater focus on creating conditions for the transfer of high-tech industries,
- expanding access to new technologies (equipment for large-scale modernization of production facilities) [2].

The main trading partner of Ukraine is the European Union. According to 2020 data, the volume of trade in goods and services with EU countries was 37.2% of the total volume. Ukraine also cooperates with the USA, Indonesia and other countries [1].

Usually, in well-developed countries, exports exceed imports. But in Ukraine, exports do not exceed imports.

The main goods that Ukraine exports are products of the agro-industrial complex, food industry, products of the metallurgical complex, engineering products, mineral products, chemical industry, etc. At the same time, our

country imports such goods as automobiles, medicines, energy materials, polymer materials, paper and cardboard, etc. [1; 3].

Condition of trade in services is somewhat different. The country experienced a rapid development of trade in services for a certain period of time, and this is explained by the fact that there is a need to include the country in the processes of competition in foreign economic activity.

But, despite this, the level of export progressivity is low. An example of this is the transport sector, which is leading only due to the transit position of Ukraine, and not because there is a high level of development of this industry.

It should be noted that the volume of financial services is rapidly increasing in Ukraine, namely:

- money transfer operations;
- currency exchange operations;
- providing loans;
- provision of financial loans at the expense of one's own money, etc. [1].

This can be explained by deepening the integration of our country into the world economy and increasing the level of openness of the national economy.

So, we can come to the conclusion that Ukraine has opportunities to promote its products to the world market, but it is necessary to increase the pace of exports of goods and services as intensively as possible.

List of references:

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.10.2022).

2. Зовнішня торгівля України: XXI століття : монографія / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Н. О. Іксарова [та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 600 с.

3. Ус І. В. Тенденції зовнішньої торгівлі товарами України за підсумками 2021 року. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2022-01/zovnishnya-torgivlya-tovaramy-ukrainy-za-2021-rik.pdf> (дата звернення: 25.10.2022).

Lopushanska Yu. V., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

INTERNATIONAL JOURNALISM AS A TYPE OF JOURNALISM

International journalism is a type of journalistic activity, the specialization of which is based on the provision of international information. Currently, scientists are paying special attention to the transformation of mass media in the field of international journalism under the conditions of the formation of the

information society and new mass media that arise as a result of the combination of multimedia and global communication networks [1].

International news is one of the most popular types of media, because the audience is interested in learning news about wars, environmental disasters (because security globally depends on this) and about entertainment, for example, the life of pandas when there is an oversaturation of complex news and you want something easier.

Another trend that international journalism can acquire is the development of correspondent networks in "information capitals" abroad. This is important both for the rapid acquisition of information and for increasing the experience and level of work of international journalists whose main focus is on reporting on events in other countries.

Considering the international content, it is very promising to attract new audiences, people on the ground can create content under the brand of various media, be civil diplomats in the world [2].

There are certain problematic issues regarding international journalism:
shortage of specialists in international journalism on the media market;
media coverage of the country's foreign policy or the formation of professional journalists who know the subject of international relations is still inadequately provided;

a sufficient number of people who comment on international relations, who are integrated into the political space, but who cannot work at the intersection of international politics and media journalism.

Among the main challenges for international journalism in Ukraine, one can single out the lack of personnel, insufficient profitability of the media business, and a high level of stress among journalists and, as a result, burnout.

Trends in the media sphere include mastering new content promotion tools to reach different audiences, rethinking one's audience, and transitioning to the work format of convergent editorial offices. Traditional television is losing its positions, and digitalization covers more and more areas.

The main tasks of international journalism as a direction of research and training of students in this field are:

to tell about the nature of international journalism, its principles and functions;

to get acquainted with the theoretical foundations of the activity of an international journalist;

to determine the role of Ukrainian international journalism as a socio-cultural model, prerequisites and consequences of the formation of Ukraine's external image;

to talk about the role of world media in the information space of Ukraine and the role of domestic media in the global media space;

to provide students with knowledge of the facts of the history of the modern world press;

draw attention to the social responsibility of the journalist, legislative and legal acts and moral and ethical standards of behavior of journalists in the context of international practice [1].

If we talk about the profession of a journalist, it is endless self-improvement. This type of activity contains a double complexity: in addition to talent, it involves constant training of the subject of mass information activity. It should also be noted that this is a huge moral responsibility for every word spoken or written by a journalist, because the information field has a strong influence on the course of certain events. Therefore, the scale may be larger than it seems at first glance [3].

An international journalist will always find work, there will always be something to write about, because events in the world are developing quite dynamically, people are interested in them. Information can be presented to different audiences, understanding how one or another category of people perceives the facts presented by the journalist.

Therefore, the role of international journalism in the life of the world as a whole is quite important. International journalism as a field is very popular, an international journalist has many interesting and important tasks, but there are also certain problems associated with this type of journalistic activity.

List of references:

1. Міжнародна журналістика. URL: https://ij.kubg.edu.ua/images/presentation_kjnm.PDF (дата звернення: 21.10.2022)
2. Виклики та тренди для міжнародної журналістики. URL: <https://souspilnist.org/blog/news/vikliki-ta-trendi-dlya-mizhnarodnoi-zhur/> (дата звернення: 21.10.2022)
3. Михайлин І. Л. Основи журналістики. Підручник. 5-те вид. перероб. та доп. К. : Центр учбової літератури, 2011. 496 с.

Loshkina M. V., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

CANADA IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

Canada is one of the most developed countries in the world and plays one of the major roles in the international environment. The country takes an active part in international processes, is involved in peacekeeping missions, provides financial assistance to developing countries, and pays great attention to the fight against terrorism and environmental problems. This positioning of Canada in the international arena was facilitated by the peculiarities of its foreign policy.

Characteristic features of Canadian politics are the application of the concept of personal security and the active implementation of public diplomacy. An important

factor in the implementation of the concept of personal security is the use of soft power to expand own political and economic interests at the global level.

Such concept allows Canada to act as a peacekeeping country, for which not only national interests are important, but also universal ones too, such as democracy and support of human rights and freedoms. At the same time, public diplomacy allows Canada to develop and spread its own values and interests in a peaceful way in order to form a favorable public opinion about the country among foreign audiences [1; 3].

It should be emphasized that, despite the fact that Canada is a fairly powerful country, some factors affect its development in the global political and economic environment. For example, one of these factors is the insufficient level of autonomy in the spheres of security and international trade, because the country is dependent on its main strategic partner – the United States.

The country has created an effective market economy in a historically short period of time, which was largely facilitated by:

- rich natural resources with a small population;
- encouragement of immigration;
- wide involvement of foreign capital;
- democratization of life in the country.

The American influence on the development and formation of Canadian politics has always been quite significant, and remains so even today. Disputes arise in relations between states against the background of different political priorities. For Canada economic issues are the most important, while the United States focuses primarily on security and defense. Countries need to make a significant amount of effort to settle such differences, because the states do not plan to stop their close cooperation [2].

Considering the above-mentioned problems, the country is trying to expand its foreign economic and political relations with other states not only by establishing and developing new trade opportunities and searching for new partners, but also by actively participating in many international organizations/forums/agreements.

Canada is a permanent member of NATO, UN, WTO, Organization of American States (OAS), Group of Seven, Group of Twenty, Organization for Economic Cooperation and Development (OECD), USMCA, NORAD and others.

Canada constantly tries to influence the reformation and transformation of international institutions in order to improve their activities in the spheres of international relations and international law; promotes own values and interests in a complex global environment; promotes the development of international trade and provides humanitarian aid to countries that need it [4].

Canada is one of Ukraine's partners; a large Ukrainian diaspora lives in this country. In the conditions of the Russian war against Ukraine, Canada imposes the full range of sanctions against the aggressor and helps Ukraine.

Therefore, after analyzing the development trends of Canada in the modern global environment, it should be noted that the country, although it does not

occupy a leading role in world processes, tries to actively participate in the improvement of international development, humanitarian, ecological, economic and security situation in the world.

List of references:

1. Белей С. І. Публічна дипломатія держав середньої сили в сучасних міжнародних відносинах: досвід Канади та Нідерландів. *Наукові праці. Політологія*. 2012. Том. 197. Вип. 185. С. 72–77. URL : <http://politics.chdu.edu.ua/article/view/75854> (the access date: 19.10.2022)
2. Дерев'яно І. П. Американський вектор у системі зовнішньополітичних орієнтирів Канади. *Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід. Серія «Історичні науки»*. 2016. Вип. 23. С. 32–37. URL: <https://bit.ly/3P5iywd> (дата звернення: 19.10.2022)
3. Жигір А. В., Трофименко А. В. Становлення концепції «безпеки особи» як основи зовнішньої політики Канади. *Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія*. 2018. Вип. 22–23. URL: <https://bit.ly/3RvSM5N> (дата звернення: 19.10.2022)
4. Government of Canada. URL : <https://www.canada.ca/en.html> (the access date: 19.10.2022)

Lukianenko M. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

FEATURES OF COOPERATION BETWEEN UKRAINE AND FINLAND

Finland actively cooperates with Ukraine and its policy adheres to the goals of the Association Agreement between Ukraine and the EU, the Free Trade Agreement, the visa-free regime and the European Neighborhood Policy. Finland supports the territorial integrity and sovereignty of Ukraine and strongly condemns russian military aggression against Ukraine. Together with the international community, Finland supports the return of Crimea under the authority of Ukraine, efforts to end the war.

Finland also helps with the implementation of reforms in Ukraine. In 2021–2024, Finland's support is primarily focused on education reform, increasing energy efficiency and the use of renewable energy sources, as well as developing the rule of law. Finland's support to Ukraine for 2021–2024 will amount to 29 million euros [1].

Finland's cultural and humanitarian cooperation with Ukraine is based on the Government's report on development policy, adopted in 2016, in which Ukraine was included among the target countries for financing development cooperation. In the OECD Development Assistance Committee (DAC) list of

recipients of official development assistance (ODA), Ukraine belongs to the group of countries with a level of income below the average [2].

The strategic goals of Finland's integrated activities in Ukraine are described in the Country Strategy [1] and the Country Program [3]. The latter is focused on cooperation for the purpose of development. The goals of the Strategy are strengthening bilateral relations between Finland and Ukraine and expanding the scope of cooperation; increasing the stability of society and improving the living conditions of citizens, as well as strengthening relations between the European Union and Ukraine.

Finland increased its support to Ukraine. In 2014–2020, more than 56 million euros were allocated to various projects, activities of international organizations, humanitarian aid and expert missions. Finland also supports Ukraine through the EU, the International Monetary Fund (IMF) and the World Bank.

In 2018–2022, Finland continues bilateral aid, having supported the school reform in Ukraine with 8 million euros (of which 2 million euros – from the EU). In 2018, Finland launched a project to support Ukrainian school reform, which is implemented by FCG International in partnership with the University of Helsinki. The project is aimed at teacher training, educational materials and learning environments. Ukraine wants to rely on Finland's education system and improve students' ability to apply information in practice [4].

In 2017, Finland together with the Nordic Environmental Finance Corporation (NEFCO) established the Ukrainian Trust Fund for financing energy efficiency [5]. Projects supported by the Trust Fund aim to increase the use of renewable energy and energy recovery from waste, create efficient logistics for the bioenergy sector and use clean production and smart energy solutions. The basis of such cooperation is the Memorandum of Understanding on cooperation in the field of energy efficiency and the use of renewable energy, signed in 2017.

The Foreign Ministry's civilian crisis management allocation is used to support the appointed Finnish advisors in their efforts to strengthen the security situation and promote development in Ukraine. Finnish monitoring officers work in the OSCE Special Monitoring Mission, the European Union Advisory Mission (EUAM), the EU Border Assistance Mission to Moldova and Ukraine (EUBAM) and the Council of Europe Office in Kyiv.

In 2016–2020, Finland supported humanitarian mine action in the east of Ukraine through the organization HALO Trust for 1.5 million euros [5]. In 2014–2019, Finland provided humanitarian aid to Ukraine through the Office of the United Nations High Commissioner for Refugees (UNHCR), the Finnish Red Cross and the International Committee of the Red Cross (ICRC), as well as the World Health Organization (WHO). In addition, Finland supported Ukraine by participating in NATO partnership projects.

The Embassy of Finland in Kyiv supports Ukrainian civil society organizations by providing them with funding from the representative office's funds for local cooperation. In 2018, 100,000 euros were allocated to three projects aimed at women's rights and good governance in Ukraine [5].

Finland seeks to intensify trade and economic cooperation through the bilateral economic commission and through Team Finland. Ukraine offers

Finland a significant market with a population of 40 million people, in which there is a demand for Finnish expertise. However, the number of Finnish companies permanently operating in Ukraine remains small due to uncertainty in the business environment.

Thus, it is possible to state that Finland helps Ukraine on all international platforms, has contributed to the promotion of reforms in Ukraine, in particular in the field of education, and continues to provide political, economic and humanitarian support.

List of references:

1. Finland's country strategy for Ukraine 2021–2024. URL: https://um.fi/documents/35732/0/Ukraina_Country_Strategy+%28%29.pdf/12d62df9-e79b-eb0f-12b5-6354c8418096?t=1625644214977 (the access date: 18.10.2022)

2. DAC List of ODA Recipients. URL: <https://www.oecd.org/dac/financing-sustainable-development/development-finance-standards/daclist.htm> (the access date: 18.10.2022)

3. Country programme for development cooperation Ukraine 2021–2024. URL : https://um.fi/documents/35732/0/Ukraina_Country_Programme_alt+%28%29.pdf (the access date: 18.10.2022)

4. Фінська підтримка реформи української школи: Сергій Шкарлет зустрівся з надзвичайним і повноважним послом Фінляндської Республіки в Україні пані Пяйві Лайне. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/finska-pidtrimka-reformi-ukrayinskoyi-shkoli-sergij-shkarlet-zustrivsyia-z-nadzvichajnim-i-povnovazhnim-poslom-finlyandskoyi-respubliki-v-ukrayini-pani-pyayvi-lajne> (дата звернення: 18.10.2022)

5. Finland's development cooperation in Ukraine. URL: <https://finlandabroad.fi/web/ukr/spivpratsya-z-finlyandiyeyu-u-sferi-rozvytku-v-ukrayini> the access date: 18.10.2022)

Malenok A. S., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Razinkova M. Yu., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

UKRAINE'S FOREIGN TRADE: MAIN TENDENCIES

The globalization of trade processes actualizes a number of certain tasks for Ukraine, which are related to finding new sources of competitiveness and obtaining new economic partners [6].

The foreign economic policy of Ukraine is based on the development of strategic relations with individual countries, and interaction with them is of great importance for the development of the national economy [1].

According to statistics, in Ukraine over the past three years imports have exceeded exports. Ukrainians buy more across the border than sell, which causes debts to accumulate and the financial situation to deteriorate (fig. 1).

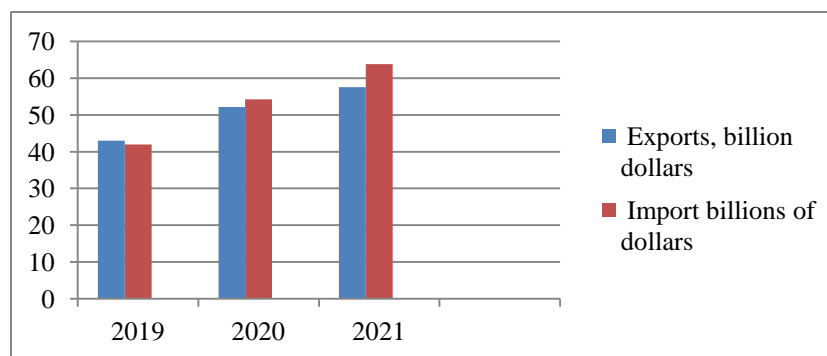


Figure 1. Export and import of Ukraine 2019–2021

Source: compiled by the author based on [2]

So, in Ukraine a faster growth rate of imports than exports is observed. The absolute value of the negative difference in the country's trade balance will increase accordingly. The income of Ukrainians increases the demand specifically for imported ware, and the increase in prices may lead to an increase in Ukraine's costs for importing oil and natural gas [2].

To implement a more effective direction of foreign trade development, it is necessary to take into account diplomatic and economic relations. For example, the conflict that occurred in 2018 between the USA and China had its consequences on trade development. The USA has raised tariffs on steel imports and on categories of Chinese products imported into the United States. China, in turn, increased tariffs on goods imported from the United States [4].

Ukrainian enterprises in the field of export will have the opportunity to receive economic benefits in the form of an increase in the rate of export of agricultural products to China [3].

With the help of WTO, Ukraine can secure its trade interests in conflict with other countries. The Court of the World Trade Organization is studying a number of cases affecting the protection of Ukraine's economic interests.

In order to increase the competitiveness of Ukraine, it is necessary to consider and supplement the vector of agricultural and raw material development with other reliable directions, as the foreign economic situation may become more complicated in the near future [5].

In order to continue to increase the growth rate of economic cooperation with the EU and other countries, Ukraine needs to complete the reforms that have been initiated to:

- improve the business climate;
- strengthen democracy;
- increase self-government.

Actions in the field of foreign trade of Ukraine should be aimed at strengthening the state's economy, including:

- increase in Ukrainian exports of goods and services at an accelerated rate;
- carrying out import substitution to improve the trade balance and state security of Ukraine;
- obtaining the volume of imports of goods and services to improve Ukraine's foreign trade;
- formation of financial reserves to help Ukrainian exports;
- acquire skills in minimizing the economic risks of probable cases.

List of references:

1. Державна служба статистики України. URL : <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 24.10.2022)

2. Державна служба статистики. Основні соціально-економічні показники України за січень-травень 2021 року. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/infografika/2021/o_soc_ek_pok_Ukr/o_soc_ek_pok_Ukr_0521_u.pdf (дата звернення: 24.10.2022)

3. Світова організація торгівлі (СОТ). URL : <https://geneva.mfa.gov.ua/posolstvo/svitova-organizaciya-torgivli-sot> (дата звернення: 24.10.2022)

4. Шовкун І. Структурні зрушення: вплив на продуктивність і зростання економіки України. URL : http://eip.org.ua/docs/EP_21_3_59_uk.pdf (дата звернення: 24.10.2022)

5. Бондаренко О., Співак І. Торгівельні війни США і Китаю: наслідки для світової економіки. URL: https://expla.bank.gov.ua/expla/news_0110.html (дата звернення: 24.10.2022)

6. Ukraine in the system of the global economy. URL : <http://www.eapk.org.ua/en/contents/2020/04/94> (the access date: 24.10.2022)

Mezentseva M. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Mostova Anastasiia, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

INTERNET ADVERTISING AND BUSINESS PROMOTION ON THE INTERNET

Business advertising on the Internet is now more accessible than ever before. Because of the Internet, companies have received a new tool for conducting business and an effective way of reducing costs and expenses. Consumers, in turn, received new opportunities for interaction and a new effective way of communication with a wider range of companies, as well as among themselves. Due to the development of new technologies, they have a

new source of information about goods and services and new ways to satisfy their needs.

The use of the Internet significantly reduces the overhead costs of promoting goods and services while maintaining the necessary efficiency and provides a significant reduction in the risk of capital investments, making this risk manageable. It is because the Internet is becoming the main channel of communication with the consumer, and Internet marketing is the main tool for developing the consumer market.

Promotion in social networks or social marketing or SMM - Social Media Marketing – is the way to promote services, goods, and anything else using social networks, forums, and blogs [3]. First, content is created, which users of social platforms distribute on their own if the content is enticing. This method is popular since people can trust messages from social networks more, the target audience is selected more efficiently, and the information reaches the right number of people faster. With over 80% of consumers reporting that social media - especially influencer content - significantly impacts buying decisions, marketers across industries are driving the evolution of social media marketing (SMM) from a stand-alone tool to a multipronged source of marketing intelligence on an increasingly important - and growing – audience [1].

Promotion of an Internet resource with the help of SMM is very effective, especially if the business already has an audience and a ranking in search engines. In addition to social networks, blogs and thematic forums are used, where discussions are created using hidden marketing, and viral marketing (the target audience distributes advertising independently). The advantage of SMM is that promotion covers only interested users, advertising is used covertly, and is not annoying.

Internet marketing includes the following tools:

1. SEO optimization (search engine promotion), which is one of the most important and difficult-to-use Internet marketing tools. Search optimization is a sequence of actions aimed at increasing the site's position in the search results generated by search engines in response to user requests [2].

2. E-mail marketing allows businesses to create direct communication between a potential or effective customer and a brand (or business, or company). It is one of the most popular and effective business tools. As a result, the number of new and repeat sales may increase, and customers will be more loyal to the company.

3. Advertising in social networks. Social networks are gaining more and more popularity every year. As of April 2022, there were more than five billion internet users worldwide, which is 63.1 percent of the global population [4].

4. Banner advertising. One of the most common types of Internet advertising. A banner is a graphic image located on a publisher's website page. Banner advertising requires relatively small investments and can be used both to promote the product and to create and improve the company's image. The

information on the banners should be as short and attractive as possible for the website visitor to encourage him to go to this particular banner.

Promotion of goods, services, and the company to the Internet audience is a compelling direction in the development of the brand and business. Internet marketing should be used in a complex manner, using the latest trends and tools, and not selectively or systematically. The key to the effectiveness of Internet marketing communications lies in an integrated approach.

List of references:

1. Matter Survey Reveals Consumers Find Influencers More Helpful and Trustworthy than Brands During the Pandemic. URL : <https://www.businesswire.com/news/home/20200526005058/en/Matter-Survey-Reveals-Consumers-Find-Influencers-More-Helpful-and-Trustworthy-than-Brands-During-the-Pandemic> (the access date: 24.10.2022)

2. SEO-slovnkyk. URL : <http://igroup.com.ua/seo-articles/> (the access date: 24.10.2022)

3. Social Media Marketing (SMM): What It Is, How It Works, Pros and Cons. URL : <https://www.investopedia.com/terms/s/social-media-marketing-smm.asp> (the access date: 24.10.2022)

4. Statista – Internet and social media users in the world 2022. URL : <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (the access date: 24.10.2022)

Mostova A. D., Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance

FEATURES OF THE EUROPEAN DIGITAL SINGLE MARKET

The rapid development of information technology in modern society today covers many areas of life. One such area is e-commerce. Turnover in the field of international trade is increasingly using the advantages of electronic communication, which actualizes the need to introduce a single digital space. One of the solutions to this problem is the project presented by the European Commission on the formation of the European Digital Single Market (DSM). This project includes amendments to the regulations governing various aspects of online commerce and business: support for small businesses, a ban on unreasonable geo-blocking, protection of copyright and related rights, as well as cybersecurity issues.

The Digital Single Market is a marketplace that removes local, regional and global barriers and facilitates access to electronic services and information. The DSM will empower economies and societies to thrive digitally, no matter where they are located. Internet space, or cyberspace, covers many aspects [1]. First of all, this is a communication space containing many different information channels: services that provide online commerce (online stores, auctions), communication of individuals (social and creative platforms), as well as the

implementation of democratic mechanisms (online petition services supported by state structures) and much more.

For commercial relations and trade within the European Union (the EU), the basis is the fundamental freedoms provided for in the Treaty on the Functioning of the European Union. They must be provided within the EU internal market without internal national borders [2]. Therefore, the DSM is aimed at respecting the fundamental freedoms of movement of persons, goods, services and capital in the digital space.

The need to develop and implement DSM is due to many reasons. The development of a wide range of opportunities in the digital space has disadvantages, in particular, a lot of offenses, for example, infringement of copyright and related rights, the illegal distribution of personal data of individuals. These circumstances require EU members to develop dynamically and timely regulation aimed at supporting business decisions in the digital environment and at preventing the use of innovations for illegal purposes.

The implementation of DSM contributes to the continuous improvement of the infrastructure in the field of collection and processing of information used by market participants. The introduction of digital technologies and the development of skills in working with digital information contribute to the openness of society, economic and political institutions, and the observance of rights [3].

The economic benefits for the implementation of the DSM are that the digital economy has the potential to create growth, employment, providing opportunities for investment and innovation, which lead to the expansion of markets and an increase in the supply of goods and services [3]. The opening of economic borders in the digital space will contribute to the development of the economy in European countries. DSM could generate an additional 415 billion euros annually for Europe and create hundreds of thousands of jobs. The implementation of the DSM will require measures to overcome serious problems in trade within the EU. Eurobarometer notes the following issues: the high cost of shipping from the buyer to the seller; high costs of resolving cross-border disputes; high cost of warranty service or returns; interaction with the tax system of a foreign state is difficult or expensive; insufficient data protection; insufficient protection for cross-border payments [4]. Therefore, in relation to the regulation of legal relations in the digital sphere, there is no single EU legal regulation, but national legal norms are applied. However, regulation in the EU countries is different, and sometimes simply absent. At the same time, one should take into account the low level of consumer awareness about their legal status and opportunities in the EU countries [4]. As a result, if a company does not want difficulties in cross-border contractual relations, then it simply does not provide its services or goods to a country whose legal regulation is not known or seems to be extremely difficult. This situation is effectively geo-blocking, which Eurobarometer considers one of the most serious reasons preventing the movement of goods within the EU through digital buying and selling.

The DSM advocates a ban on unreasonable geo-blocking. Geo-blocking is a territorial restriction, which is a ban on the purchase of a certain product or service

from a selected company using devices that are located on the territory of a certain country. The reasons for geo-blocking can also be: the impossibility of delivering goods to the country of the buyer, as well as pricing in the realities of each national market, where the price difference can range from 0% to 53% for one category of goods in different countries [4]. More often, geo-blocking in online stores is performed automatically by means of forced redirection to the version of the page for a certain country, or by the inability to place an order (an inactive link, the absence of a potential buyer's country in the list, etc.), but it can also exist in another form (refusal to accept an order for a product or service in correspondence, a refusal to deliver a product to a certain EU country). The solution to open up the market in the digital space is to limit geo-blocking. It consists in the fact that e-commerce companies on the territory of the EU countries must provide access to the range of goods to users of any other EU country, while retaining the right to limited price adjustments for certain regions, or regulate access to goods and information (for example, through loyalty programs). It is also possible to apply a geo-blocking ban, which can oblige any e-commerce company to treat the entire EU as one region, and set a single price for a product or service throughout the EU without any territorial or national adjustments.

When addressing the issues of preventing geo-blocking, it is necessary to pay attention to cybersecurity, which is an important factor in the successful implementation and development of the Directive 2013/40/EU on attacks against information systems and replacing Council Framework Decision 2005/222/JHA [5].

According to this document, cybercrimes include: illegal access to information systems; tampering with systems; data tampering; illegal interception of data. Also, the list of tools that can be used for such attacks has been expanded, the scope of sanctions has been defined, as well as the responsibility of companies. A topic arising from cybersecurity that is also covered by the DSM is the protection of personal data. The main EU regulation that regulates data protection is Directive 95/46/EC on the protection of individuals with regard to the processing of personal data and on the free movement of such data. In response to these requests, the General Data Protection Regulation (GDPR) [3] was developed and enforced.

The formation of the EU DSM is an important change that is logical in the context of European integration, and also contributes to the improvement of e-commerce in the EU. DSM will help develop the economy, as well as help small businesses to develop international digital markets. The expansion of not only the consumer market, but also the number of companies providing goods and services, will contribute to positive changes in the business environment.

List of references:

1. Strate Lance. The varieties of cyberspace: Problems in definition and delimitation. *Western Journal of Communication*. Vol. 63, Issue 3, 1999.
2. Consolidated version of the Treaty of the functioning of the European Union. *Official Journal of the European Union*. C 326/47 (26/10/2012).
3. A Digital Single Market Strategy for Europe – Analysis and Evidence. European Commission staff working document. URL:

http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market/index_en.htm (the access date: 30.10.2022)

4. European Parliament (2019). Contribution to Growth: The European Digital Single Market Delivering economic benefits for citizens and businesses. URL: https://www.bruegel.org/sites/default/files/wp-content/uploads/2019/02/IPOL_STU2019631044_EN.pdf (the access date: 30.10.2022)

5. Regulation (EC) 593/2008 of the European Parliament and of the Council of 17 June 2008 on the law applicable to contractual obligations. European Parliament and Council Regulation. *Official Journal of the European Union*, L 177/6 (04/07/2008).

6. Directive 2013/40/EU of the European Parliament and of the Council of 12 August 2013 on attacks against information systems and replacing Council Framework Decision 2005/222/JHA. European Parliament and Council Directive. *Official Journal of the European Union*. L 218/8 (14/08/2013).

Mykhailova K. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

INTERNATIONAL TOURISM INDUSTRY: FEATURES OF DEVELOPMENT AT THE PRESENT STAGE

It is difficult to give a clear definition of the tourism industry because, unlike other industries, there is no single clear product. It brings together many industries including accommodation, transport, attractions, travel companies and more. In its broadest sense, tourism is defined as people traveling to and staying in places outside their usual environment for less than one consecutive year for leisure, business, health or other reasons.

Globally, the direct contribution of travel and tourism to GDP was approximately US\$5.8 billion in 2021. Given how profitable the industry is, many countries have an incentive to invest in policies that promote travel and tourism.

In 2021, the leading countries and territories in the Travel and Tourism Development Index (TTDI) were Japan, the United States and Spain, each scoring 5.2 out of 7. Despite the fact that travel and tourism make a significant contribution to the global GDP, they have been seriously affected by the global pandemic of the coronavirus (COVID-19), which began in early 2020 [1;2].

Many tourists choose travel destinations based on attractions and cultural attractions. As of June 2021, the leading city in the world for the number of cultural attractions was Tokyo, Japan, with a total of 8,805 attractions open to the public. Paris and London follow Tokyo with 4,206 and 3,704 attractions respectively.

For many countries of the world, museums are one of the most attractive cultural attractions. According to UNESCO, the United States was the country with the largest number of museums in the world, with approximately 33,082 institutions as of March 2021. The most visited museum in the world, however,

was the Louvre in Paris. In 2020, the museum recorded approximately 2.7 million visitors, up from 9.6 million the previous year. The total number of museums in the world at the moment is almost 104 thousand [1].

One of the main trends that travel agencies and the tourism industry should adapt to in the future is the growing global interest in eco-friendly travel. 2019 United Nations report, “Transport-related CO2 emissions in the tourism sector”, showed that tourism is a significant contributor to climate change.

Today, more and more tourists are becoming aware of the negative impact of their travels on the affected regions. As a result, more and more travelers around the world believe in the importance of sustainable tourism and green choices. According to a survey conducted in March 2021, 83% of travelers worldwide believe that green travel is important. In the same month, another survey found that 81% of travelers worldwide intend to stay at least once in an eco-friendly or green accommodation as they look ahead in the year ahead. Such sustainable housing has helped companies like Airbnb become more popular [1].

As the world faces the unprecedented global health emergency, social and economic pandemic of COVID-19, travel and tourism are among the hardest hit sectors, with planes on the ground, hotels closed and travel restrictions in place in virtually every country. Countries have imposed strict travel restrictions to contain the spread of the disease, and national and international tourism has come to a screeching halt.

In 2020, global travel and tourism industry revenue fell by 42%. When looking at the breakdown of tourism receipts by country, the US experienced the largest decline in revenue, while the Asia-Pacific region showed the smallest drop in international tourism receipts globally due to COVID-19. Although the long-term economic damage caused by the COVID-19 pandemic cannot yet be fully estimated, the shutdown of social life has affected not only tourism, but also tourism-related industries such as worldwide dining, theater performances and events [2].

However, there are positive prospects for the tourism industry. Optimism has returned to the global travel sector as travel demand is finally showing signs of significant growth. According to the latest UNWTO World Tourism Barometer, international tourism is growing [3;4].

So, in many countries of the world, tourism is developing as a system that creates opportunities to get acquainted with the history, culture, customs, spiritual and religious values of the country and its people, and at the same time brings income to the state treasury. Tourism activity in developed countries is an important source of state welfare. More and more branches of the economy are directly or indirectly starting to work in the field of tourism, receiving considerable profits as a result. The modern tourism industry is developing extremely dynamically. Although the coronavirus pandemic has made negative adjustments to the development of this area, tourism is gradually gaining momentum.

List of references:

1. Global tourism industry – statistics & facts. URL: https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/?#topicHeader__wrapper (the access date: 20.10.2022).
2. UNTWTO and COVID-19: International Tourism and COVID-19. URL: <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19> (the access date: 20.10.2022)
3. Aviation, travel and tourism: International travel levels tipped to soar again in 2022. URL: <https://www.weforum.org/agenda/2022/06/international-travel-2022-covid19-tourism/> (the access date: 20.10.2022)
4. Travel & Tourism Industry. URL: <https://www.trade.gov/travel-tourism-industry> (the access date: 20.10.2022)

Mikhnenko M. K., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Mostova A.D., Doctor of Economic Sciences, Professor of International Economic Relations and Regional Studies Department of University of Customs and Finance)

REGULATION OF THE ELECTRONIC MONEY MARKET IN UKRAINE

The National Bank of Ukraine modernized the regulation of the electronic money market and harmonized it with the legislation of Ukraine and the European Union in the field of financial monitoring.

Among the most important key changes provided by the new regulatory rules, first of all, the need to identify users of electronic money. Banks will have to carry out due diligence measures for electronic money users, including their identification and verification, just as when opening accounts. These are customers who open electronic wallets to carry out various operations: buy goods, pay for services, etc.

In addition, transfers using electronic money must be accompanied by information about the payer and recipient. This is required by the provisions of the Law of Ukraine "On Preventing and Countering to Legalization (Laundering) of Proceeds from Crime, Financing of Terrorism and Financing of Proliferation of Weapons of Mass Destruction", which entered into force on April 28, 2020.

Financial institutions must carry out identification and verification of new customers – users of electronic money since April 28, 2020, from the date of entry into force of the law. Existing customers who already had open electronic wallets as of April 28, 2020, banks will have to identify and verify during a planned update or clarification of information.

Another key change is the establishment of new limits for transactions with electronic money. For fully identified and verified users of electronic wallets, the National Bank cancels the previously established restrictions on the amounts of electronic money that can be settled and transferred. The maximum amount

of 400,000 UAH can be stored on a top-up electronic wallet, on a non-top-up wallet – 5,000 UAH.

As before, only a bank can be the issuer of electronic money in Ukraine. At the same time, non-banking financial institutions and other commercial companies can be agents and provide services for the distribution of electronic money, replenishment of electronic wallets and settlement.

In order to minimize the risks of improper use of electronic money, the regulator strengthened the requirements for monitoring the activities of commercial agents. In particular, from now on the following agents: obliged to open a separate current account with the issuing bank for agent activities (except distribution and replenishment agents who are banks, non-bank financial institutions or are simultaneously merchants in the loyalty program); must use the cash received from the client exclusively for depositing into a separate current account and cannot use it for other purposes; must confirm each operation of accepting cash with a cash document; will not be able to transfer their powers under the agency contract to other business entities and individuals.

The issuing bank will monitor compliance with the order of cash entry by agents.

In order to increase the protection of the rights of electronic money users, the regulator also set a number of requirements for banks issuing electronic money. In particular, the issuing bank: obliged to inform the user about the creation of an electronic wallet and obtain his consent before concluding a contract with the user; cannot provide credit from funds received as prepayment for issued electronic money; must provide the user with information on the name and location of the issuer and operator; conditions and procedure for creating/using an electronic wallet; procedure, methods of making transfers between users – persons and payment for goods with electronic money; the amount and procedure for payment of commission by the user, as well as other information; cannot engage commercial agents to issue electronic money.

The relevant norms are contained in the Resolution of the Board of the National Bank of Ukraine dated September 11, 2020 № 133 "On Approval of Amendments to the Regulation on Electronic Money in Ukraine". It enters into force on September 15, 2020. At the same time, the National Bank predicted a comfortable transition period for banks. They will have six months to develop and submit to the regulator changes to the rules for the use of electronic money and bring their activities into line with the requirements of the new regulation.

List of references:

1. Committee of experts on the evaluation of anti-money laundering measures and the financing of terrorism (MONEYVAL). Anti-money laundering and counter-terrorist financing measures Ukraine. 2nd Enhanced Follow-up Report & Technical Compliance Re-Rating. 2020. URL : <https://rm.coe.int/moneyval-2020-9-sr-2nd-enhanced-fur-ua/1680a01d6a> (the access date: 30.10.2022)

2. Національний банк України. Регулювання ринку електронних грошей стане сучасним та прозорішим. 2022. URL : <https://bank.gov.ua/ua/news/all/regulyuvannya-rinku-elektronnih-groshey-stane-suchasnim-ta-prozorishim> (the access date: 30.10.2022)

3. Про затвердження Положення про випуск електронних грошей та здійснення платіжних операцій з ними : Постанова правління Національного банку України від 29.09.2022. № 210 URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0210500-22#Text> (the access date: 30.10.2022)

Neskoromna A. Ye., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

PECULIARITIES OF INTERNATIONAL COMMUNICATIONS IN MODERN UKRAINIAN DIPLOMACY

In the information age, innovative components of the modern global environment have become one of the most effective tools in the field of international communications. Diplomatic institutions having the opportunity to conduct an interactive dialogue in social media open up new opportunities for the positioning of states.

The interaction of states on such basis played an important role in the diplomatic activity of Ukraine. For example, the Minister of Foreign Affairs, Dmytro Kuleba, actively uses Twitter in his professional activities [2], which contributes to reducing the distance in relations with international partners, quick response to current events, popularization of the state's image, etc.

In addition, electronic diplomacy provides opportunities to expand the information framework beyond news publications to social media platforms in order to reach the widest possible international audience, their involvement, and focus the attention of the world community on the needs of Ukraine.

As it is widely known, humor is an important aspect of cross-cultural communication because it helps to overcome the psychological barrier during the interaction of people from different cultural backgrounds. This tool is comprehensively used by the Ministry of Defense of Ukraine on its official Twitter page [3].

For example, when reporting on the enemy's combat losses, they use quotes from foreign cinema, literature, and music (in particular, Queen songs, the films "Rambo", "The Big Lebowski", "Pulp Fiction", works by William Shakespeare, etc.) [3]. A video thanking Britain for military aid featured music by Gustav Holst and The Clash, with quotes from Shakespeare, David Bowie, Lewis Hamilton, and a montage of British-supplied anti-tank weapons in action [6].

Undoubtedly, using such communication techniques the PR team successfully attracts the attention of the international audience and achieves

success on the information front discrediting the aggressor and focusing the attention of the international community.

A key component of achieving the effectiveness of international communications is taking into account the national characteristics of the country's culture. In the context of Ukraine's resistance to the Russian military aggression, President of Ukraine Volodymyr Zelensky effectively uses this aspect addressing the parliaments of various countries around the world. Thus, in his address to the House of Commons in London [1], he used wording that referred to Winston Churchill's war speeches and quotes from Shakespeare, and in his speech to the US Congress he mentioned Pearl Harbor and the 9/11 terrorist attacks [4].

So, using the example of the successful communication of the President we can see that the communication strategy should be built on the foundation of messages that will resonate with the audience (taking into account national and cultural characteristics), because the same address will be perceived differently by foreign listeners from different cultures.

Thus, accompanied by information modernization in the modern realities of the transformation of international relations, Ukraine reached a higher level of international communication on a fundamentally new basis. In the new dimension, the state has become a stronger actor, and its appeals to the world community are imbued with modernity, stability, tolerance, strength and perceptivity.

List of references:

1. Звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії: Офіс Президента України. URL : <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441> (дата звернення: 21.10.2022)

2. Кулеба звернувся до міністрів ЄС з бомбосховища: просив про ППО і санкції проти Ірану. *Європейська правда*: веб-сайт. URL : <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/10/17/7148815/> (дата звернення: 21.10.2022)

3. Міноборони процитувало трек репера Pusha T у Twitter. Він відповів! *Слух*: веб-сайт. URL : <https://slukh.media/news/pusha-t-feat-defense-of-ukraine/> (дата звернення: 21.10.2022)

4. Промова Президента України Володимира Зеленського перед Конгресом США: Офіс Президента України. URL : <https://www.president.gov.ua/news/promova-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-pered-kong-73609> (дата звернення: 21.10.2022)

5. Україна сьогодні змінила формати міжнародного спілкування й стала набагато потужнішою державою, ніж до війни – Михайло Подоляк. Офіс Президента України. URL: <https://www.president.gov.ua/news/ukrayina-sogodni-zminila-formati-mizhnarodnogo-spilkuвання-77693> (дата звернення: 21.10.2022)

6. How Ukraine is winning the social media war. *BBC*: веб-сайт. URL : <https://www.bbc.com/news/world-europe-63272202> (the access date: 21.10.2022)

Norka A. A., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Candidate of Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

NATIONAL FEATURES OF BUSINESS COMMUNICATION IN ISRAEL

The business culture of Israel is an important component of the country's national culture, which forms a set of values and mental qualities characteristic of both individual businesses and the economic activity of the country as a whole.

Israelis are very spontaneous and entrepreneurial. Flexibility, adaptation to changes and initiative in solving problems are inherent to them.

Communication in international business in Israel is conducted in English, although the official language is Hebrew. If possible, it is better to familiarize yourself with some basic expressions, or at least with the pronunciation of the Jewish names of business partners, so as not to accidentally offend them.

Israelis usually behave confidently and assertively during negotiations. For the most part, they communicate in a controversial style and always openly express their opinion. Israelis value honesty and openness when conducting business, so they expect the same from the other side of the conversation. Due to the fact that business partners need time to get to know each other, communication outside of working hours is welcome [3].

Business meetings in Israel can sometimes be very informal, so if you see people starting to speak without waiting their turn or interrupting each other, don't be offended: be ready to speak up to get your point across. In this country business etiquette means that the conversation is happening and people are engaging with what you are saying.

On one hand, they believe that building relationships is an important value in business, although not always necessary. However, on the other hand, it is better to keep your opinion to yourself, like political, cultural or religious views. Due to the fact that this country is very diverse, and each person has a large number of different opinions, it is better not to make generalizations or assumptions [2].

Israel is a tactile country, so shaking hands is a common practice, a formal and polite way to greet each other when doing business. However, if you are communicating with a religious person, it is important to know that handshakes of the opposite gender are prohibited.

The business dress code in Israel is very casual, and there is no official dress code for offices. Because of the extremely high temperature, most workers dress comfortably and very often wear jeans or linen suits to work. Open

clothing and beachwear are not acceptable in the workplace. It is also important to remember religious rites, that is, to dress modestly.

It is important to arrive on time for the scheduled meeting, but do not be surprised if it starts later than indicated. Business conferences and meetings in Israel are much less formal, so sometimes they can be delayed for 10–15 minutes. In addition, Israelis frequently talk on the phone for business and answer calls during meetings. There is no need to be offended, because it is part of the culture. It is normal practice for them to talk on their mobile phone anytime and anywhere, such as on public transport and in restaurants.

This country has a special work schedule. The working week in Israel lasts from Sunday to Thursday. Some businesses will be open on Friday morning, and some international companies will stay open on the weekend, but in general, people do not do business on Friday after sundown and on Saturday, since it is already the Sabbath. Common working hours in Israel are from 8:30/9:00 am to 6:00 pm, and the average person works 9 hours per day or 45 hours per week [1].

Among most companies in Israel, it is customary to give gifts to customers and employees during the holidays. In particular, it is appropriate to give gifts on Rosh Hashanah (usually in September) or Passover (March/April). If you are visiting a business colleague, it is polite to bring the host a gift [2].

If you work with someone religious, it is important to respect their traditions. This means not working on the Sabbath and keeping kosher.

So, Israeli businessmen are motivated and ambitious people. During business communication, partners treat each other more like friends than clients, so the atmosphere during business meetings is very calm.

List of references:

1. Israel Business Etiquette: Tips and Tricks. URL: <https://www.plumguide.com/journal/israel-business-etiquette-tips-and-tricks> (the access date: 18.10.2022)
2. Israeli business culture. Dos and Don'ts. URL: <https://www.justlanded.com/english/Israel/Israel-Guide/Business/Israeli-business-culture> (the access date: 18.10.2022)
3. Israeli Business Culture. URL: <https://www.trainingcq.com/israeli-business-culture-2/> (the access date: 18.10.2022)

Numanova K. A., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Bohorodytska H. Ye., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

MAIN COMPONENTS OF DIGITAL ECONOMY

The digital society is actively developing, and in the process of this development an economic system of a modern type, namely the digital economy, is being formed. The term “digital economy” appeared relatively recently, in 1995.

This term appeared almost simultaneously in the writings of D. Tapscott, a Canadian professor of management from the University of Toronto, and N. Negroponte, an American scientist in the field of computer science. The reasons for the emergence of this concept were the development of the Internet, the emergence of the first commercially successful sites, and the beginning of trading using this tool.

However, in international practice, there is still no unified definition of the concept of digital economy, and economists, governments, and international organizations interpret the meaning of this term in different ways. The reason for this is that the concept of the digital economy is constantly being supplemented and developed due to its versatility and dynamism [1].

The digital economy is defined in the Oxford dictionary as “an economy that functions primarily through the use of digital technologies, especially the Internet”. And the Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) notes that the digital economy is related to trade in technological goods and services using electronic commerce, carried out via the Internet [2].

The development of the digital economy began in the late 1950s, and ten years later, digital innovations began to spread actively around the world. Since the mid-1990s, there has been a global spread of the Internet and mobile communications, which is associated with the second stage of digitalization. Recently, the third stage began, when digital currencies and distributed ledger technologies gained importance in the global economy. Bitcoins and other currencies have already taken an important place in the world financial market, their number, as well as the scale of transactions with which they are connected, are increasing every day, as a result of which a new currency component of world finances was formed.

The main characteristic of the digital society in relation to the economic sphere is that digitalization turns into a major resource and has a significant impact on the transformation of employment. The country's economy becomes more digitalized if the share of the digital sector in the gross national product increases. Information and communication technologies are a key innovative component of the modern economy. They are general-purpose technologies, that is, those that can be easily adapted to various economic sectors.

Digital products and services include components that are delivered thanks to digital technologies and arrive in digital form. Among such products and services, it is possible to single out information services, software trade, distance electronic education, etc. Hybrid digital products and services are the sale of physical goods through online platforms, as well as marketing.

IT-dependent services and production of goods include services, the provision of which has a critical connection with information technologies (accounting services, complex technical projects), production of real goods, in the process of which information technologies are used. As for the IT industry, which serves and contains the above-mentioned components of the digital economy, it includes the production of personal computers, network equipment, and firms specializing in IT.

One of the features of the digital economy is that it is closely related to the so-called “economy on-demand”. Such an economy does not involve the sale of goods and services, but obtaining access to them when there is a need for them.

Modern enterprises prefer this form of economic activity for many reasons. The “economy on-demand” makes it possible to meet the needs of consumers in a much more cost-effective way. In addition, it becomes possible to offer services and earn profits without the overhead costs associated with the traditional labor model: there is no staff to be hired, and there are no costs for materials, because the economy “on-demand” includes services [3].

Thus, it should be noted that the digital economy is currently actively developing.

List of references:

1. Tapscott D. The digital economy: promise and peril in the age of networked intelligence. URL : <https://archive.org/details/digitaleconomy00dont/mode/2up> (the access date: 20.10.2022).

2. Australia’s Digital Economy: Future Directions. URL : <http://ict-industry-reports.com.au/wp-content/uploads/sites/4/2012/08/2009-Digital-Economy-Future-Directions-Snapshot-DBCDE-2009.pdf> (the access date: 20.10.2022).

3. Miller B. What Is the On-Demand Economy? URL : <https://www.wonolo.com/blog/what-is-the-on-demand-economy/>

Pimonov R. S., Student of University of Customs and Finance

(Academic Supervisor – Serdukov K. H., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

GLOBALIZATION OF THE WORLD ECONOMY: POSITIVE AND NEGATIVE ASPECTS

Globalization is a process of worldwide integration and unification in economic, political and cultural aspects. In a broader sense, it is the transformation of a certain phenomenon into a planetary one that concerns the whole Earth. It is an objective process of planetary scale, which has both positive and negative consequences [4].

It is difficult to overestimate the positive value of globalization: the opportunities of humanity are multiplied, all aspects of its life are more fully taken into account, and conditions for harmonization are created. Globalization of the world economy creates a serious basis for solving common problems of mankind [1].

There are the following positive consequences (advantages) of globalization.

1. Globalization promotes deeper specialization and international division of labor. Means and resources are distributed more efficiently, which contributes

to an increase in the average standard of living and expansion of life prospects of the population (at lower costs for them).

2. An important advantage of globalization is economies of scale, which can potentially lead to cost reductions and lower prices, and hence to economic growth.

3. The benefits of globalization are also associated with the benefits of free trade on a mutually beneficial basis that satisfies all parties.

4. Globalization increasing competition stimulates further development of new technologies and their distribution among countries. In its conditions, the growth rate of direct investment far exceeds the growth rate of world trade, which is the most important factor in the transfer of industrial technologies, the formation of TNCs that directly affect national economies. The advantages of globalization are determined by the economic benefits from the use of advanced scientific, technical, technological and qualification level of the leading foreign countries in the relevant fields in other countries, in these cases the implementation of new solutions occurs in a short time and at relatively lower costs.

5. Globalization can lead to increased productivity as a result of rationalization of production at the global level and diffusion of advanced technologies, as well as competitive pressure for continuous innovation on a global scale.

6. Globalization enables countries to mobilize a significant amount of financial resources, as investors can use a wider range of financial instruments in an increased number of markets.

7. Globalization creates a solid basis for solving common problems of mankind, primarily environmental, due to the unification of efforts of the world community, consolidation of resources, and coordination of actions in various fields.

The end result of globalization, as many experts hope, should be a general increase in prosperity in the world [Ошибка! Источник ссылки не найден.].

There are also negative consequences of globalization.

Globalization leads to the deepening of heterogeneity, to the emergence of a new model of the world – the world of 20:80, the one-fifth society. 80% of all resources are controlled by the so-called "golden billion", which covers only a fifth of the world's population (in particular, the United States and Western Europe – 70% of the world's resources). 20% of prosperous countries control 84.7% of the world's GNP, their citizens' account for 84.2% of world trade and 85.5% of savings. Developed countries, using globalization in their interests, seek to consolidate the existing status quo.

The heterogeneity of the world is also manifested in the following data: only 358 billionaires have the same wealth as 2.5 billion people combined, almost a third of the world's population.

In the context of globalization, it is possible to manifest the destructive impact associated with this process, which can lead to the severance of traditional ties within the country, degradation of uncompetitive industries, aggravation of social problems.

As problems, globalization processes in all countries can be called:

uneven distribution of benefits from globalization in the context of individual sectors of the national economy;

possible deindustrialization of national economies;

the possibility of transferring control over the economy of individual countries from governments to other hands, in particular to stronger states, TNCs or international organizations;

possible destabilization of the financial sector, potential regional or global instability due to the interdependence of national economies at the global level; local economic fluctuations or crises in one country can have regional or even global consequences [1].

Thus, having analyzed all the above, we can conclude that at this stage it is difficult to form a final opinion on globalization, as the balance of positive and negative aspects is constantly changing. Only one thing can be said for sure, globalization is an inevitable phenomenon.

List of references:

1. Глобалізація. URL : <https://www.coe.int/uk/web/compass/globalisation> (дата звернення: 28.10.2022).

2. Наслідки глобалізації та антиглобалізм. URL : https://pidru4niki.com/1486011053396/ekonomika/naslidki_globalizatsiyi_antiglobalizm (дата звернення: 28.10.2022).

3. Характерні риси глобалізації: плюси і мінуси. URL : https://stud.com.ua/50490/ekonomika/harakterni_risi_globalizatsiyi_plyusi_minusi (дата звернення: 28.10.2022).

4. Що таке глобалізація. URL : <http://www.golos.com.ua/article/149879> (дата звернення: 28.10.2022).

Raisvikh Ya. R., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Bilozubenko V. S., Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

THE INFLUENCE OF THE EUROPEAN ECONOMIC AND MONETARY UNION ON MODERN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

The relevance of the topic lies in the fact that the euro is a global currency, therefore it undoubtedly plays an important role in international economic relations. The European Economic and Monetary Union united the member states of the European Union into a single economic system.

More than a decade has passed since the economic and financial crisis exposed the structural flaws in the creation of the Economic and Monetary Union. Intergovernmental crisis solutions such as the European Financial Stability Facility and the European Stability Mechanism offered initial assistance. Proposals to further strengthen the EMU led, in particular, to a cycle of political coordination in the European Semester, six-pack legislation

strengthening the Stability and Growth Pact, the Fiscal Compact on Balanced National Budgets, and strengthening the two-pack legislation to monitor fiscal policy member states [1].

It is widely believed that the Economic and Monetary Union needs further structural improvements to guarantee a stable currency and promote economic growth [1].

If we look at the main indicator of the countries' economies – GDP – we can see that over the past 5 years, the gap with the previous year in the Eurozone has gradually decreased (Fig. 1). That is, this indicates that every year the GDP, albeit a little, increased compared to the previous year. But in 2020, this indicator was negative, namely in 2020, the GDP indicator had a negative difference from 2019 by 5.9%. Obviously, the pandemic had a negative impact on the economy not only of the Eurozone, but also of the whole world. Already in 2021, on the contrary, there was a maximum positive gap compared to 2020 – by 5.4% more.

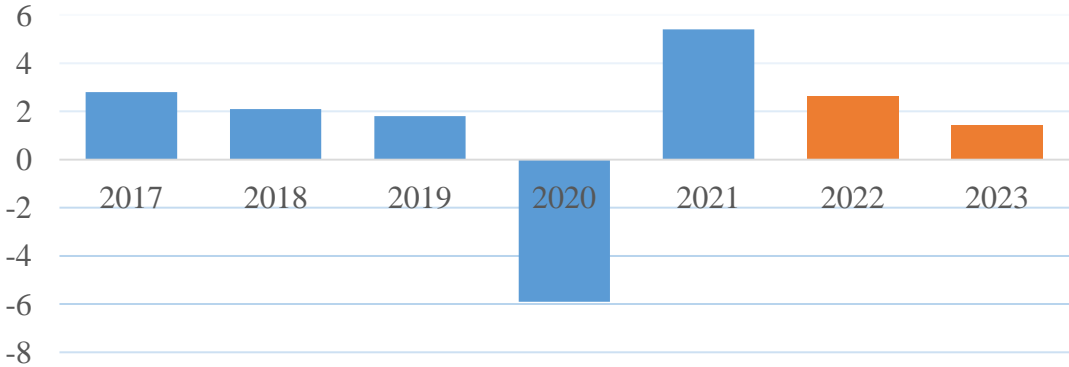


Figure 1. Gross domestic product, volume (percentage change on preceding year, 2017–2023)

Source: compiled by the author based on data [2; 3]

It is also predicted that by the end of 2022, the GDP indicator will increase by 2.6% compared to 2022, and in 2023 by 1.4% compared to last year.

One of the measures to solve such a gap is to establish a permanent fiscal potential of the Eurozone within the EU institutional framework in order to stabilize the movement of production at the supranational level, where necessary, by providing assistance in national stabilization. Providing member countries with financial rewards for structural reforms can further help boost their potential growth, promote economic convergence and boost market integration. A favorable position of the economic policy of the Eurozone, both in normal times and in emergency situations, would reduce the need for the ECB to apply ultra-low interest rates [4].

The EMU's monetary and credit policy has effectively contributed to the macroeconomic adjustment of the Eurozone thanks to the constant adherence to the price stability mandate. However, monetary policy is only one side of the story. Price

stability is a necessary but not sufficient condition for sustainable and balanced growth in Europe. On the eve of the crisis, it was proved that macroeconomic imbalances can grow against the background of price stability, emphasizing the need to keep economic policy at a high level on the European agenda.

It is important to note that the euro was the most important financial innovation of the 20th century and that the economies of some eurozone countries have undergone remarkable changes since its introduction. However, while the European economy has some of the best institutions to deal with the crisis, there are still a number of issues that need to be addressed: banks need to start playing an active role in providing money to stakeholders in the economy to facilitate the future. As firms grow, they must develop an export strategy, and governments must create more incentives for workers to enter the private sector rather than the public sector. In 2021, the unemployment rate in eurozone was 7.7%. At the same time, it is expected that in 2022 it will make up 7.3% of the population, and in 2023 – 7%. That is, we can say that an ever smaller share of the population will be unemployed. At the same time, the working population in 2022 will increase by 1.3% compared to 2021, and in 2023 by only 0.8%. Also, GDP per capita of the population will grow by 2% in 2022, and by 1.9% in 2023 compared to last year. As for investments, their volume will increase by 3.1% in 2022 compared to 2021, and by 3.5% in 2023. The inflation rate, taking into account the general economy of the Eurozone, increased by 2.6% in 2021. But in 2022, given the war against Ukraine, which affects the economy of the whole world; by the end of the year, the inflation rate will increase by 7.6% compared to last year. It will still grow in 2023, but at a slower rate of 4% compared to 2022 (Fig. 2).

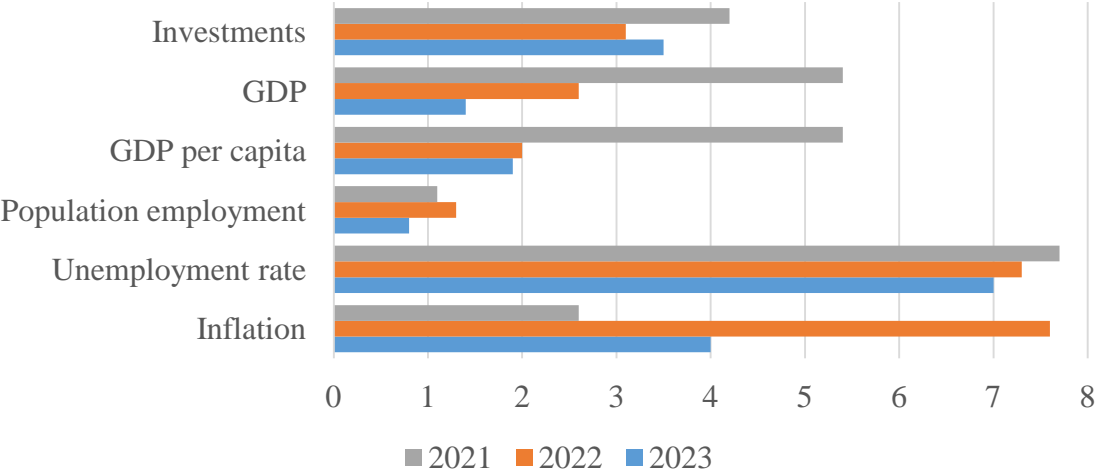


Figure 2. Forecasts for Europe
 Source: compiled by the author based on data [5]

So, the Eurozone has overcome the crisis and the countries of the Eurozone show a firm commitment to the EMU. But it has weathered several challenges and is now struggling with another – an economic downturn linked to the pandemic. Fiscal integration, coordinated with monetary policy, would facilitate

the task of a rapid exit. One of the main problems that emerged after the crisis was the lack of financial oversight and political integration. The Single Supervisory Mechanism and the Single Settlement Mechanism should help to resolve this issue.

List of references:

1. Future of Europe – Deepening the Economic and Monetary Union. URL: <https://europeanmovement.eu/future-of-europe-deepening-the-economic-and-monetary-union/> (the access date: 12.10.2022)
2. European Economic Forecast. Winter 2022. https://economy-finance.ec.europa.eu/publications/european-economic-forecast-winter-2022_en (the access date: 12.10.2022)
3. Summer 2022 Economic Forecast: Russia’s war worsens the outlook. URL: https://economy-finance.ec.europa.eu/economic-forecast-and-surveys/economic-forecasts/summer-2022-economic-forecast-russias-war-worsens-outlook_en (the access date: 12.10.2022)
4. Van Riet A. The European Monetary Union after Covid-19: Towards Fiscal Integration Aligned with Monetary Policy. URL : <https://cris.unu.edu/sites/cris.unu.edu/files/WP20.6%20-%20Van%20Riet.pdf> (the access date: 12.10.2022)
5. European Economic Forecast. Spring 2022. URL : <https://www.aranagenzia.it/attachments/article/12818/European%20Economic%20Forecast%20-%20Spring%202022.pdf> (the access date: 12.10.2022)

Romanenko K. M., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

INDIA IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS: ECONOMIC DIMENSION

India has emerged as one of the world's largest and fastest growing economies and is expected to become one of the world's top three economies in the next 10-15 years due to its strong democracy and strong partnerships. A large number of people in the Western world think of India as a remote country with a high rate of poverty and exoticism. This is a misperception that is popularized by media stereotypes that hide the reality. In reality, India is a dynamic society with increasing internal dynamics and growing influence in the world. The importance of the country lies not only in its size (about 930 million Indians, which is 15% of the global population), but also in the issues of the development path that India has chosen in domestic and foreign policy. This country is the largest functioning democracy with regular and free elections.

India has made significant progress in reducing absolute poverty since the 2000s. Between 2011 and 2015, more than 90 million people were lifted out of extreme poverty. However, the COVID-19 pandemic has caused India's economy to reduce by 7.3% in 2021, despite well-thought-out fiscal and monetary policy support. FY2022 is closer to the lower end of the 7.5 to 12.5 percent range, making India one of the fastest growing economies in the world. The informal sector of the economy, which employs the vast majority of India's workforce, has been particularly affected. As in most countries, the pandemic has increased the vulnerability of traditionally isolated groups such as youth, women and migrants. Labor market indicators suggest that urban households are more vulnerable to poverty than they were before the pandemic began [1]. Globalization has had a significant and almost immediate impact on India as a whole. The reduction of export subsidies and import barriers enabled free trade, making the Indian market incredibly attractive to the international community. And nowhere were these reforms more significant than in the industrial, financial and agricultural sectors [2].

Analyzing each sector, it was possible to single out the following: in the industrial sector, there has been a huge influx of both foreign capital investments and companies expanding their operations in India and moving to another country, especially in the pharmaceutical, chemical and oil industries; before globalization and privatization, the governance of India's financial sector was imperfect; as control of the financial sector shifted from bureaucratic hands, market competition stimulated innovation, creating a much more dynamic financial services sector; India was a predominantly agrarian society and a large majority of the country's population depended on this sector for their livelihood; as India opened its doors, the technological capabilities of farmers increased, helping to increase global exports of Indian products such as tea, coffee and sugar.

All this led to an increase in national income, employment, exports and GDP growth. However, there are several threats to maintaining similar growth rates in the future. Trade protectionism in some developed countries and weak global growth suggest that the tailwinds from the global economy may be weaker than in the past. The benefits of economic growth are unevenly distributed across income groups and across Indian states. Inequalities in access and opportunities to education, health and social protection have implications for the future of India's growing youth and the nation's productivity. Regarding the impact of the globalization process and recent economic developments in India, it should be noted that with the improvement in the economic scenario, there has been investment in various sectors of the economy.

In February 2022, direct investment sector and venture capital (PE-VC) sector recorded \$5.8 billion in investments across 117 deals, up 24% from January 2022. As of April 2022, India has signed 13 free trade agreements (FTAs) with its trading partners, including major trade agreements such as the India-UAE Comprehensive Partnership Agreement (CEPA) and the India-Australia Economic Cooperation and Trade Agreement (ECTA) [3].

Globalization of Indian economy has helped transform the world economy. This gives foreign companies the competitive advantage of access to large

consumer and labor markets, thus creating attractive opportunities for strategic investment and expansion. Consequently, India is fast becoming a top destination for new operations.

List of references:

1. COVID's Bitter Pill: India's GDP Contracts 7.3% In FY'21. URL: <https://thewire.in/economy/covid-bitter-pill-india-gdp-contracts-7-3-percent-fiscal-year-21> (the access date: 20.10.2022).
2. Лукаш О. І. Індія: специфіка процесів глобалізації та модернізації. *Індологія в Україні і: зб. матеріал. наук. доп. II Всеукр. конф. індологів (м. Київ, 5–6 червня 2007 р.)*. К., 2007. С. 296–309.
3. PE/VC investments in Feb 2022 up 2.3 times year-on-year: IVCA-EY report URL: https://www.business-standard.com/article/economy-policy/pe-vc-investments-in-feb-2022-up-2-3-times-year-on-year-ivca-ey-report-122031601144_1.html (the access date: 20.10.2022).

Sadovyi V. R., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Serdukov K. H., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

PECULIARITIES OF INTERNATIONAL MIGRATION

Today in the world there is a tendency to increasing the volume of migration. Migration, as a process of moving people around the world, has occurred throughout the existence of mankind. But now migration has as massive economic, political, cultural and social significance as this process has never had before.

From a scientific point of view, migration is the process of movement either across international borders or within one country, which includes any movement of people, regardless of reasons. Labour migration is the movement of people from one state to another or within the country of residence for the purpose of employment [1].

International migration manifests itself in several forms. The first form is leaving the place of permanent residence because of unpredictable situations (war, riots, turmoil), i. e., refugees. The second form is the voluntary leaving of homes in search of new opportunities and a better life.

In 2019, the number of international migrants worldwide – people living outside their country of birth – reached almost 272 million (up from 258 million in 2017). Women migrants accounted for 48% of international migrants. There were an estimated 38 million child migrants, three out of four international migrants were of working age, i.e., between 20 and 64 years old. 164 million were labour migrants. Approximately 31% of international migrants worldwide lived in Asia, 30% in Europe, 26% in the Americas, 10% in Africa and 3% in Oceania [4].

Migration has led to both positive and negative consequences. Among positive consequences of migration are the increase in the workforce of the host country, the

growth of financial investments and stimulation of economic growth. A rather important consequence of migration is solution of the problem of population ageing in the countries where this social phenomenon is observed. In the publication “Liberalising Temporary Movement of Natural Persons: An Agenda for the Development Round”, it has been estimated that an increase in internal movement equivalent to 3% of the unskilled and skilled labour force of developed countries would increase global welfare by about 156 billion US dollars. And what is important, this amount will be distributed almost equally between developed and developing countries. The hypothesis behind this prediction suggests that migration leads to a direct increase in global output and income by allowing workers to move to areas where they are more productive and their labor is more valued.

Also, international migration has positive effects on communities of origin and destination. Migration provides remittances to countries of origin and provides labour resources to countries of destination [3].

Nevertheless, migration has negative consequences. Examples include the loss of human resources from countries of origin, which in turn can cause political, social and economic tensions in destination countries. Examples include increased budget expenditures on refugees, increased pension payments, cultural and racial discrimination.

In order to reduce migration, countries should follow the following recommendations:

- countries should promote stability, education, employment opportunities and reduce the drivers of forced migration, including by promoting resilience, thus allowing people to make a choice between staying or migrating;
- the collection, analysis and use of reliable data and information on demographics, cross-border movements, internal displacement, diasporas, labour markets, seasonal trends, education and health are essential to create evidence-based policies that weigh the benefits and risks of migration;
- regional cooperation can help minimize the negative effects of migration and preserve its integrity. It can also contribute to regional and global development goals by improving human capital through sustainable development and ensuring long-term economic growth [2].

Migration can bring positive social and economic outcomes for both societies and migrants. In order for countries to get these benefits, their policies and practices should promote the socio-economic well-being of migrants and society, while adhering to international standards that respect, protect and fulfil human rights without discrimination on the basis of nationality, race, gender, religion or migration status.

List of references:

1. Global Issues. Migration. URL: <https://www.un.org/en/global-issues/migration> (the access date: 24.10.2022).
2. How to “solve” migration: a practical guide. URL: <https://rosanjose.iom.int/en/blogs/how-solve-migration-practical-guide> (the access date: 24.10.2022).

3. Liberalising Temporary Movement of Natural Persons: An Agenda for the Development Round / L. Alan Winters, Terrie L. Walmsley, Zhen Kun Wang, Roman Grynberg. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-9701.00566> (the access date: 24.10.2022).

4. Migration: A Global Issue in Need of a Global Solution. URL: <https://www.imf.org/en/Blogs/Articles/2015/11/11/migration-a-global-issue-in-need-of-a-global-solution> (the access date: 24.10.2022).

Shkypitan A., Nahi N., Students of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Bohorodytska H. Ye., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

CHARACTERISTICS OF MODERN INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

In general, international relations can be described as a discipline that studies various types of relations between countries on the world stage. The relations studied by this discipline include such relations as: economic, political, legal, military, humanitarian, etc. [1].

International economic relations arise where people go beyond the borders of the state in their economic activities with the formation of entities in the process of interaction with other countries. Relations arise due to the appropriation of means and results of production, as well as the organization of international reproductive processes [2].

International economic relations represent a system of relations arising between subjects of different countries. The reasons for such relations are different. For example, relations can be regarding the production, distribution, exchange, and consumption of goods. The modern system of connections existing in international economic relations is characterized by following: going beyond national economies; interaction of individuals and legal entities, states and international organizations; definiteness of forms; different levels of depth of existence, functioning, implementation.

In addition, there are other features characterizing international economic relations. Among other features there are the following statements:

- international division of labor and exchange are key aspects underlying the national economy, the world economy, and the international economic relations;
- in contrast to national economies, the laws of demand, supply and free pricing operate more strongly in international economic relations;
- international economic relations participants are economically mediated in a special form of the national economy, which objectively assumes the commodity-monetary nature of relations;
- unlike national markets, global markets are characterized by a high level of intense competition.

This is due to the large number of objects and subjects in the world market. International trade forms world commodity markets, where goods are bought and sold. International economic relations foresee large labor flows.

Nowadays, international economic relations are developing according to certain principles. Among all principles, three most important ones can be singled out: evolutionary development, which corresponds to objective economic laws; the principle of systematicity; equivalence of exchange of goods [3].

The current situation greatly reflects the definition of international economic relations as a socially managed market system. The modern state includes: marketability; quite noticeable influence of non-market and institutional regulators at the global, regional and interregional levels; the desire to control the market situation and to have influence on the internal national markets with the help of various tools [4].

Internationalization of economic life is considered one of the characteristic features of modern international economic relations. It is divided into two types: macro level and micro level. Integration at the macro level is characterized by the expansion and deepening of economic ties in the world. This happens due to the mobility of production factors. At the micro level, things are a little different. Here, internationalization describes the process of involvement of firms in international operations. Some authors do not consider trade to be one of the forms of foreign exchange, but currency relations. In modern realities, they have turned into an independent form of commodity transactions and capital movement transactions.

List of references:

1. Міжнародні відносини та світова політика : навчальний посібник / О. М. Кузь, Д. С. Коротков, Д. Ю. Михайличенко, О. В. Бровко ; за заг. ред. д-ра філос. Н., проф. О. М. Кузя. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2020. 201 с.
2. Архієреєв С. І., Волоснікова Н. М., Климова С. О. Міжнародна економіка і міжнародні економічні відносини : навчальний посібник / за ред. проф. Архієреєва С. І. Харків : НТУ «ХП», 2019. 234 с.
3. Міжнародні економічні відносини: підручник / За редакцією А. П. Голікова, О. А. Довгаль. Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. 602 с.
4. Міжнародні економічні відносини: навч. посібник. Одеса : «ТОВ. ПЛУТОН», 2016. 352 с.

Shypelyk O. O., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

FEATURES OF THE ACTIVITIES OF GLOBAL ANALYTICAL AND EXPERT CENTERS: THE RAND CORPORATION

The RAND Corporation is one of the most influential think tanks in the modern world. As a non-partisan RAND organization in the United States, it has great respect and trust from government officials who listen to the center's analysts due to its neutrality regarding the policies of various governments [1].

The RAND corporation encourages the cooperation of researchers from more than 48 countries (as of 2019, the center employs 2,000 researchers and assistants) and two independent branches: in Europe (RAND Europe) and Australia (RAND Australia) [1, 2].

To better understand how this analytical institute works and what values it is based on, it is necessary to first understand how this center was created.

The center began at the end of the Second World War, when the American authorities needed to preserve the scientific and analytical base in the fields of military development and planning that they used during the war. Therefore, in December 1945, the RAND project was created for this purpose under contract with the Douglas Aircraft Company, with the acquisition of the status of a non-profit organization on May 14, 1948, and the transfer of rights from the Douglas Company to the RAND Corporation on November 1, 1948. The main goals of the center were recognized as following: research in the field of science and politics with the aim of improving the public welfare and security of the United States of America.

To fulfill this goal, the center carried out both secret and non-secret research in the areas related to security and internal and external issues [2]. To support the quality of analyzes and research, the corporation has developed standards [3]:

- involvement (involves borrowing diverse groups with different points of view during the production of analysis and research for greater impartiality);

- inclusion (analyses and other works try to objectively involve different points of view on this project);

- relevance (all studies have the following research characteristics, including important, useful, timely, effective, etc.);

- strictness (all projects are created on the basis of a number of strict rules and methods);

- transparency (all projects must be accessible and easy to use for the target audience);

- legitimacy (all projects are supported by the principles, policies, procedures and oversight bodies of the corporation).

By understanding what standards are used during analysis and research, it is now possible to consider more precisely what projects the RAND corporation is currently engaged in. Nowadays, the main topics on which the center focuses its analyzes and work are the topics of defense, health care, political, management, business, etc. [3].

Therefore, there are two examples of 2021 research conducted by the corporation [4]:

“China's quest for global supremacy”. With the help of analysis and data, the authors study the topic of China's attempt to become a world leader, and what consequences this may have for the world and the United States. It also discusses the recommendations that the group of authors recommends that the official US authorities use in order to respond to such a challenge from China;

“The transformation of mental health care in the United States”. The authors of the study emphasize the growing problem of mental health care in the country and which methods of overcoming this problem, according to the authors, are the most effective.

So, as we can see, the RAND Corporation is a think tank that focuses its research on contemporary issues not only in the United States, but around the world with well-defined rules and standards that have enabled them to achieve such respect from governments around the world.

List of references:

1. Frequently Asked Questions. RAND Corporation. URL : <https://www.rand.org/about/faq.html> (the access date: 18.10.2022).

2. RAND Corporation. The Institute for Operations Research and the Management Sciences. URL : <https://www.informs.org/Explore/History-of-O.R.-Excellence/Non-Academic-Institutions/RAND-Corporation> (the access date: 18.10.2022).

3. About the RAND Corporation. RAND Corporation. URL : <https://www.rand.org/about.html> (the access date: 18.10.2022).

4. The Most Popular RAND Research of 2021. RAND Corporation. URL : <https://www.rand.org/blog/2021/12/the-most-popular-rand-research-of-2021.html> (the access date: 18.10.2022).

Slipchuk A. A., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

FEATURES OF THE ACTIVITIES OF ANALYTICAL CENTERS OF THE USA (ON THE EXAMPLE OF HUDSON INSTITUTE)

Analytical centers are expert organizations that monitor social problems, develop strategies for solving them, and carry out applied interdisciplinary research [3]. Due to the autonomous status of the organizations, they are free to choose research topics and develop ideas, recommendations, forecast and provide advice to public decision-makers.

One of the leading prognostic centers in the United States of America is Hudson Institute, which was founded in 1961 by leading strategist Herman Kahn and his colleagues [1]. It is worth noting that Hudson Institute categorically rejected standard thinking and researches the fields of international relations, economics, health care, technology, culture, defense and law. The think tank is an organization financed by the investments of private individuals, corporations and foundations. That is why the institute adheres to the Sarbanes-Oxley Act, which controls financial activities to ensure protection against fraud [4]. The following works were published by Hudson Institute:

- The Year 2000 – certain studies and conclusions about the future based on the past are presented;
- The Emerging Japanese Superstate – Japan was destined for economic success in the future;
- Our Children's Crippled Future – examined the shortcomings of the American education system before it became a more prominent issue of public concern;
- Workforce 2000 – the work was the result the expansion of the organization's sphere of activity; the changes that the workforce will face in the new century have been predicted.
- Workforce 2020 is a continuation of previous work

The organization was originally founded in Croton-on-Hudson, New York. The headquarters were later moved to Indianapolis, Indiana in 1984. On June 1, 2004, the location was changed to Washington, DC, to focus more on foreign policy and national security research [1].

One of Hudson Institute's 2019 papers, “Strategies for the Indo-Pacific: Perceptions of the U.S. and Like-Minded Countries”, covers international relations, trade, security, maritime law and security, Indo-Pacific strategic affairs, etc. [2].

Due to the rise of the People's Republic of China on the world stage, maintaining order and winning competition has become a matter for the United States of America. In January 2018, a “trade war” between China and the United States began, which led to a gradual increase in competition between them. However, Singapore, as one of the key partners in Southeast Asia, urges the United States of America not to force regional participants to choose between neighbors and friends. However, the US believes that the region must challenge the People's Republic of China, preferably on the American side, or risk losing its independence and sovereignty.

In view of this, a Department of Defense “Plan of Action” was released in 2018, which presented the following explanation: “China is using military modernization, influence operations, and predatory economics to force neighboring countries to switch sides in the Indo-Pacific region..., it will continue to pursue a military modernization program that seeks Indo-Pacific regional hegemony and the displacement of the US in order to achieve global supremacy in the future” [2].

Because of this, in 2019, “The Indo-Pacific Strategy Report” was released, which proposed the introduction of the “Indo-Pacific Transparency Initiative”. The main body of the report states that the US continues to increase its readiness, strengthen its partnerships and advance the network region through multilateral institutions that focus on ASEAN.

Thus, in conclusion, it is worth noting that Hudson Institute appeared precisely at the time when the formation of organizations related to the study of future issues was developing. Many famous works have been produced by the think tank, which even became prophetic due to the rejection of traditional thinking.

List of references:

1. Hudson Institute. URL: <https://www.hudson.org/about> (the access date: 11.10.2022).
2. Indo Pacific Strategy Hudson Institute. URL: https://www.academia.edu/41341222/Indo_Pacific_Strategy_Hudson_Institute (the access date: 11.10.2022).
3. Аналітичні центри. URL: https://vue.gov.ua/Аналітичні_центри#D0.9B.D1.96.D1.82.D0.B5.D1.80.D0.B0.D1.82.D1.83.D1.80.D0.B0 (дата звернення: 11.10.2022).
4. Сутність закону Сарбейнса-Окслі. URL: <https://dl.kname.edu.ua/mod/wiki/view.php?pageid=20> (дата звернення: 11.10.2022).

Triphonova D. D., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

THE FEATURES OF CULTURAL GLOBALIZATION

Cultural globalization is a phenomenon is inherent to contemporary world development. It is characterized by the rapprochement of cultures between different countries and increased international communication. This leads to the fact that popular international cultural phenomena may absorb national ones or turn them into international ones. Many researchers see this as a loss of national values and advocate a revival of national culture [1].

Cultural globalization means the transfer of ideas, meanings and values around the world in a way that expands and intensifies social relations. This process is characterised by the co-consumption of cultures, which are disseminated through the Internet, popular cultural media and international travel. This complements the processes which have a longer history of spreading cultural meaning around the world. The circulation of cultures allows people to participate in extended social relations that cross national and regional boundaries.

The creation and expansion of such social relations can be observed not only at the material level. Cultural globalization involves the formation of shared norms and knowledge with which people associate their individual and collective cultural identities. It leads to an increased interconnection between different population groups and cultures. The idea of cultural globalization emerged in the late 1980s, but was widely disseminated by Western scholars during the 1990s and early 2000s. For some scholars, the idea of cultural globalization is a reaction to claims made by critics of cultural imperialism in the 1970s and 1980s [3].

Cultural globalization spreads ideas and cultures between all civilizations of the world. It creates tensions between processes of homogenisation that promote, on one hand, a leveling of social differences and, on the other hand, an increased sense of locality and foster anti-globalization movements.

Cultural globalization takes place in everyday life, through digital communication, e-commerce, mass culture and international trade. There is a perception that it tries, in some manifestations, to promote a Western way of life and perhaps “Americanise” the world, but at the same time encourages, in other manifestations, cosmopolitan interaction across borders of difference.

The process of cultural globalization creates a close link between the economic and cultural spheres. The cultural sphere is so significant that we can speak of the economisation of culture and the culturalisation of the economy. Such impact is determined by the fact that social production is increasingly oriented towards the creation of intellectual, cultural and spiritual goods and services or towards the production of "symbols", and the laws of the market and competition are increasingly felt in the field of culture.

In today's world, there is a transition from national culture to a global culture with English as its language. The American dollar is used all over the world, Western mass culture is rapidly penetrating into our life. The model of liberal-democratic society is implemented in one way or another in many countries. A world information space is being created (Internet and other, the latest information and communication technologies). The globalization of Western culture is taking place. A new reality – a virtual world and a virtual man – is emerging. Under these conditions, the issue of preserving linguistic and cultural identity, the identity and uniqueness of culture of other peoples of the planet becomes extremely relevant [2].

National culture can take advantage of the opportunities offered by globalization to better perceive itself. It can replicate its image and "come into every home". It is possible that national culture may not be received with enthusiasm on the "best stages of the world", but it may find an echo in other regions, and from there it may be perceived on a wider scale.

Hence, the process of globalization not only generates monotonous structures in the economy and politics of various countries of the world, but also leads to "glocalisation" – the adaptation of elements of modern Western culture to local conditions and local traditions. Heterogeneity of regional forms of human activity is becoming the norm. On this basis, it is possible not only to preserve, but also to revive and master the culture and spirituality of the people, to develop local cultural traditions and local civilizations. Globalization requires from local cultures and values not unconditional submission, but selective perception and assimilation of the new experience of other civilizations, possible only in the process of constructive dialogue with them.

List of references:

1. Дерєга В. В. Соціально та гуманітарна політика : навч. посіб. URL : <https://buklib.net/books/35821/> (дата звернення: 26.10.2022).
2. Соснін О. В., Воронкова В. Г., Постол О. Є. Сучасні міжнародні системи та глобальний розвиток (соціально-політичні, соціально-економічні, соціально-антропологічні виміри) : навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 556 с.

3. Steger M., James P. Globalization Matters: Engaging the Global in Unsettled Times. URL : <https://www.academia.edu/43249323> (the access date: 26.10.2022).

4. Watson J. L. Cultural globalization. URL : <https://www.britannica.com/science/cultural-globalization> (the access date: 26.10.2022).

Vakula A., Ositadimma P., Students of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Korneyev M. V., Doctor of Economics, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

INTERNATIONAL ORGANIZATIONS: CONCEPT AND CLASSIFICATION

The concept of “international organization” has many interpretations, but there are two main approaches – narrow and expanded. According to the first interpretation, an international organization is a stable institution of multilateral international relations, which includes at least three parties and has goals and formulated organizational norms agreed by all participants. According to the second approach, an international organization is any group or association that, in its activities, goes beyond the borders of one country and has a permanent organizational structure.

For both approaches broader concept is preferable. An international organization is a permanent association of states in accordance with the norms of international law and on the basis of an international agreement for the implementation of cooperation in scientific and technical, cultural, political, legal, economic and other fields, which has the system of bodies, laws and regulations derived from the rights and obligations of the states, and autonomous will, the extent of which is determined by the will of the member states [1].

There are two main types of international organizations, which are classified on several grounds [2]: international intergovernmental organizations – organizations created on the basis of an international agreement; it is to them that the states delegate a certain part of their sovereign rights, but the international legal personality of these organizations remains limited, because they act only within the framework of the powers that the states have transferred to them; international non-state organizations or non-governmental organizations – organizations created on the basis of the common or similar economic, ideological, political, social, professional and other interests of the unions of various public groups from different countries.

In addition, both the first and second types are divided into subtypes. Criteria are quite broad and here are some of them.

1. Federation of international organizations. This type includes all international organizations, both governmental and non-governmental, that unite at least three other autonomous non-regional international organizations as full members.

2. Organizations with universal membership. This type includes all non-profit international organizations whether governmental or non-governmental. They have broad, geographically balanced membership, governance and political control.

3. Regionally defined member organizations. This type includes all international non-profit organizations, whether governmental or non-governmental, whose membership or activities are limited to a particular continent or subcontinental region.

4. Organizations of special form. This type includes all international organizations, governmental or non-governmental, which are usually international banks, courts, educational institutions, libraries, laboratories, etc. Non-permanent “bodies” such as periodic conference series may also be included, along with information networks and informal quasi-organizations.

5. Religious orders, brotherhoods and secular institutions. This type includes religious, military and fraternal orders. Many of these bodies cannot be considered “conventional” international organizations because of their special decision-making procedures and their partially dependent relationship with religious hierarchies (e.g., the Catholic Church). Also, international organizations are distinguished by the period of operation (permanent and temporary) and the order of entry into the organization (open or closed) [3]. Today, there are many international governmental and non-governmental organizations that care about people, nature, peace and well-being, and therefore it is worth understanding the specifics of their work and how they can be useful to society.

List of references:

1. Ходанич Х. Сутність та функції міжнародних організацій у сучасних міжнародних відносинах. *Геополітика України: історія і сучасність*. 2018. Вип. 1. С. 253–263.

2. Право міжнародних організацій. URL: https://arm.naiu.kiev.ua/books/mg/lectures/lecture_4.html (дата звернення 21.10.2022).

3. Types of International Organization. URL: <https://uia.org/archive/types-organization/cc> (the access date: 21.10.2022).

Yeremenko I. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Shcholokova H. V., Ph.D. in Political Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

CONCEPT OF GLOBAL BRITAIN: KEY PRIORITIES AND OBJECTIVES

Following the 2016 withdrawal referendum, the United Kingdom has been facing its largest identity crisis since the end of the Cold War. After almost half a century of participation in active European integration processes the question of what the nation wants to be in the world politics has gained more attention than ever. In 2017 the vision for a post-Brexit Global Britain with the idea of an independent state starting a new chapter in its history began to emerge.

Published on 16 March 2021 “Global Britain in a Competitive Age: Integrated Review of Security, Defence, Development and Foreign Policy” can be referred to as the main policy paper which outlines the government’s vision for the country’s role in the international arena over the next decade [2].

The concept aims to strengthen UK’s position and role on the global stage, by highlighting four main overarching trends which will be of a particular importance for the country: geopolitical and geo-economic shifts (rise of China, increasing importance of the Indo-Pacific region, emerging new markets), systemic competition (formation of blocks of influence and values), rapid technological change (fast advancements in IT sphere will inevitably lead to systemic competition), transnational challenges (climate change, international terrorism, global pandemics, etc.).

To tackle issues in all areas of interest the review provides the following strategic framework: taking advantage of and improving UK’s science and technology sector; acquiring strategic advantage in IT as well as securing country’s position as a responsible cyber power are the key objectives [1].

Britain has already demonstrated its IT capabilities by becoming the first country to start mass production of COVID-19 vaccines. Keeping the investments flow to this sector might contribute to the breakthrough in many areas. Rapid technological progress provides new opportunities as well as new threats. With cyberspace expanding and involving more actors, it also becomes more fragile and exposed to criminal activity. Therefore, development of defensive and offensive capabilities in the digital world seems rather rational. Influencing the global stage by promoting the development of the open international order. The main goals here include defending human rights and supporting open societies; shaping a resilient and open global economy; influencing the framing of the future international order [1]. The UK’s plan of returning to spending 0.7% of its gross national income on foreign aid (as was the case before the pandemic), participation in as many transnational organizations as possible, and active use of soft power through its culture, job and education possibilities are good instances of achieving the aforementioned goals.

The nation’s ambitions of being “a force for good” in the world has already been put to test. The UK proved itself as a worthy leader committed to principles of democracy and the rule of law by becoming one of the first few nations to support Ukraine in its war efforts against Russian assault in both humanitarian and military ways as well as strengthening of domestic and international security. The main aims in this sector are: countering state-level threats; tackling conflict and instability; enhancing homeland security by overcoming challenges of transnational nature [1]. Transatlantic partnership is of the highest priority for the country. The rise of China’s influence in the Indo-Pacific, continuous military aggression of Russian Federation, nuclear issues of North Korea and Iran, radicalization and international terrorism present high-level threats.

Furthermore, Britain must modernize its forces, prioritizing the development of the technological spectrum, thus becoming a “digital backbone” that would enable multi-domain operations and interoperability with its NATO allies and partners. Strengthening of domestic and international resilience is very

important. Main tasks include building national resilience in all spheres of life; tackling the issues of climate change and biodiversity loss (set as foremost international priority) and building global-level health resilience (as a result of devastating consequences of COVID-19 pandemic) [1]. Tackling the issue of fast spreading diseases through the potential development of an early warning system and achieving net-zero emission goal by 2050 are prioritized the most.

Therefore, the concept of Global Britain was created as a direct consequence of massive pro-Brexit sentiments in the country. It aims to increase United Kingdom's influence in the international arena and make Britain a "force for good" with a global reach. The agenda emphasizes the rapidly changing international environment, which becomes more and more competitive in its nature not only in the real world, but in cyberspace as well. It justifies the utilization of both hard and soft power in order to achieve the set objectives. Global pandemic, Russian war against Ukraine and temporary turmoil in the British government have undoubtedly become serious obstacles for the UK to overcome, but they also put to test the country's ability to implement the set policies during the times of crisis. The country's immediate and unwavering support for Ukraine has demonstrated a clear leadership character, yet the current domestic troubles prevent Britain from unleashing its full potential.

List of references:

1. Global Britain in a Competitive Age: The Integrated Review of Security, Defence, Development and Foreign Policy. March 2021. URL: https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/975077/Global_Britain_in_a_Competitive_Age_-_the_Integrated_Review_of_Security__Defence__Development_and_Foreign_Policy.pdf (the access date: 12.10.2022).

2. Policy paper. Global Britain in a Competitive Age: The Integrated Review of Security, Defence, Development and Foreign Policy. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/global-britain-in-a-competitive-age-the-integrated-review-of-security-defence-development-and-foreign-policy#full-publication-update-history> (the access date: 12.10.2022).

Yeremenko I., Zhuravel V., Students of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

POTENTIAL CONSEQUENCES FLANDERS WILL FACE IF THEY CHOOSE TO LEAVE BELGIUM

Separatism is not a new phenomenon for Europe, but the issue has risen significantly in the recent decades, gaining momentum in Catalonia, León, Aragon, Valencia in Spain, Scotland, Northern Ireland in UK, Kosovo in Serbia, Kurdistan in Turkey and the list goes on. The Kingdom of Belgium is no exception to this problem. The separatist sentiments in the northern Flemish

region have long been on the agenda. The 2 most significant right-wing nationalist parties, promoting the idea of independence in the current Belgian parliament are Nieuw-Vlaamse Alliantie (N-VA) and Vlaams Belang (VB), with 24 and 18 seats (out of 150) respectively. However, while having the majority of seats, they were unsuccessful in forming the government in 2019 election, due to the opposition forming a coalition of 7 parties.

The most compelling argument for the independence of Flanders is economic unfairness. The Flemish region is commonly considered to be more economically stable and prosperous than the Walloon south. The arguments involve disparities in financial transfers (from North to South), where a proportionally larger share of social security schemes benefits Walloon and Brussels regions more than it does Flanders. These transfers also involve taxes, government debt and deficit, and public investments [1, p. 210]. A comparison of activity, employment and unemployment rates paint a clear picture, regarding economic differences of these two regions. Flanders’ and Walloon’s indicators for 2022 from StatBel are presented in the table below [2].

Table 1

Flanders’ and Walloon’s employment rates in 2022

Region	Category	1st quarter 2022	2nd quarter 2022
Flanders region	Employment rate	71.2%	71.0%
	Unemployment rate	2.8%	3.1%
	Activity rate	73.3%	73.2%
Walloon region	Employment rate	60.2%	59.3%
	Unemployment rate	8.4%	8.6%
	Activity rate	65.7%	64.9%

Source: compiled by the author based on data [2]

Another significant argument which contributes to debates about separation is language. This factor by itself contributes to a whole range of other socio-demographic issues. Some strong ideas include the outright denial of existence of the Belgium state and Belgium society, as well as absence of national identity. Separatist parties actively promote these ideas, emphasizing that the country is composed of two different societies, with different languages, different cultures, different demographic structures and education systems [1, p. 209]. However, the recent surveys show that public and political opinions do not coincide and that the decline of Belgian identity among public is not the case (only 37% of population in Flanders would support the breakup) [4].

So, what consequences would Flanders face, if they actually were to succeed with their separation agenda? First and foremost, the breakup would most certainly not be a sudden and rapid change, but a rather long and complicated process with numerous legal and practical obstacles. Second, if a successful split were to succeed, it would definitely plant a seed of uncertainty among the EU-states, simultaneously raising the criticism towards the block and

ultimately questioning the effectiveness of the supranational entity when it comes to issues of unity and common interest in the European politics.

Even before leaving Belgium, Flanders would have to negotiate the status of Brussels. This would most certainly spark huge debates, since the region accounts to 19% of national GDP, which makes it an extremely valuable asset for both sides [5]. Furthermore, Brussels is considered to be the unofficial capital of Europe, due to its hosting status for many important bodies e.g., European Commission, EU Council, NATO HQ etc., which gives the city even more significance on the regional level. The most likely scenarios, regarding the Capital-Region include it remaining as part of Belgium along with Wallonia; joining Flanders; or negotiating some form of a special status. In the end the decision might come to the Brussel itself.

Another important issue for Flanders to solve would be its EU membership. As a new state Flanders would have to renegotiate its status as part of the European Union. This by itself could create problems, since it would involve unanimous support of all EU-states. Moreover, these countries would also have to recognize Flanders as an independent international actor beforehand. If, however, Flanders were to succeed in such renegotiations, this could have serious problems for other EU nations with high levels of separatist sentiments, which would discourage them from recognizing and accepting the new state in the first place. The same approach might be exercised in regard to Flanders' potential ambitions for NATO membership.

It is also worth to mention economic outcomes of the potential breakup. If the division of Belgium were destined to happen, Flanders could face significant problems in its economic sector, seeking to reconfigure its trade ties with the rest of the continent, which would include logistical and monetary challenges for a new sovereign state. In addition, the new country would lose access to its previously available resources from Wallonia, which could temporarily cripple its economy even more. In the end, however, Flanders would stabilize its economy, but not without sacrifice.

Therefore, while the Belgian breakup seems unlikely in the near future, it is rather hard to exclude such development in general. The economic and socio-demographic arguments promoted by NV-A and VB are not groundless and the recent COVID-19 crisis has sparked confrontation between Flemish and Walloon region once again, exacerbating the situation even more. It is evident that if Flanders were to successfully break away from Belgium, the process would take months if not years, damaging not only region's ties with Wallonia and Brussels, but the rest of Europe as well. Flanders' ambition of participating in regional groupings, mainly EU and NATO, would most likely be unsuccessful, due to the nature of its statehood. Its economy would take a severe hit during the aftermath of the separation, but would eventually recover. Overall, we can conclude, that potential breakup of the Belgian state could do more harm than good, not only to the parties directly involved but to the European region in general.

List of references:

1. Dandoy R., Sinardet D. Separatism debate in Flanders: Actors and Arguments. *Research Gate*. December 2021. URL: https://www.researchgate.net/publication/356732178_Separatism_debate_in_Flanders_Actors_and_Arguments (the access date: 26.10.2022).
2. Employment and unemployment. *StatBel*. URL: <https://statbel.fgov.be/en/themes/work-training/labour-market/employment-and-unemployment#panel-12> (the access date: 26.10.2022).
3. Moens B. The Flemish nationalist exit strategy. *Politico*. May 11, 2020. URL: <https://www.politico.eu/article/belgium-coronavirus-the-flemish-independence-nationalist-exit-strategy/> (the access date: 26.10.2022).
4. Obasi C. Belgium: The Case of Flanders and Wallonia. *Harvard Political Review*. July 22, 2021. URL: <https://harvardpolitics.com/flanders-and-wallonia/> (the access date: 26.10.2022).
5. Vandecasteele B., Deville F. & Vos H. Belgium, separatism, and the EU. *Universiteit Gent*. URL: <https://biblio.ugent.be/publication/3066317/file/3066323.pdf> (the access date: 26.10.2022).

Yurchenko K. O., Student of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Syvolap D. V., Assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

SINGAPORE IN CONTEMPORARY INTERNATIONAL RELATIONS

Singapore is a sunny tropical island in Southeast Asia, near the southern tip of the Malay Peninsula. The area of – the city-state is 710 square kilometers, 5.5 million people live in it [3].

Singapore's geographic location in the heart of Southeast Asia provided unique opportunities and challenges when Singapore became a sovereign and independent nation on 8 August 1965. As an independent nation without any natural resources or landlocked, Singapore has had to plan its nation-building and economic development based on policies and strategies very different from its Southeast Asian neighbors.

Singapore's well-known success in transforming from a third-world to a first-world country in 50 years is a clear indication of its success in minimizing the negative elements of its limited size and vulnerability to maximizing external opportunities and resources. To successfully implement such strategies and policies, Singapore has elected strong, honest, visionary leaders and effective public administration to support rapid economic and social development.

In this context, the establishment of ASEAN in 1967 played an important role and a strategic role in creating the external environment necessary for Singapore to succeed in its national transformation. The government and

political system of Singapore is a unitary democratic state with a parliamentary form of government.

The Constitution of 1963 (with amendments and additions) is currently in force in the country. The head of the Republic of Singapore is the president, who is elected by direct general elections for a term of 6 years. According to the Constitution of Singapore, the President is the head of state, but has limited powers and performs mainly representative functions. The highest legislative body of the Republic of Singapore is the unicameral parliament, whose members are elected by the population for a term of 5 years. Executive power belongs to the Cabinet of Ministers headed by the Prime Minister. The Cabinet of Ministers is elected by the Prime Minister and officially appointed by the President [2].

Regarding the economic indicators of Singapore, it is worth noting that in 2021 the country's imports exceeded exports by \$105.2 million, and this was the reason why the country's trade balance for this year was negative. Data for 2020 indicate that the volume of exports exceeded the volume of imports and the trade balance is \$108.52 million. Although comparing with the previous year, the volume of both export and import decreased significantly. Foreign trade turnover amounted to \$1,089.88 million. As we can see, in 2019, the total volume of exports is more important, and imports have a much smaller indicator, and the balance of the country's trade balance had a positive, positive character and amounted to \$105.83 million [4; 5].

Singapore's opportunities include expanding industry, buildings and jobs. The threat to Singapore is the possibility of terrorism and cyber security breaches. Vacancies in the field of cyber security are urgently needed with the development of technology. However, this also means that many businesses are vulnerable until these jobs are filled. And the biggest threat is the possibility of terrorist attacks on Singaporeans. One of the main problems of Singapore is its excessive dependence on exports to other countries. If something were to happen to the economies of these countries, Singapore could face financial ruin. Fortunately, opportunities are growing not only in new industries that create new jobs, but also in improving the quality of life. According to official data from the World Bank, Singapore's gross domestic product (GDP) in 2021 was \$396.99 billion. Singapore's GDP is 0.07 percent of the world economy. The main indicator officially used by UN specialists to compare the level and quality of life of the population in different countries of the world is the human development index (HDI). In 2020, the HDI of Singapore was 0.938, which indicates the high standard of living of Singaporeans [1].

Singapore should deepen and diversify its international ties; it is worth promoting the start-up businesses more actively; develop powerful digital capabilities; develop the city-state of opportunities; further develop with other countries and international organizations to promote growth and innovation.

Thus, it can be concluded that Singapore is a powerful and economically developed country which, without having sufficient natural resources, was able to build one of the strongest economies in the world. Currently, Singapore is one of the

main financial centers of the world, as well as the most favorable place in the world to do business. Despite the powerful economy and belonging to the leading countries of the world, Singapore has much to work on and much to improve.

List of references:

1. Human Development Reports. Singapore. URL: <https://hdr.undp.org/data-center/specific-country-data#/countries/SGP> (the access date: 10.10.2022)
2. Сінгапур. URL : <https://mfa.gov.ua/embassies/respublika-singapur> (the access date: 10.10.2022)
3. About Singapore. URL : <https://www.mfa.gov.sg/Overseas-Mission/Xiamen/About-Singapore> (the access date: 10.10.2022)
4. Singapore. World Bank. URL : <https://data.worldbank.org/country/SG> (the access date: 10.10.2022)
5. Singapore. URL : <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/singapore/#government> (the access date: 10.10.2022)

Zakutskya Ye. R., Student of University of Customs and Finance,
(Academic Supervisor – Syvolap D. V. assistant of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

MUSIC ON A POLITICAL ARENA

From time immemorial, music has influenced people's feelings. Beginning with ritual and folk music and ending with the newest genres, music always matched people into groups. That is why music can be directly connected with politics: there are various politician groups of folks (or even countries), which pursue the same political idea and, accordingly, the same music. Music can express anti-establishment or protest themes, including anti-war songs. There are also national anthems, patriotic songs and political campaigns related to music.

There is a good proof that music can lead hundreds of thousands of people. The legendary Beatles made the whole rebellion in 1960s. They won the trust of people with their progressive views: equality, the fight against sexism, emancipation, the recognition of minorities. They showed by their example that music can change the world. Although the Beatles` members had never made political propagandas, the authorities were alarmed by their popularity and how people were fans of them and following in their footsteps. In this way, the Beatles haven`t only changed the music and its` genres, but also nations` views and lifestyles [1].

Music is also one of the key elements of election campaigns in the modern world. With the youth of our nation more politically engaged than ever, it seems like having relatable music tastes is something of a priority for most candidates. From marching bands to rock anthems, candidates from every party seek to draw attention of potential voters using music. The right song played at the right moment will subliminally evoke emotions of trust and empathy in the listener.

For instance, Donald Trump used music of such well-known artists as Adele, Neil Young, REM and Aerosmith to get more people to his side. However, he did not have permission to use songs of these artists, so they asked Trump to stop using their music [2].

Folk music has a strong connection with politics internationally, because it helps ethnicities to express their national identity. In a time of political uncertainty and chaos (during the late twentieth century) folk music was used by such countries as Hungary, Romania, Czechoslovakia and Yugoslavia. Music should represent Ukraine in a political arena as well. Ukrainian culture is very unique and unusual, and one of the proofs of this fact is Ukrainian folk music. Folklorists estimate that more than half a million Ukrainian folk songs have been recorded so far. No nation in history has as many songs as the Ukrainian people independently created. UNESCO has collected a phono library of folk songs from countries around the world. There are 15,500 songs in the fund of Ukraine. Italy is in second place with 6,000 folk songs [3]. The Ukrainian language is also in second place in terms of melodiousness among all languages of the world. This fact confirms that Ukrainian folk songs are really pleasant in sound [4].

One of the best ways to show Ukrainian folk music to the world is the Eurovision Song Contest. Thus, in 2022 such performers as, for example, Alina Pash with the song "Shadows of Forgotten Ancestors" were presented. The song transmits the well-known novel by Mykhailo Kotsyubynskyi, which also shows the unique Ukrainian culture and traditions, mythology and symbolism. Moreover, outstanding band "Go-A", which has taken part in Eurovision Song Contest two times, has aim to collect traditional Ukrainian songs as many as possible and present them to the world in a more modern variant. This band's song genres include electro, hip-hop, traditional vocals, etc. In addition, the Eurovision Song Contest winner in 2022 were Ukraine with its band CALUSH and song Stefania. It helped to draw even more attention to the situation in the country on international platforms. Because of war in Ukraine, a lot of anti-war songs were created. These songs transmit the message of cruelty of war to other countries to make them understand how difficult it is to be Ukrainian and suffer from aggression. There are such songs as Azov-stal by KOZAK SYSTEM, Antytila and Ed Sheeran-2 step, TVORCHI – Let's fight, Melovin – Don't delay, etc [5].

In conclusion, Ukrainian music should represent Ukraine in the political arena, and the country's residents themselves should understand what music they listen to and support Ukrainian musicians.

List of references:

1. Why the Beatles is classic? URL : https://www.youtube.com/watch?v=W4FvbHwFVE&ab_channel=%D0%A1%D0%98%D0%97%D0%9E%D0%A0 (the access date: 22.09.2022).
2. The Intertwined Relationship Between Music And Politics. URL : <https://liveforlivemusic.com/features/the-intertwined-relationship-between-music-and-politics/> (the access date: 01.10.2022).

3. Ukrainian folk songs. URL : https://en.wikipedia.org/wiki/Music_and_politics (date of application: 01.10.2022).

4. Top 10 most beautiful languages in the world. URL : <https://myvic.com.ua/top-10-naykrasivishih-mov-svitu/> (the access date: 12.10.2022).

5. Ukrainian songs during the war. URL : <https://vikna.tv/styl-zhyttya/shou-biz/ukrayinski-pisni-pid-chas-vijny-novi-treky-vitchyznyanyh-vykonavcziv/> (the access date: 12.10.2022).

Zakutska Y. R., Students of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Mostova Anastasiia, Doctor of Economic Sciences, Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

THE IMPACT OF CONTENT MARKETING ON CUSTOMER ACQUISITION IN INTERNET BUSINESS

Content marketing is a technology for creating and distributing content that is relevant to the target audience in order to attract and stimulate them to action (for example, purchasing a product or service). Content marketing is a part of Internet marketing - the process of business promotion using available channels on the World Wide Web [1]. With over 5 billion people using the internet and 4.65 billion active users on social media worldwide, content marketing has become one of the best ways for customer acquisition. Whether it's social media, blogs, or webinars, content marketing is a tool that can help businesses expand their reach, multiply leads, and establish a base of loyal clients [2].

Within the framework of the "Internet Business" discipline, the students' task was to create their own business. Students created their own business companies and did various researches, including analyzing the content marketing of their competitors.

Based on the creation of a travel agency “Lightravel”, we can examine the content analysis in social networks of two competitors of this company.

The first direct competitor of the travel agency “Lightravel” is the company “Lonely Planet” and its` Facebook page. This company is engaged in sales of guide books for tourists. The Facebook page of the company has 2.5 million followers. Content frequency is 6-7 posts per day, all posts link to their website.

If we look at this page (figure 1), we can see that most of the posts have quality photos and headlines that attract the attention of customers. The company offers to read the post on their website via the link. This allows the company to attract customers and show their products in stock. Customers, in turn, write mostly pleasant comments and share posts on other social networks. Thus, the company successfully attracts the attention of clients with interesting travel articles about touristic attractions, which can be visited with help of their guide books. The second competitor is “Accord tour” and its` Facebook page. Despite the fact that the company is an indirect competitor, it is still a good

example. The company has 425k subscribers on their page. Content frequency is more than 10 post every day. If we look at the page (figure 2), we can see an equally large number of beautiful photos and interesting headlines.

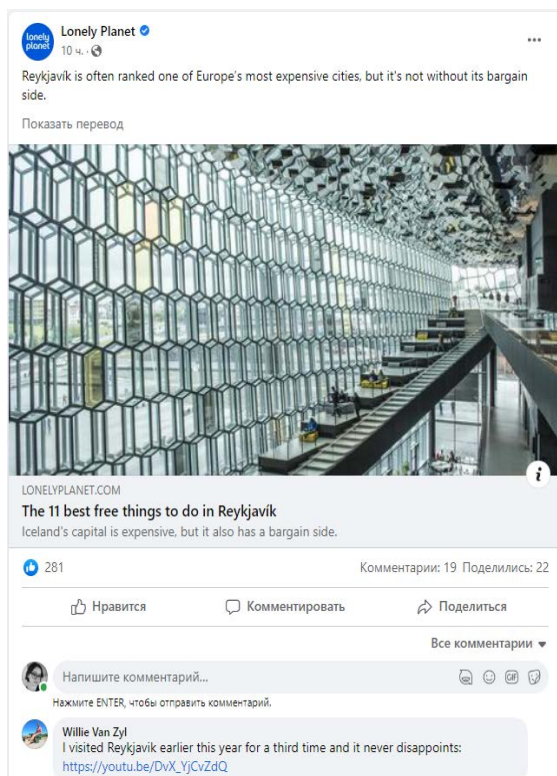


Figure 1. Lonely Planet Facebook page

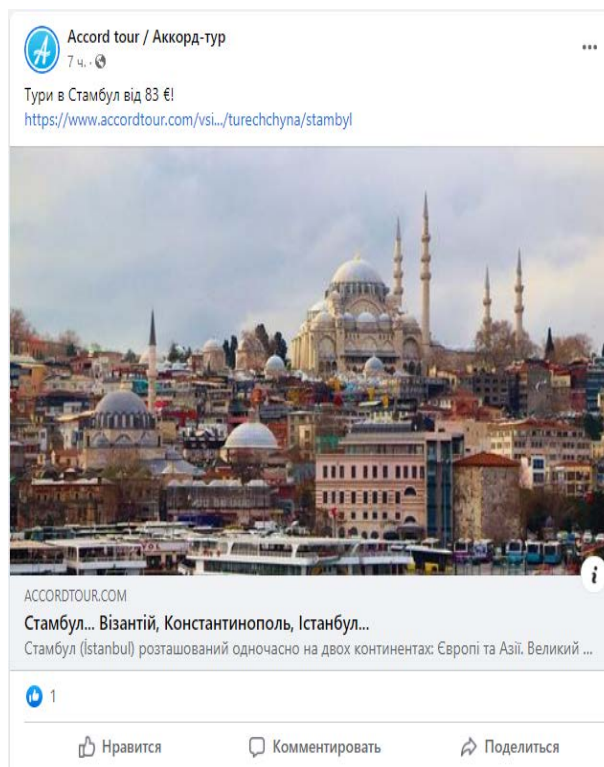


Figure 2. Accord tour" Facebook page

However, a major drawback is that the company does not interact with the audience in any way. Essentially, their page consists simply of a catalog of available tours. The company does not provide topics for discussion in the comments, does not hold promotions or contests. Therefore, there are very few likes and reposts on the posts, and there are no comments at all. Even if customers write comments, company managers do not respond to them.

Therefore, in conclusion, we can say that content marketing is really very important for building a client base. In addition, the content itself should be interesting and attractive. Even if the posts will be made every day many times, it will not improve the situation if the content itself is not engaging.

List of references:

1. Іванина Р. Контент-маркетинг – необхідний інструмент розвитку бізнесу. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/kontent-marketing#:~:text=Контент-маркетинг%20надає%20потенційним%20клієнта%25> (the access date: 22.10.2022).

2. Pineiro F.A. Content Marketing Statistics 2022 – Everything You Need to Know to Boost Business Growth. URL: <https://www.expertmarket.com/>

digital-marketing/content-marketing-statistics#:~:text=B2B%20Content%20Marketing%20Statistics%20%E2%80%93%20The%20Basics&text=72%25%20of%20marketers%20also%20said,content%20marketing%20to%20reach%20customers (the access date: 22.10.2022).

Zhyvytsia D., Saifudeen A., Students of University of Customs and Finance (Academic Supervisor – Razinkova M. Yu., Ph.D. in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of International Economic Relations and Regional Studies of University of Customs and Finance)

ANALYSIS OF EXPORT AND IMPORT ACTIVITIES OF ENTERPRISES

The analysis of export-import operations involves the following directions: determination of the main stages of the analysis; substantiation of the system of indicators used at each stage to evaluate the export (import) operation and the factors of their change; selection of a basis for comparison of indicators that characterize export (import), substantiation of possible managerial decisions based on the results of the analysis.

The main stages of the analysis include: analysis of the execution of foreign economic contracts; analysis of the rationality of the use of funds under export-import contracts; analysis of the dynamics of exports and imports; analysis of the influence of factors on export (import) indicators; analysis of the impact of export (import) products on the financial results of the enterprise; generalization of analysis results [1].

The following are among the general rules for conducting the analysis of foreign trade of enterprises: the analysis of foreign trade operations must be closely related to other traditional analytical procedures, when analyzing exports, it is possible to use the entire toolkit that is used when conducting analytical procedures in trade.

In addition, the impact of changes in the official exchange rate of the hryvnia against foreign currencies should be taken into account, when analyzing imports, the dynamics of the purchase of imported goods must be evaluated both in terms of value and in kind, the impact on the object of import of changes in the official exchange rate of the hryvnia against foreign currencies and the amount of customs payments, when conducting the analysis, the main attention is paid to the process of profit formation, since the largest share of the enterprise's foreign activity is export-import operations.

Analysis of the fulfillment of obligations with regard to export and import operations includes: determination of the fulfillment of obligations by value, physical volume and price of exported (imported) goods, determination of the fulfillment of obligations by terms of their deliveries and quality, establishment of factors and the magnitude of their influence on economic indicators, finding out the reasons for non-fulfillment of obligations in certain positions [2].

The analysis process has four stages. At the first stage, the fulfillment of obligations by goods and product groups is analyzed, at the second – fulfillment of obligations by export (import) countries, at the third – fulfillment of obligations by the countries of the near abroad, at the fourth – general conclusions are formulated regarding the level and quality fulfillment of obligations.

In the process of analyzing the fulfillment of obligations under contracts with foreign partners, the following are studied: the number of concluded agreements, the number of completed trade agreements, the number and types of overdue contracts, the reasons for incomplete implementation of agreements and violations of the terms of delivery of goods.

An important place in the analysis is the assessment of the quality (reliability) of the supply of products (works) stipulated in export-import contracts. The quality of goods (work performed) must meet the terms of the order, as it indicates the authority of the enterprise.

It is evaluated by the number of complaints and losses from them, as well as by the satisfaction ratio of complaints, which is calculated as the ratio of the volume of satisfied complaints presented to the counterparty to the value of exported (imported) products. The fulfillment of obligations regarding the export (import) of goods and services is associated with the use of funds to pay the invoices of the suppliers of these goods and services and the payment of export (import) overhead expenses.

Enterprises receive these funds, as a rule, in the form of bank loans, which must be used rationally. During the analysis, the following are investigated: the circulation of funds for foreign trade operations in order to determine the possibility of accelerating the circulation of funds, the composition and structure of overhead costs, the expediency of spending and reserves for their reduction are established [3].

During the analysis of the circulation of funds, factors are revealed that cause changes in the amount of investment of funds in export-import operations, the possibility of releasing funds from foreign trade circulation. The circulation of working capital in export-import operations characterizes the rate of circulation of these funds.

For the analysis of export and import activity, absolute, relative indicators and indicators of the structure (geographical and commodity) are used. The volume of export (import) for the reporting year is compared with the volume of export (import) for the previous year or to another base. An analysis of the dynamics for several years is also carried out, for which indicators such as export (import) growth rates for each year, average annual growth rate, and export (import) growth for the entire studied period are used [3].

So, the features of export and import activities of enterprises were analyzed above.

List of references:

1. Малярець Л. М., Отенко І. П., Моргун Г. В. Стратегічне управління експортно-імпортною діяльністю підприємства на засадах контролінгу : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2017. 193 с.

2. Сьомак О. Аналіз експорту та імпорту добувної галузі України. *Економічний простір*. 2020. № 153. С. 123–127.

3. Мазаракі А., Мельник Т. Сучасні тенденції та чинники розвитку зовнішньої торгівлі України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2011. № 2. С. 5–14.

Бех Є. І., Університет митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н., доц.,
доцентка кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ РОЛІ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ В ПЕРІОД ЗАГРОЗИ МІЖНАРОДНІЙ БЕЗПЕЦІ

Найголовніша міжнародна організація – Організація Об'єднаних Націй (ООН) – була створена 1945 р. задля забезпечення міжнародного миру та стабільності. Головною метою було та є зберігати міжнародну безпеку, надавати гуманітарну допомогу, захищати людські права та дотримуватись міжнародного права.

ООН складається з декількох органів і найвідоміший з них – Рада Безпеки (РБ). За Статутом ООН, Рада є головною в питаннях міжнародного миру та безпеки. Діяльність її полягає в проведенні засідань щодо спірних питань, де вона визначає загрози миру чи акти агресії і далі діє залежно від характеру ситуації: може просто закликати до дій, або накладати санкції. Складається вона з 5 постійних членів [1].

Якщо аналізувати конфлікти останніх десяти-двадцяти років, що загрожували міжнародній безпеці, можна помітити дуже часту роль Росії в них як країни-агресора. Ця країна неодноразово порушувала міжнародне право та загрожувала миру в тих країнах, на яких починала та не закінчувала війну, але при цьому вона все ще є постійним членом Ради Безпеки ООН і навіть має можливість накладати право вето на прийняття важливих рішень, які стабільно пов'язані з конфліктами, в яких вона задіяна.

Тож, проблема Ради Безпеки ООН в цьому контексті полягає в тому, що вони не здійснили жодних дій щодо того, аби виключити цю державу зі свого складу і забрати у неї всі повноваження. При тому, що вона є причиною багатьох конфліктів і її погляди не відповідають тим, під якими працює ООН.

Окрім цього, британський історик Пол Кеннеді прокоментував перші шістдесят років існування Ради Безпеки таким чином, що «кричущі провали не тільки супроводжували багато досягнень ООН, вони затьмарили їх» та виявили відсутність волі, щоб, як приклад, запобігти етнічним чисткам у Боснії та Руанді [2].

Методи, якими користується РБ ООН, з часом мають оновлюватись згідно до ситуації в світі, адже характер держав може змінюватись згідно з

тим, які люди їх очолюють. Існує нагальна потреба в актуалізації механізмів захисту миру на планеті..

Інший не менше відомий орган ООН – Міжнародний суд, який є головним судовим органом ООН та вирішує головні правові суперечки між суверенними державами [1].

Важливою здатністю Міжнародного суду є його можливість забирати право голосу в постійних членів Ради Безпеки ООН. До того ж, він може викрити всі міжнародні порушення держав та прямо повпливати на них за це, не тільки на словах та за допомогою «засудження», а й з використанням певних дій [3].

Міжнародний суд ООН є достатньо незалежним та об'єктивним, до того ж третина складу змінюється кожні три роки. Відбір членів суду є жорстким, тому ситуації, подібної до Ради Безпеки, не виникає. Рішення суду є остаточними і протягом останніх десятиліть ним було вирішено багато питань.

Можна сказати, що роль Міжнародного суду є найбільш ефективною та справедливою, тут немає непорозумінь щодо тих чи інших дій або їх відсутності, адже все чисто та прозоро. Певно, це орган з найменшою кількістю проблем.

Важливим актором на міжнародній арені є також НАТО – Організація Північноатлантичного договору – яка є об'єднанням держав Північної Америки та Європи. Це по суті своїй альянс, який допомагає державам разом боротись в складних ситуаціях та допомагати одне одному. НАТО має свою армію, тому держави-учасниці союзу мають підтримку з боку цієї армії в разі збройного конфлікту на території тієї чи іншої країни.

Задля покращення ситуації з розв'язання конфліктів НАТО було прийнято програму Розбудови доброчесності. Ця програма аналізує масштаби корупції в оборонному секторі та допомагає країнам прозробляти національні антикорупційні програми [4].

Під час місій Міжнародних сил сприяння безпеці в Афганістані та Іраці, корупція головним чином посприяла провалу міжнародних зусиль. Також, вона відіграла роль під час «Арабської весни».

Ці приклади показують, що прийняття програми по боротьбі з корупцією з боку НАТО є дуже актуальним та необхідним для подальшого покращення ситуацій з вирішенням конфліктів.

Ще однією характеристикою організації є те, що вона має високі стандарти щодо прийому країн у свій склад. Держави, що бажають вступити до НАТО, мають дотримуватись врядування у збройних силах [4].

На основі цього можна зробити висновок, що країни-учасниці альянсу рахуються та поважають норми міжнародного права та адекватно ставляться до інших країн.

Проаналізувавши діяльність організацій під час різних конфліктів, можна зазначити, що система має бути змінена згідно до сучасної ситуації в світі. Безперечно, верхівкам цих утворень потрібно детальніше звернути

увагу на членів своїх органів і зробити це. Також вимагають оновлення методи реагування на дії агресорів в конфліктах, щоб зробити їх більш ефективними і зменшити кількість збройних протистоянь.

Саме велика кількість воєн та суперечок показує, що проблеми в організаціях існують і достатньо серйозні, що потребує скорішого їх вирішення.

Список використаних джерел:

1. United Nations: Main Bodies. URL : <https://www.un.org/en/about-us/main-bodies>.
2. Kennedy P. The Parliament of Man: The Past, Present, and Future of the United Nations. *Random House*. 2006. P. 110.
3. Клімкін П. Міжнародний суд повинен позбавити РФ права голосу в Радбезі ООН. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3434015-miznarodnij-sud-povinen-pozbaviti-rf-prava-golosu-v-radbezi-oon-klimkin.html>
4. Mac Lachlan K. Корупція і конфлікт: тісний взаємозв'язок НАТО. Ревю. 2018. URL : <https://www.nato.int/docu/review/uk/articles/2018/12/06/koruptsya-konflkt-tsnij-vzamozyvazok/index.html> (дата звернення: 25.10.2022)

Бех Є. І., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

УКРАЇНА У НОВІЙ РЕДАКЦІЇ СТРАТЕГІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ БЕЗПЕКИ США

Широкомасштабна агресія Росії проти України, що розпочалася у лютому 2022 р., безумовно визначальним чином впливає на сучасну світову політику, а отже перебуває у центрі уваги її провідних акторів, чий інтерес російсько – українська війна безпосередньо зачіпає. Одним з найбільш зацікавлених світових гравців від якого значною мірою залежить перебіг і, врешті решт, і можливий підсумок конфлікту, є Сполучені Штати Америки. Принципова значущість українського питання для США знайшла відображення у новій редакції Стратегії національної безпеки США, прийнятій 12 жовтня 2022 р.

Стратегія національної безпеки США 2022 р. містить положення стосовно України. У ній істотно доповнюються положення проміжного варіанту Стратегії, представленої невдовзі після інавгурації Дж. Байдена. Україна згадана у документі 32 рази, тоді як у попередній редакції про неї не було жодної згадки [1].

У документі акцентується на двох фундаментальних стратегічних викликах: конкуренції між великими державами за формування майбутнього міжнародного порядку й транснаціональних спільних загрозах (shared threats) – це, зокрема, зміна клімату, загроза продовольчій

безпеці, інфекційні захворювання, тероризм, дефіцит енергії, інфляція тощо. При цьому головними супротивниками США визначені Китай як єдина держава, що має потенціал до змін міжнародного порядку, та Росія, що безвідповідально порушує правила сучасного міжнародного порядку і є безпосередньою загрозою для вільної та відкритої міжнародної системи. Документ пропонує стратегію протистояння суперникам – випередити Китай і стримати Росію [2, с.8].

Природньо, що Україна у документі розглядається у контексті російської агресії та необхідності вирішення згаданого завдання – стримування Росії. Зазначається, що війна Росії проти України є жорстокою та безпідставною, вона зруйнувала мир у Європі і вплинула на стабільність у всьому світі. Безвідповідальні ядерні погрози Росії ставлять під загрозу глобальний режим неросповсюдження. Російська агресія порушує встановлені правила та має на меті утвердження автократії замість демократії. Війна підкреслила масштаб загрози, яку Росія становить для всієї міжнародної системи. Російська агресія загострила всі проблеми, які виявилися під час та внаслідок пандемії COVID-19 і сприяє продовольчій та енергетичній кризі, що впливає на безпеку багатьох країн [2, с. 3].

Зазначається, що протягом останнього десятиліття Росія здійснює «імперіалістичну» зовнішню політику з метою руйнації ключових елементів міжнародного порядку. Кульмінацією цієї політики стало повномасштабне вторгнення в Україну в лютому 2022 р. Йому передували агресія 2014 р., військове втручання в Сирії, багаторічні спроби дестабілізувати сусідні держави, відверті спроби підірвати внутрішні демократичні процеси в країнах Європи, Центральної Азії та інших регіонах світу. Росія також брутально втручалася у американську політику і намагалася посягти розбрат серед американців [2, с. 25].

Констатується, що США дають принципову і рішучу відповідь на вторгнення Росії, і «згуртували світ, щоб підтримати український народ, який мужньо захищає свою країну». Разом із широкою міжнародною коаліцією було надано «рекордні обсяги» допомоги Україні у галузі безпеки. США надають гуманітарну, економічну допомогу і допомогу в цілях розвитку для зміцнення суверенного уряду України і надання допомоги мільйонам біженців, які були вимушені покинути свої будинки. Декларується готовність США і надалі підтримувати народ України у його боротьбі проти агресії, а також наміри притягнути Росію до відповідальності за скоєні в Україні злочини [2, с. 26].

США разом із союзниками та партнерами перетворюють війну Росії проти України на стратегічний провал. Вони мають намір запобігати намаганням Росії завдати шкоди європейській безпеці, демократії та інституціям. Крім того, США будуть і надалі підтримувати Україну в її боротьбі за свободу, та обіцяють допомогти Україні відновити економіку і заохочуватимуть її інтеграцію з Європейським Союзом [2, с. 26].

В цілому, аналізуючи Стратегію національної безпеки США, можна зазначити, що Україна відіграє достатньо вагому роль в ній. Російсько-українська війна допомагає Сполученим Штатам зрозуміти в якому напрямку слід рухатись, щоб підтримувати міжнародну безпеку і миру у світі.

Список використаних джерел

1. Орлик В., Гриценко А. Основні положення нової Стратегії національної безпеки США. *Національний інститут стратегічних досліджень* : веб-сайт. 14.10.2022. URL : <https://niss.gov.ua/doslidzhennya/mizhnarodni-vidnosyny/osnovni-polozhennya-novoyi-stratehiyi-natsionalnoyi-bezpeky> (дата звернення 23.10.2022).
2. National Security Strategy. October 2022. *The White House*: web-site. URL : <https://www.whitehouse.gov/wp-content/uploads/2022/10/Biden-Harris-Administrations-National-Security-Strategy-10.2022.pdf> (дата звернення: 23.10.2022).
3. FACT SHEET: The Biden-□Harris Administration's National Security Strategy. October 12, 2022. *The White House*: web-site. URL : <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2022/10/12/fact-sheet-the-biden-harris-administrations-national-security-strategy/>(дата звернення: 23.10.2022).

Білан С. А., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Ченцов В. В., д.держ.упр., д.і.н., проф., перший проректор Університету митної справи та фінансів)

МИТНА АДМІНІСТРАЦІЯ ЧЕХІЇ

Організаційна структура митної адміністрації у різних країнах формується по-різному, оскільки великий вплив мають ті чи інші пріоритетні функції митної адміністрації. Деякі держави, зокрема і Чеська республіка, значну увагу приділяють забезпеченню співпраці між митною адміністрацією та іншими правоохоронними органами.

Митну адміністрацію Чехії розглядають у декількох аспектах. З одного боку вона є адміністративним органом, який здійснює наглядову, контрольну та адміністративну діяльність у межах адміністративного права. З іншого – діє як озброєна служба безпеки, що має широкий спектр компетенції та повноважень для захисту суспільних інтересів [1, с. 15-16].

Її діяльність є частиною системи митного нагляду в рамках єдиної митної території Європейського Союзу. Вона здійснює цей нагляд на основі єдиних митних правил Європейського Союзу.

1 січня 2013 року набув чинності Закон № 17/2012 Coll. про митну адміністрацію Чеської Республіки. Відповідно до цього закону митна адміністрація була утворена з Генеральної дирекції митниці та митних органів. Головне управління митниці є адміністративним офісом області митниці загальнодержавної юрисдикції зі штаб-квартирою в Празі. Його

очолює генеральний директор, який призначається міністром фінансів. Митниці є самостійними організаційно-виконавчими підрозділами, підпорядкованими Головному управлінню митниці, які розташовані в усіх містах обласного значення [1, с. 17].

Митна адміністрація Чеської Республіки має дворівневу організаційну структуру. Перший рівень – це Головне управління митниці, розташоване в Празі, а другий рівень – митниці. 14 митниць знаходяться в регіональних центрах, а п'ятнадцята – знаходиться в аеропорту імені Вацлава Гавела – митниця Рузине в Празі. Вищим органом Митної адміністрації Чеської Республіки є Міністерство фінансів Чеської Республіки [2, с.18].

У митній адміністрації Чеської Республіки працює майже шість тисяч співробітників, з них приблизно 4,5 тисячі – митники, решта – державні службовці.

Спектр повноважень митної адміністрації наразі дуже широкий:

- митне управління та адміністрування імпортованих мит;
- адміністрування споживчих та екологічних податків;
- розділена адміністрація;
- компетенції наглядової ради тощо.

Це зумовлено тим, що основним пріоритетом Митної адміністрації Чеської Республіки є максимально ефективно стягнення встановлених мит і податків, що безпосередньо пов'язано з мінімізацією податкової заборгованості та, що не менш важливо, безкомпромісною боротьбою з ухиленням від сплати податків.

З точки зору фінансування Митна адміністрація Чеської Республіки є державним органом, діяльність якого фінансується за рахунок коштів платників податків, тобто з державних бюджетів. Вона стягує мито на товари, імпортовані з країн, які не входять до Європейського Союзу. Під час проходження митної процедури вирішується, чи буде товар випущений на митну територію ЄС, і в який режим. Подібним чином Митна адміністрація Чеської Республіки вирішує, чи можна експортувати товари з ЄС або провозити їх транзитом через територію ЄС. При цьому перевіряє, чи дотримані всі заборони та обмеження. Мито справляється на підставі митних декларацій. 80% зібраного мита спрямовується до бюджету ЄС, а 20% надходить до бюджету Чехії. Загальна сума становить приблизно 9 мільярдів крон на рік.

Митна адміністрація Чеської Республіки забезпечує контроль за зовнішньою торгівлею військовими матеріалами, реалізацію спільної сільськогосподарської політики ЄС, поводження з відходами, торгівлю охоронюваними видами рослин і тварин, нелегальне працевлаштування іноземців, здійснює контроль у сфері захисту прав інтелектуальної власності. Стягує штрафи та збори, які були накладені іншими адміністративними органами, якщо вони не були сплачені добровільно. Митна адміністрація також може проводити деякі перевірки всередині країни на державному кордоні Чеської Республіки.

Не дивлячись на те, що митна адміністрація Чехії є автономною, вона тісно взаємодіє із правоохоронними органами, які досягають дуже хороших результатів у боротьбі з торгівлею наркотиками. У зв'язку з цим митна адміністрація бере участь у ряді міжнародних організацій, інформаційних систем та робочих груп. Створено спеціальний підрозділ, призначений для діяльності із затримання злочинців, винних у злочинних діях, в інших сферах, а також у боротьбі з наркотиками [3, с. 26].

Виходячи із вищезазначеного, можемо констатувати, що митна адміністрація Чеської Республіки займає особливе місце в системі органів державної влади. Вона виступає гарантом, який забезпечує правозастосування повноважень у сфері митного адміністрування та деяких податків, а також іншої нефіскальної діяльності на користь держави.

Список використаних джерел:

1. Vlastimil Gabriško «Sborový správní orgán – Celní správa ČR». Bakalářská práce. Západočeská univerzita v Plzni. 2016. S. 51.
2. Kristýna Hospodková «Analýza hospodaření Celní správy ČR». Bakalářská práce. Univerzita Pardubice. 2021. S. 50.
3. Яковенко О. В. Особливості організаційної структури митних адміністрацій країн світу. Митна безпека: науковий журнал. 2020. Випуск 4. С. 162–170.

Буякевич М. Ю., Університет митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н., доц.,
доцентка кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ЗОВНІШНЯ ПОЛІТИКА КИТАЮ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Дипломатія сучасного Китаю глобальна за своїми масштабами і являє собою комплексне поєднання самих різних традиційних та нових методів і механізмів. Китай, зовнішня політика якого має унікальні особливості, послідовно відстоює свої інтереси і при цьому вміло вибудовує відносини з сусідніми державами. Сьогодні ця країна впевнено претендує на світове лідерство і це стало можливим в тому числі завдяки “новій” зовнішній політиці [2, с. 1].

На регіональному рівні і у відносинах з державами, що розвиваються КНР прагне заручитися довірою для створення стабільної і передбачуваної обстановки, в якій Пекін міг би просувати свої інтереси. Коло завдань та методи їх вирішення в даному напрямку найрізноманітніші: десь переважають економічні інтереси, десь інтереси безпеки [3, с. 281].

У відносинах з основними світовими центрами Китай зберігає стабільні відносини, і уникає відкритої конфронтації та одночасно відстоює позиції з принципових для себе питань [3, с. 282].

Головними цілями зовнішньої політики Піднебесної виступають підтримка миру в усьому світі і сприяння загальному розвитку. Основною позицією китайської дипломатії є незалежність [2, с. 2].

Ключовими принципами зовнішньої політики КНР виступають «п'ять принципів мирного співіснування», а саме :

- невторчання однієї держави у внутрішні справи інших країн;
- взаємний ненапад;
- взаємоповага принципів цілісності та територіального суверенітету;
- мирне співіснування;
- взаємна вигода [3, с. 280].

Важливим пріоритетом зовнішньої політики КНР є відносини з країнами, що розвиваються. Китай націлений на зміцнення всебічної дипломатії і переходить від двостороннього формату відносин до багатостороннього, виступаючи за всебічний розвиток і партнерські відносини по всьому світу. У своєму першому закордонному турне після вступу на посаду (2013 р.) Сі Цзіньпін на третє місце поставив участь у 5-й зустрічі керівників країн БРІКС, де заявив про підтримку ООН, G20, країн БРІКС та інших багатосторонніх міжнародних громадських організацій. У створенні нової архітектури світової економіки і налагодженні відносин з економіками, що розвиваються Китай покладається на БРІКС. Переосмисливши свою роль у світовій економіці, КНР сьогодні більшою мірою орієнтований на розширення партнерських відносин з державами, які не є його найближчими сусідами. Співпраця з країнами-членами БРІКС дає Піднебесній досить високі шанси для протистояння розвиненим країнам, що було б набагато складніше зробити поодиночі. Будучи найсильнішою ланкою в структурі БРІКС, Китай також наділений найбільшим впливом при формуванні економічної та фінансової політики цього об'єднання. Для КНР вкрай важливо, щоб партнерство п'яти країн в рамках БРІКС давало видимі результати [1, с. 72].

Також пріоритетним напрямком в новій китайській зовнішньополітичній стратегії є “відносини нового типу” між США і Китаєм. Це відносини стратегічного партнерства за відсутності прямої конфронтації, на основі принципів добросовісної конкуренції в рамках світового порядку на чолі з США [3, с. 282].

Позаблоковість залишається найважливішим фактором сучасної зовнішньої політики КНР. Китай досі не є учасником жодного з існуючих альянсів і виступає проти розширення інших військових блоків. Пекін виробляє свою позицію і політичний курс з усіх міжнародних питань незалежно і самостійно. Однак політика КНР щодо регіональних організацій істотно змінилася. Сучасний Китай є не тільки активним учасником регіональних організацій, а й ініціатором створення деяких з них. Більш активна участь Пекіна в процесі міжнародного економічного і

фінансового управління у форматі G7, G20, БРІКС може сприяти успішному реформуванню існуючої міжнародної системи [1, с. 38].

Китай продовжує політику добросусідства з суміжними країнами, яка ґрунтується “на близькості, щирості і толерантності” з метою “створення спільності інтересів і спільної долі”. Запропонований Пекіном економічний проєкт “Один пояс і один шлях” і створення зони вільної торгівлі є потужним стимулом для спільного розвитку Євразійського континенту. Мета Китаю в даному випадку – керувати регіональним співробітництвом в Центральній, Південній, Західній Азії і в Євразії. Економічний проєкт “Один пояс і один шлях “покликаний” “сприяти економічному процвітанню і регіональному економічному співробітництву, зміцнювати обмін і взаємне навчання між країнами, сприяти миру і розвитку всього світу, що є великою справою на благо держав всієї планети”. Проєкт передбачає спільне будівництво “Економічного поясу Шовкового шляху” і “морського Шовкового шляху 21-го століття”. У завдання першого проєкту входять прискорений розвиток внутрішніх районів Китаю і формування між державами регіону тісних комплексних відносин в економічній, політичній і гуманітарній областях. Другий проєкт, логістичний, з’єднує Китай з Близьким Сходом, Східною Африкою та деякими країнами ЄС [2, с.13].

Перераховані вище сучасні підходи до реалізації зовнішньополітичної стратегії КНР свідчать про спадкоємність зовнішньополітичних кроків Сі Цзіньпіна в продовженні попередньої лінії партії і керівництва КНР. Однак Пекін рухається до своєї мети більш наступально, застосовуючи нову тактику при колишній стратегії. Китай постійно повертається до традиційного розуміння концепції дипломатії з китайською специфікою, в китайському стилі і манері: “в основі китайської дипломатії” як і раніше лежить принцип підтримки соціального ладу і шляхи розвитку країни, принцип підтримки незалежної мирної зовнішньої політики, “п’ять принципів мирного співіснування” і невтручання у внутрішню політику інших країн. Китайська дипломатія повинна слідувати принципам справедливості, правосуддя і рівноправності, стежити за тим, щоб моральність завжди була на висоті.

Список використаних джерел:

1. Lanteigne M. Chinese Foreign Policy: An Introduction. Routledge, 2019. 256 p.
2. Varrall M. Chinese worldviews and China’s foreign policy. Australia, 2015. 27 p.
3. Ярмоленко В. Розвиток концепцій зовнішньої політики Китаю у постбіполярний період. *Серія «Міжнародні відносини»*. Острог, 2013. Вип. 3. С. 279–288.

Дадіані Л. З., студентка Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

ІМІДЖ УКРАЇНИ В СИСТЕМІ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН

Україна почала формувати свій «імідж» під час відновлення своєї незалежності. З тих часів одним із головних завдань молодोї та незалежної країни стало сформувати позитивний її імідж за кордоном.

Імідж кожної держави фактично формує діяльність органів державної влади та суб'єктів економіки. Одну із важливих ролей в цьому відіграє поведінка пересічних громадян, яка формує уявлення іноземців в цілому про державу. PR держави, її органів та інституцій також займає особливе місце у даному процесі.

Щодо поняття «імідж держави», то це – комплекс об'єктивних взаємозалежних характеристик державної системи (економічних, національних, географічних, демографічних), що сформувалися в процесі розвитку державності як складної багатофакторної підсистеми світового устрою, ефективність взаємодії ланок якої визначає тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних та інших процесів [2].

Політичний імідж держави це досить складний і тривалий процес. Його реалізація має відбуватись свідомо, цілеспрямовано, безперервно, на високому професійному рівні. Задля розв'язання поставлених завдань держава має прийняти загальну стратегію інформаційної політики як процес з довготерміновою перспективою, що спрямована на розробку та поширення позитивного іміджу України, адже «національна інформаційна політика як важлива складова внутрішньої й зовнішньої політики держави охоплює усі сфери життєдіяльності і покликана забезпечити планомірний перехід держави до інформаційного суспільства та входження держави у світовий інформаційний простір» [3].

Позитивний імідж України сприяє посиленню ефективності її зовнішньої та внутрішньої політики, що може бути досягненим завдяки зв'язку зі стратегічними можливостями. Це визначає її місце та значущість у світовому рейтингу.

В Україні процес формування позитивного міжнародного іміджу перебуває на початковій стадії, характеризується низьким рівнем фінансового й організаційного забезпечення державними органами. Цілеспрямовано сформований позитивний міжнародний імідж України сприятиме зростанню інвестиційної привабливості держави, конкурентоспроможності товарів і послуг, рівноправному входженню у систему світогосподарських зв'язків та дасть змогу зайняти гідне місце в цивілізаційному розвитку. Н. Короленко підкреслює: «У добу глобалізації та поширення інформаційних технологій захист, просування національного іміджу дозволяє країнам збільшувати свій геополітичний вплив на світовій арені» [1].

Україна спрямовує фокус уваги на європейську регіональну систему міжнародних відносин та європейську цивілізацію спрямовує у створенні міжнародного іміджу. Бо «нині у суспільній свідомості закріпилося

уявлення про імідж як про цінність, від наявності та якості якої залежить як успішність будь-якої діяльності, так і життєвий успіх загалом» [5].

Позитивний міжнародний імідж України формують міжнародні ініціативи, яким приділено увагу в світових ЗМІ: «постійна участь у врегулюванні міжнародних конфліктів, здійснення державою миротворчих місій під егідою ООН, заклики до зменшення озброєння, підтримка режиму заборони розповсюдження зброї. Зазначені заходи сприяють закріпленню реноме України як передбачуваного й послідовного міжнародного партнера [4].

Слід зазначити, що українська діаспора є однією з найбільших у світі та може використовуватись, як засіб ефективної громадської дипломатії України, бути так званим потужним лобістом її інтересів та чинником покращення її міжнародного іміджу на всіх рівнях. Залучення її інформаційного, інтелектуального, культурного та фінансового потенціалу підвищує ефективність таких заходів, а політичний та суспільний вплив, якого в деяких державах набули представники української діаспори, виступає самостійним чинником формування позитивного іміджу України. В багатьох містах по всьому світу представники української діаспори займаються відкриттям національних виставок, крамниць, закладів харчування, що тільки позитивно впливає на імідж України закордоном. Молодіжні та туристичні українські організації налагоджують закордонні контакти українського суспільства, представляють Україну на міжнародних неурядових заходах і конференціях.

У висновку слід зазначити, що створення позитивного міжнародного іміджу будь-якої країни, в тому числі й України є необхідною умовою для забезпечення захисту її національних інтересів, дотримання стратегічного курсу на європейську інтеграцію, успішної конкурентної боротьби на міжнародному ринку збуту та інвестицій; популяризації культурних цінностей у світову спільноту.

Важливою передумовою покращення іміджу нашої держави за кордоном є необхідність оновлення стратегії її зовнішньої політики. Для досягнення бажаного результату також сприятимуть наявність стабільної політичної ситуації в середині країни; привабливість економіки України для іноземних інвесторів та її розвиток; активна та постійна іміджева робота організацій виконавчої влади; належне та якісне виконання, фінансування реалізації іміджевої державної програми; розвиток культурних та соціальних програм.

Список використаних джерел:

1. Короленко Н., Соломко В. Міжнародна репутація країни як фактор підвищення міжнародної конкурентоспроможності: логістичний аспект. *Науковий вісник [Одеського національного економічного університету]*, 2, 2018. С. 95–107.

2. Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в західному світі (на прикладі Польщі). *Схід*. 2011. № 4 (111). С. 149–154.

3. Палеха Ю. І., Палеха О. Ю., Горбань Ю. І. Інформаційна культура. Київ : Ліра-К. 2020

4. Сергієнкова О. В., Митрохіна Ю. П. Міжнародний імідж України: проблеми та перспективи. Наукове товариство Івана Кушніра. URL : <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=38577>

5. Ткаченко Н. М. Генезис уявлень про імідж в історії людства. *Інноваційна педагогіка*, № 5. 2018. С. 133–137.

Колот Д. А., студентка Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

ТЕХНОЛОГІЇ ТА СКЛАДНИКИ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

Формування іміджевого складника країни в цілому – це стратегічне завдання кожної модерної держави. Ефективна іміджева політика країни свідчить про належні рівні її економічного і культурного розвитку, є важливим елементом успішної політики як на регіональному, так і міжнародному рівнях. Позитивний імідж держави відіграє важливу роль у процесі реалізації її культурної та публічної дипломатії. Сформований позитивний імідж країни позитивно позначається на рівні конкурентоспроможності, успішності, впливовості, стабільності, привабливості міжнародного актора на міжнародній арені. Однак, підтримувати позитивний імідж неможливо без врахування цінностей, які поділяються тими категоріям, які виступають суб'єктами його сприйняття. Отже, імідж держави – це багатогранна, багатшарова категорія, що включає в себе економічні, соціальні, політичні, релігійні, етнічні та культурні аспекти [1].

Доктор політичних наук Е. А. Галумов, формулюючи поняття образу країни, визначає, що, він представляє комплекс об'єктивних взаємопов'язаних між собою характеристик державної системи (економічних, географічних, національних, культурних, демографічних тощо), які сформувалися в процесі еволюційного розвитку державності як складної багатофакторної підсистеми світового устрою, ефективність взаємодії ланок якої визначають тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних і інших процесів в країні. Варто відмітити, що Е. А. Галумов виділяє три групи факторів, що впливають на формування образу країни. Перша з них майже не піддається маніпуляції, а дві інші можуть змінюватися в залежності від конфігурації певних факторів: умовно-статичні чинники формування іміджу держави; коректовані умовно-динамічні соціологічні чинники; коректовані умовно-динамічні» інституціональні фактори [1].

Е. Б. Перелигіна пропонує розглядати імідж держави як “системно корпоративний комплекс, виходячи з системної організації державних

структур і їх взаємозв'язків, а також сутнісних підстав політичної діяльності” [5, с. 23].

Слід наголосити на тому, що в сучасних дослідженнях приділяється увага дослідженню функцій політичного іміджу країни. Здебільшого дослідники поділяють функції іміджу на наступні групи: ціннісні і технологічні, явні (збігаються з цілями і завданнями) і латентні (приховані, здійснюються з допомогою легенд, міфів, чуток, можуть носити маніпулятивний характер). Також розмежовують функції іміджу держави за цільовим призначенням: центральна, або управлінсько-системотвірна функція, психологічного захисту, ілюзорно-компенсаційна, ціннісна. За змістом функції політичного іміджу характеризуються наступним чином:

- когнітивна та ідеалізація суб'єкта іміджу для відповідності очікуванням аудиторії;
- функція реалізації цілепокладання і адресного функціонування ;
- комунікативна і полегшення сприйняття суб'єкта політичного іміджу масової аудиторією відповідно до особливостей певної аудиторії;
- функція впливу на громадську свідомість;
- презентаційна (підвищення ефективності суб'єкта політичного іміджу);
- функція ідентифікації та категоризації інших суб'єктів політичного іміджу;
- компенсаційна.

На сприймання іміджу держави великий вплив мають очікування і установки, що існують в тому чи іншому суспільстві. Тому, щоб зрозуміти особливості сприйняття іміджу будь-якої держави, необхідно вивчити ідеальні образи масової свідомості. Від того, як на той чи інший образ реагують різні верстви населення, буде залежати успіх іміджу, що просувається [1].

Структура міжнародного іміджу держави, яка формується у різних суб'єктів на основі їх уявлення про неї, включає три важливі компоненти:

офіційна інформація про державу та її інститути (зокрема, щодо їх політики, діяльності);

узагальнена інформація про державу та її політичні інститути, лідерів, еліту як соціальні організми;

життєві (практичні) відомості про державу, конкретну діяльність чиновників та органів державної влади.

Отже, можна зробити висновок, що питання формування міжнародного іміджу держави представлено у науковій літературі, однак більш ретельного дослідження вимагає такий аспект, як складники його формування.

Для створення іміджу держави використовуються різноманітні іміджеві технології, важливе місце серед яких займають комунікаційні, засновані на передачі і сприйнятті інформації. Вони є маніпулятивними, оскільки вони здатні в певній мірі спотворювати інформацію, яка передається з метою приховати вплив на масову свідомість. Серед комунікаційних технологій, що застосовуються для створення іміджу держави, можна виділити наступні: використання лінгвістичних прийомів,

вербальні та фізіономічні прийоми, додаткову роль відіграють зорові образи тощо. Політичні технології є основою іміджмейкінгу.

При формуванні міжнародного іміджу держави слід ефективно використовувати різні ресурси. Вплив на ставлення до держави іноземних громадян спроможна здійснити актуалізація мотивів особистої вигоди, коли державі вдається переконати широку аудиторію, що на її території існують можливості для задоволення різноманітних потреб, як матеріальних, так і духовних.

Пришвидшений розвиток глобального інформаційного середовища відкрив для провідних країн світу значущість позитивного іміджування держави у світі, створення такого іміджу у глобальному інформаційному просторі, який є важливою та необхідною складовою зовнішньої політики і національної безпеки, інформаційним капіталом, без якого неможливо оволодіти усіма іншими «капіталами», але насамперед – капіталом людським, інтелектуальним. Водночас негативний імідж або відсутність визначеного іміджу взагалі становить серйозну загрозу для держави, що намагається бути конкурентоспроможною на міжнародній арені.

Список використаних джерел:

1. Лубкович І. М. Місце українських медій в інформаційній війні 2013–2014 рр. *Наукові записки інституту журналістики*. № 56, 2014. С. 182–187.
2. Давиборець Е. Н., Мефодьева С. А., Кулешов В. Е. Комунікаційні технології створення іміджу країни. Т. 24, № 5. 2018. С. 62–70.
3. Швець О. В. Формування політичного іміджу України в міжнародному інформаційному просторі : дис. канд. політ. наук: 23.00.03: захищена: 13.09.2006 р./ Швець Олена Вікторівна. К., 2006. 237 с.
4. Чечель О. Ю. Формування іміджу держави на міжнародній арені. *Інвестиції: практика та досвід*. № 10, 2016. С. 82–86.
5. Перелигіна Е. Б. Психологія іміджу. Х: Аспект-пресс, 2012. 223 с.

Ковальова А. І., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Стеблюк Н. Ф., к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ВИХІД УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ НА МІЖНАРОДНІ РИНКИ: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Сьогодні бізнес розглядає вихід на міжнародні ринки як можливість розширення ринків збуту і збільшення доходу. Сучасна геополітична ситуація в поєднанні з економічною рецесією зумовлює пошук нових і розширення існуючих зовнішніх ринків збуту для експорту продукції. Сучасним організаціям надзвичайно важливо вміти пристосовуватися до будь-якого середовища – легко відрізнятись, виживати в складних умовах або поширювати домінування. Кожне підприємство при виході на зовнішній

ринок і здійсненні зовнішньоекономічної діяльності проходить ряд організаційних, економічних, виробничих і комерційних процедур [1].

Українські компанії поки що займають дуже невелику частку світового ринку. З одного боку, українські підприємці розуміють всі нові можливості, які створює економіка на різних континентах. З іншого боку, виникає страх перед новим невідомим ринком, смаками його споживачів, невідомими сертифікатами та високими стандартами. Українські компанії постачають значний асортимент товарів за кордон. Ці вироби можуть мати як короткий, так і тривалий технологічний час виготовлення. У деяких випадках на загальну конкурентоспроможність продукції впливають фактори, властиві тому чи іншому сектору економіки. Наприклад, специфіка виробництва, потреба в доставці певних витратних матеріалів, систематичному обслуговуванні, наявність дистриб'юторської мережі і т.ін. З цим пов'язана і практика кооперації фірм зі створення або спільного використання мереж збуту або технічного обслуговування [2]. У деяких випадках компанія, яка не має доступу до мережі збуту чи технічного обслуговування, не може залучити постійну базу клієнтів для своїх продуктів.

На сьогоднішній день війна стала однією з головних проблем українського бізнесу. Внутрішнє переселення та міграція українців, пов'язані з війною, спричинили великі проблеми для компаній, які раніше зосереджувалися лише на внутрішньому ринку. Через це постало питання пошуку нових місць збуту, а в даному випадку це зовнішні та міжнародні ринки. Більшість компаній відновили роботу під час війни, але третина не наймає працівників. За даними дослідження центру, лише 40,2% компаній у березні зберегли свою діяльність, а 8,8% працювали частково. За два місяці більше половини (54,2%) опитаних компаній і організацій встановили, що їхній бізнес працює, а ще 16% сказали, що бізнес працює, але тільки в безпечних регіонах. На кінець вересня 93% опитаних компаній і організацій є комерційно активними та 61% компаній продовжують працювати на повну потужність. Третина компаній частково зберегли свою діяльність, вони мають лише філії в регіонах країни, які є умовно безпечними [3].

Звісно з початком війни для бізнесу в міжнародному напрямі змінилися деякі фактори. По-перше, посилення безпекових аспектів. Усіх клієнтів на сьогодні цікавить, чи в безпечному місці знаходиться бізнес. По-друге, змінилася парадигма мислення багатьох бізнесів, той бізнес, який раніше не працював в онлайн режимі, зараз звертається до нього. Сьогодні ми можемо побачити 3 фактори, які дуже важливі для компанії, яка хоче вийти на міжнародні ринки: команда, налагоджені процеси, бажання вийти з кризи та працювати далі. На західних ринках наявність проекту і команди завжди допоможе залучити інвесторів. Крім того, є фактори, які заважають працювати в такий час. Деякі компанії зараз переїхали за кордон і намагаються зрозуміти, як легалізувати роботу та платити податки. А бізнес, який залишився в Україні, втративши багатьох вітчизняних покупців, немає можливості на закордонні відрядження. Тому для компаній, які раніше

працювали на внутрішньому ринку, вихід на міжнародний ринок може бути дуже складним.

Перше, з чого варто почати, виходячи на міжнародний ринок, це пошук інформації. У теперішній час це: Офіс розвитку підприємництва, Міністерство цифрової трансформації, Фонд стартапів. Потрібно шукати допомогу та співпрацювати. Підприємці повинні звертатись по допомогу до держави. Зараз є багато високоякісних продуктів, створених державними інституціями для підтримки та розвитку українського бізнесу. Наприклад, Startup Fund провів конкурс і відібрав 10-12 стартапів, які представлятимуть українську делегацію на заході Consumer Electronics у Лас-Вегасі. Ці стартапи представляють як свій продукт, так і бренд України [4].

Таким чином, вихід на зовнішній ринок є складним процесом, що складається з різних етапів, включаючи створення конкурентоспроможного продукту, вибір країни та проведення дослідження ринку, пошук контрагента, розробку політики збуту тощо. Сьогодні всі ці функції виконують підрозділи зовнішньоекономічної діяльності і маркетингові відділи підприємств. Проблеми, які виникають на будь-якому з етапів, можуть призвести до того, що компанія буде змушена відмовитися від виходу на той чи інший зовнішній ринок. Особливо важливий чіткий, науково обґрунтований процес виходу на зовнішній ринок з грамотним розподілом функцій і компетенцій між усіма структурними напрямками компанії.

Список використаних джерел:

1. Борисова Т. М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 2. Т. 1. С. 156–160.
2. Крамар І. Ю. Ієрархічно-компонентний підхід до визначення категорії “Інтернаціоналізація підприємства”. 2019. URL: <http://surl.li/oger>
3. Дія. URL: <https://diia.gov.ua/>.
4. Ukrainian Startup Fund. URL: <https://usf.com.ua/#usf-sc-1>

Лотоцька Д. С., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Стеблюк Н. Ф., к.е.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ДЕЯКІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ УКРАЇНСЬКИХ ТРАНСНАЦІОНАЛЬНИХ СТРУКТУР

За сучасних умов, коли процес інтеграції стає невід’ємною частиною економічного життя кожної країни, необхідним фактором успішного розвитку національної економіки України є активізація міжнародної економічної діяльності, поглиблення міжнародних економічних зв’язків між провідними компаніями та сприяння міжнародній торгівлі. У

світовому масштабі особлива роль у цьому процесі належить транснаціоналізації як формі інтернаціоналізації економічного життя, рушійною силою якої є транснаціональні корпорації.

Питаннями діяльності транснаціональних корпорацій присвячено значну кількість публікацій. Серед напрацьованих вітчизняних авторів слід відзначити праці О. Чернової, О. Пазиніч, І. Скавронської, О. Мадараш, Т. Нікітіної, О. Радченко, О. Шавлюк, Е. Лимонової, К. Архіпової та інших. Водночас, незважаючи на ґрунтовні напрацювання багатьох вчених, не повністю розкритими залишаються питання стосовно особливостей формування та розвитку транснаціональних корпорацій в умовах глобалізації.

Згідно з офіційним визначенням Конференції ООН з торгівлі та розвитку (UNCTAD), транснаціональна корпорація – це підприємство, яке об'єднує юридичних осіб будь-якої правової норми та виду діяльності в двох або більше країнах і проводить єдину політику та загальну стратегію до одного або кількох центрів прийняття рішень [1].

Першими транснаціональними компаніями, які почали формуватися в Україні, були ФПГ «SCM», Холдинг «DCH», НВГ «Інтерпайп», Холдинг NEMIROFF, «РОШЕН» тощо.

Найбільшою фінансово-промисловою групою в Україні є SCM (System Capital Management), діяльність якої зосереджена в чотирьох основних сферах: металургія та вугільна промисловість, виробництво електроенергії, банківська справа та страхування, телекомунікації. Крім того, SCM володіє та управляє активами в інших сферах діяльності, включаючи нерухомість, медіа-операції, видобуток і переробку глини, роздрібну торгівлю, інжиніринг, виробництво пива, АЗС, спорт. Загалом група SCM об'єднує понад 100 компаній. Окрім українських активів, SCM має компанії в Європі (Італія, Швейцарія, Великобританія) та США. Маючи контрольні пакети акцій (включаючи опосередковане володіння) у понад 90 підприємствах, SCM є одним із найбільших вітчизняних інвесторів в економіку України [2].

Загалом можна сказати, що українські компанії зробили перші кроки на шляху до транснаціоналізації: великі фінансово-промислові групи створили вертикально інтегровані виробничі ланцюги, відомі випадки придбання українськими компаніями активів за кордоном, а перші державні транснаціональні компанії компанія створюється за допомогою міжурядової угоди.

Однак існують і певні перешкоди для формування українських транснаціональних структур. Серед них можна виділити такі:

- нестабільна економічна та політична ситуація в країні;
- нерозвинута законодавча база щодо статусу та діяльності транснаціональних корпорацій;
- жорстка конкуренція з боку більшості існуючих глобальних транснаціональних корпорацій, які є лідерами галузі;

низька конкурентоспроможність української продукції (в основному через високу енергоємність), відсутність відповідної науково-технологічної та інноваційної бази, здатної конкурувати з технологіями іноземних транснаціональних компаній;

порівняно низький рівень менеджменту;

висока “тінізація” економіки;

величезне податкове навантаження;

високий рівень інфляції [3].

Сьогодні, коли транснаціональні компанії українського походження отримують міжнародне визнання, держава більше не може їх ігнорувати, а тим більше робити вигляд, що їх не існує. З досвіду розвинутих країн можна сказати, що національні ТНК і країни повинні перебувати у «партнерських» відносинах. Крім того, транснаціональні корпорації потребують підтримки держав, здатних активно відстоювати їхні інтереси на зовнішніх ринках.

Список використаних джерел:

1. Рокоча В., Плотніков О., Новицький В. Транснаціональні корпорації: навчальний посібник. К. : Таксон, 2001. С. 304.

2. Антоненко О. І. Деякі тенденції розвитку транснаціональних корпорацій в Україні. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. 2011. № 1(10). URL : http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Fkd/2011_1/part3/56.pdf

3. Архієреєв С., Тарасенко Т. Розвиток трансферу технологій як необхідна передумова інтеграції України у світову економіку. Національний інститут стратегічних досліджень. URL : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/Oktober/7.htm>

Лук’яненко М. О., Університет митної справи та фінансів
(науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н., доц.,
доцентка кафедри міжнародних економічних відносин
та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ВТРАТА АКТУАЛЬНОСТІ КОНЦЕПЦІЇ “М’ЯКОЇ СИЛИ”

Сучасні буремні події у світі все частіше почали привертати увагу до ефективності «м’якої сили» у міжнародних відносинах.

Нерелевантність «м’якої сили» сьогодення впливає не з її теоретичного виміру, а з мінливого глобального ландшафту. Хоча дефіцит «жорсткої сили» нещодавно перемістився в центр уваги, його філософські та політичні недоліки викликають ще більше занепокоєння [1].

Згідно з І. Менором і Г. Голаном, ХХІ ст. характеризуватиметься зростанням конкуренції між трьома гігантами – Китаєм, Індією та США [2]. Щоб боротися з цим тріумвіратом, нації створюватимуть короткострокові

стратегічні альянси, які будуть вести колективні переговори проти гігантів або примушувати їх. Ці союзи ґрунтуватимуться на спільних інтересах, а не на спільних цінностях. У світі, де панує посилення конкуренції, а не співробітництва, практика «м'якої сили» стане другорядною.

На відміну від епохи холодної війни, нації не будуть прив'язані до одного гіганта. Навпаки, нації співпрацюватимуть із різними гігантами в різних цілях. Національна влада впливатиме зі статусу нації як бажаного учасника стратегічних альянсів. Ця бажаність може спиратися на різноманітні ресурси, починаючи від економічної стабільності до технологічної інфраструктури та географічного розташування. Зараз не епоха однополярності чи біполярності. Зараз епоха гігантів.

Коли в 1990 р. Джозеф Най уперше представив концепцію «м'якої сили», біполярна система була на останньому подиху. Біполярний світ був світом «жорсткої сили», визначеної гонкою озброєнь, яка зрештою призвела до банкрутства Радянського Союзу. Здійснення влади або зміна дій інших держав значною мірою спиралося на використання зброї та загрози силою. Най припустив, що світ після холодної війни буде відзначений співпрацею, оскільки спільні виклики вимагатимуть спільних рішень (наприклад, тероризм чи торгівля наркотиками) [3]. Світ також стане більш взаємозалежним завдяки прогресу в транспорті та телекомунікаціях.

З огляду на те, що ера після холодної війни спиратиметься на співпрацю, Най концептуалізував «м'яку силу» як «примушення інших держав хотіти того, що ви хочете». Арсенал «м'якої сили» включатиме культуру, політичні цінності та зовнішню політику [3]. Якби держава могла зробити свою владу легітимною в очах інших, вона зустріла б менший опір її зовнішній політиці. Якби державна культура та ідеологія здавалися привабливими, союзники були б готові наслідувати їх, а не отримати наказ. І якби держава могла встановити міжнародні норми, які відповідають її власному суспільству, їй не потрібно було б змінювати свою поведінку [2].

На відміну від епохи холодної війни, коли домінували дві наддержави, або періоду, що настав відразу після цього, коли США залишалися самотніми як провідна наддержава світу, у XXI столітті ми побачимо нову динаміку влади трьох гігантів і кількох регіональних держав.

Визнаючи мінливий баланс влади між глобальними та регіональними акторами, можна стверджувати, що використання влади залежатиме не лише від загального примусу чи тяжіння, а радше від співробітництва на основі певних проблем. На відміну від «м'якої сили», яка «одержима завоюванням сердець і розумів» [2], сила стратегічних альянсів вимагає, щоб країни чітко формулювали, як вони можуть допомогти одна одній у вирішенні нагальних проблем.

Вирішальним є той факт, що іноземна громадськість починає дбати про інші держави насамперед тоді, коли вони поділяють інтереси. У

середині 1990-х років охоплений війною Ліван мало піклувався про Росію. Проте після вторгнення в Сирію ліванці стали дуже переживати за зовнішню політику Росії. Подібним чином громадяни Німеччини мало дбали про українсько-російські відносини, поки постачання газу в Німеччину не опинилося під загрозою через анексію Криму.

Незважаючи на те, що спалах COVID став глобальним викликом, він в основному був сформований і керований на національному рівні. Навіть у ЄС, який, фактично, є найбільш організованим та інституціоналізованим багатонаціональним співробітництвом, рішення щодо боротьби з коронавірусом приймалися в національних столицях, а не в Брюсселі[4]. Невдовзі почалася глобальна війна, коли країни змагалися за медичне обладнання та засоби захисту, кожна намагаючись забезпечити власні потреби та інтереси.

Під час спалаху будь-яку країну, яка б розробила добре перевірену та надійну вакцину, вітали б як героя, навіть якби це були Іран, Північна Корея чи Пакистан. Західні країни, включаючи Францію, Німеччину, Швецію та Великобританію, обмінялися б на користь вакцини, ігноруючи ставлення Пакистану до дисидентів, порушення громадянських прав і приховування терористів. Прикладом цього став випадок Китаю, коли китайські лікарі отримали королівський прийом, коли вони приземлилися в Італії, щоб допомогти боротися з COVID. У той момент ніхто не наважувався згадувати про китайські програми масового стеження, ув'язнення дисидентів чи концтабори для мусульман.

Іншими словами, коронавірус проливає світло на здебільшого нормативну природу парадигми «м'якої сили», яка добре працює в теорії, але здебільшого не доведена в реальному світі. Коронавірус демонструє те, що нації, зрештою, керуються власними інтересами, і співпрацюватимуть з іншими націями на основі користі та їх здатності допомогти їм у вирішенні проблем. Активи «м'якої сили» не залучають іноземні країни так сильно, як здатність націй чітко формулювати свій внесок у вирішення проблеми, з якою стикається інша нація. У найближчі роки, коли світ ставатиме все більш нестабільним через його перебудову, подібні мотиви керуватимуть багатьма націями.

Примітно, що саме під час кризи люди можуть бути готові змінити своє сприйняття інших націй. Таким чином, COVID може означати перехід Китаю від глобальної загрози до легітимної глобальної держави та законного члена Тріумвірату. COVID також може допомогти Китаю стати бажаним членом майбутніх стратегічних альянсів. Побоюючись цього, Державний департамент США розпочав цифрову та дипломатичну кампанію, спрямовану на те, щоб назвати Китай причиною коронавірусу та відповідальним за його фінансові наслідки [5].

Отже, країни повинні подумати про те, щоб відійти від своїх спроб представити послідовний національний бренд, який упакує націю у спосіб, подібний до позиціонування на ринку. Чи то Норвегія як

миротворець, Ізраїль як нація стартапів чи «неймовірна» Індія, будь-яка спроба представити стандартизований образ світовому ринку ігнорує нові реалії XXI ст.

Основне питання, на яке має відповісти кожна нація, полягає в тому, які рішення вона може запропонувати іншим націям, щоб допомогти вирішити конкретні проблеми, відкриваючи шлях до стратегічних альянсів. Норвегія може допомогти країнам Балтії гідроелектроенергією; Ізраїль може формувати свої альянси в Африці за допомогою опріснення води, а Індія може надавати біофармацевтичні рішення своїм сусідам (як це було під час спалаху Covid). Оскільки світ змінюється, разом із ним змінюється і суть влади. У сучасному світі концепція «м'якої сили» виглядає менш реалістичною від парадигми стратегічних альянсів.

Список використаних джерел:

1. Europe's soft-power problem. URL: <https://ecfr.eu/article/europes-soft-power-problem/> (дата відвідування 02.10.2022)
2. The Irrelevance of Soft Power. URL: <https://www.e-ir.info/2020/10/19/the-irrelevance-of-soft-power/> (дата відвідування 02.10.2022)
3. Nye, J.S. Soft power. URL: https://www.wilsoncenter.org/sites/default/files/media/documents/page/joseph_nye_soft_power_journal.pdf (дата відвідування 02.10.2022)
4. The common EU response to COVID-19. URL: https://european-union.europa.eu/priorities-and-actions/common-eu-response-covid-19_en (дата відвідування 02.10.2022)
5. Manor, I. Re-Framing China: The Corona Virus and National Images. URL: <https://digdipblog.com/2020/04/20/re-framing-china-the-corona-virus-and-national-images/> (дата відвідування 02.10.2022).

Лутай Д. А., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Ченцов В. В., д.держ.упр., д.і.н., проф., перший проректор Університету митної справи та фінансів)

МИТНА АДМІНІСТРАЦІЯ ФРАНЦІЇ

Митна адміністрація та її організаційна структура є індивідуальною у кожній країні, оскільки вона залежить від різноманітних зовнішніх факторів, які по-своєму впливають на її розвиток та функціонування. Франція вважається однією із центральних країн Євросоюзу, структура державного управління якої побудована з урахуванням найкращих досягнень європейської спільноти. Беззаперечно, вивчення управлінського досвіду цієї країни має важливе як наукове, так і практичне значення, оскільки це дасть змогу іншим державам запозичити найкращі тенденції управління та контролю, включаючи заходи митного адміністрування.

Митною адміністрацією Франції є Генеральна дирекція з митних питань та непрямого оподаткування, очолювана Генеральним директором. За типом митна адміністрація Франції є митним органом, який засвідчує домінування митних функцій. Митну адміністрацію Франції сформовано із Генеральної адміністрації, якій підпорядковуються 12 міжрегіональних управлінь та 7 національних департаментів. Генеральна адміністрація, яка розташована у м. Монтрей, складається із 6 управлінь та статистичного відділу, а також відділів міжнародних відносин, комунікацій та управлінського контролю [1].

Генеральна дирекція з митних питань та непрямого оподаткування Франції реалізує три основні завдання: боротьба з шахрайством, підтримка економічної діяльності та збір податків [2].

За функціональним принципом митна адміністрація Франції складається із 7 національних департаментів: управління національного митного судового обслуговування; національного управління митних інвестицій та інформації; національного управління набору персоналу та професійного навчання; національного управління статистики та міжнародної торгівлі; митного інформаційно-технологічного центру; відділу спільних лабораторій та національного митного музею [1].

Територіально митна адміністрація Франції утворена із 12 міжрегіональних управлінь, яким підпорядковано 42 регіональні управління та 4 регіональних управління берегової охорони. Разом із тим, до кожного міжрегіонального управління входить від 2 до 6 регіональних управлінь. При цьому кожне регіональне управління складається у середньому із 3 підрозділів. Над виконанням покладених на митну адміністрацію Франції завдань працюють близько 17 тисяч працівників. Загалом, митна адміністрація Франції складається із приблизно 200 митних постів та 270 пунктів спостереження у повітрі, на землі та на морі [1].

Французька митна адміністрація має певні завдання, які спрямовані на захист та забезпечення безпеки громадян. Серед таких завдань, О. В. Яковенко у своїй праці виділяє такі:

- боротьба з торгівлею наркотиками, зброєю, культурними цінностями, захищеними видами тварин і рослин;
- забезпечення дотримання норм якості та безпеки для промислової продукції, що ввозиться з-за меж ЄС (контроль документів та продуктів, лабораторні аналізи);
- моніторинг руху токсичних відходів у межах ЄС та запобігання ввезення до Франції радіоактивних, небезпечних продуктів чи продуктів, які не відповідають європейським стандартам.

Крім того, митна адміністрації Франції має певні завдання і в економічній сфері, які передбачають:

- сприяння міжнародній торгівлі шляхом швидкого, але ефективного управління потоками;

- виконання правил торговельної та сільськогосподарської політики ЄС, встановлених Світовою організацією торгівлі;
- захист національної та європейської економіки від недобросовісної практики;
- надання послуг для бізнесу: консультування та спрощені процедури;
- підтримка окремих економічних галузей (виноградарство, транспорт, енергетика);
- підготовка статистики зовнішньої торгівлі товарами Франції.

Митна адміністрація Франції відповідальна за нарахування та стягнення:

- акцизних зборів, тобто непрямих податків на тютюн, алкоголь та нафтопродукти;
- мита при ввезенні товарів до ЄС;
- екологічне оподаткування із загальним податком на забруднюючу діяльність або внутрішнім податком на кінцеве споживання електроенергії;
- ПДВ, якщо це стосується продукції, що імпортується з країн, що не входять до ЄС [3].

Весь персонал митної адміністрації Франції узагальнено поділяється на дві категорії: «працівники, які реалізують комерційні операції, та загальна адміністрація» (складає близько 50 % усього персоналу) та «інспектори» (приблизно 45 % усього персоналу).

Список використаних джерел:

1. A brief introduction to French Customs. Infos Douane Service. URL : <https://www.douane.gouv.fr/>
2. Ченцов В. В. Міжнародні стандарти модернізації митних адміністрацій. Державне управління та місцеве самоврядування. 2015. С. 219–230.
3. Яковенко О. В. Особливості організаційної структури митних адміністрацій країн світу. Митна безпека: науковий журнал. 2020. Випуск 4. С. 162–170.

Мартиненко І. В., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Ченцов В. В. , д.держ.упр., д.і.н., проф., перший проректор Університету митної справи та фінансів)

ПРАВОВИЙ АНАЛІЗ МИТНОЇ ПОЛІТИКИ ГРЕЦІЇ ТА МОЖЛИВОСТІ ЇЇ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ В УКРАЇНІ

Історичні пам'ятки свідчать про те, що саме у Стародавній Греції та Римі сформувалися впорядковані належним чином системи оподаткування, в яких були присутні податки, які ми можемо вважати попередниками сучасних мит. Грецька митниця динамічно розвивається, та швидкими ритмами ефективно поліпшує свою діяльність в рамках постійних змін роботи Адміністративної служби Європейського Союзу. Таким чином,

метою даних тез є дослідити спосіб організації роботи Грецької митниці, повноваження, функції та діяльність.

В цілому, митна система Греції, розвивається в тому руслі, яке визначається Європейським Союзом. Позитивним досягненням можна вважати низький рівень корупції, чіткі прозорі митні процедури та положення нормативних актів.

Місія Грецької митниці, яка діє в рамках єдиної Європи, це відповідальність як для захисту Союзу його зовнішніх кордонів, так і національних кордонів держави. Греція набула членства в Європейському Союзі 01 січня 1981 р. Грецька митна система швидко розвивається і її розвиток постійно переплітається з удосконаленням та спрощенням необхідних процесів, спрямованих на сприяння розвитку торгівлі в рамках умов законності, прозорості, об'єктивності та ефективності. Метою діяльності митної служби є гарантія доходів, повернення заборгованості, збір фіскальних податків, охорона і безпека громадян, захист законних методів торгівлі, сприяння швидкому поширенню торгівлі, боротьба з контрабандою та порушенням митних правил [1, с. 166–169].

Генеральний директорат митного управління та акцизних зборів разом з його апаратом управління, а також Спеціальні Децентралізовані та регіональні митні органи влади Греції, є підрозділами в рамках Міністерства економіки та фінансів, об'єднаних під назвою «Митна служба».

Генеральний директор митного управління та акцизних зборів, як голова Митної служби, виступає в якості сполучної ланки між політичним керівництвом Міністерства економіки та фінансів і офіційною радою. Офіцери митної служби Митники згідно до умов цивільного кодексу, виконують особливі обов'язки і мають повноваження для носіння та використання зброї. Також в їх обов'язки входить проведення попереднього розслідування у справах про контрабанду і порушення митних правил, ухилення від сплати податків або інший вид правопорушення в галузі митної справи [2].

Основним документом, що регулює взаємодію уповноважених органів України та Греції з митних питань Угода між Кабінетом Міністрів України і Урядом Грецької Республіки про співробітництво в митних справах від 06 листопада 2000 р. [1, с. 166–169].

Митні органи Греції та ЄС виконують такі завдання та функції: зміцнення конкурентоспроможності європейського виробника; застосування сучасних методів роботи у використанні електронної системи проведення моніторингу та аналізу ризиків; охорона культурної спадщини; використання новітніх способів контролю і виявлення художніх цінностей під час незаконного переміщення; використання сучасних методів виявлення продукції подвійного використання, що могли б бути використані у виробництві зброї і т. д.; запобігання переміщенню контрабанди наркотиків, зброї, вибухових речовин [2].

Взагалі, митна система Греції є однією з кращих прикладів митних систем Європи. Спрощеність, прозорість, швидкість - головні принципи роботи митниці. Угоди з багатьма країнами Європи дозволяють

здійснювати зовнішньоекономічні операції з мінімальними податками, а високоякісний товар в країні робить не конкурентоздатним дешевий товар з країн сходу. Нажаль, Україна не може наблизитися до такої країни як Греція в сфері зовнішньоекономічних операцій, оскільки рівень нашої країни та внутрішній ринок залишилися далеко позаду і нам залишається лише сподіватися що одразу після перемоги, Україна буде швидкими темпами наблизитися до Греції, адже потенціал нашої країни більший за деякі країни Європи. Україні може знадобитися досвід митної справи Греції, оскільки наші суб'єкти ЗЕД орієнтуються на щонайбільше отримання прибутку від своїх операцій. Також, не заважало би створити більш жорстку систему контролю в'їзду до України іноземців, що може попередити злочинність у всіх суспільних відносинах і підвищити авторитет України як незалежної, правової, демократичної держави.

Список літератури:

1. Дорофеева. Л.М. Реформування митних органів України в умовах Євроінтеграції.- 2017.
2. Офіційний сайт Митної служби Греції. URL : http://ec.europa.eu/ecip/information_resources/links/index_en.htm#gr. вільний. Загол. з екрана.

Нескоромна А. Є., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Гірман А. П., к.політ.н., доц., доцентка кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ПИТАННЯ РЕФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛЬНОГО БЕЗПЕКОВОГО СЕРЕДОВИЩА

Найбільшою міжурядовою організацією із підтримання миру і безпеки на глобальному рівні є Організація Об'єднаних Націй (ООН), створена у 1945 році. Однак, із часів заснування ООН світ значним чином змінився, як і проблеми, що постають перед міжнародним суспільством.

Наразі перед глобальним безпековим середовищем постали такі виклики, як війна в Україні, загроза використання ядерної зброї, пандемія, ескалація насильства та погіршення політики у Малі та Демократичній Республіці Конго, співпраця з Талібаном над відновленням Афганістану, зміцнення перемир'я в Ємені, транснаціональний тероризм та незаконна торгівля зброєю тощо. Крім того, дипломати та офіційні представники ООН усвідомлюють, що загрози від зміни клімату до послаблення глобального режиму нерозповсюдження також мають потенціал посилити міжнародну нестабільність.

На підґрунті загарбницької війни Росії проти України міжнародне суспільство зазнало деяких прорахунків, не змігши зупинити агресора та підставивши під удар світовий безпековий порядок. Зокрема, такими прорахунками можна вважати відмову від допуску України та Грузії до НАТО у 2008 році, малоефективні консенсусні рішення ЄС, спрямовані на

стримування та покарання Росії та постійне членство країни-агресора у Раді Безпеки тощо.

У світлі гострої потреби реформування безпекового середовища Президентом України було запропоновано створення нового об'єднання держав U-24, яке могло б протягом доби надавати всю необхідну допомогу, у тому числі збройну, для негайної зупинки конфліктів. Також В. Зеленський зазначив, що необхідною є реформа міжнародних інституцій та механізмів ООН для гарантії безпеки: «Ми бачимо, що ООН та всі інші міжнародні структури не мають необхідної внутрішньої сили, щоб повертати людям базову цінність, щоб повертати країнам мир, тому що в цих структурах не забезпечена внутрішня справедливість. Голос привілейованих там все ще заглушає голос більшості» [1]

Такі неліберальні держави, як Росія та Китай, маючи доступ до права вето у Раді Безпеки ООН, роблять неможливим прийняття резолюцій, пов'язаних з правами людини та миротворчістю. Отже, реформуванням цього підходу може бути часткове або повне скасування права вето або часткове збільшення держав, які володіють таким правом: залучення впливових країн, котрі обиратимуться на довший термін, ніж два роки та матимуть можливість відразу ж переобиратись.

Концептуальною основою для більшої частини діяльності ООН залишається звіт Генерального секретаря Бутрос-Галі «Порядок денний для миру» 1992 року, однак він частково втратив актуальність у реаліях глобальної напруженості. Члени Генеральної Асамблеї погодилися, що новий порядок денний має зосередитися на «стратегічних ризиках». Вони мають відображати як ризики війни за участю ядерних держав, так і проблеми національної безпеки незахідних членів ООН.

Генеральному секретарю ООН, формуючи нову повістку глобальної безпеки, доцільно було б розглянути необхідність зменшити загрози використання ядерної зброї, а також джерела нестабільності на Глобальному Півдні, такі як розповсюдження зброї, нерівність і проблеми, з якими стикаються бідніші країни в наданні основних послуг своїм громадянам. Крім того, слід переосмислити наслідки зміни клімату та зростання онлайн-дезінформації як чинника політичної нестабільності. Також потрібно зосередити увагу на вдосконаленні інструментів для пом'якшення конфліктів і миротворчості.

Загалом, з огляду поточної міжнародної напруженості, шанси порозуміння щодо фундаментальних змін у Раді Безпеки, є досить низькими. Авторам нового порядку денного щодо миру та офіційним представникам ООН потрібно буде продовжувати впровадження інновацій до напруженої багатосторонньої системи, що склалася.

Отже, трансформація складових колективної безпеки на краще з урахуванням ефективної кооперації, термінового реагування, верховенства права й справедливості залишається головним пріоритетом порядку денного та залежить від політичної волі глобальних акторів. В епоху гострої міждержавної конкуренції ООН повинна залишатися стійкою установою, здатною пропонувати допомогу й захист у кризових ситуаціях.

Список використаних джерел:

1. Довбиш М. Недоліки структури ООН, ефективність організації, реформа ООН і РБ. URL: <https://telegra.ph/Nedoliki-strukturi-OON-efektivnist-organizacii-reforma-OON-i-RB-10-15>
2. Зеленський заявляє про необхідність реформування ООН та інших міжнародних інституцій. *Укрінформ*: веб-сайт. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3440392-zelenskij-zaavlae-pro-neobhidnist-reformuvanna-oon-ta-insih-miznarodnih-institucij.html>
3. Зеленський пропонує створити нове об'єднання держав U-24 для негайної зупинки конфліктів. *Європейська правда*: веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/03/16/7136070/>
4. Ten Challenges for the UN in 2022-2023. *International Crisis Group*. URL: <https://www.crisisgroup.org/b8-united-states/ten-challenges-un-2022-2023>.

Орловський Я. С., Бірюкова В. П., студенти Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Перепьолкін С. М., д.ю.н., доц.,
завідувач кафедри міжнародного права Університету
митної справи та фінансів

ПІВДЕННОАФРИКАНСЬКИЙ МИТНИЙ СОЮЗ ЯК СУБ'ЄКТ МІЖНАРОДНОГО МИТНОГО ПРАВА

Південно-Африканський митний союз (Southern African Customs Union (SACU)) – торгово-економічний союз країн Південної Африки [1].

Цей союз є найстарішим інтеграційним об'єднанням не тільки на африканському континенті, а й в світі. Південноафриканський митний союз бере свій початок із Конвенції про митний союз 1889 року між Британською колонією Мис Доброї Надії та Помаранчевою Бурською Республікою. Нова Угода, підписана 29 червня 1910 року, була поширена на Південно-Африканський Союз і території Верховної комісії Британії, тобто Басутоленд (Лесото), Бечуаналенд (Ботсвана) і Свазіленд. Південно-Західна Африка (Намібія) була де-факто членом, оскільки вона була частиною Південної Африки, перш ніж стати членом де-юре. Головною метою союзу було сприяння економічному розвитку через регіональну координацію торгівлі [2].

Відповідно до Угоди SACU 1910 року, яка діяла до 1969 року, у відносинах між її договірними сторонами запроваджувалися:

Загальний зовнішній тариф на всі товари, імпортовані до Союзу з решти країн світу; Вільний обмін продуктами та виробами Союзу та територій, за винятком алкогольних напоїв і пива, митні та акцизні збори щодо яких підпадають під положення відповідно до статті 2 [3].

Вільне переміщення продукції, виготовленої SACU, в межах SACU без будь-яких мит чи кількісних обмежень.

Формула розподілу доходів для розподілу митних і акцизних надходжень, зібраних профспілкою.

Під час апартеїду Південна Африка була єдиним адміністратором загального фонду доходів SACU, встановлюючи імпортні мита SACU та акцизну політику. У зв'язку зі структурними проблемами процесів управління та прийняття рішень, а також проблемами, пов'язаними з несправедливим розподілом доходів, території Верховної комісії Британії постійно закликали до перегляду угоди 1910 року. Переговори про зміну Угоди 1910 р. почалися після того, як території Верховної комісії Британії отримали незалежність на початку 1960-х рр. [2]

Угода SACU 1969 р., підписана суверенними державами Ботсваною, Лесото та Свазілендом (БЛС) і Південною Африкою 11 грудня 1969 р. передбачила дві основні зміни: включення акцизного збору до фонду доходів; множник у формулі розподілу доходу, який щорічно збільшував доходи БЛС на 42 відсотки [4].

Угода SACU 2002 р. стосувалася трьох невіршених питань:

Спільні процеси прийняття рішень: відповідно до статті 3 [5] створювався незалежний адміністративний секретаріат для нагляду за SACU зі штаб-квартирою у Віндгуку, Намібія. Відповідно до статті 7 створювалися кілька незалежних інституцій, включаючи Раду міністрів, Комісію Митного союзу, Технічні комітети зв'язку, спеціальний трибунал SACU та Тарифну раду SACU. Ці інституції створювалися задля посилення рівноправної участі держав-членів. Угода SACU 2002 року також передбачала координацію політики у сільському господарстві, промисловості, конкуренції та недобросовісній торговельній практиці, а також захист новонароджених галузей [2].

Нова формула розподілу доходів: перегляд формули розподілу доходів для включення митного акцизу та компоненту розвитку.

Питання зовнішньої (поза SACU) торгівлі: необхідність розробки стратегій, які посилюють політичну, економічну, соціальну та культурну інтеграцію регіону без шкоди для економіки менших держав [2].

Нині держави SACU об'єднані єдиною митною територією, мають загальний зовнішній тариф, а також єдиний акцизний податок. Товари, вирощені або вироблені на єдиній митній території, в принципі вільно обмінюються між країнами-членами, без будь-яких кількісних обмежень. Однак країни мають право вводити обмеження на експорт і імпорт відповідно до національного законодавства з метою захисту здоров'я людей, охорони тварин, рослин, довкілля, культурних цінностей, суспільної моралі, прав інтелектуальної власності, національної безпеки і невідновлюваних природних ресурсів. Учасники SACU вправі також знижувати ставки зовнішнього тарифу в разі національних лих, гострої нестачі продовольства, а також виникнення інших причин за домовленістю з іншими країнами-членами. Угода залишила за кожною країною право застосовувати санітарні та фітосанітарні заходи відповідно до національного законодавства та міжнародних стандартів [6].

Список використаних джерел:

1. Південноафриканський митний союз. Wikipedia.URL: <http://surl.li/dmjte> (дата звернення: 27.10.2022).
2. About SACU. History of SACU. URL: <https://www.sacu.int/show.php?id=394> (дата звернення: 27.10.2022).
3. About SACU. 1910 Southern African Customs Union (SACU) AGREEMENT. URL: <https://www.sacu.int/show.php?id=564> (дата звернення: 27.10.2022).
4. About SACU. 1969 Southern African Customs Union (SACU) AGREEMENT. URL: <https://www.sacu.int/show.php?id=565> (дата звернення: 27.10.2022).
5. About SACU. 2002 Southern African Customs Union (SACU) AGREEMENT. URL: <https://www.sacu.int/show.php?id=566> (дата звернення: 27.10.2022).
6. Південноафриканський митний союз. Підручники для студентів. URL: <http://surl.li/dmdau> (дата звернення: 27.10.2022).

Подгорна А. В., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Ченцов В. В. доктор історичних наук, доктор наук з державного управління, професор, перший проректор Університету митної справи та фінансів)

ДОСВІД АДМІНІСТРАЦІЇ МИТНОЇ СЛУЖБИ ЯПОНІЇ

Як відомо що, система митних органів Японії є добре продуманою і цілком відповідає своїй репутації. Після того як Японія стала країною-учасницею Ради митного співробітництва, на митні органи були покладені такі завдання: вдосконалення митних процедур, реорганізація митного адміністрування, оптимізація потоків імпорту та експорту документів, що призвело до того що нині Японія є одною з найбільш відкритих країн у світі, середньозважена ставка мита якої становить 2%. Митній системі органів України варто брати приклад з досвіду країн, які мають успіхи у зовнішньоекономічній діяльності, у тому числі Японії, адже вдосконалення митної системи України є актуальним на сьогоднішні день.

Система митних органів Японії досліджувалась такими науковцями, а саме: С. Вербицкий, О. Добринская, Я. Жаліло, П. Іванов, І. Гуцул та іншими. Проблема вдосконалення системи митних органів України досліджувалась такими науковцями: В. Ліпінський, А. Плетньова, С. Стороженко, В. Настюк, С. Ківалов, А. Мазур, К. Сандровський та ін. Проте зазначена проблема залишається актуальною.

Система митних органів Японії за свою історію пережила безліч змін та ключових моментів, таких як: повна реорганізація та ліквідація, піднесення, занепад, воєнний час, депресія, протекціонізму та відкритості у зовнішньоторговельних відносинах та інших. Митна політика Японії це певний комплекс заходів, спрямованих на забезпечення ефективного

функціонування митних кордонів та захисту національних інтересів і національної безпеки держави у зовнішньоекономічній сфері [2, с. 24]. Наразі митна служба Японії за системою державних органів входить до Міністерства Фінансів, яке, в свою чергу, входить у Міністерства та відомства. В митній службі Японії є два підрозділи: Митно-тарифне Бюро, яке є центральною митною адміністрацією та внутрішнім бюро Міністерства фінансів, очолюється генеральним директором та його замісниками, має 6 відділів та декілька офісів, кадрова чисельність яких складає 191 особа, та 9 Регіональних митниць, які мають штаб-квартиру, офіс, філіали, підрозділи та сторожові пости, штат співробітників на 2022 рік становить 10 074 особи [3]. Митні органи Японії здійснюють фіскальну, правоохоронну та організаційну функцію за принципами чесності, прихильності, командної роботи, постійним самовдосконаленням та професіоналізму, діяльність яких регулюється митним актом, Законом про митні тарифи, Законом про тимчасові тарифні міри, Законом про валюту та контроль за зовнішньою торгівлею та іншими законами Японії. Японія не є членом жодної міжнародної торговельної організації, крім СОТ та ВМО, проте має договори про пільгове митне оподаткування з низкою країн, що розвиваються. За 2022 р. Японська митна служба встигла взяти участь у багатьох спільних семінарах та зустрічах з Митними службами різних країн, у тому числі Республікою Конго, Уганда, Філіппінами та ін. Японія – світовий вкладник і донор технічної та грантової допомоги. Відносини між Україною та Японією позбавлені політичних проблем та розбіжностей і відзначаються спільністю поглядів та позицій з багатьох актуальних міжнародних питань. Японія рішуче засудила російську агресію проти України і незаконну окупацію території нашої держави та приєдналася до режиму міжнародних санкцій проти росії [4]. Щоб відреагувати на професійну спроможність, яку вимагає адміністрація, проводяться навчання для заповнення розриву між потрібними знаннями, навиками та відносинами і такими, які фактично є на роботі. До навчання входить самонавчання (курси іноземних мов, навички бухгалтерського обліку), курси менеджменту, курси для новобранців, технічні курси, замовлені курси (курси для працівників прокуратури, комп'ютерні курси). Митні органи Японії є правоохоронними, що пояснюється кримінальною активністю та загальною небезпечністю умов праці. Під час служби митні працівники виконують роль слуги для громадян, повинні служити суспільним інтересам та віддавати усі сили для виконання обов'язку, повинні дотримуватись усіх законів та правил, добросовісно виконувати накази, позбавлені права брати участь у страйках та будь-яких інших спірних заходах, не мають права дискредитувати свої урядові позиції та спричиняти безчестя, заборонено також порушувати секретність таємниць ті ін., окрім цього проходження служби регулює Акт про національну службову етику, яка має за мету запобігання діям, які можуть викликати підозри чи недовіру з боку громадян щодо державних послуг [1].

З усього вищезазначеного можна дійти висновку, що адміністрація митної служби є прикладом ідеалу до якого слід рівнятись. По-перше: чітка структура митної служби та чітка система нормативно-правових актів, які регулюють зовнішньоекономічну діяльність та митну діяльність. По-друге: функції та принципи митної служби відповідають суспільним інтересам і стандартам. По-третє: максимальне надання можливостей для майбутніх працівників, правників, що вже виконують державну службу. По-четверте: Японія – це дуже відкрита країна для міжнародного співробітництва. Такий висновок пояснюється особливим досвідом становлення Японії як одної з країн-лідерів в сфері економіки. Велику увагу законодавство Японії приділило моральним якостям державних службовців у «Акті про національну державну службову етику», що можна було б перейняти у законодавство України.

Список використаних джерел:

1. Акт про національний публічний службовий етикет. № 129 від 13.08.1999. р. URL: <https://www.japaneselawtranslation.go.jp/en/laws/view/3803>

2. Коляда С. П., Алмаз Л. О., Гребенок О. О. Митні служби Китаю та Японії в контексті зовнішньої економічної діяльності. *Вісник Академії митної служби України. Серія «Економіка»*. №1(49). 2013. С. 110–117. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/428/1/18.pdf>

3. Офіційний сайт Митної служби Японії

4. Офіційний сайт Посольства України в Японії. URL: <https://japan.mfa.gov.ua/ukrayina-yaponiya/ukrayinsko-yaponski-vidnosini>

Рапопорт В. Д., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.наук, доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій, Університету митної справи та фінансів)

СПІВРОБІТНИЦТВО ІСЛАНДІЇ З ОРГАНІЗАЦІЄЮ ОБ'ЄДНАНИХ НАЦІЙ

Великі держави домінують в міжнародних відносинах в рамках анархічної міжнародної системи. Впродовж десятиліть теорія міжнародних відносин фокусувалася на ролі наддержав і великих держав. Пояснення поведінки малих держав традиційно або ігнорувалися, або спрощувалися. На сучасному етапі спостерігається поступове перемикання уваги вчених-міжнародників на вивчення регіонів і регіональних проблем, а деякі дослідники починають звертати увагу на роль середніх або малих держав [4, с. 3–4]. Отже, дослідження зовнішніх зв'язків Ісландії, зокрема її відносин з ООН, цілком перебувають у відповідності до цієї тенденції. Ісландія стала повноправним членом ООН 9 листопада 1946 р. З того часу вона стала членом більшості спеціалізованих установ та інших автономних органів ООН. Постійні представники Ісландії присутні у штаб-квартирі

ООН у Нью-Йорку та в офісах ООН у Женеві та Відні. Посол Ісландії в Парижі є постійним представником в ЮНЕСКО [2]. Країна бере участь у різних інституціях та програмах ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Дитячий фонд ООН (ЮНІСЕФ), ООН-Жінки, ЮНФПА, Агентство ООН для допомоги палестинським біженцям і організації робіт на Близькому Сході (БАПОР), Верховний комісар ООН у справах біженців (УВКБ ООН), Всесвітня продовольча програма (ВПП) та Університет ООН (УООН). Інші включають IFAD та ОСНА.

Чотири навчальні програми проводяться в Ісландії під керівництвом GRÓ International Center for Capacity Development, Sustainable use of Natural Resources and Societal Change, що працює під егідою ЮНЕСКО. Цими чотирма програмами є Геотермальна навчальна програма (з 1979 р.), Програма навчання рибальству (з 1998 р.), Програма навчання з відновлення земель (з 2010 р.) і Програма вивчення гендерної рівності та навчання (з 2009 р.). Усі вони знаходяться в Рейк'явіку [2].

Ісландія підтримує зусилля до активізації ролі ООН у світових справах як одного з основних інструментів із запобігання та врегулювання міжнародних конфліктів. Вона відіграє активну роль у дискусіях на Генеральній Асамблеї ООН. Ісландія підкреслює, що фокус обговорення має бути зосереджений на конкретних питаннях, які мають глобальні наслідки, а не на питаннях, які підпадають під сферу суверенних прав держав. Ісландія, наприклад, вітає зростаючу увагу до океанів. Її цікавлять проблеми забруднення моря, яке не має кордонів і, отже, потребує глобальних дій, а також проблеми, пов'язані зі створенням рівних умов для рибальського сектору, які сприяють сталому рибальству в усьому світі. Протягом багатьох років Ісландія брала активну участь у міжнародних переговорах з морського права [1].

Велику увагу Ісландія надає проблемі захисту прав людини, що є важливою складовою діяльності ООН. Уряд Ісландії вважає, що всі права людини, громадянські та політичні, а також економічні, соціальні та культурні, є універсальними, неподільними, взаємозалежними та взаємопов'язаними. Міжнародне співтовариство має забезпечити дотримання прав людини. Ісландія та інші північні країни були одними з провідних країн у цій сфері. Ісландія є учасником усіх основних конвенцій ООН з прав людини. Вона також є співавтором багатьох резолюцій про права людини в ООН, включаючи Комісію з прав людини. Ісландія підтримує програми допомоги дітям і жінкам у країнах, що розвиваються, особливо у сфері освіти та охорони здоров'я [3].

Ісландія робить вагомий внесок у екстрену допомогу та зусилля з вирішення проблеми біженців. Ісландія була однією з перших країн, яка відреагувала на величезну проблему біженців, що виникла внаслідок конфлікту в Косово. Ісландія тісно співпрацювала з Верховним комісаром ООН у справах біженців у прийнятті біженців і продовжує це робити [3]. У 1998 році Ісландія стала десятою державою, яка ратифікувала Римський

статут Міжнародного кримінального суду. Роль суду – судити осіб, звинувачених у вчиненні найтяжчих злочинів проти людства.

Отже, незважаючи на малі розміри та обмежені ресурси, Ісландія є активним членом світового співтовариства, що зокрема виявляється у плідній співпраці з ООН. Країна є членом більшості спеціалізованих установ та інших автономних органів ООН, бере активну участь у дискусіях з найактуальніших проблем сучасного світу.

Список використаних джерел:

Iceland and the United Nations. *Government of Iceland: web-site*. URL: <https://www.government.is/diplomatic-missions/permanent-mission-of-iceland-to-the-united-nations/iceland-and-the-united-nations/> (дата звернення: 28.10.2022).

Iceland. *IMUNA: web-site*. URL: <https://www.imuna.org/resources/country-profiles/iceland/> (дата звернення: 28.10.2022).

Iceland. *United Nations: web-site*. URL: <https://www.un.org/sg/en/countries/iceland> (дата звернення: 28.10.2022).

Jesse N. J., Dreyer J. R. *Small states in the international system: at peace and at war*. Lanham : Lexington Books, 2016. 197 p.

Реброва Ю. О., студентка Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
(науковий керівник – Двуреченська О. С., канд.іст.н., доц.,
доцент кафедри міжнародних відносин
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара)

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЙ: ПИТАННЯ СУВЕРЕННОСТІ КУРДИСТАНУ В РАМКАХ ТУРЕЧЧИНИ

Боротьба курдської нації за незалежність та утворення суверенної держави є прикладом збереження та поглиблення феномену національної єдності не зважаючи на геополітичну факторику. Важливість опрацювання теми типологізації конфліктних ситуацій ґрунтується на особливостях сучасної системи міжнародних відносин, її конфліктогенності та проблеми вирішення протиріч між суб'єктами міжнародного життя. Курдське питання є одним з найдовготриваліших конфліктів сучасності, а отже потребує окремого розгляду. Аналіз типології конфлікту сприятиме кращому розумінню сутності конфлікту та пошуків шляхів вирішення проблеми.

Окреслюючи типологізацію конфліктної ситуації необхідно дослідити особливості структури конфлікту, а саме визначити його суб'єктів (учасників), об'єкти як цілі що формують протистояння, чітко структурувати етапи, знайти особливості які впливають на конструкт

конфлікту та змінюють його, і зрештою дати прогноз через можливість проведення переговорів та врегулювання конфлікту [3, с. 92].

Відповідно до Севрського мирного договору, що був підписаний після закінчення Першої світової війни та, разом з низкою інших угод, ознаменував створення Версальської системи міжнародних відносин, Туреччина втрачала владу над територіями де проживали курди та мала визнати ідентичність національних меншин. Згодом через низку причин цей договір було скасовано, а отже курди не змогли офіційно сформувати незалежну державу, проте зберегли єдине прагнення до відокремлення, що можна спостерігати й сьогодні. Отже, суб'єктами конфлікту є Турецька Республіка в її конституційних межах та курди як національна меншина. Разом з тим, об'єктом конфлікту буде визнання автономії територій на яких етнічно проживають курди, розширення їх прав в рамках держави, та поступове здобуття цією територією незалежності [2].

Треба наголосити, що в просторовій перспективі конфлікт є набагато ширшим, адже курди також масово проживають на території Сирії та Іраку, проте політична та національна ситуації там докорінно інші, а отже їх варто розглядати як окремі конструкти. Таке розмежування також підтверджується тим, що самі курди є дещо розділеним етносом, особливо в рамках соціальних, політичних та ідеологічних питань. Наприклад, іракські курди отримали відносну автономію ще у 1958 році відповідно до Республіканської Конституції Іраку [1].

Відносини офіційної Анкари та курдів, що проживають на території Туреччини, є напруженими та навіть дещо ворожими. Такі настрої зберігаються десятиліттями, адже до XXI ст. була заборонена навіть назва етносу, натомість курдів називали «гірськими турками», а станом на сьогодні вони є найбільшим народом у світі без власної держави. Конфлікт перейшов в активну фазу у 1984 році, коли радикальна політична сила Робітничая партія Курдистану (РПК) почала офіційну збройну боротьбу за незалежність. Ситуація змінювалася декілька разів, переважно через перемовинами Туреччини з Європейським Союзом, в рамках яких ЄС категорично засуджував збройний конфлікт. Наразі Туреччина здійснює військові операції за межами країни, а саме на території Іраку, пояснюючи це боротьбою з радикалами РПК. Зокрема, як зазначають офіційні джерела Туреччини, відбуваються фіксовані авіа-бомбардування позицій бойовиків Робітничої партії Курдистану [2]. Цілями Анкари є придушення етнічного прагнення народу курдів до утворення єдиної держави, натомість курди хочуть вибороти право на незалежність. Разом з тим, першочерговим завданням Туреччини тут є ліквідація радикально налаштованих прибічників РПК, а отже нівелювання основи повстанського руху в країні. Відповідно, країна зацікавлена в закріпленні етнічних територій курдів у складі Туреччини. Формування образу ворога є ключовим у боротьбі, тому Анкара, не дивлячись на протест міжнародної спільноти, висвітлює курдів як пряму загрозу цілісності держави, а отже фактичну ціль для усунення.

Таким чином, суб'єктами даного конфлікту є Турецька Республіка та народ курдів, що компактно проживає на частині її території. Об'єкт, що є ціллію протистояння, являє собою територію, яку курди прагнуть зробити незалежною від Анкари, та утворити на її основі власну державу. Конфлікт, що офіційно триває близько 40 років, має декілька основних етапів, головним з яких є початок активної фази протистояння – залучення збройного потенціалу кожної зі сторін. На перебіг конфлікту впливає, перш за все, міжнародна спільнота, а саме Європейський Союз та ООН, які засуджують дії Туреччини проти курдів. Також важливим фактором перебігу протистояння є факт розділеності курдського народу. Частина якого на території Ірану отримала відносну автономію, а отже є прикладом для свого народу на інших територіях. Відповідно до описаних вище особливостей, та гострих протиріч між суб'єктами конфлікту, перемир'я з даного питання наразі неможливе.

Список використаних джерел:

1. «Проблема кіркуку» в контексті іракського курдизму (друга половина ХХ – тілрр. ХХІ ст.). V конгрес східнознавців : зб. матеріалів, м. Київ, 9 груд. 2021 р.
2. Народ без держави: хто такі курди? Deutsche Welle. URL: <https://www.dw.com/uk/народ-без-держави-хто-такі-курди/a-42294803> (дата звернення: 17.10.2022).
3. Трофименко А. В., Константинова Ю. В. Конфліктологія та теорія переговорів: навчальний посібник. Маріуполь: МДУ, 2020. 375 с.

Романенко К. М., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНИЙ СТАН ТЕРОРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ У ПІВДЕННІЙ АЗІЇ

На межі ХХ–ХХІ ст. тероризм, набувши міжнародного виміру, остаточно перетворився на помітний фактор світової політики. Міжнародний тероризм є скоординованим і систематичним застосуванням насильства організованими групами у міжнародних масштабах. Його метою є дестабілізація ситуації у світі чи великому регіоні, де ціль полягає в тому, щоб посіяти паніку серед громадян та домогтися виконання своїх вимог із боку держави. У деяких регіонах світу терористична активність стала своєрідною «візитівкою» регіональної політики. Південна Азія – це регіон де рівень терористичної активності традиційно є одним з найбільш високих у світі, через наявність величезної кількості внутрішніх і міждержавних конфліктів.

Уявлення про сучасний стан терористичної активності у Південній Азії дає дослідження сіднейського Інституту економіки та миру (Institute for Economics & Peace) – Global Terrorism Index (GTI) [1]. Цей індекс є глобальним за масштабами дослідженням, що аналізує вплив тероризму на сто шістьдесят три країни, котрі охоплюють близько 99,75% населення світу. Звіти GTI підготовлено з використанням матеріалів із Dragonfly's TerrorismTracker database [2] відкритої бази даних, що фіксує терористичні акти згадані у відкритих джерелах з 2007 р. та інших джерел. Крім того, кількісні показники терористичної активності в Південній Азії представлені у The Global Terrorism Database (GTD) – базі даних, створеній на основі інформації з відкритих джерел за період 1970–2020 рр. [3]. GTD підтримується The National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism (START) – науково-дослідному та освітньому центрі, що базується в Університеті Меріленду (США).

GTI створює підсумкову оцінку задля забезпечення порядкового рейтингу країн щодо впливу тероризму, а також оцінює кожену країну за шкалою від 0 до 10, де 0 означає відсутність впливу тероризму, а 10 – найбільший вимірний вплив тероризму. Південна Азія має найвищий середній показник серед всіх регіонів, і ця позиція зберігалася впродовж останнього десятиліття (2011–2021) [1, с.43]. Показники окремих країн: Афганістан (9.109 – 1 місце у рейтингу), Пакистан (7.825 – 10 місце), Індія (7.432 – 12 місце), Шрі Ланка (5.445 – 25 місце), Непал (4.693 – 34 місце), Бангладеш (4.411 – 40 місце), Бутан (0.00 – 93 місце) [1, с.43].

У 2021 р. в регіоні діяли 23 терористичних групи. Найбільш активним серед них був рух Талібан відповідальний за 232 напади. Проте найсмертоноснішою групою стала ІС, причетна до 555 смертей. Разом із тим, за 54% нападів і 39% смертей не взяла на себе відповідальності жодна терористична група [1, с.43].

Динаміка 2020–2021 рр. свідчить, що терористична активність у країнах регіону зменшується. Найбільше покращення ситуації сталося у Шрі-Ланці, при цьому в країні не було терактів другий рік поспіль. Непал став другою за рівнем покращення країною. Там був зареєстрований лише один терористичний напад, і вперше з 2014 р. не було жертв. Бутан взагалі має нульову оцінку GTI, що означає, що за останні п'ять років там не зареєстровано жодного терористичного нападу. Виключеннями, на цьому тлі, є Афганістан і Пакистан.

Афганістан продовжує залишатися найбільш постраждалою від тероризму країною світу. Тут зафіксовано погіршення показників, причому в обох випадках, як до падіння Кабула в серпні 2021 р., так і після його падіння і приходу талібів до влади, значно збільшилося число нападів і жертв. Кількість жертв тероризму зросла до 1426 чоловік в порівнянні з 1252 в 2020 р. В ході боротьби талібів за контроль над Кабулом на початку 2021 р. кількість терористичних нападів збільшилося на 29 %. Після падіння Кабула терористична активність значно зменшилася – зі 102

нападів за місяць до 25, головним чином, через те, що таліби зосередилися на легітимізації своєї влади і налагодженні зв'язків із сусідніми країнами. Хоча лише 11 % терористичних атак в Афганістані в 2021 р. сталися після перемоги талібів, на них припадає 31 % від загального числа загиблих в 2021 р. Головним чином це сталося через атаки Ісламської держави (ІС) в кабульському аеропорті [1, с. 43].

Пакистан залишається другою найбільш постраждалою від тероризму країною регіону в 2021 р. В порівнянні з попереднім роком, в 2021 р. число нападів в Пакистані збільшилося на 9% і сягнуло 186. Число смертей відображає цю тенденцію: у 2021 р. в Пакистані було зареєстровано 275 смертей, що на 12 смертей більше в порівнянні з 2020 р. [1, с. 43].

Отже, незважаючи на певні позитивні тенденції, що стали помітні у Південній Азії у 2021 р., за середніми показниками за останнє десятиріччя регіон є одним з найбільш вразливих з точки зору терористичної активності, а дві його країни входять у ТОП-десять країн, постраждалих від тероризму.

Список використаних джерел:

1. Global Terrorism Index 2022: Measuring the Impact of Terrorism. Sydney, March 2022. *Institute for Economics & Peace*: website. URL: <https://www.economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2022/03/GTI-2022-web-09062022.pdf> (дата звернення: 28.10.2022).

2. Terrorism Tracker. *Dragonfly*: website. URL: <https://www.dragonflyintelligence.com/intelligence/terrorismtracker/> (дата звернення: 28.10.2022).

3. The Global Terrorism Database 2020. *National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to Terrorism (START)*: website. URL: <https://www.start.umd.edu/gtd/> (дата звернення: 28.10.2022).

Селецька Ж. О., учениця Наукового ліцею міжнародних відносин II–III ступенів Університету митної справи та фінансів

Рубленко В. М., учитель історії вищої кваліфікаційної категорії Наукового ліцею міжнародних відносин II–III ступенів

Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Власова Н. С., вчителька історії та громадянської освіти вищої кваліфікаційної категорії, вчитель-методист Наукового ліцею міжнародних відносин II–III ступенів Університету митної справи та фінансів)

МІЖДЕРЖАВНІ ВІЗИТИ ПРЕДСТАВНИКІВ СВІТОВИХ ДЕРЖАВ ДО УКРАЇНИ В 2022 РОЦІ ЯК ФОРМА ПРОТИДІЇ АГРЕСІЇ РОСІЙСЬКОЇ ФЕДЕРАЦІЇ

Повномасштабне військове вторгнення російської федерації на територію суверенної України 24 лютого 2022 року стало причиною до більш глибокого зближення та підтримки різними державами світу, які вбачають велику небезпеку з боку сучасної влади Росії. Сучасний світ не

став осторонь України та її громадян і консолідував всі зусилля для того, щоб допомогти українській владі протистояти російській агресії та зберегти Україну як незалежну проєвропейську державу. Однією з форм протидії військовій агресії Російської Федерації і стала дипломатія – міждержавні візити на рівні Президентів, Прем'єр-міністрів та міністрів закордонних справ.

Провівши моніторинг сайту «Офіс Президента України», то можемо прослідкувати тенденцію міжнародних відносин України з різними державами світу до 24 лютого 2022 року та після 24 лютого 2022 року. До 24 лютого 2022 року зустріч Президента України з Прем'єр-міністром Хорватії (грудень 2021 р.), Державним секретарем США (січень 2022 р.), керівниками дипломатичних представництв іноземних держав та міжнародних організацій (січень 2022 р.), Прем'єр-міністром Великої Британії (лютий 2022 р.), Прем'єр-міністром Нідерландів (лютий 2022 р.), Президентом Турецької Республіки (лютий 2022 р.), Президентом Франції, Федеральним канцлером ФРН, Президентом Естонії і тристороння зустріч Президентів Литви, Польщі та України. Після 24 лютого 2022 р. Президент України В. Зеленський тільки в другій половині березня 2022 року офіційно зустрівся з головами урядів Польщі, Чехії та Словенії, головами парламентів Литви, Латвії та Естонії, Президентом Європарламенту [1].

На початку квітня 2022 року відбулася зустріч Президента України В. Зеленського із Президентом Європейської комісії та Високим представником ЄС із закордонних справ та політики безпеки. Також до Києва завітав Федеральний канцлер Австрії та Прем'єр-міністр Великої Британії на початку квітня 2022 р. В середині квітня 2022 року Президент України зустрівся з Президентами Польщі, Латвії, Литви та Естонії. Не залишило поза увагою Україну і глава представництва ЄС в Україні Матті Маасікас, який у квітні 2022 року відвідав Київ, зустрівшись з українською владою [1]. Крім, глави представництва ЄС в Україні, Україну в квітні 2022 року відвідали Президент Європейської Ради Шарль Мішель, голови урядів Іспанії та Данії, прем'єр-міністрами Румунії і Болгарії. Крім цього, Президент України у квітні 2022 року мав зустрічі з держсекретарем і міністром оборони США і Генеральним секретарем ООН [1]. Протягом травня 2022 року мав зустріч зі спікеркою Палати представників Конгресу США, міністрами закордонних справ Данії, ФРН, Нідерландів, делегацією Сенату США, головами обох палат парламенту Ірландії. До Києва здійснили офіційний візит Президенти Польщі та Словацької Республіки, а також Прем'єр-міністри Канади і Португалії [1].

У червні 2022 року в Києві запрацювала українсько-польська міжурядова консультація. Також завітала до Києва з офіційним візитом Президентка Європейської комісії Урсула фон дер Ляєн. Вперше відвідають Україну після 24 лютого 2022 року голови урядів Албанії, Чорногорії та Північної Македонії. З офіційним візитом Київ відвідають Президенти Франції та Румунії. Не стануть осторонь української

зовнішньополітичної проблеми і голови урядів Великої Британії, ФРН, Італії та Люксембургу, які з офіційними візитами відвідають Україну і зустрінуться з Президентом України Володимиром Зеленським. Наприкінці червня 2022 року до Києва прибудуть Президентка Молдови Мая Санду та Президент Республіки Індонезія [1].

На початку липня 2022 р. з офіційним візитом відвідали Київ і зустрілися з Президентом України прем'єр-міністри Норвегії, Австралії, Королівства Швеції, Ірландії та Нідерландів. Крім візитів прем'єр-міністрів Норвегії, Австралії, Королівства Швеції, Ірландії та Нідерландів, Президент України мав зустрічі з делегацією Палати представників Конгресу США та з Президентами Республіки Гватемала і Литви. У серпні 2022 року Президент України мав у Києві зустріч з Президентом Польщі та прем'єр-міністром Великої Британії. 23 серпня 2022 року українська влада ініціювала другий саміт Кримської платформи, учасниками якого стали представники «Великої сімки», Африки, Латинської Америки – всього було представників від 60 держав світу [1].

Протягом вересня 2022 року Київ відвідають держсекретар США Ентоні Блінкен, президент Латвії, прем'єр-міністр Польщі та Президентка Єврокомісії. У жовтні 2022 року Володимир Зеленський матиме офіційні зустрічі в Києві з Президентом Швейцарської Конфедерації, Федеральним Президентом ФРН, Президентом Гвінеї-Бісау, членами Палати представників Конгресу США [1].

Об'єктом офіційних переговорів були питання, викликані військовою агресією Російської Федерації проти України 24 лютого 2022 р.: санкційний тиск на Росію, фінансова і технічна (військове озброєння) допомога Україні для боротьби з військовою агресією Російської Федерації, відновлення цивільної інфраструктури на деокупованих територіях, співпраця у галузі цифрової трансформації задля сприяння відновленню України через цифровізацію, питання енергетичної інфраструктури, захист цивільного населення та об'єктів критичної інфраструктури, участь іноземних держав у відбудові України, економічну, енергетичну та продовольчу кризи у світі, нестабільність в Чорноморському регіоні, долю українських військовополонених, питання євроатлантичної інтеграції України та гарантій безпеки України. Представники світових держав під час зустрічей з Президентом України наголошували на необхідності деокупації тимчасово окупованих територій в 2014 р. (Автономна Республіка Крим, частина Донецької та Луганської областей) і 2022 р. (частини Сумської, Чернігівської, Харківської, Херсонської, Миколаївської, Запорізької, Донецької та Луганської області) [2; 3, с. 10].

Таким чином, виходячи з вищевикладеного, можна сказати, що військова агресія Російської Федерації посилила міждержавні візити представників світових держав до України після 24 лютого 2022 року. Світові держави продовжують засуджувати військову агресію Росії проти України та продовжують виступати за повну підтримку територіальної цілісності, суверенітету та незалежності України у її міжнародно визнаних кордонах.

Список використаних джерел:

1. Офіційне інтернет-представництво Президента України. URL: president.gov.ua.
2. Потіха А. Сучасні реалії відносин України із Західними країнами. URL: nbuviar.gov.ua.
3. Українська призма: Зовнішня політика 2021. Аналітичне дослідження // ГО «Рада зовнішньої політики «Українська призма», Фонд ім. Ф. Еберта. ТОВ «Вістка». Київ, 2022. 328 с. URL: 19293.pdf (fes.de).

Запорощенко М. С., студент Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Перепьолкін С. М., д.ю.н., доц., завідувач кафедри міжнародного права Університету митної справи та фінансів)

МИТНІ СОЮЗИ ЯК СУБ'ЄКТИ МІЖНАРОДНОГО ЕКОНОМІЧНОГО ПРАВА

Для того, щоб розібратися, що таке митні союзи, спочатку треба визначити поняття суб'єкту міжнародного митного права. Отже, це носій міжнародних прав та обов'язків, який або безпосередньо бере участь, або має право брати участь в певних міжнародних відносинах, які регулюються нормами міжнародного митного права. З цим поняттям пов'язане інше – правосуб'єктність. Воно означає здібність мати права та обов'язки і виконувати їх в процесі міжнародного спілкування.

Держава є основним суб'єктом міжнародного митного права. Тільки вона здатна придати цьому поняттю юридично обов'язковий характер в силу свого суверенітету. Також держава є і основним суб'єктом права договорів. Договір – основне джерело міжнародного права, форма закріплення та вираження міжнародно-правових норм. В міжнародному митному праві вторинним суб'єктом є міжнародні міжурядові організації. Вони створюються на основі міжнародних договорів між державами для співробітництва в тій чи іншій сфері. Вони мають необхідну систему органів та автономні права та обов'язки, об'єм яких визначається волею держав-членів [1].

Отже, давши визначення суб'єктам міжнародного митного права, можна визначити поняття митних союзів. Це форма міжнародного економічного об'єднання (інтеграції), у рамках якої країни-учасниці запроваджують не лише режим вільної торгівлі (скасування імпорتنих тарифів і кількісних обмежень імпорту), але й спільний митний тариф та інші елементи спільної торговельної політики щодо третіх країн [2]. Прикладами таких митних союзів є: 1) Європейський союз; 2) Митний союз Південної Африки; 3) Меркосур; 4) Митний союз між Європейським союзом і Туреччиною, тощо. У межах митного союзу утворюється єдина митна територія, забезпечується рух товарів територіями країн-членів без перешкод шляхом скасування процедури

митного контролю на внутрішніх кордонах. Окрім того, що значно прискорюється товарообіг та отримуються інші переваги від участі в митному союзі, членство також надає державам можливість впливати на формування вигідних умов торгівлі на міжнародних ринках та мати можливість брати участь у процесах прийняття рішень. Ця можливість є дуже корисною для невеликих країн, тому що вони можуть користуватися під час міжнародних перемовин та узгодження міжнародних договорів і комерційних контрактів тими перевагами, які зазвичай можуть використовувати лише великі країни.

Через здатність імпортерів ефективно впливати на рівень зовнішньоторгівельних цін, застосування протекціонізму в міжнародній торгівлі має значно менший негативний вплив на споживачів продукції всередині митного союзу. Також змінюється структура зовнішньоекономічних відносин членів митного союзу, так як його створення заохочує ввезення на територію не товарів, а капіталу. Часто іноземні експортери хочуть освоїти новий ринок або розширити на ньому свою присутність, тому що там немає внутрішніх кордонів, і при цьому захищений єдиним зовнішнім тарифом. Саме тому вони починають створювати виробничі підприємства на території митного союзу. Це може призвести до того, що будуть прискореними темпами розвиватися нові, перспективні галузі національної економіки, а також буде покращено торговельні та платіжні баланси країн учасників цього митного союзу. Однак, це має і свої певні негативні сторони. Ці дії можуть призводити до ефекту відхилення торгівлі, тобто заміщується ввезення на територію країн конкурентоспроможних товарів із третіх країн на товари, які походять з країн-членів. Це може негативно впливати на споживачів, тому що при умові відсутності конкуренції, вони будуть змушені купувати товари за більш високими цінами. Таке положення справ може призвести до того, що утворяться монополістичні компанії в різних сферах на ринку митного союзу, і будуть стимулювати не інноваційний розвиток підприємства, а підвищення цін. Тобто все це підіймає питання невизначеності щодо сукупного впливу цього союзу на торгівлю та добробут країн-членів. Також проблемою є те, що економічно і політично слабші члени вимушені підпорядковуватися торговельній політиці більш сильним. Значить, що якщо у країн різні потенціали, то зовнішньоекономічна політика слабшої фактично стає прив'язаною до політики сильної.

Щоб створити спільний ринок, недостатньо просто цього захотіти, треба вирішити декілька дуже важливих задач, а саме: 1) розробити спільну політику розвитку окремих галузей і секторів економіки (вибір конкретної галузі чи сектора залежить від того, наскільки це важливо для майбутнього закріплення інтеграції. В Європейському Союзі при переході до спільного ринку пріоритетними сферами було визнано сільське господарство та транспорт); 2) створити умови для вільного переміщення капіталу, робочої сили, послуг та інформації (що доповнить вільне

переміщення товарів); 3) сформувані спільні фонди сприяння соціальному та регіональному розвитку [3].

Це створює необхідність проведення гармонізації та уніфікації національних законів, а це в свою чергу потребує створення спеціальних органів управління і контролю. Виникнення спільного ринку повинно мати продовження у вигляді створення дійсно єдиного економічного, інформаційного та правового простору, і дати поштовх для поступового переходу до нового типу союзу – економічного.

Список використаних джерел:

1. Суб'єкти міжнародного митного права. URL: https://studme.org/32818/pravo/subekty_mezhdunarodnogo_tamozhennogo_prava
2. Митні союзи. URL: https://esu.com.ua/search_articles.php?id=64703
3. Митний союз. URL: https://www.wiki.uk-ua.nina.az/Митний_союз.html

Рудь М. Б., студентка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Шуляк С. В., к.політ.н., доц., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та регіональних студій Університету митної справи та фінансів)

ІНІЦІАТИВА ТРЬОХ МОРІВ: ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ

Після перемоги у війні з росією Україна має вийти на якісно новий рівень розвитку, остаточно закріпити свій статус європейської держави. Це передбачає, зокрема, активнішу участь в регіональних інтеграційних проектах. І якщо набуття членства в ЄС – складна і тривала процедура, то входження до менш амбітних регіональних об'єднань можливе вже сьогодні. Йдеться про проекти, що реалізуються найближчими сусідами України – країнами Центральної та Східної Європи. Передумовою може стати тісна співпраця в різних сферах в рамках тієї допомоги, що ці держави надають Україні для боротьби з російською агресією. Одним з таких перспективних проектів, безумовно, є Ініціатива трьох морів (ІТМ, Тримор'я).

Ініціатива трьох морів – це економічний та інфраструктурний союз до якого увійшли 12 країн Центральної та Східної Європи (Австрія, Болгарія, Угорщина, Латвія, Литва, Польща, Румунія, Словаччина, Словенія, Хорватія, Чехія, Естонія). Територія держав цього об'єднання має вихід до трьох морів: Балтійського, Адріатичного та Чорного. Країни Тримор'я покривають 29% території ЄС (1,21 млн км²). В них проживає 25% мешканців Європейського Союзу (112 млн осіб), вони виробляють близько 19% ВВП Євросоюзу [1].

Хоча ІТМ була утворена у 2016 р., ідея участі України у такому об'єднанні, не є абсолютно новою. Після Першої світової війни подібний геополітичний проект за участю України – «Міжмор'я», просував перший

глава відродженої Польської держави Юзеф Пілсудський. Польський лідер вважав, що це допомогло б державам-учасникам протистояти тиску з боку Німеччини чи Росії.

Ініціатива трьох морів покликана розвивати економіку та посилювати співпрацю між регіонами Центральної та Східної Європи. Основні напрямки співпраці країн ІТМ – це транспортна, енергетична та цифрова галузі економіки. Через територію учасників Ініціативи трьох морів Україна отримує від партнерів зброю та паливо, а також має можливість експортувати продовольство. Україна могла б тісно співпрацювати з державами ІТМ у таких сферах: логістика (створення транс'європейської автомагістралі Via Carpathia, де Україна могла б відіграти роль важливого логістичного центру), енергетика (Україна має одні з найбільших сховищ газу в регіоні й, використовуючи можливості інтерконекторів Польща – Словаччина, Польща – Україна, ми могли б задовольнити потреби всіх країн Тримор'я), експорт української електроенергії може допомогти країнам ІТМ стати незалежними від енергетичного тиску російської федерації, інфраструктура та діджиталізація (Україна може надати підтримку багатьом інфраструктурним проектам у сфері діджиталізації та посилити регіональні цифрові зв'язки) [1;2].

В умовах російської агресії, з якою має справу Україна, долучення до ІТМ є економічно і політично вигідним, адже критично важливим є приєднання до групи країн, з котрими можна ділити проекти з відновлення інфраструктури, сполучення транспортними вузлами. Агресія РФ штовхає Україну та її сусідів до реальної політики, де все орієнтоване на виживання. «Країни Європи вважають, що тільки таким поміркованим і поетапним розширенням, об'єднанням, долучаючись до економічно вигідних проектів, можна здійснювати поступову інтеграцію між собою» [4].

Членство України у Тримор'ї – це частина шляху нашої держави до членства у Європейському Союзі. ІТМ передбачає розвиток світової торгівлі шляхом створення нових європейських логістичних коридорів, тому Україні важливо стати одним із транзитерів цими шляхами – це перспектива зайняти Україні місце на європейському ринку та повністю відмовитися від логістичних зв'язків з російською федерацією.

Перший крок на цьому шляху вже зроблено – 21 червня 2022 р., на ризькому саміті країн Тримор'я, Україна отримала статус партнера-учасника ІТМ. На відміну від стратегічного партнерства, яке пов'язує країни Тримор'я із США, Британією чи Європейською комісією, ця нова форма партнерства адресована потенційним країнам-членам ЄС [3].

Отже, долучившись до Тримор'я, Україна отримала перспективу приєднатися до союзу, який має усі шанси побудувати сильний регіональний блок держав, стати значним гравцем у європейському і світовому масштабі та важливим елементом нової архітектури глобальної безпеки.

Список використаних джерел:

1. Наш зв'язок із вільним світом. Що таке Тримор'я і чому Україна прагне приєднатися до цього об'єднання 12 країн ЄС. *Новое время*: веб-сайт. 21.06.2022. URL: <https://nv.ua/ukr/world/geopolitics/trimor-ya-shcho-ce-ta-yaki-krajini-do-nogo-vhodyat-ukrajina-stala-partnerom-iniciativi-troh-moriv-50251323.html> (дата звернення: 25.10.2022).

2. Сливчук О. Тримор'я стає ближчим: що допоможе Україні в центральноевропейській ініціативі. *Європейська правда*: веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/articles/2022/01/25/7133066/> (дата звернення: 25.10.2022).

3. Україна отримала статус партнера-учасника ініціативи Тримор'я. *Європейська правда*: веб-сайт. URL: <https://www.eurointegration.com.ua/news/2022/06/21/7141676/> (дата звернення: 25.10.2022).

4. Чим ініціатива Тримор'я вигідна для України – думка експертів. *Суспільне* : веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/252523-cim-iniciativa-trimora-vigidna-dla-ukraini-dumka-ekspertiv/> (дата звернення: 25.10.2022).

Савченко Т. В., к.е.н., доц.,

доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі
Одеського національного технологічного університету

ВПЛИВ ЕКСПОРТУ НА РОЗВИТОК РЕГІОНАЛЬНИХ РИНКІВ ПТАХІВНИЦТВА

Збільшення експорту позитивно впливає на розвиток виробництва спеціалізованих птахівничих підприємств з багатьох причин [1, с. 22]:

– під впливом європейських стандартів відбувається уніфікація і стандартизація продукції, що сприяє забезпеченню чесної конкурентної боротьби та прозорості при виборі та оцінюванні якості продукції;

– внаслідок виходу на нові ринки збуту збільшується обсяги виробництва і реалізації продукції, що дозволяє суттєво знизити рівень постійних витрат на виробництво та економити за рахунок масштабів;

– зменшення собівартості продукції дозволяє використовувати більш гнучку цінову політику;

– міграційний рух робочої сили сприяє процесам з обміну досвідом та впровадженню більш ефективних та продуктивних виробничих процесів;

– конкуренція з імпортною продукцією на внутрішніх ринках сприяє підвищенню стандартів виробництва та пошуку більш ефективних форм управління у всіх сферах бізнесу, охоплюючи і економічні, і маркетингові, і конкурентні стратегії;

– активізуються інвестиційні процеси, інвестиції спрямовуються не лише безпосередньо на модернізацію виробництва продукції птахівництва, але й на розвиток інфраструктури: будівництва доріг, системи торгівлі, впровадження енергозберігаючих технологій, комунікацій;

– пошук ефективних форм господарювання стимулює і інвестування наукових досліджень, що теж в свою чергу сприяє появі нових технологій виробництва.

Особливості функціонування регіональних ринків продукції птахівництва найчастіше розглядаються як територіально виокремлені ринки, які є частиною національної економіки і є місцем здійснення купівлі – продажу та підґрунтям для розвитку організаційно-економічних зв'язків виробництва і споживання, що, в свою чергу, регулюються механізмами збалансованості між попитом та пропозицією.

Регіональний ринок продукції птахівництва регулює ступінь насиченості ринку, стратегії диференціації товарів, що використовуються в залежності від сегментування ринку, ефективність політики розподілу, доцільність та оптимальність ланцюжків розподілу з огляду кількісного залучення ланок оптової та роздрібної торгівлі, стимулювання виробників до розширення асортименту продукції та підвищення її якості, що в свою чергу сприяє збільшенню попиту споживачів та підвищенню вимогливості до продукції, до ефективності механізмів захисту прав споживачів (ціноутворення, сертифікація продукції, відповідності нормам виготовлення, транспортування та зберігання продукції), підтримку вітчизняного виробника, запобігання недобросовісній конкуренції, сприянню та спонуканню до створення ефективної нормативно-правової бази, пошуку можливостей для створення сприятливого інвестиційного клімату та підтримки малого та середнього бізнесу.

Експорт продукції птахівництва сприяє збільшенню обсягів виробництва та реалізації продукції, але все ж таки основним завданням перед вітчизняними виробниками є забезпечення потреб внутрішнього ринку.

Військова агресія нанесла великі втрати для української промисловості та національної економіки в цілому. Було порушено логістичні зв'язки як з реалізації продукції на зовнішніх ринках так і на внутрішніх. Було порушено весь логістичний ланцюжок з виробництва та реалізації продукції: недопоставки кормів, мобілізація працівників і транспорту, заборона імпорту призупинення експорту. Внаслідок порушення домовленостей з реалізації продукції порушено багато питань з реалізації дорослої птиці та неможливість прорахування змін у попиту на продукцію викликало необхідність знищення молодняка.

Не зважаючи на безумовну популярність курячого м'яса, суттєво зменшився попит на цю продукцію внаслідок демографічної кризи: масовим від'їздом населення за кордон, втрати доходів та купівельної спроможності, але знаходження нових шляхів для транспортування продукції саме і посприяло призупиненню кризових явищ та відновленню виробництва.

За оцінками експертів, виробництво м'яса птиці скоротилося за 3 % за 6 місяців і становить 565 тис. т, а експорт яєць залишився на рівні 42 % від минулого року – 228 млн штук. Але у травні запущений процес

вигодовування молодняка майже досягнув обсягів минулого року [2]. Такій позитивній тенденції перш за все посприяло те, що рівень цін на корми залишилися майже на рівні минулорічних.

Для збереження рівня експорту продукції кардинально змінилися логістичні маршрути: відмовилися від транспортування морськими шляхами і вся поставка продукції в країни ЄС стала відбуватися лише автомобільним транспортом.

В ці важкі часи велику підтримку для українських виробників продукції птахівництва надали країни ЄС та Велика Британія, які скасували ввізне мито та квоти на імпорту з України і надали можливості для нарощування обсягів експорту та відновленню зовнішньої торгівлі, бо саме експорт продукції надає в цих важких умовах підтримку обсягів виробництва на достатньому рівні, бо відновлення обсягів реалізації продукції на внутрішніх ринках в сучасних умовах не можливо.

Список використаних джерел:

1. Пазізіна К. В., Уніят А. В. Світова та європейська інтеграція: навч. посібник. Тернопіль, 2013. 258 с.
2. Карпенко С. Птахівництво розвивається URL: <https://agrotimes.ua/interview/ptahivnyctvo-rozvyvayetsya/> (дата звернення 01.09.2022)

Стригун І. В., студентка Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара

ДЕСТРУКТИВНИЙ ВПЛИВ РОСІЙСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ ТА ДЕЗІНФОРМАЦІЇ НА МІЖНАРОДНІЙ АРЕНІ

В умовах стрімкого розвитку інформаційно-комунікативних технологій, глобалізаційні процеси окрім беззаперечних переваг, містять для суспільства небезпечні виклики та загрози. Одним із таких загрозливих викликів є швидке поширення дезінформації та агресивної пропаганди, які можуть чинити значний тиск на свідомість громадян та, зокрема, на процес прийняття рішень, перетворюючись на потужну зброю в інформаційному полі. На сьогоднішній день Інтернет, соціальні мережі, канали ЗМІ є інструментами агресивної пропаганди та дезінформації російської федерації.

Загалом, дезінформацію можна визначити як хибну, маніпулятивну та оманливу інформацію, що цілеспрямовано поширюється для досягнення певних політичних цілей [3]. У свою чергу, головною метою пропаганди є намір переконати цільову аудиторію в чомусь, тоді як для дезінформації це не є головною метою (можливі інші стратегічні цілі: дезорієнтування споживачів дезінформації, збиття з пантелику, виклик почуття хаосу і зневіри, сумніву у тому, кому можна вірити і чи можна вірити будь-кому взагалі) [2].

Починаючи з 2008 року, після війни на території Грузії пропаганда перетворилась на потужний інструмент російської держави на міжнародній

арені. Потенціал застосування пропаганди був у повній мірі залучений у 2014 році під час анексії Кримського півострова, а згодом після розгортання збройного конфлікту на території Донецької та Луганської областей, а також у процесі повномасштабного вторгнення на територію України у лютому 2022 року.

Аналітики розвідувальної корпорації RAND Крістофер Пол і Міріам Метьюз виділяють наступні характерні риси російської пропаганди:

1. Великий обсяг та багатоканальність; 2. Швидкість, безперервність та повторення; 3. Відсутність висвітлення об'єктивної дійсності; 4. Відсутність логіки та послідовності [1]. Методи російської пропаганди співпадають із тими, що застосовувались свого часу КДБ СРСР, проте з певним урахуванням та застосуванням інформаційно-комунікативних технологій [3].

RT і Sputnik відіграють важливу роль у екосистемі російської пропаганди та дезінформації як ЗМІ, які фінансуються державою, що розповсюджують сюжети, розроблені кремлем для іноземної аудиторії. Окрім цього, варто відзначити намагання російської влади підтримувати агентів свого впливу в ЄС. Зокрема, необхідно згадати про підтримку росією політичних партій в Європі: французький політичний ресурс «Front National» (лідер - Марі Ле Пен), німецьку партію «Альтернатива для Німеччини» («AfD»), бельгійську «Vlaams Belang», болгарську «Вазраждане» та ін. [4]. Так, націоналістична проросійська партія «Вазраждане» («Відродження») в Болгарії просувала типові наративи про українських біженців у негативному світлі, що ставило під сумнів необхідність допомоги Україні.

Загалом, зусилля росії у інформаційному полі направлені на підірив довіри до місцевих демократичних еліт, підтримку антиєвропейських сил, послаблення демократичних міжнародних альянсів, поляризацію суспільства через експлуатацію гострих питань, зокрема теми міграції, національного суверенітету та суспільних цінностей. Всі ці чинники покликані роз'єднувати міжнародне співтовариство та послаблювати уряди окремих держав. Головними цілями росії виступають європейські країни, зокрема Франція та Німеччина, оскільки це одні із найбільш впливових країн ЄС від яких залежить прийняття більшості рішень всередині європейських інститутів [4].

Сучасна російська пропаганда оперативна та вельми динамічно реагує на події. Зважаючи на ту обставину, що російські пропагандисти не прагнуть висвітлювати об'єктивну реальність, їм не потрібен час для фактчекінгу та підтвердження думок. Російські пропагандисти розповсюджують свою інтерпретацію подій, яка найкраще сприяє досягненню цілей. Такий підхід дозволяє їм бути надзвичайно швидкими у процесі висвітлення «новин», що створює сприятливі умови для поширення дезінформації.

Слід зазначити, що російська пропаганда роками готувала ґрунт для створення антиукраїнських настроїв. Особливістю цієї пропаганди є те, що вона намагається звинуватити українську сторону у тих злочинах, які насправді здійснюються росією та її військами проти українського народу. Російські пропагандисти в своїх промовах фактично закликають до геноциду

українського народу, дегуманізують його та заперечують право існування як окремого народу.

Підсумовуючи вищесказане, можна дійти до висновку, що російська пропаганда та дезінформація дійсно мають потужний деструктивний вплив на міжнародну спільноту. Росія прагне дестабілізувати політичну обстановку на міжнародній арені, поляризувати суспільство, веде пропаганду агресивної війни з елементами дезінформації та залякування, що остаточною метою має дестабілізацію ситуації в світі. На подібні виклики міжнародна спільнота повинна надати консолідовану відповідь задля збереження своїх базових цінностей.

Список використаних джерел:

1. Paul C., Matthews M. The Russian «Firehose of Falsehood» Propaganda Model. 2016. URL: <https://www.rand.org/pubs/perspectives/PE198.html>
2. Ланюк Є. Пост-правда, фейки та інформаційна війна. 2017. URL: <https://varianty.lviv.ua/43429-yevhen-laniuk-post-pravda-feiky-ta-informatsiina-viina>
3. Литвиненко О.В. Спеціальні інформаційні операції. Київ : НІСД, 2000. 148 с.
4. Пасічний Р. Я. Вплив сучасної російської пропаганди на країни Європи. *Вісник НТУУ «КПІ». Серія: Політологія. Соціологія. Право.* 2021. Вип. 2 (50). С. 70–75.

Секція 4. Сучасні тенденції та вектори розвитку туризму та готельно-ресторанної справи: вітчизняний та світовий досвід

Karnoza I. L., Student of University of Customs and Finance
(Academic Supervisor – Nebaba N., Doctor of Economics, Associate Professor,
Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business
of University of Customs and Finance)

THE ANALYSIS OF TOURISM RESOURCES OF THE UNITED STATES OF AMERICA

The United States of America is the world's economic and political leader. In terms of total GDP, only the EU can catch with the USA. The USA is a federal republic which consists of 50 states (the capital of the country is the Washington DC) and the Federal District of Columbia [3].

The geotourism position of the USA is extremely advantageous. The main part of the country is the so-called "contiguous states", located in the centre of North America between Mexico and Canada. About 83% of the country's area is those 48 states. The states vary from hot to cold zones, but most of them are located in the temperate zone [3].

Such a variety of both natural conditions and resources and geographical location contributes to the development of many kinds of tourism and satisfies all the needs of an average tourist. 2/5 of trips are made for the purpose of recreation and entertainment. Travellers are attracted by unique natural destinations, the beauty of which are shrouded in legends and multiplied by advertising [1; 3].

The presence of picturesque places in the country makes for the development of tourism, which is focused on the using of natural resources. In the USA, there are more than 350 national parks and reserves with an area of more than 30 million hectares. They are world famous and having up to 300 million tourists a year. There are always many visitors in the Grand Canyon, Yellowstone, Canyonland, Aceh, Yosemite, Glacier, Olympic, Mammoth Cave. The Cordilleras are also home to numerous national parks and protected areas open to tourists. Acquaintance with them gives an opportunity to imagine all the diversity of the nature of the Mountain West of the USA [2; 3].

Beaches and places of entertainment in California and Florida, Niagara Falls, and the Great Lakes are also popular among tourists. The largest river in the USA, which occupies 40% of the entire territory of the country, is the Mississippi (3,950 km long). The largest lakes of the country are the Great Lakes, which are the world's largest accumulation of fresh water: Upper Lake, Huron, Erie, Michigan, Ontario. More than half of the area of the Great Lakes belongs to the USA, the rest goes to Canada [2].

However, not only the natural wealth of this country is a subject of interest for tourists. The USA is a highly urbanized country. The share of the urban population exceeds 70% on average. The urban landscape is a peculiar tourist resource of the country. Numerous cities form urban agglomerations. Continuous urban strips, called megalopolises, have formed in certain territories of the country. The largest of them is a continuous urbanized zone from the city of Boston to Washington, which was

named the “Boswash” megalopolis. The “Chipits” megalopolis (Chicago-Pittsburgh) was formed in the Great Lakes region. A continuous urbanized area in the west of the country, stretching from San Diego to San Francisco, became the basis of the megalopolis “San San” [3].

International tourism in the USA is largely associated with trips to large metropolitan cities: New York, Washington, Chicago, Los Angeles, San Francisco, Las Vegas and many others [3]. Very popular among foreign tourists are trips to Los Angeles, where the amusement park "Disneyland" and numerous Hollywood film studios are located, as well as to Washington and New York with the concrete skyscrapers of Manhattan, Columbia University, the famous Brooklyn Bridge, where tourists also want to visit the following world-famous tourist destinations: the Statue of Liberty which is the symbol of America, that is located on Ellis Island, where there was once an immigration checkpoint; Broadway shows which are presented by the world famous "Cats", "Les Miserables", "Miss Saigon", etc., which can only be seen in New York; The Capitol which is a symbol of American state and one of the most visited buildings in the United States, which is included in any tour of the city; The White House which is the residence of the President of the USA, where the memorials of the Presidents of the United States are located. All these attractions attract both foreign visitors and Americans themselves [1; 2].

The USA is considered an important center for educational tourism. There are very prestigious universities that attract many foreign students: Stanford, Harvard, Yale, Princeton, etc [3].

To sum up, the USA has significant tourism resources, as it has both natural and cultural-historical ones, which allows it to develop all possible kinds of tourism: cultural, educational, beach, ecotourism, etc.

List of references:

1. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка, Ф-т міжнар. відносин, Геогр. ф-т. Київ : Знання, 2008. 661 с.

2. The USA’s attractions. URL: <https://www.poehalisnami.ua/ua/countries/ssh/sight>.

3. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу: навч. посібник. Ніжин: Видавництво Ніжинського держ. ун-ту ім. М. Гоголя, 2010. 336 с.

Алексєєва С. Д., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В РЕСПУБЛІЦІ КОРЕЯ ТА ВПЛИВ НА НЬОГО ПАНДЕМІЇ COVID-19

У Республіці Корея туризм є ключовим фактором економічного зростання. Разом із Гонконгом, Тайванем і Сінгапуром Південна Корея була одним із «Чотирьох драконів Азії» і мала величезне зростання попиту, починаючи з 1970-х років. Цей економічний бум супроводжувався зростанням туризму.

Відвідування Республіці Корея входить до рейтингу найпопулярніших і затребуваних туристичних напрямків на планеті. Культурний феномен, відомий як «Халлю», або «корейська хвиля», є тим, що стимулює попит на південнокорейський туризм.

Згідно з даними Future Market Insights, туристичний ринок Південної Кореї оцінюється в 32,7 млн дол. США у 2022 році та, за прогнозами, досягне 40 млн. дол. США до 2032 року при середньорічному темпі зростання 8,3% з 2022 по 2032 рік (табл. 1).

Таблиця 1

Оцінка туристичного ринку Республіки Корея

Атрибут	Подробиці
Орієнтовний розмір туристичного ринку Південної Кореї (2022)	32,7 млн дол. США
Прогнозований розмір туристичного ринку Південної Кореї (2032)	40 млн дол. США
CAGR на основі туристичного ринку Південної Кореї (2022–2032)	8,3 %

Джерело: складено автором [1]

Внутрішній туризм є найпоширенішим видом туризму в країні. Більшість прибутку південнокорейського туристичного бізнесу надходить від внутрішніх подорожей. Завдяки розгалуженій мережі потягів і автобусів у країні до більшої частини країни можна дістатися з будь-якого великого міста за декілька годин [1].

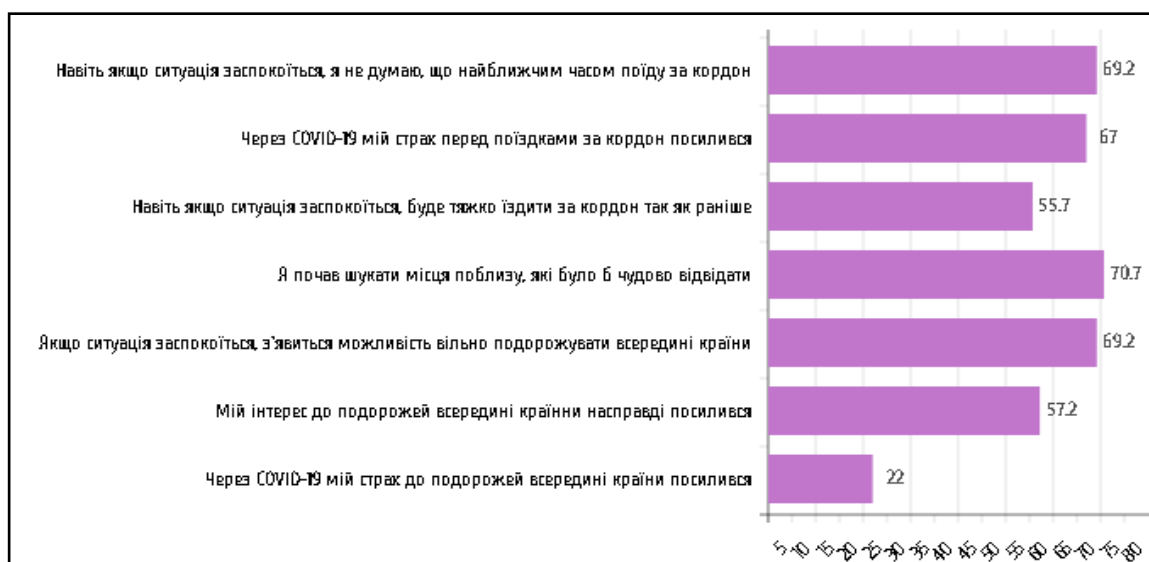


Рис. 1. Сприйняття внутрішніх і міжнародних подорожей жителями Республіки Корея під час пандемії COVID-19 у 2020 р.

Джерело: складено автором за [3]

Корейська туристична організація показала результати змін уподобань і моделей подорожей, спричинених пандемією COVID-19.

Подорожі закордон на далекі відстані, які скоротилися в перші дні пандемії, також повернулися на теперішній час, і телекомунікаційні дані вказують на активні пересування всередині між 50 містами та районами Південної Кореї.

Зростаюча невизначеність у часи пандемії призводила до спонтанних або нетривалих подорожей.

Доведено, що 70,7% людей почали шукати більш близькі за відстанню місця для подорожей та відпочинку (рис. 1).

Популярними видами відпочинку залишаються лікувально-оздоровчий, культурно-пізнавальний туризм. Останніми часом із запровадженням різноманітних програм інтерактивного туризму зросла кількість онлайн-турів і виставок [2].

Список використаних джерел:

1. Перспективи туристичного ринку Південної Кореї (2022–2032). URL: <https://www.futuremarketinsights.com/reports/south-korea-tourism-spend-analytics-forecast>

2. Хто прогнозує тенденції туризму на 2022 рік за допомогою аналізу великих даних. URL: <https://www.koreaherald.com/view.php?ud=20211214000622>

3. Сприйняття південнокорейцями внутрішніх і міжнародних подорожей під час пандемії COVID-19 у 2020 році. URL: <https://www.statista.com/statistics/1175724/south-korea-travel-during-covid-19-pandemic/>

Андрєєв О. А., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ШЛЯХИ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТУРІВ

Туризм і подорожі, включаючи транспорт, житло, живлення, відпочинок і послуги для гостей – одна з найпріоритетніших галузей і один і провідних «роботодавців» світової економіки, головним чином у країнах з високим соціально-економічним рівнем розвитку. Неухильне зростання туристичних потреб та туристичного попиту зумовлює необхідність постійного вивчення проблем розвитку цієї галузі, пошуку нових форм надання як окремих послуг у сфері туризму, так і створення нових комплексів таких послуг, а саме «туристичних пакетів», включаючи і освоєння туроператорами нових територій, країн, дестинацій. Зазначені

обставини спонукають туроператорів розробляти інноваційні тури та будувати новий підхід для туризму в цілому. Будь-яка подорож для її організатора починається з розробки туру, який включає такі етапи: вибір пунктів маршруту, ієрархізація цих пунктів, вибір пунктів початку та закінчення маршруту, після чого провадиться розробка схеми маршруту та його оптимізація [1]. Розробка схеми маршруту та його програмне забезпечення є нерозривно пов'язаними паралельними процесами [3].

Вибір схеми маршруту залежить від транспортної системи, насамперед від конфігурації транспортної мережі, її густоти та технічного стану, рівня розвитку окремих видів транспорту на різних ділянках маршруту, що доволі часто пролягає територіями різних країн, від рівня розвитку транспортної інфраструктури, що забезпечує надійність та безпеку роботи транспорту. Важливою і почасти невід'ємною складовою більшості турів є екскурсії. В наш час туристи стають все більш вибагливими у своїх запитах на рівень сервісу, тому все складніше і складніше привабити їх звичайними «стандартними» екскурсійними програмами. Багатьох потенційних споживачів туристичних послуг усе складніше стає залучати до нових екскурсій, якщо вони побудовані за традиційними тривіальними схемами. Тому в останні часи здійснюється пошук та відповідно впроваджуються нові форми надання екскурсійних послуг – залучення нетрадиційних видів транспорту, театралізація, розважально-ігрові прийоми тощо. Програма туру – це щоденний розпорядок усіх заходів, що забезпечує туристичне підприємство та які включені у вартість поїздки [2; 4]. Вони, насамперед, повинні задовольняти такі базові потреби подорожуючих, як сон та їжа. Тому до програми, насамперед, включаються послуги розміщення і харчування. Програма туру складається у два етапи. Спочатку розробляється концептуальна програма, яка містить основну інформацію про маршрут і перелік заходів без розподілу по днях і годинах. Вона обговорюється з усіма надавачами послуг, що можуть бути надані до реалізації туру. Це зумовлено тим, що заздалегідь досить важко визначити конкретні графіки роботи музеїв, години проведення екскурсій, дати вистав і концертів тощо. Із розвитком нових технологій, прискоренням темпу життя, напругою й повсякденним стресом в останні роки у світі спостерігається тенденція до зростання потреби сучасної людини в якісному й різноманітному відпочинку. Сектор розваг, дозвілля і спорту відіграє важливу роль у загальній інфраструктурі індустрії гостинності та туризму, вирішує різноманітні завдання. Саме рекреація як відновлення сил є основною метою відпочинку, але шляхи досягнення цієї мети є різними для різних категорій відпочиваючих залежно від їхнього віку, рівня освіти, соціального статусу, особистих інтересів, смаків тощо. Обов'язковою умовою рекреаційної діяльності в період відпочинку для людини є її незвичайність, несхожість на те, чим вона займається у своєму повсякденному житті, святковість, емоційне переключення. Вибір типу

відпочинку обмежений дією групи факторів, які можна класифікувати на: 1) внутрішні: обмеження вільного часу у певних категорій населення, нерозвинена інфраструктура та нестача кваліфікованих фахівців, низький рівень мотивації населення до соціально-продуктивного дозвілля, недостатня інформованість громадян про функціонування сфери дозвілля та ін. 2) зовнішні: соціальна напруженість, втрата традицій і духовної єдності поколінь, ціннісна нестабільність, перевага споживацтва у соціальному та культурному житті. Розвиток нових форм дозвіллевої діяльності, зміна ринку дозвілля та туристичних послуг наприкінці ХХ ст. зумовили зміну філософії відпочинку, яка у ХХІ ст. ще більше посилюється. Крім комфортабельних готельних комплексів, гарного краєвиду, якісного харчування, турист повинен мати можливість задовольняти свої рекреаційні, освітньо-світоглядні, культурні, та частково оздоровчо-спортивні потреби.

Таким чином, при формуванні нових туристичних продуктів варто враховувати сучасні тенденції та інновації у розвитку усіх секторів туристичної індустрії.

Список використаних джерел:

1. Любіцева О. О. Методика розробки турів. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 104 с.
2. Михайліченко Г. І. Туроперейтинг: підручник. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 304 с.
3. Скопень М. М., Сукач М. К., Будя О. П., Артеменко О. І., Хрущ Л. А. Інформаційні системи і технології в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі: підручник. За ред. д.т.н., проф. М. К. Сукача та к.е.н., доц. М. М. Скопеня. К.: Видавництво Ліра-К, 2016. 764 с.
4. Туроперейтинг: підруч. За заг. ред. д.е.н., проф. В. Я. Брича. Тернопіль: Екон. думка ТНЕУ, 2017. 440 с.

Березовський О. А., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ПОНЯТТЯ «ЦИФРОВИЙ КОЧІВНИК» («DIGITAL NOMAD») ЯК СУЧАСНА ТЕНДЕНЦІЯ В ТУРИЗМІ

Цифрова трансформація (діджиталізація) змінює наш світ в цілому, і сферу туризму зокрема. Людство переживає достатньо складний період і зараз дане питання є надзвичайно актуальним. Той ефект несподіванки і абсолютної неготовності до викликів, пов'язаних насамперед з пандемією COVID-19, сьогодні практично зупинив увесь нормальний уклад життя, і крім закритих кордонів, зупинених польотів, закритих аеропортів – весь

туризм був поставлений на паузу. Для відновлення попереднього рівня розвитку необхідно визначитися, що можна і потрібно зробити для якнайшвидшого відновлення поточної ситуації і які технологічні, інноваційні та організаційні рішення можуть допомогти у цьому.

Людство зараз вже вступило в еру четвертої індустріальної революції, яка отримала назву «цифрова трансформація» (цифровізація, діджиталізація). Сучасні інформаційні підходи, пов'язані з подорожами, реалізуються за допомогою методології цифрового циклу подорожі. Модель цифрового циклу подорожі працює з величезною кількістю інструментів, якими споживач («цифровий турист») має можливість користуватися. Величезна кількість пошукових систем, соціальних мереж, сайтів авіакомпаній, мобільних додатків, контакт центрів постачальників послуг, цифрові термінали в аеропортах або на вокзалах, представники online-турагентств, пошукові агрегатори або агрегатори по цифровій рекламі – все це оточує споживача. І саме пандемія прискорила процеси впровадження багатьох цифрових технологій. Ця епоха досить серйозно ототожнюється з великими масивами даних, з технологічними інноваційними трендами і збільшеним споживчим попитом. Пандемія Covid-19, крім зазначеного, спричинила масову зміну у форматі роботи мільйонів людей по всьому світу. Працівники компаній, робота яких була пов'язана з комп'ютером, обрали для себе безпечний віддалений формат роботи з дому онлайн. В такому випадку люди перестали бути прив'язаними безпосередньо до офісу чи місця, де вони працювали. Наявність мережі Інтернет та комп'ютера (смартфону, планшету тощо) стали єдиною умовою та дозволили людям працювати, знаходячись будь-де на планеті, де є Інтернет.

До пандемії так уже працювали фрилансери – вільнонайманці, які самостійно шукають собі проекти та можуть одночасно працювати на декілька фірм-роботодавців [1]. Фрилансер виконує роботу без укладання довгострокового договору з роботодавцем, наймається лише для виконання певного переліку робіт як позаштатний працівник. Також фрилансером є працівник, запрошений для виконання робіт в ході аутстафінгу. Не належачи до постійного штату певної компанії, фрилансер може одночасно виконувати замовлення для різних клієнтів. В Україні фрилансерами переважно називають людей, що виконують будь-яку роботу через Інтернет віддалено [2]. Ці люди переміщуються по світу та працюють онлайн, і таких людей стали йменувати «цифрові кочівники» («digital nomad») [1]. Окремі країни почали створювати у себе умови для прийому цифрових кочівників, для них були розроблені спеціальні візи.

Віза Digital Nomad, або віза «цифрового кочівника» – це віза для фрилансерів та працівників, які працюють віддалено, людей, які мають значні накопичення або пасивні доходи. Віза надає її власнику право на проживання у певній країні протягом тривалого періоду.

Важливою умовою отримання такої візи є підтвердження, що її замовник не претендує на робоче місце у країні, де тимчасово проживатиме, і працює на компанію іншої країни. Є країни, у яких для отримання візи «цифрового кочівника» треба довести, що він буде корисним для економіки саме цієї країни та її розвитку. Таким чином, цифрових кочівників можна розглядати як туристів, які прибули до країни на тривалий термін, за умови, якщо в країні перебування цифровий кочівник не займає робочого місця, тобто не займається оплачуваною діяльністю [3].

Отже, сучасна тенденція щодо цифрового кочівництва відкриває нові горизонти для розвитку туризму та появи нових послуг або навіть підприємств, які б спеціалізувались на розміщенні фрилансерів та подальшому їх заохоченні відвідувати атракції, екскурсії, подорожувати країною тощо. Цифрові кочівники – це потенційні туристи, які налаштовані перебувати в іншій країні на тривалий термін, тому туристичні підприємства разом із державними департаментами розвитку туризму мають враховувати даний ресурс потенційних туристів у державних або регіональних програмах розвитку туризму. Візова політика держав, поряд із туристичними візами, може впроваджувати спеціальні туристичні візи цифрових кочівників. У результаті, цифрові кочівники можуть стати значною силою у відновленні глобального туризму після падіння в результаті пандемії Covid-19 та регіональних військових конфліктів, таких як Українсько-російська війна.

Список використаних джерел:

1. Хто такий цифровий кочівник і як ним стати? URL: <https://wezom.academy/ua/tsifrovye-kochevniki-kto-takie-digital-nomads-i-kak-oni-zarabatyvajut/>.

2. Державне управління фрилансовою діяльністю в умовах розвитку національного ринку: монографія / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник, О. С. Скибінський, Л. О. Саталкіна, Н. Ю. Реверенда; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Центр Європи, 2016. 166 с.

3. Визначення терміну цифрового кочівника, спеціальні умови, візова політика держав. URL: dou.ua/forums/topic/39806.

Беспалий Д. О., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШВЕДЦІЇ

Туризм є однією серед найбільш динамічних і високоприбуткових галузей економіки, забезпечуючи приплив інвестицій, нові робочі місця і розвиток інфраструктури. Здебільшого, саме туристичні ресурси виступають каталізатором розвитку туристичного бізнесу.

Швеція володіє значним туристичним потенціалом і є досить популярним осередком туризму. **Актуальність** дослідження зумовлена тим, що аналіз геотуристичного положення Швеції є важливим завданням у процесі вивчення особливостей, проблем та перспектив розвитку туризму у цій країні. Щороку Швецію відвідують 6-7 млн. іноземних туристів [1]. Найбільші потоки туристів – із країн ЄС та США. Швеція є дуже цікавою та привабливою для туристів серед країн Скандинавії.

Геотуристичне положення Швеції є дуже вигідним, а розвиток туризму в ній базується здебільшого на використанні природних туристичних ресурсів. Швеція – найбільша держава Північної Європи (площа – 450,3 км²), що розміщена у східній та південній частинах Скандинавського півострова. На заході межує з Норвегією, на північному сході – з Фінляндією. За класифікацією UNWTO, Швеція належить до Північноєвропейського туристичного району, що є частиною Європейського туристичного регіону. У 2021 р. Швеція посіла 2 місце у рейтингу конкурентоспроможності серед країн світу [2].

Швеція представляє величезний інтерес для туристів. Природа і культурні цінності Швеції – основна туристична привабливість цієї північної країни. Круглий рік тут можна знайомитися з живою культурою та історичними пам'ятками країни. Розвиток туристичної індустрії Швеції базується на використанні природних ресурсів, допоміжну роль виконують події і суспільні. Швеція пропонує як лижні курорти, так і пляжно-купальний відпочинок на узбережжі морів та озер. У Швецію варто приїжджати за природними красотами. Скелі, озера, сувора Лапландія, де влітку панує полярний день, а взимку можна побачити північне сяйво. Гірськолижні курорти Швеції (найбільший – Оре) можуть похвалитися тривалим сезоном і великою кількістю снігу. За високу якість обслуговування і технічну оснащеність цей курорт часто називають «Скандинавськими Альпами».

У Швеції розвинена транспортна мережа. Часто пересуватися по Швеції на комунальному транспорті значно зручніше, ніж на машині. Метро у Швеції працює лише в місті Стокгольмі і складається з трьох основних ліній, кожна з яких розгалужується. Крім ліній метро, існують різного роду електрички і спеціальні пароходи. У всіх містах Швеції чудово налагоджене автобусне сполучення. У Гетеборзі є трамваї [3].

Швеція – це друга у світі країна (після Австралії), яка прийняла хартію екологічного туризму, а серед європейських країн їй належить кращий екологічний знак природи – «Nature's Best», який гарантує найвищу якість понад сотні турам екологічного спрямування в межах держави. Національні парки та заповідники – одна з головних принад для любителів природи. Саме у Швеції було створено перший у Європі національний парк (1909 р.), а зараз на території країни діє 16 національних парків і близько 900 заповідників. Краса та різноманіття

природних ландшафтів, багата флора та фауна сприяють розвитку не лише екотуризму, а й різних видів екстремального туризму.

Столиця Швеції Стокгольм – одне з найбільш привабливих міст Європи. Місто багате пам'ятками, численні музеї та виставки постійно відкриті для всіх туристів. Це найбільш відвідуване туристами місто країни. Основний культурно-пізнавальний туризм припадає на визначні пам'ятки столиці – Королівський палац, Збройна палата, Королівський монетний двір, Казначейство. У національному музеї, художній галереї «Лільєвальс» зібрані твори майстрів зі всього світу. Туристів приваблює щоденна церемонія зміни варти. У передмісті знаходиться знаменитий палац Дротнінггольм (XVII ст.) з чудовим парком.

У Гетеборзі можна відвідати художню галерею. У місті Упсала – собор в готичному стилі (1289-1435), Університет, у Вастерас – готичний собор (1271), замок XII ст., парк зі статуями історичних особистостей. Лінчепінг знаменитий собором XII ст. і замком XIII ст., а Норчепінг – церквою Хедвіга (1675). Основні визначні пам'ятки Йенчепінгу – це кілька церков XIV-XVII ст. У Кальмарі – залишки фортеці Кальмарнаус (XII ст.). У Мальме знаходиться замок Мальмехус (XV ст.) [2].

Отже, Швеція володіє досить потужним та стійким туристсько-рекреаційним потенціалом, має всі умови для розвитку міжнародного туризму, що робить цю країну дуже привабливою для туристів зі всіх куточків світу.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації (UNWTO). URL: <http://media.unwto.org>.

2. Путила В. О. Основні чинники та сучасний стан розвитку туризму у Швеції. *Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції 14-15 травня 2015 р.* Луцьк: Вежа-Друк, 2015. URL : <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/18/963/>.

3. Рейтинг конкурентоспроможності країн світу 2021. URL: <https://www.campigroup.com/news/2021/rejting-konkurentosposobnosti-stran-2021-imd/>.

Бриков К. А., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ОСНОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЙ В ЧЕХІІ

Чеська Республіка виділяється серед європейських країн високим рівнем розвитку туризму, маючи потужний туристично-рекреаційний потенціал й прекрасні можливості для розвитку різноманітних видів туризму та активного відпочинку. Відмінності в природно-рекреаційних

умовах, наявність багатьох історико-культурних пам'яток у різних регіонах країни зумовлюють специфіку туристичного районування Чехії. Відповідно до класифікації Чеського національного управління туризмом «ЧехТуризм» у 2010 р. на території країни виділено 15 туристичних районів, кожен із яких має свою специфіку рекреаційних умов та ресурсів й відповідну туристичну спеціалізацію, відіграє певну роль у розвитку туристичної галузі в країні [2].

На території регіону розміщені Крушні (Рудні) й Лужицькі гори та Чеське Середньогір'я, а також скелі Тиських стін і «Чеської Швейцарії». Серед природних багатств цього краю особливо виділяються національний парк «Чеська Швейцарія», де збереглися недоторканими природні ландшафти з чудовими краєвидами та розмаїттям флори й фауни, а також низка інших заповідних об'єктів – ландшафтні заповідники «Лабске пісковце», «Лужицькі гори», регіональний ландшафтний парк «Кокоржінско», а також 136 інших заповідних територій і пам'яток природи. У верхній течії р. Лаба (Ельба) недалеко від м. Дечин розміщена чеська частина Ельбських Піщаникових гір, які називаються в німецькій частині Саксонською Швейцарією, а в Чехії – *Чеською Швейцарією*. Ця місцевість утворилася декілька тисячоліть тому, коли вулканічні породи досягли земної поверхні й тут сформувались ущелини, каньйони та інші скельні утворення. Чеська Швейцарія має статус національного парку з 2000 р. Тут розміщені найбільші в Центральній Європі природні «річкові ворота» – міст-арка Правчицькі ворота довжиною 25 м і висотою 21 м, які пробиті водою в масиві ельбських (лабських) піщаників.

В Чеській Швейцарії туристи можуть знайти безліч башт із гірських порід, цікаві оглядові майданчики й лабіринти, а також відомі місця паломництва. Територія регіону насичена великою кількістю історичних пам'яток, які приваблюють любителів історичного минулого. До найбільш відомих належать романська ротонда на горі Ржип, готична церква в м. Мост, замок Духков у стилі бароко [1].

Головне природне багатство регіону – мінеральні води. Лікувальні й гарячі джерела (відкритий басейн в Усті-над-Лабем і Дечині) приваблюють багатьох туристів. Тут функціонує багато курортів (Теплице, Біліна, Дубі, Клаштерець-над-Огржі, Мшене-Лазне та ін.) та здравниць, які мають давню історію.

На курортах регіону лікують хвороби нервової системи й опорно-рухового апарату, кровообігу, серця, судин, сечовивідних шляхів, порушення обміну речовин і роботи залоз внутрішньої секреції тощо. Регіон приваблює туристів своїм розмаїттям специфічних відпочинкових послуг, серед яких, окрім лікування та оздоровлення, широко представлені активні форми відпочинку: скелелазіння в районі Лабських піщаників, Єтршиховицьких стін, Правчицької брами й міжгір'я Грженско; велосипедні тури, кінні прогулянки, пішохідні екскурсії стежками Чеської Швейцарії («Лабська стежка», Крушногірська магістраль та ін.); водні

види спорту й відпочинку на Нехраницькому водосховищі й Каменцовому озері; автотури на гоночних автомобілях на автодромі м. Мост; параглайдинг і планеризм у районі гори Рана поблизу м. Лоуні; гірськолижний спуск і катання на лижах узимку в Крушних та Лужицьких горах тощо. Серед популярних гірськолижних центрів виділяються Клиновець, Боуржняк, Фарські врх, Кліни й Задні Теплице. Привабливою місцевістю для гірськолижників є й західна частина Лужицьких гір у районі Йіржетіна-под-Єдловой. Цікавою є найпротяжніша в Чехії підвісна канатна дорога на «Комаржі віжке» та інші туристичні об'єкти [1].

Отже, для розвитку туризму у Чехії велике значення має міжнародний туризм, тому країна посідає значне місце на світовому туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Туристично-рекреаційні ресурси Чехії.
URL:<https://konfgeolutsk.wordpress.com/2017/04/05/північно-західна-чехія-специфічний/>
2. Туристичне районування. Країнознавча характеристика Чеської Республіки : кол. моногр. / В. Й. Лажнік, І. П. Мандрик, В. О. Патійчук [та ін.] ; за наук. ред. В. Й. Лажніка. Луцьк : Вежа-Друк, 2015. С. 580–592.

Василенко І. В., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Діловий туризм (Business Travel або MICE) – один із напрямків сучасного туризму, що найбільш швидко розвивається останнім часом. Це один із найперспективніших напрямів сучасного туризму. Він є найбільш прибутковим і має величезне значення для приймаючої країни з економічної точки зору [1].

Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії [2]. На діловий туризм уже припадає \$399 млрд з \$6,5 трлн загальносвітового обороту туристичної галузі. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, протягом найближчих десяти років оборот ділового туризму збільшиться вп'ятеро – з \$399 млрд до \$2 трлн., а кількість ділових поїздок потроїться – з 564 млн заходів до 1,6 млрд [1].

На даний момент «пальму першості» за кількістю відвідувань бізнес-туристів зі всього світу тримає Європа. Найбільшою популярністю користуються ділові поїздки бізнесменів, тури на різноманітні

конференції, конгреси, виставки. Найбільші країни-постачальники туристів (Рис. 1).

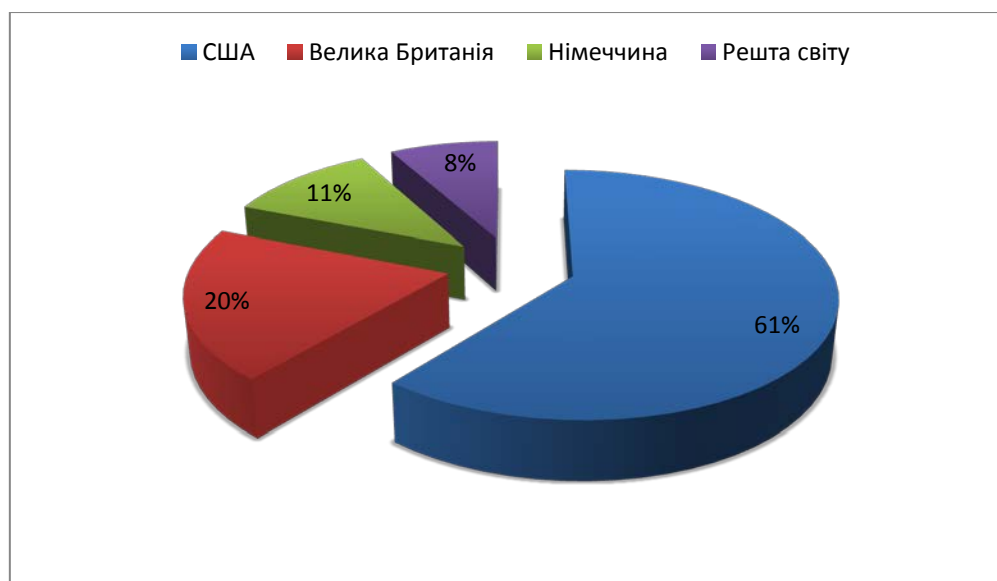


Рисунок 1 – Країни-постачальники клієнтів для ділового туризму
Джерело: складено автором за [1]

Сучасні процеси трансформації в економіці України особливо не впливають на основні принципи розвитку ділового туризму, зрештою, і на весь туристичний сектор. Тому існує ряд причин через, які іноземці не бажають їхати до України. По-перше, це загальна економічна ситуація у країні, внаслідок чого діловий туризм не розвивається на належному рівні. Крім того, відсутня нормальна інформаційна реклама, високі ціни на туристичні послуги у порівнянні з аналогічними можливостями інших країн (рис. 2.).

Головною перешкодою для розвитку ділового туризму є відсутність належного рівня обслуговування у готельному господарстві [3]. Будь-який готель має об'єднувати в єдиний комплекс бізнес-центр, центр дозвілля, підприємства сфери послуг і торгівлі. Менше 20 % українських готелів сьогодні відповідають вимогам міжнародних стандартів якості за рівнем комфорту бізнес-класу [4].

Великий дефіцит у нашій країні і відповідних кадрів організації ділового туризму. Необхідна підготовка висококваліфікованих працівників відділів конференц-сервісу готелів, які були б здатні на відповідному рівні обслуговувати не лише форуми, конференції, семінари, конгреси, презентації тощо, а й організовувати корпоративні заходи культурно-розважального напрямку, тобто «дні компанії», свята, вечірки, поїздки містом тощо. Послуги з навчання та підвищення кваліфікації кадрів в сфері ділового туризму пропонує Асоціація ділового туризму України шляхом організації тренінгів, семінарів, міжнародних конференцій. Але цього недостатньо для забезпечення європейського рівня обслуговування [4].



Рисунок 2 – Ринок ділового туризму в Україні

Джерело: складено автором за [1]

Щоб вирішити дану проблему діловий туризм в Україні має розвиватися на ґрунті особливої української національної специфіки, на усвідомленому рівні відтворення національного середовища, певному колориті й атмосфері. За таких умов нудна і виснажлива поїздка перетвориться на свято, здатне реально підвищити працездатність і творчу активність. Головними тут для країни, що приймає, є приязне ставлення бізнес-туристів до України і бажання відвідати її ще раз [5].

Для вирішення даної проблеми та ознайомлення з тенденціями міжнародного ділового туризму, актуальності та перспективності даної галузі, в Україні 2005 р. була створена Міжнародна асоціація ділового туризму й торгівлі, а у лютому 2007 р. – Асоціація ділового туризму України, які покликані об'єднати фірми й організації, що працюють у даній сфері. Дані організації допомагають розвивати та вдосконалювати діловий туризм в Україні.

Підсумовуючі, зазначимо, що в Україні є ряд проблем, які гальмують розвиток ділового туризму. До них належать: нестача готелів у столиці та регіонах, недостатньо великих конференц-залів, готельних номерів поблизу виставкових центрів, а також низький рівень професійної підготовки кадрів, високі ціни, невідповідність стандартам. Їх вирішення дозволить значно поліпшити стан розвитку ділового туризму в Україні.

Список використаних джерел:

1. Максимюк М. Н. Оцінка стану та перспективи розвитку ділового туризму в Україні // Культура народів Причорномор'я. 2012. № 234. С. 67–70.
2. Країни організатори ділових поїздок. URL: <https://studfile.net/preview/2299597/page:50/>
3. Міжнародний юридичний досвід правового регулювання. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/sokolova.htm

4. Нормативно-правова база. URL: <https://buhgalter911.com/uk/normativnaya-baza/#:~:text=%D0%B2%D0%BD%D1%96%D0%B9%20%D1%81%D1%84%D0%B5%D1%80%D1%96>.

5. Обов'язки продавця та організатора туристичних послуг в країнах Європи: European Commission. ICT & Tourism Business Initiative. URL: http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/ict/index_en.htm.

Гостроух Р. Р., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

МОТИВАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ ПРИБУТТІВ ДО ІТАЛІЇ

Італія – країна Середземномор'я, що перетворилася сьогодні на світовий центр рекреації і туризму. Частка туризму у ВВП країни становить близько 25%, у туристичній сфері зайнято 16,5% трудових ресурсів. За даними ЮНВТО країна входить у п'ятірку найрозвиненіших «туристичних» країн світу, на неї припадає 6% усього туристичного обігу планети [1].

Зважаючи на динамічні процеси зміни кон'юнктури світового ринку міжнародного туризму, виникає гостра необхідність в дослідженні сучасного стану та основних тенденцій розвитку туризму і мотивацій туристичних прибуттів в зазначеному регіоні.

Туризм – одна з найбільш динамічних галузей італійської економіки, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд дол. і виводить країну на 4 місце в світі та 3 місце в ЄС (після Іспанії та Франції) за розвитком туризму [1]. За оцінками фахівців Італія являє собою туристичний продукт вищого ступеня досконалості.

Туристичний бізнес Італії розвивається на основі потужного природно-рекреаційного потенціалу. Особливо широко представлені ландшафтні та орографічні ресурси. Їх різноманітність дозволяє розвивати: гірськолижний туризм в Альпах, курортну справу на узбережжі морів, пізнавальний туризм на основі унікальних природних об'єктів. Особливе місце серед бальнеологічних ресурсів посідають термальні води та мінеральні грязі, що обумовлено геологічною будовою Апеннінського півострова. В країні налічується понад 850 природоохоронних територій різних категорій, що зумовлює розвиток екологічного туризму [2]. Особливе місце в історико-культурній спадщині країни займає італійська кухня. Подієві ресурси Італії є також невід'ємним елементом її культури і традицій.

Внесок Італії до світової культурної спадщини – найбільший у Європі за кількістю пам'яток ЮНЕСКО. Їх в країні налічується 53.

Щорічно Італію відвідують близько 60 млн. іноземних туристів, переважно з Німеччини, Франції, Австрії, Швейцарії та Іспанії. Основні мотиви прибуття в країну іноземних туристів представлені на рис. 1.

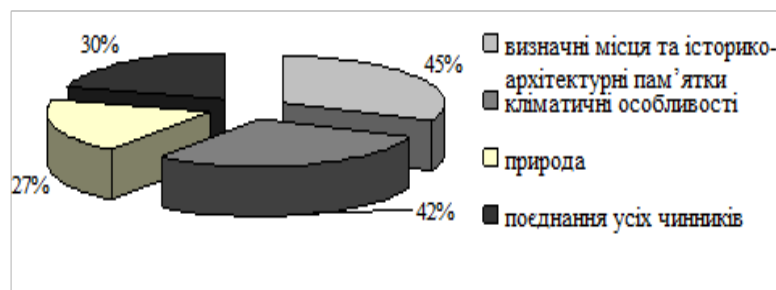


Рис. 1. Мотивація туристичних прибуттів до Італії
Джерело: складено автором за [2]

Туризм є однією з найбільш важливих складових частин урядової програми з розвитку Італії, особливо півдня країни. Для підвищення туристичної привабливості даного регіону вирішено створити туристичний об'єкт – аналог «Діснейленду». Це дасть можливість збільшити доходи державного бюджету від туризму [3].

Отже, для розвитку туризму в Італії велике значення має міжнародний туризм, тому що країна посідає значне місце на світовому туристичному ринку.

Список використаних джерел:

1. Туризм в Італії/ URL: <http://www.geograf.com.ua/italy/542-italy-tourism/>
2. Туристичний бізнес Італії/ URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/5036/1/%>.
3. Сучасний стан розвитку туризму в Італії/ URL: <https://sport.bobrodobro.ua/24712/>

Губа К. О., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Лікувально-оздоровчий туризм – спеціалізований вид туризму, спрямований на відновлення здоров'я чи профілактику (попередження) захворювань, метою якого є лікування, оздоровлення, рекреація і відпочинок. Метою лікувально-оздоровчого туризму є комплексне та раціональне використання природних лікувальних ресурсів в лікувально-профілактичних цілях. Відповідно до вищесказаного, лікувально-оздоровчий туризм поділяється на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний (веллнес-туризм), спрямований на підтримку організму в здоровому стані і

збереження баланс між фізичним і психологічним здоров'ям людини. Веллнес туризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [1].

Отже, лікувально-оздоровчий туризм – спеціалізований вид туризму, спрямований на відновлення здоров'я чи профілактику (попередження) захворювань, метою якого є лікування, оздоровлення, рекреація і відпочинок. Метою лікувально-оздоровчого туризму є комплексне та раціональне використання природних лікувальних ресурсів в лікувально-профілактичних цілях. Відповідно до вищесказаного, лікувально-оздоровчий туризм поділяється на лікувальний, метою якого є власне лікування, терапія, реабілітація після захворювань, і профілактичний (веллнес-туризм), спрямований на підтримку організму в здоровому стані і збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини. Веллнес туризм, у свою чергу, може бути активним (спорт і фітнес) та пасивним (програми краси) [3].

Станом на кінець 2020 р., в структурі закладів лікування більша питома вага припадає на дитячі заклади відпочинку – 81,9%, бази відпочинку та інші заклади - 11,8%, найменше на санаторії та пансіонати з лікуванням -2,7%, дитячі заклади оздоровлення всього лише – 2,3%, будинки та пансіонати відпочинку - 0,6%, санаторії та профілакторії - 0,5%, оздоровчі заклади 1-2 денного перебування склали – 0,10%, останнє місце займають бальнеологічні заклади лікування -0,01% про що свідчать дані діаграми на рисунку (рис.1).

Кількість дитячих закладів оздоровлення цілорічної дії у 2018 р. порівняно з 2017 р. зменшилась на 417 од. (4,3 %), а у 2019 р. порівняно з 2018 р. на 520 од. (5,6 %) (табл.1). А кількість місць при цьому в 2019 р. порівняно з 2018 р. підвищилась на 4 од. (4,3 %). Разом з тим, кількість дітей, які відпочили та оздоровились у дитячих закладах, скоротилась з 970 тис. осіб у 2017 р. до 907 тис. осіб у 2019 р. [2].

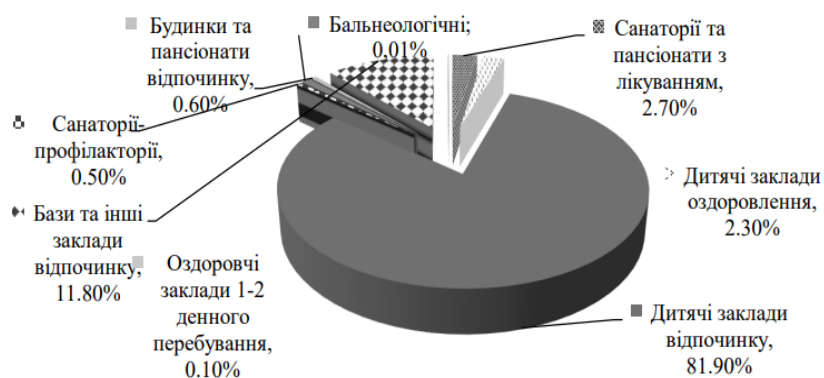


Рисунок 1 – Структура закладів лікувально-оздоровчої сфери в Україні (2021 рр.)

Джерело: складено автором за [2]

Таблиця 1– Показники функціонування дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, які працювали влітку в Україні за 2017–2019 рр.

Роки	Кількість закладів, одиниць, од.		У них місць, одиниць, од.		Кількість дітей, які перебували у закладах, осіб	
	усього	у тому числі	усього	у тому числі	усього	у тому числі
		Заклади оздоровлення		Заклади оздоровлення		Заклади оздоровлення
2017	9 745	299	1 06	73	970	188
2018	9 328	244	9 4	63	921	172
2019	8 808	241	9 8	63	901	167
Відхилення 2018/2017 р.: абсолютне, (+; -)	- 417	-55	- 12	-10	-49	-16
відносне, %	9 5,7	81,6	8 8,7	86,3	94, 9	91,5
Відхилення 2019/2018 р.: абсолютне, (+; -)	- 520	-3	4	-	-14	-5
відносне, %	9 4,4	98,8	1 04,3	100,0	98, 5	97,1

Джерело: складено автором за [2]

За основними лікувальними закладами, санаторіями, показники схожі із загальною кількістю санаторно-курортних закладів. Тут лідирують Львівська область – 47 од. (10,4 %), Одеська та Київська області, відповідно – 32 од. (7,1 %) та 28 од. (6,2 %) та Вінницька області (4,7 %). В даних регіонах знаходиться більше половини усіх санаторіїв України. Це

регіони з великим ресурсним потенціалом. Львівська область є центром бальнеолікування.

Список використаних джерел:

1. Волкова І. І. Розвиток санаторно-курортних закладів України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. Серія : Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм. 2013. Вип. 2. С. 120–125.

2. Інтернет-проект «Санаторії та курорти України». URL : <http://www.sanikur.com>.

3. Парфіненко А. Ю., Волкова І. І., Щербина В. І. Проблеми та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму в Україні. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна*. 2018. Вип. 7. С. 1–6.

Дашко В. Ю., здобувач Чорноморського національного університету імені Петра Могили

(науковий керівник – Лазарева О. В., д-р екон. наук., професор, професор кафедри управління земельними ресурсами

Чорноморського національного університету імені Петра Могили)

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Сучасний туристичний сектор поступово розвивається, сприяючи соціально-економічному зростанню багатьох країн світу. Зазначені тенденції суттєво впливають на розвиток конкретної держави. Значне піднесення спостерігається і в тих сферах економіки, які певним чином забезпечують створення інфраструктури міжнародного туризму. Тому в одних країнах світу туризм став важливим джерелом державного бюджету, а в інших – провідною галуззю економіки.

Розвиток туристичної галузі сприяє збільшенню надходжень до бюджету, створенню нових робочих місць, розвитку інфраструктури, будівництву нових туристичних об'єктів, посиленню охорони та реконструкції існуючих історико-культурних пам'яток [1]. У багатьох країнах світу туризм став важливим джерелом доходів бюджету, розбудова рекреаційно-туристичної галузі та посилення її впливу на економічний розвиток стали одним із пріоритетних напрямків розвитку світового господарства.

Проте внаслідок різного рівня соціально-економічного розвитку окремих країн і регіонів міжнародний туризм розвивається досить нерівномірно, оскільки реагує на будь-які коливання ринкового середовища. Окремі країни чи цілі континенти під час цих подій зазнають значних збитків, оскільки туроператори відмовляються співпрацювати з

готелями, скорочуються туристичні потоки, падають доходи як окремих турфірм, так і надходження до державних бюджетів.

Інші країни внаслідок зміни сучасних пріоритетів, навпаки, стають центрами туристичної індустрії та стрімко розвиваються у даній сфері. Крім того, попит у сфері міжнародного туризму залишається на належному рівні, незважаючи на економічну невизначеність на туристичних ринках, негативні події в окремих країнах, політичні хвилювання чи складні погодні умови в окремих регіонах.

Проаналізувавши звітні дані, представлені Всесвітньою туристичною організацією [2] зазначимо, що однією з основних тенденцій розвитку міжнародного туризму є постійне зростання світового туристичного потоку [1]. Але, на жаль, через пандемію Covid-13 кількість міжнародних турпоїздок значно скоротилась. Наприклад, у квітні 2021 року кількість поїздок зменшилася на 86% порівняно з тим же місяцем допандемійного 2019 року, у травні скорочення склало 82%. Це невелике поліпшення пов'язано з тим, що деякі країни почали послаблювати обмеження на поїздки. Відповідно до статистичної інформації [2], за п'ять місяців 2021 року в світі було зафіксовано на 147 млн міжнародних прибуттів осіб менше, ніж за той самий період 2020 року, і на 460 млн менше, ніж у 2019 році. Падіння порівняно з періодом до пандемії коронавірусу становить 85%. Найбільш помітним зниження кількості поїздок було в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні – з січня до травня 2021 року вона скоротилася на 95% проти такого самого періоду 2019 року. Європа, де зниження становило 85%, показала другий результат. На Близькому Сході кількість прибуттів осіб скоротилося на 83%, в Африці – на 81%, в Америці – на 72%, все це відображено на діаграмі (рис. 1).

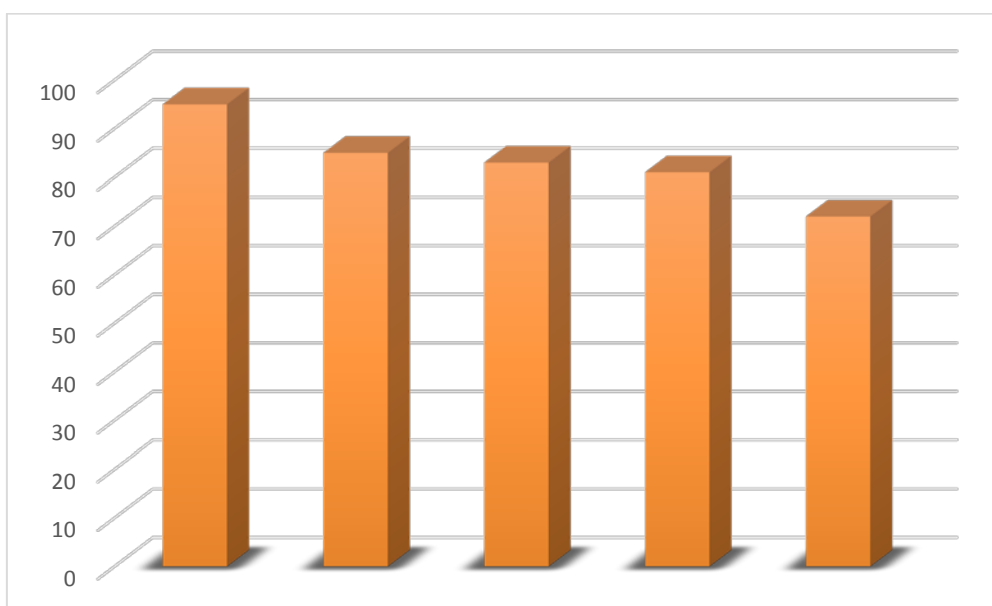


Рис. 1. Зниження кількості поїздок по окремих регіонах, %

Джерело складено автором за [2]

Підсумовуючи вище викладене, зауважимо, що індустрія туризму стає все більш важливим гравцем у просторі світової економіки та вагомим джерелом валютних надходжень для багатьох країн. Але в даний час туризм залишається складним і багатогранним явищем з великою диференціацією векторів розвитку.

Проаналізовані дані свідчать, що туристична галузь на даному етапі розвитку має суттєві проблеми, пов'язані з низкою факторів, у тому числі з пандемією Covid-19, але це не заважає їй з кожним днем розвиватися та удосконалюватися.

Список використаних джерел:

1. Сливенко В. А. Тенденції та проблеми розвитку міжнародного туризму на сучасному етапі // Вісник Дніпропетровського університету. 2014. №6. С. 80–84.
2. International Tourism Highlights, 2020 Edition. URL : https://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2020.pdf.

Закуцька Є. Р., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З.В., к.г.н.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ЕЛЕКТРОННІ КАРТИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ У ТУРИЗМІ

Туристичну сферу неможливо уявити без картографічних даних. Ще 4000 років тому єгиптяни створили першу карту на шматку глини, далі цю ідею розвивали Ератосфен, Гіппарх, Птолемея тощо [1]. Таким чином, мапа світу дійшла і до сьогодення і зараз має більш менш точний вигляд. Із розвитком та удосконаленням карти світу, розвивались і подорожі, експедиції, а отже і туризм.

Так само карта важлива і сьогодні. У порівнянні з часом появи першої карти та картою 21 століття, вона вже має здебільшого інше призначення. Одне з таких призначень – туристична сфера.

Є два загальновідомих варіанти карти: друкована та електронна.

Друкована карта має перевагу в тому, що її можна використовувати у будь-якому місці і будь-де, адже вона не потребує наявності інтернет-зв'язку та електронних пристроїв. Проте її недолік у незручності перенесення та високій спроможності псування. Електронна карта більш мобільна та може містити у собі набагато більше інформації, аніж паперова. Зараз у світі наявна велика кількість електронних карт, які можна завантажити, наприклад, на смартфон та використовувати без перешкод. Усім відомий додаток «Google my maps» дозволяє безкоштовно створювати власні туристичні маршрути та вивчати певну місцевість, знаходити потрібний громадський транспорт, готелі, ресторани, музеї тощо. Електронні карти використовуються екскурсводами та

гідами при створенні промо-карт для того, щоб зрозуміти кілометраж туру та розташування усіх об'єктів.

Наприклад, на основі даних курсової роботи з дисципліни «Туристичне країнознавство», на тему «Географічні основи розвитку туризму у Шрі-Ланці», була створена електронна карта у додатку «Google my maps» з найбільш популярними об'єктами серед туристів Шрі-Ланки. Ця карта охоплює всю територію Шрі-Ланки, адже об'єкти розташовані у різних провінціях (рис. 1). На карті можна побачити такі об'єкти, як

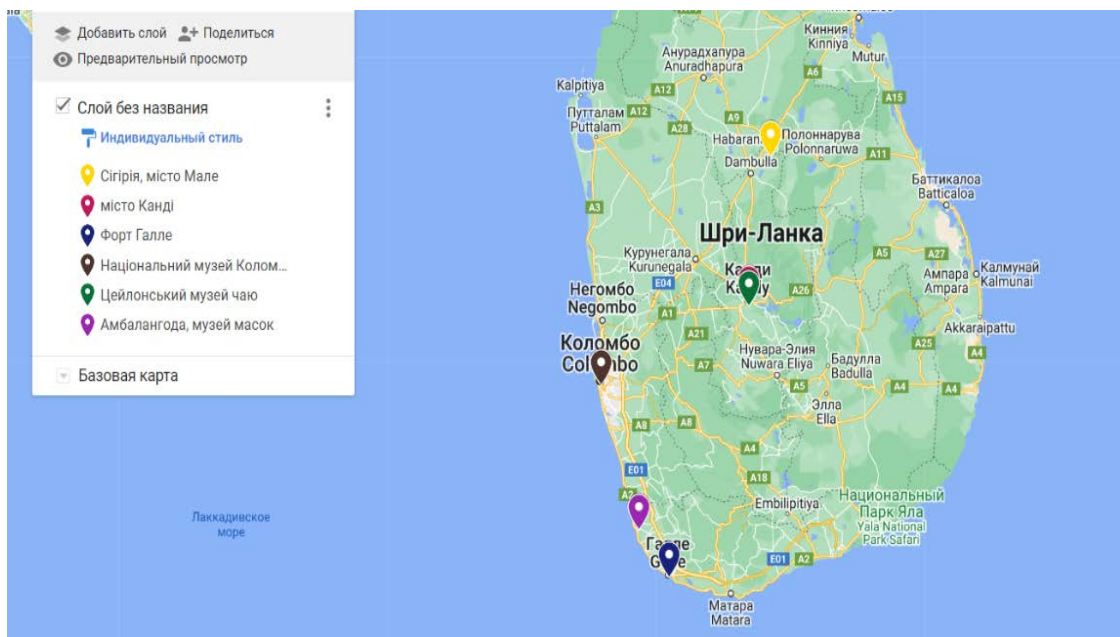


Рис. Приклад електронної карти об'єктів Шрі-Ланки, побудованої у програмі Google Maps

Джерело: складено автором

Сігірія, місто Канді, Національний музей Коломбо тощо. Цей приклад відображає карту лише з туристичними атракціями. Проте існують карти, на яких позначені не тільки атракції, а й туристична інфраструктура. Часто такі карти створюються у комерційних цілях. При покупці цього товару, турист зможе самостійно орієнтуватися не тільки на туристичні атракції, а й на об'єкти інфраструктури.

Скажімо, на навчальній практиці з дисципліни «Вступ до фаху» було завдання – створити туристичну карту міста з атракціями та інфраструктурою. На рис. 2 можна побачити різні позначки на карті міста Приморськ: червоні – це позначки атракцій (музей, парки, бібліотека тощо); зелені – це інфраструктура (готелі, ресторани, аптеки, магазини тощо).

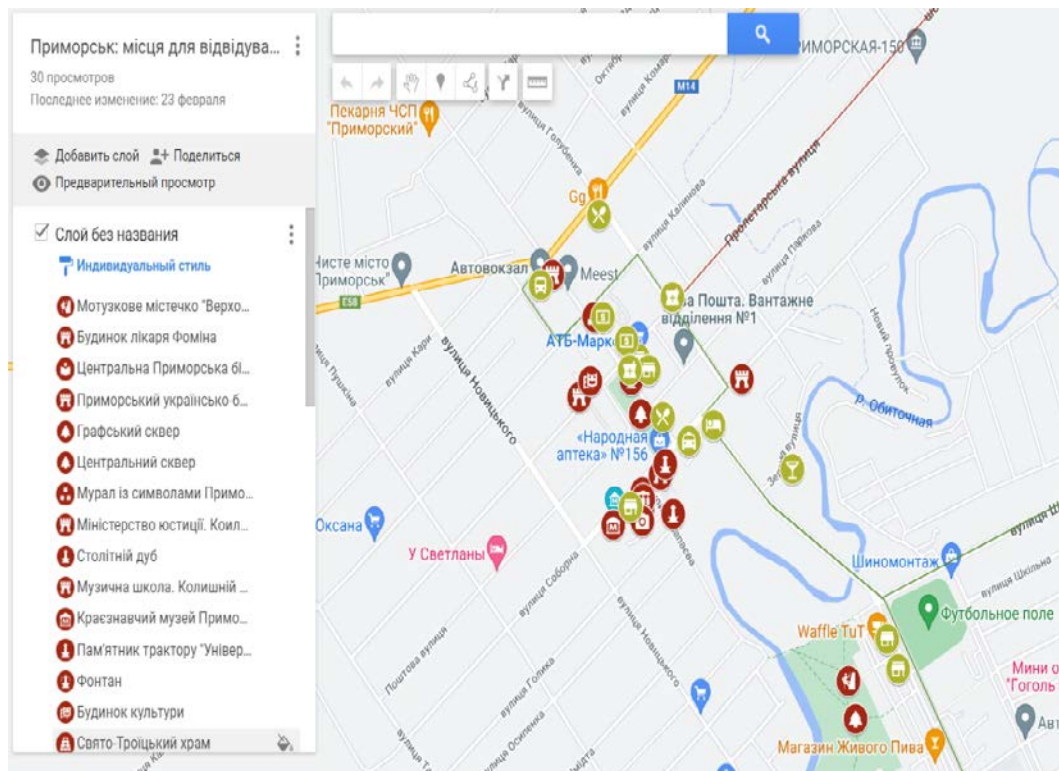


Рис. 2. Карта міста Приморськ з атракціями та інфраструктурою

Джерело: складено автором

Таким чином, електронні карти грають одну з провідних ролей у сучасному туризмі та його розвитку. Їх перевага у зручності та мобільності.

Список використаних джерел:

1. Хто придумав першу карту? URL: <https://sites.google.com/site/orientu-vannanamiscevosti/hto-pridumav-persu-kartu>.

Кисельова Д. С., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Вишнікіна О. В. к.х.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

УКРАЇНСЬКА КУХНЯ ЯК ОБ'ЄКТ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

З давніх-давен приготування їжі було дуже важливою справою. Згодом їжа та її приготування з необхідності перетворилося на задоволення, а згодом навіть на своєрідний культ. У наш час нічого не змінилося, смачно приготовлена їжа була і залишається однією з найпрекрасніших насолод. Сьогодні кожна країна, народ має свою кухню, тобто свої особливі, національні страви, які більше не зустрічаються в

жодних кухнях світу. Люди, подорожуючи, ніколи не забувають скуштувати національні страви країни, яка тепло та гостинно їх приймає. Звичайно, не обов'язково їхати в ту чи іншу країну, щоб скуштувати певну, бажану страву, варто лише відвідати тематичний ресторан відповідної кухні, яких, на щастя, дуже багато, або приготувати цю страву самій.

Українська кухня давно набула поширення далеко за межами України, а деякі страви української кухні, наприклад борщі та вареники, увійшли до меню міжнародної кухні, а борщ в 2022 році визнаний культурною спадщиною ЮНЕСКО.

Особливість української кухні можна помітити в великій кількості використання певних продуктів: багатий вибір м'ясних продуктів, овочевих, бобових та зернових культур. Одним з найулюбленішим і найбільш вживаним продуктом є сало. Другою особливістю української кухні є різноманітність технологій приготування страв: варіння, смаження, тушкування, запікання, квашення. Ще одна відмінність – багатокомпонентність страви на тлі одного головного і визначального складника: класичним прикладом є борщ, де до буряка додано ще два десятки компонентів, при чому смак кожного з інгредієнтів відмінно виражається та підкреслює один одного. Для української кухні характерне часте використання яєць, борошна та овочів. Національні страви – це вироби з простого бездріжджового тіста: вареники, куліш, галушки, шуліки, лемішки, гречаники, коржі та новіші кондитерські вироби – вергуни і ставбиці. Для кондитерських страв використовують переважно пісочне [1]. Поряд з борошняними виробами важливу роль відіграють овочі. Найпопулярніші овочі – буряк, бобові, морква, гарбуз, кукурудза та помідори. Їх використовують як гарнір до жирного м'яса або подають як окремі страви з салом. З овочів на першому місці, звичайно ж, буряк, який можна вважати національним овочем і, який вживають не тільки в свіжому, але і в квашеному вигляді. Приблизно з вісімнадцятого століття в Україну почалося споживання картоплі, яка стала важливою частиною основної страви. З прянощів та приправ народні рецепти української кухні активно використовують часник, цибулю, кмин, м'яту, дудник, червоний перець, чабер, корицю та лавровий лист. З фруктів і ягід, які люблять в Україні, можна назвати: вишні, сливи, груші, смородину, кавуни, яблука і малину. Поряд з фруктами, в сучасній українській кухні досить часто використовуються цукор і патока, як у чистому вигляді, так і в складі узварів, джемів і особливо мармеладу та кондитерських виробів. Дуже смачні страви, запечені у спеціальних керамічних горщиках: печеня, вареники зі сметаною, тушкована капуста, картопля з м'ясом та чорносливом [2].

Українська кухня увібрала в себе деякі риси німецької, угорської, турецької та татарської кухні. Зокрема, з німецької кухні прийшов прийом подрібнення м'яса, в українській кухні він проявився у вигляді фаршу. Угорська кухня відбилась у гуцульських стравах. На кулінарію українців

вплинули і політичні події ранніх періодів формування державності в Україні. Вважається, що на зло туркам, яким релігія забороняла вживати м'ясо свині, українські козаки вживали його із задоволенням, а із сала згодом зробили цілий культ. Як і будь-яка кухня з багатим історичним минулим, українська кухня є багато в чому регіональною. Саме тому західноукраїнська кухня помітно відрізняється від східноукраїнської; кухня Центральної України, особливо районів центру Правобережжя, є найбільш різноманітною. Популярний в Україні борщ має безліч різновидів, практично в кожному регіоні його готують за своїм особливим рецептом. Буряковий квас досі використовують на Галичині. Там також додають у страву гриби й чорнослив. Водночас на Прикарпатті роблять гуцульський борщ із білого буряка. Традиційним для Львова вважають борщ без капусти, для Києва – з бараниною та яловичиною, для Полтави – на гусячому бульйоні. Цікаво, що у борщ по-харківськи додають пиво. Борщ на Донеччині вважається справжнім без використання м'яса. Водночас до нього додають рибні косерви. Риба є інгредієнтом й одеського борщу. На Чернігівщині до страви додають велику кількість різноманітних овочів, які є нехарактерними для інших регіонів, зокрема, кислі яблука. Є рецепти борщу навіть з лісовими ягодами, наприклад, на Поліссі борщі підкислювали ягодами, зокрема, журавлиною. У кількох регіонах України додають до борщу ще й в'ялені грушки [3].

Отже, можна зробити певний висновок, що українська кухня є однією з найсмачніших кухонь світу, зі своєю історією, звичками та традиціями, тому саме цю кухню потрібно просувати у всьому світі, щоб наша національна кухня мала якомога більше прихильників.

Список використаних джерел:

1. Формування української кухні. URL: http://www.ji.lviv.ua/n73texts/Formuvannya_ukrainskoj_kuhni.ht
2. Українська кухня. URL: <https://ppt4web.ru/tekhnologija/ukrainskaja-kukhnja.html>
3. Новини Чернігова. Види борщу. URL: https://smachnonews.24tv.ua/yaki-vidi-borshhu-ye-ukrayini-yak-yogo-gotuyut-novini-chernigova_n1558326

Максименко В. Д., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ІСПАНІЇ

Іспанія – країна, яка має можливості для організації туризму, широкий спектр кліматичних, географічних та етнокультурних характеристик, які роблять цю країну особливо привабливою для туристів. В останні роки зростає частка й українських туристів (15 тис. осіб у рік) [3].

Видовий туристичний асортимент Іспанії включає пляжний, культурно-пізнавальний, агротуризм, діловий, гастрономічний, спортивний, видовищний види туризму, тощо [3].

На території країни нараховується 41 пам'ятка, що включена до пам'яток всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, 30 серед яких – це міста історичної спадщини людства. У країні розміщено 126 природних і 25 регіональних парків, виділених відповідно до природних комплексів; існують різні види поселень, у яких можна розвивати агротуризм. Також в Іспанії функціонує розгалужена мережа музеїв [2; 3].

На території країни розташовується більше 2000 мінеральних і термальних джерел, що сприяє розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Також завдяки своєму клімату і гористій місцевості країна приваблива й для гірськолижного відпочинку [3].

Іспанія – європейський лідер розвитку пляжно-курортного туризму. Цьому сприяють її достатньо теплий клімат і значна інсоляція. Курортні зони тягнуться вздовж Середземноморського узбережжя; вони локалізовані й на Балеарських і Канарських островах. Також щороку зростає курортна привабливість Північної Іспанії, де клімат більш прохолодний і вологий. Тут містяться основні гірськолижні туристичні курорти країни [4].

Найпопулярнішим серед іноземних туристів в Іспанії вважається видовищний туризм. Багатство й давність традиційної іспанської культури, різноманітність її витоків визначили красу та оригінальність свят і масових видовищ в Іспанії. Видовищний туризм включає в себе проведення різноманітних заходів, наприклад щорічних фестивалів збору врожаю, «томатних боїв», перегонів биків, «похорону сардини», кориди тощо [1].

Проаналізувавши в'їзний туристичний потік до Іспанії станом на 2021 рік, можемо відзначити, що більшість туристів відвідали країну з Португалії (41,4%), Франції (13,44%), Італії (21,08%), Німеччини (6,10%) та України (3,20%). Загальний обсяг у структурі іноземного туризму становить 85,2% (рис.1).

Загальний обсяг виїзного туризму в Іспанії становить 74,28%. Серед країн, які відвідали іспанці в 2021 році слід виділити Португалію (27,72%), Францію (10,15%), США (8,25%). Більшість туристів з Іспанії подорожують саме до сусідніх країн, це говорить про те, що між Іспанією та їхніми сусідами досить добре розвинені міжнародні економічні зв'язки, дипломатичні відносини а також досить добре розвинене зручне транспортне сполучення [1].

Отже, туризм сприяє підтримання миру та порозуміння між країнами. Іспанія займає друге місце в рейтингу світових туристичних держав за розмірами отримання доходу від туризму та третє за кількістю відвідувань. Не дивлячись на економічні складнощі, країна отримує великі доходи від туризму у державний бюджет та забезпечує працевлаштуванням та валютним заробітком населення.

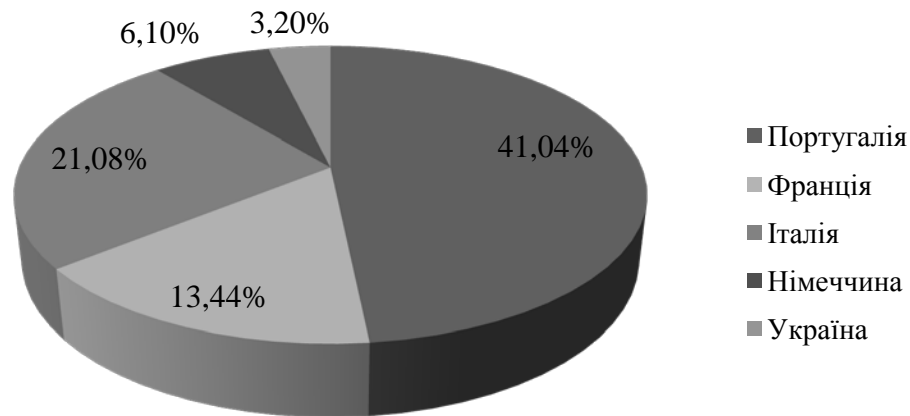


Рис. 1. Візити іноземних туристів до Іспанії станом на 2021 рік
Джерело: складено автором за [1]

Список використаних джерел:

1. Number of international visitors in Spain from 2000 to 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/446278/annual-foreign-visitors-to-spain/>
2. Довгань А. І. Стан та перспективи розвитку сучасної туристичної галузі. URL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/6807/1/Dougan.pdf>.
3. Патійчук В., Карпюк К. Особливості розвитку видовищного туризму в Іспанії. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки : наук. журн. Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки*. Луцьк, 2018. № 3 (376) : Географічні науки. С. 72–81.
4. Комлик Н. О., Зігунова І. С. Туристичні ресурси Іспанії та їх вплив на розвиток туризму в країні. *Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції з міжнародною участю «Стан і перспективи сучасного туризму»*. Збірник наукових праць. Суми. СумДПУ імені А. С. Макаренка, 2018. С. 175–181.

Малявін Л. В., здобувач Чорноморського національного університету імені Петра Могили
(науковий керівник – Лазарева О. В., д.е.н., проф.,
професор кафедри управління земельними ресурсами
Чорноморського національного університету імені Петра Могили)

ДЕТЕРМІНАНТИ ЗБАЛАНСОВАНОГО ЕКОТУРИЗМУ В КРАЇНАХ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

На сьогоднішній день екотуризм набирає все більшої актуальності, як важливий напрям рекреаційної діяльності. Поява екотуризму зумовлюється тим що масштаби туристичної справи набули великого значення у світі та пов'язаних з тим наслідків, що безсумнівно потребує нових ідей та пропозицій стосовно вирішення проблем навколишнього середовища.

Вивчаючи аспекти ведення збалансованої туристичної діяльності в країнах Європейського Союзу, необхідно зазначити, що для українських реалій її використання має надзвичайну важливість.

Наприклад, у Німеччині становлення екотуризму почалося з впровадження концепції його розвитку у периферійних сферах та регіонах [1] завдяки наданню пропозицій більш дешевого відпочинку на природі з використанням елементів природно-ресурсного потенціалу.

В Італії розвиток туризму заснований на зростанні інтересу до зеленого туризму, що передбачає не тільки відпочинок на природі, а й отримання переваг від сільського укладу життя та екологічно чистих продуктів харчування [2, с. 17].

В Іспанії та Франції досить розвинена туристична інфраструктура та наявні різноманітні види збалансованого туризму у сільській місцевості [3].

Туризм у Португалії є привабливим завдяки високому рівню розвитку курортно-пляжного, культурно-пізнавального, лікувально-оздоровчого, екскурсійного та спортивного туризму [4, с. 155].

Зазначимо що використання досвіду розвитку екотуризму в країнах Європейського Союзу дасть змогу уникнути прорахунків у галузі в Україні та її регіонах. Сьогодні заслуговує на увагу розвиток сучасних технологій у сфері міжнародного туризму за рахунок використання можливостей Інтернету та мобільних додатків.

Дуже важливим фактором розвитку екотуризму є транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу, за якої лідери світової індустрії диверсифікують свою діяльність через розширення спектра видів діяльності та повнішого географічного охоплення масштабів діяльності на багатьох континентах, інвестування коштів у різні сфери розвитку туристичної індустрії, залучення додаткових ресурсів шляхом виходу на світові фондові ринки.

На розвиток міжнародного туризму мають вплив й екологічні чинники. Тому в окремих країнах вже сьогодні впроваджуються програми боротьби з “овертуризмом”, які мають на меті не допустити погіршення впливу на локальне екологічне середовище не зважаючи на те, що з кожним роком кількість туристів невпинно зростає.

Для успішного виходу на міжнародний туристичний простір успішним інструментом є краудфайдинг у сфері туризму, що означає фінансування та соціальне підприємництво, яке допомагає місцевим громадам природних територій об'єднувати ресурси задля організації еколого туристичних заходів, що справлятимуть інтерес для місцевого населення. Заслуговує на увагу і новаторський краудфайдинг, що передбачає впровадження проєктів, метою яких є розробка нових продуктів та технологій у науково-виробничій сфері. Такий підхід, заснований на використанні принципів соціального підприємництва та бізнес-активності в сфері екотуризму, призведе до посилення синергетичного ефекту завдяки впровадженню нових креативних рішень, що дозволить отримати певні конкурентні переваги під час реалізації проєктних рішень та бізнес-ідей.

Успішний розвиток туристичного простору формується і за рахунок кластерного підходу. Кластери у сфері екотуризму в країнах Європейського

Союзу є у Німеччині, Італії, Франції, Швеції, Данії, Фінляндії, на які припадає 66,5 % всіх створених у Європейського Союзу кластерів [5]. Кластеризація у сфері туризму сприяє інтеграції ресурсного, економічного, кадрового потенціалів, що здатні створити синергетичний ефект розвитку туристичного потенціалу для отримання нових можливостей розвитку туристичного простору.

Відповідно до цього, дослідження переваг раціонального прогресу екотуризму в країнах Європейського Союзу говорить про пріоритетні напрями раціонального прогресу, а саме такі, як розвиток більш модернізованих технологій у галузі міжнародного туризму. Запропоновані детермінанти у країнах Європейського Союзу та впровадження його перспектив для України безпосередньо дозволять забезпечити ефективне використання природно-ресурсного потенціалу.

Список використаних джерел:

1. Пітюлич М., Михайлюк І. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/pitulych.htm
2. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
3. Офіційний сайт Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні. URL: <http://www.greentour.com.ua/ukrainian/>
4. Мандрик І.П., Степасюк І.В. Особливості розвитку туризму в Португалії. *Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки*. 2012. № 9 (234). С. 153–158.
5. Крайник О., Біль М. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm

Мезенцева М. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Бойко З.В., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

РІВЕНЬ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ШВЕЦІЇ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ТУРИЗМ У ДЕРЖАВІ

Швеція – це країна, яка приваблює туристів своєю унікальністю. Історично Швеція піднялася з бідності до передової держави із високорозвиненим постіндустріальним суспільством із одним з найвищих у світі рівнем добробуту, рівнем життя та його тривалістю. Економіка Швеції залишається відносно стабільною протягом останніх кількох десятиліть і в цілому стабільно зростала з 1970 року. Сьогодні інфляція низька, а банківська система відносно здорова. Але так було не завжди. Наприкінці 1980-х і на початку 1990-х років шведська економіка страждала від низького зростання та високої інфляції, а шведська крона неодноразово девальвувала. Під час серйозної фінансової кризи на початку

1990-х років шведські банки стали нестабільними, два з них були націоналізовані, внаслідок безробіття різко зросло, державні витрати, як і державний борг, теж зросли [3].

Шлях назад до стабільності був нелегким. Але проводячи реформи і дотримуючись їх, Швеція трансформувала свою економіку, відкриваючи шлях для стійкого зростання в умовах глобальної економічної невизначеності. За даними Світового банку, станом на 2020 рік ВВП на душу населення в державі становить 52 274 доларів (рис. 1) [1]. Рівень безробіття становить 8,45 % на 2022 рік.

Сьогодні Швеція має різноманітну та висококонкурентну економіку. У світовому рейтингу конкурентоспроможності IMD 2021, який включає 64 країни, Швеція посіла друге місце після Швейцарії та перед Данією [3]. Цей звіт відзначається наслідками пандемії і вказує на те, що країни з певними економічними системами діяли краще, незважаючи на рівень зараження. У 2018 році витрати на туризм становили 337 мільярдів шведських крон, що на 6% більше, ніж у 2017 році. Додана вартість, створена цими витратами, склала 2,6% у ВВП Швеції [1].

У своєму останньому рейтингу перед пандемією Global Competitiveness Report 2019, Всесвітній економічний форум, включив Швецію в десятку найбільш конкурентоспроможних країн світу, зазначивши: «Швеція, Данія та Фінляндія не лише стали одними з найбільш технологічно розвинених країн світу, маючи найбільш інноваційні та динамічні економічні системи у світі, але також забезпечують кращі умови життя та кращий соціальний захист, є більш згуртованими та більш стійкими, ніж інші з аналогічним рівнем конкурентоспроможності» [3]. Швеція набрала 81,25 бали зі 100 у звіті про глобальну конкурентоспроможність за 2019 рік, опублікованому Всесвітнім економічним форумом (рис. 2) [2].



Рис. 1. ВВП на душу населення, Швеція

Джерело: складено автором за [1]

Швеція має максимально сприятливу інфраструктуру, рівень соціально-економічного розвитку та суспільно-культурне положення для процвітання туризму. Отже, серед переваг туризму саме у Швеції на світовому туристичному ринку в першу чергу виступає той факт, що окрім того, що Швеція є однією з найщасливіших країн світу, вона також вважається безпечнішою, ніж багато інших країн. У порівнянні із іншими країнами Північної Європи, туристичні потоки Швеції мають величезний вплив на національну економіку. Держава славиться розвиненою

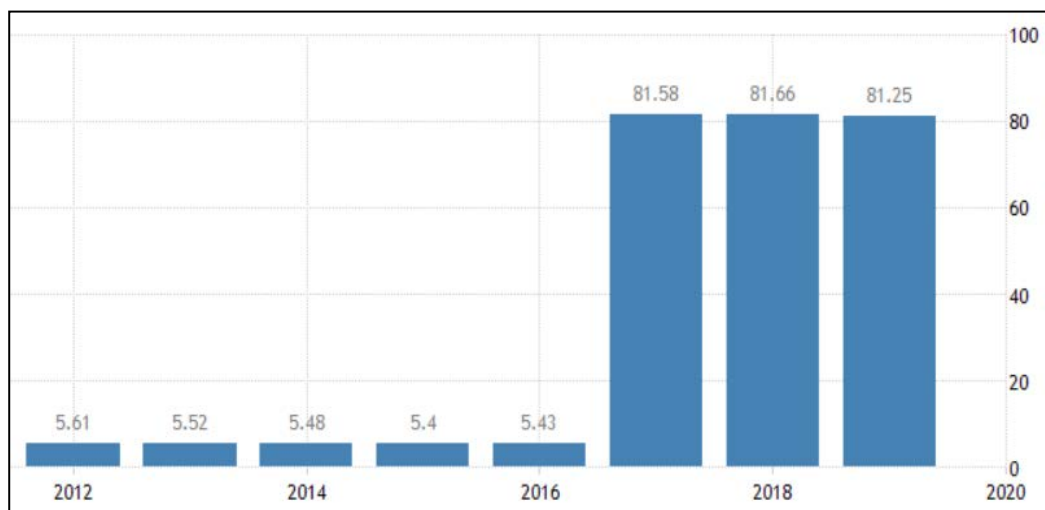


Рис. 2. Індекс конкурентоспроможності Швеції

Джерело: складено автором за [2]

туристичною інфраструктурою, що є невід'ємним складником для процвітання даної сфери.

Список використаних джерел:

5. GDP per capita (current US\$) – Sweden. URL: <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=SE>
6. Sweden Competitiveness Index. URL: <https://tradingeconomics.com/sweden/competitiveness-index>
7. The Swedish economy. URL: <https://sweden.se/work-business/business-in-sweden/the-swedish-economy>

Мешечко О. К., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ ПРИРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ УКРАЇНИ

Україна є однією з найбільших за розміром країн Європи. Її площа становить 603,7 тис. км². Україна перевищує територію Франції, Іспанії та Швеції [2].

Відповідно до Закону України «Про туризм», туристичними ресурсами України є пропоновані або такі, що можуть пропонуватися,

туристичні пропозиції на основі та з використанням об'єктів державної, комунальної чи приватної власності [1]. Україна має всі необхідні ресурси для розвитку подорожей і оздоровлення: сприятливі природні умови, історико-культурні, матеріальні та людські ресурси, а найголовнішими та найвизначнішими її ресурсами на міжнародному рівні є природні туристичні ресурси [2]. Серед природних ресурсів особливе місце належить кліматичним, оскільки саме вони визначають просторову організацію відпочинку. Кліматичні курорти й курортні місцевості наявні в усіх природних зонах України. Найсприятливіші кліматичні умови для лікування та відпочинку склалися на вузькій приморській смузі, де знаходяться основні приморські кліматичні курорти України: Бердянськ, Кирилівка, Скадовськ, Святогірськ та ін [3].

Важливу роль серед природно-рекреаційних ресурсів України відіграють такі ресурси, як бальнеологічні, до яких належать лікувальні грязі та мінеральні води. Заклади, що функціонують за рахунок використання бальнеологічних ресурсів, розташовуються переважно в Причорноморсько-Азовському і Карпатському регіонах. Величезна кількість джерел мінеральної води припадає на Львівську і Закарпатську області. Великі запаси лікувальних грязей зосереджені в північно-західних і південних областях. Найбільш старими грязьовими курортами України є Бердянськ, Євпаторія, Саки, Куяльник. Торф'яні грязі використовують на курортах Моршина, Миргорода [2].

Усього в Україні налічується 14 карстових областей загальною площею близько 206,5 км². В Україні виокремлюють 4 основні райони придатних для організації спелеотуристичної діяльності: Поділля і Буковина, Передгірно-Кримський, Гірсько-Кримський та Карпатський [3].

Лісові ресурси України є важливою складовою оздоровлення, рекреації і лікування. Вона посідає одне з найперших місць серед інших країн Європи за загальною кількістю лісових насаджень. Наявність лісів також сприяє розвитку такого специфічного виду туризму, як полювання. Мисливськими ресурсами володіють Поліський і Карпатський регіони. Це у першу чергу численні популяції оленів, лосів, косуль, диких кабанів, зайців, лисиць, пернатої дичини [2]. 6,8 % території України зайнято горами – Українськими Карпатами на заході та Кримськими горами на півдні. Ці гірські масиви відіграють важливу роль у туристському потенціалі держави. У Карпатах отримали значного розвитку центри зимового відпочинку, зокрема гірськолижного туризму, а Кримські гори сприятливі для розвитку активних видів туризму, а також лікувально-оздоровчого [3]. Загальна площа рекреаційних природних ландшафтів в Україні складає 9,4 млн га (це 15,6% території держави), а їхня одночасна місткість складає 50 млн чол. В Україні налічується понад 6700 природно-заповідних територій, і у тому числі 20 природних заповідників [2]. На території України функціонує 20 природних заповідників: "Горгани", "Сланецький степ", Казантипський, Канівський, Поліський, "Медобори",

"Розточчя", Рівненський та ін. Ще Україна володіє 4 біосферними заповідниками: Асканія-Нова, Карпатський, Дунайський, Чорноморський. Дані заповідники відзначаються дуже суворим режимом відвідування, і тому проведення екскурсій припускається лише в інформаційних центрах та музеях природи [2].

В Україні є 11 національних природних парків (Синевир, Подільські Товтри, Сколівські Бескиди та ін), що використовуються для оздоровлення, лікування та відпочинку відвідувачів. Національні природні парки та заповідники займають 10% території України [2]. В Україні налічується більше 1020 парків, що мають історико-культурну цінність, із них 19 – це дендрологічні парки. Окрім цього, в Україні налічується 88 парків, які являються пам'ятками садово-паркового мистецтва та 17 ботанічних садів і 7 зоологічних парків [2].

Отже, Україна володіє унікальними природними умовами і природними ресурсами для успішного розвитку туризму.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про туризм» №324/95-ВР від 15.09.1995. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Панкова Є.В. Туристичне краєзнавство: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2003. 352 с.
3. Туристські ресурси України: підручник / М. М. Покоłodна, Т. В. Гордієнко, І. Л. Полчанінова; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 222 с.

Мироненко Ю. С., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ В НОРВЕГІЇ (НА ПРИКЛАДІ КРУЇЗНОГО ТУРИЗМУ)

Норвегія активно запустила та повноцінно працює за стратегією «сталого розвитку», дана концепція була запроваджена кілька років тому. Завдяки зробленому акценту на туристичній індустрії, адже Норвегія має особливо хороші можливості для досягнення успіху в цій галузі, країна змогла досягти вдалих успіхів на туристичному ринку світу.

За даними Всесвітньої ради з подорожей та туризму, в 2021 році загальна кількість туристичних надходжень до державного бюджету склала 62,1 млрд грн, що на 6,1% більше ніж в 2020 році [1].

Секції норвезької туристичної індустрії зосереджені виключно на місцевому, регіональному або національному ринку. Тому життєво важливо для компаній бути конкурентоспроможними як на національному,

так і на глобальному рівні. Мобільність зростає, а глобальна конкуренція стає дедалі інтенсивнішою.

За для уявлення про важливість круїзного туризму в Норвегії Міністерство торгівлі і промисловості замовило опитування пасажирів круїзних лайнерів під час зупинок уздовж норвезького узбережжя Норвегії. Аналіз базується на інформації, зібраній від 3 983 пасажирів круїзів та 310 підприємств (табл. 1).

Таблиця 1

Іноземний круїзний туризм у Норвегії

	Кількість відвідувачів, щорічно, чол.	Цінність гостя круїзу, грн	Чисельність комерційної ночі, грн
Сили вільного ринку	2 млн	71 млн	81 млн
Державний контроль статистики	650 тис	38 млн	48 млн

Джерело: складено автором [2]

Зроблено висновок, що круїзний туризм має велике значення для норвезької економіки і зайнятості в Норвегії, особливо в містах і селах уздовж західного узбережжя.

Якщо врахувати непрямі внески, то за оцінками сектор генерує валовий дохід у розмірі 6 млрд. норвезьких крон і працевлаштує близько 5 300 осіб під час туристичного сезону та 3 100 осіб в інші періоди року, станом на 2021 рік [2].

Дані Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) свідчать, що кількість туристичних прибуттів до Норвегії зросла на 11 відсотків у 2021 році. За останнє десятиліття частка Норвегії на ринку серед розвинених країн зросла на 33% [3].

Витрати іноземних туристів у Норвегії становлять 30 відсотків від загального споживання, що є новим рекорд, виміряний в абсолютних цифрах. Витрати зросли з 59 мільярдів норвезьких крон у 2020 році до 78 мільярдів норвезьких крон у 2021. Це означає, що частка іноземців зросла з 26 до 30%.

Як наслідок, державна влада купує послуги регулярних авіакомпаній на низці регіональних маршрутів в Норвегії, вони гарантують, що приватні і ділові мандрівники матимуть широкий вибір рейсів по всій країні.

За рахунок статистичних даних можемо зробити висновок, щодо основних країн постачальників туристів для Норвегії за 2019 і 2021 рік, дані наведені у процентному відношенні один до одного (рис.1).



Рис. 1. Країни, з яких надходить туристичний потік до Норвегії
Джерело: складено автором за [4]

Поїздки до Норвегії зросли на 2 відсотки у 2021 році, порівняно з 2019 роком. Частка Норвегії в подорожах до регіону збільшилася з 7,3% у 2019 до 7,5% у 2021 роках. Частка Норвегії у в'їзних подорожах у світі становила 0,5% [4].

Головним висновком полягатиме підсумок дослідження сучасного розвитку туристичної сфери в Норвегії, що демонструє нам актуальний підхід до залучення туристів до країни. Індустрія туризму завтрашнього дня Норвегії потребує організаційної моделі, яка більш ефективно використовує як державні, так і приватні ресурси. Завдяки вдалому поєднанню організаційних моментів, державних структур та залученню іноземних туристів, Норвегія матиме усі шанси на збільшення та вдалий розвиток туристичної сфери в умовах сучасності.

Список використаних джерел:

1. Статистичні дані економіки Норвегії. URL: file:///C:/Users/Julia/Downloads/176_20220613165532_Norway2022_.pdf
2. Розвиток круїзного туризму країни. URL: https://www.researchgate.net/publication/277567979_Developing_scenarios_for_the_Norwegian_travel_industry_2025
3. Туристичні прибуття до Норвегії та особливості туризму країни. URL: <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>
4. Потік іноземних туристів до країни за 2021 рік. URL: https://assets.simpleviewcms.com/simpleview/image/upload/v1/clients/norway/Key_figures_2019_70ab0c61-9c91-4b2a-b450-63898bacceccc.pdf

Наливайко В. С., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

РОЗВИТОК ЕКОТУРИЗМУ КАНАДИ НА БАЗІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПРИРОДНИХ ПАРКІВ

У сучасних умовах зростає значення туризму як форми активного відпочинку та засобів задоволення рекреаційних потреб людини. У системі міжнародної спеціалізації Канада пропонує природні види туризму (екологічний, пригодницький та ін.), чому сприяє величезна територія країни (9970 тис. кв. км, більша частина якої, крім вузької південної смуги з високою щільністю населення, мало освоєна) та різноманітні природньо-рекреаційні ресурси [3].

Туризм у Канаді є дуже прибутковою галуззю національної економіки, незважаючи на репутацію «холодної і нудної» країни.

Кількість іноземних туристів у Канаді становила 2 814 980 осіб у жовтні 2022 року. Максимальне число за цей рік досягало 7 006 165 осіб, а мінімальне – 67 654 осіб.

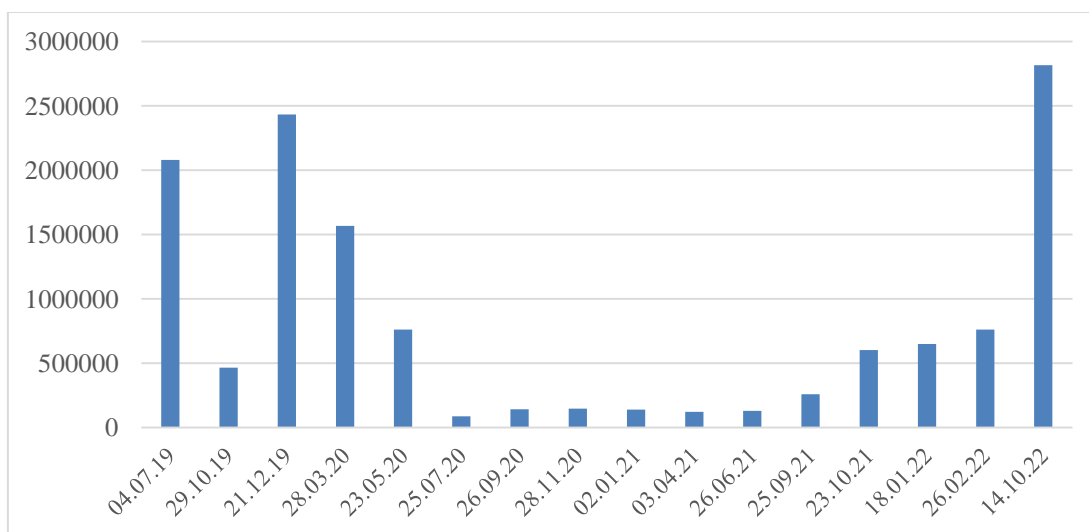


Рис. 1. Кількість іноземних туристів в Канаді по місяцях за період 2019-2022 рр., осіб

Джерело: складено автором за [4]

В Канаді чудово розвинений екологічний туризм. Не випадково у 2002 році, який був оголошений ЮНЕСКО роком екологічного туризму, у Квебеку було проведено Всесвітній саміт з екотуризму, у якому взяли участь понад 1000 делегатів із 132 країн. Організаційними центрами природного туризму є насамперед національні парки, найбільш відомі – Банф, Дайносор, Глейшер, Йохо, Баффало [1].

Канадська модель екотуризму базується на проведенні турів у межах особливо охоронюваних природних територій, насамперед національних парків. Загалом у Канаді 39 національних парків та заповідників, розташованих у всіх провінціях та територіях (рис. 2). Вони варіюються від національного парку Куттінірпаак (Вершина світу) у Східній Арктиці, який захищає найвіддаленіші, тендітні, важкопрохідні та північні землі в Північній Америці до національного парку Пойнт-Пелі в Онтаріо, найпівденнішої точки суші Канади [2].

В даний час система національних парків охоплює близько 86660 квадратних миль або близько 2% території Канади. До них входять вісім об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО, у тому числі національний парк Вуд-Баффало в Альберті, який займає територію, що перевищує територію Швейцарії [2].



Рис. 2. Національні парки Канади

Джерело: [5]

Для розвитку екотуризму в Канаді особливо приваблива північна частина країни, де розташовані величезні незаселені простори. Незважаючи на суворість клімату та нерозвиненість інфраструктури, ці райони все більше приваблюють туристів.

Список використаних джерел:

1. Розвиток туризму в Канаді. URL: https://studwood.net/1127241/turizm/razvitie_turizma_kanade
2. Канада відзначає 20-й рік екотуризму. URL: <https://www.greenbiz.com/article/canada-honors-year-ecotourism-publicprivate-teamwork>

3. Сучасний стан і тенденції розвитку туризму в Канаді. URL: <https://naukarus.com/sovremennoe-sostoyanie-i-tendentsii-razvitiya-turizma-v-kanade>

4. Дані по туризму в Канаді. URL: <https://take-profit.org/statistics/tourist-arrivals/canada/>

5. Національні парки Канади. URL: <https://womanadvice.ru/nacionalnye-parki-kanady>

Ніколаєва Ю. Д., здобувач Чорноморського національного університету імені Петра Могили
(науковий керівник – Лазарева О. В., д.е.н., проф., професор кафедри управління земельними ресурсами Чорноморського національного університету імені Петра Могили)

ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ АГРОТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Однією з форм туризму є агротуризм, що є найдоступнішим видом туризму, зважаючи на ментальність селян. До того ж, агротуризм сприяє безпосередньому контакту з цінностями, які несе в собі сільське середовище. Так, потенційний турист може брати безпосередню участь у житті господарів, знайомитися з околицями, тимчасово відмовитися від деяких форм звичного життя та його зручностей та ін.

Поняття агротуризму є відносно новим у науковій літературі. Відтак і вчені по різному підходять до розкриття змісту цієї дефініції. Наприклад, Гончаренко І.В. вважає, що агротуризм є одним з різновидів екологічного туризму, що передбачає надання засобів розміщення в сільській місцевості та знайомство з життям і побутом селян [1]. А на думку Ткаченка Т.І. – це туристична діяльність на території сільськогосподарських (фермерських) угідь, де є умови для виробництва сільськогосподарської продукції і відпочинку міського населення з добровільним частковим залученням бажаючих до деяких видів сільськогосподарських робіт [2]. При цьому, Лученок С.А. трактує це поняття як екологічно стійкий вид туризму, спрямований на ознайомлення і використання природних, культурно-історичних та інших ресурсів сільської місцевості для створення туристичного продукту [3].

Необхідно зазначити, що тлумачення агротуризму засноване на структуризації його за окремими сферами туристичної діяльності.

Так, соціальна сфера агротуризму більш помітна у тому випадку, коли розвиток національної культури прямо залежить від розвитку туризму. Наприклад, приймаючи іноземних туристів в нашій країні та пропагуючи їм свій національний побут, культуру, знайомство з місцевими особливостями, ми тим самим сприяємо розвитку національної культури.

Виробнича сфера агротуризму полягає в освоєнні нових методів ведення сільськогосподарського виробництва, використанні вільних незадіяних ресурсів, а також додаткових трудових ресурсів.

Екологічна сфера агротуризму має місце тоді, коли сферу агротуризму представляють як природні, так і культурні пам'ятки та природно-

антропогенні ландшафти, що становлять єдине ціле з навколишнім природним середовищем. При цьому умовою розвитку агротуризму є проведення агроекологічних досліджень, що дозволяють комплексно охарактеризувати екологічний стан територій, мінімізувати антропогенні навантаження на сільську територію, а також розроблювати заходи щодо поліпшення умов проживання сільського населення.

Досить важливе місце у сфері агротуризму посідає інфраструктура, до якої слід віднести:

- виробничу інфраструктуру, що орієнтована на народні ремесла, на виробництво сувенірів, що є характерними для даного регіону, приготування традиційних сільських страв, організація для туристів різноманітних видів сільськогосподарської діяльності;

- інженерну інфраструктуру, таку як телефонізація, освітлення, опалення, Інтернет, водопостачання, тобто все те, що сприяє комфортному споживанню туристичного продукту;

- соціальну інфраструктуру (кінотеатри, будинки культури, виставки, ярмарки та ін.).

Необхідно зазначити, що на сьогодні важливе місце у розвитку агротуризму належить кластерному підходу, що активізує перетворення аграрного виробництва в диверсифіковану сферу економіки. Крім того, кластерний підхід дозволить забезпечити поліпшення не тільки територіальної, але й соціальної складової на регіональному і місцевому рівнях, врахування мікроекономічної складової функціонування продовольчого ринку, що є вагомою підставою для формування конкурентоспроможності економіки.

У системі сільського туризму кластер можна визначити як сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних установ сфери туризму та гостинності та інших, пов'язаних з нею галузей, місцевих органів влади та громадських об'єднань, які взаємодіють і взаємодоповнюють один одного при створенні комплексного зеленого турпродукту території [4].

Тому, впровадження кластерного підходу у сфері агротуризму дозволить поєднати туристичну діяльність та стимулюватиме розвиток інших виробників національного господарства.

Отже, ключові аспекти розвитку агротуризму за умови ефективного використання потужних синергетичних зв'язків між компонентами екосередовища забезпечать бажану гармонізацію відносин людини і суспільства з природою на засадах їх органічної єдності.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко І.В., Коноваленко, Ж.В. Сокровищук Необхідність розвитку агротуризму на території Миколаївської області *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2014. Вип. 4. С. 20-26.

2. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко. К. : Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.

3. Лученок С.А. Агротуризм: мировой опыт и развитие в республике Беларусь / С.А. Лученок. Минск : БГЭУ, 2008. 198 с.

4. Вишневська Ю.В. Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні : авторефер. дис. канд. юрид. наук: 12.00.07 / Ю.В. Вишневська; Національний університет біоресурсів і природокористування України. К., 2011. 20 с

Остапюк М. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Пандемія COVID-19 сколихнула туристичний ринок світу, не виключенням став Європейський Союз. Згідно зі звітом Economic Trends Report, опублікованим Всесвітньою радою з подорожей та туризму, сектор туризму у 2020 та 2021 р. пережив найбільший економічний колапс. Так, у 2020 р. у ЄС прибутки від туризму зменшилися на 51,4 %, внутрішній туризм на 48,4 %, а міжнародній на 63,9 %. У 2021 р. спостерігалася більше падіння в туристичній сфері, загальна кількість прибуттів міжнародних туристів у ЄС була нижча на 77 % за аналогічний період 2019 р. Але на тлі скасування обмежень пандемії наприкінці 2021 р. експерти прогнозували зростання показників розвитку туризму у 2022 р. та повне відновлення до показників 2019 р. не раніше ніж у 2025 р. [1;2;3].

Але повномасштабна війна російської федерації проти України поставила нові випробовування для туризму в Європі. Так, ЄС уже відчув наступні наслідки:

загальне збільшення рівня інфляції. За даними Eurostat, інфляція у ЄС в 2021 р. становила 3 %, найбільший показник мала Польща – 5 %. Уже на вересень 2022 р. інфляція становила 10,9 %, найбільші показники мають країни Балтії – Естонія, Латвія, Литва – більше 20 %. Збільшення інфляції призводить до зменшення прибутків населення та потенційному зменшенню показників внутрішнього туризму [5]; збільшення ціни на енергоресурси. У серпні 2022 р. ціни на енергоресурси в ЄС виросли майже на два рази у порівнянні з січнем того ж року, що звичайно, призводить до зростання цін на туристичні пакети [3];

зменшення загального рівня безпеки на континенті, це перша повномасштабна війна у Європі за останні 77 років, що безперечно впливає на попит серед міжнародних туристів.

Звіти з туристичної статистики країн ЄС за перші квартали 2022 р. дозволяють нам об'єктивно оцінити, як Європа порастея з сьогоднішніми викликами.

Згідно з даними UNWTO, у січні 2022 р. кількість прибуттів міжнародних туристів у світі склала 474 млн осіб, що показує зріст на 172 % у порівнянні з аналогічним періодом 2021 р. Рівень зростання у Європі за даним показником склав 190 %, тобто кількість міжнародних туристів збільшилася майже утричі – 309 млн. туристичних прибуттів, або 65 % загальної кількості міжнародних туристичних прибуттів у світі.

Можна виділити такі загальні тенденції у розвитку туризму в ЄС 2022 р.: відновлення туризму набрало найбільших оборотів влітку, з початком пляжного сезону, завдяки збереженням коштів туристів на туризм;

заощаджені кошти, які, як очікувалося, сприяли зростанню сектору туризму, були знецінені зростанням цін на енергоносії та продукти харчування;

у зв'язку із зростанням цін на паливо, що впливає на ціну поїздки, спостерігається тенденція до надання переваги туристами більш близьким до них DESTИНАЦІЯМ та використання у подорожі більш дешевих транспортних засобів. У зв'язку з цим, у ЄС 65 % міжнародних туристів подорожують на короткі відстані, що є найбільшим відсотком серед будь-яких інших регіонів світу;

дефіцит обслуговуючого персоналу був сильно відчутний у пікові місяці, наявні скарги європейських туристів на менш якісне обслуговування у порівнянні з 2019 р.;

війна в Україні, розв'язана російською федерацією, у першій половині 2022 р. не продемонструвала сильного впливу на міжнародний туризм у ЄС, зменшення відбулися тільки серед туристів із росії

внутрішній туризм у країнах Європи демонструє більш стабільний потенціал для зростання, показники 2022 р. менші за аналогічні 2019 лише на 7 % [6].

Підбиваючи підсумки, можемо сказати, що прогнози експертів з приводу росту туристичних показників в ЄС справдилися, незважаючи на економічну кризу, ріст цін на туристичні продукти та зменшення безпеки у Європі, Європа залишається цікавою як для міжнародного туриста, так і для внутрішнього. І хоча зараз туристична сфера у ЄС функціонує з певними змінами та обмеженнями, це не зупиняє ріст туристичних показників.

Список використаних джерел:

1. European Travel Commission. European Tourism Trends and Prospects 2021 Edition. URL: https://etc-corporate.org/uploads/2021/11/ETC-Quarterly-Report-Q3-2021_Public.pdf.

2. Full European Tourism Recovery Not Expected Until 2025. URL: <https://www.travelagentcentral.com/europe/full-european-tourism-recovery-not-expected-until-2025>.

3. Economic Trends Report. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Global%20Economic%20Impact%20and%20Trends%202021.pdf?ver=2021-07-01-114957-177>.

4. International tourism back to 60% of pre-pandemic levels in January - July 2022. URL: <https://www.unwto.org/news/international-tourism-back-to-60-of-pre-pandemic-levels-in-january-july-2022>.

5. Annual inflation up to 9.9% in the euro area Up to 10.9% in the EU. URL: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/2995521/15131946/2-19102022-AP-EN.pdf/92861d37-0275-8970-a0c1-89526c25f392>.

6. European tourism 2022 – trends & prospects (Q2/2022). URL: <https://etc-corporate.org/reports/european-tourism-2022-trends-prospects-q2-2022/>.

Піддєнєжна К. В., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МІЖНАРОДНОГО РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

На сучасному етапі розвитку світового господарства відзначається динамічне переважання сфери послуг в структурі національного виробництва багатьох країн світу, в рамках якої особливе місце належить міжнародному туризму. Так, світовий ринок туристичних послуг – це один із найбільш зростаючих секторів світової економіки, на який впливають процеси глобалізації та який має змогу розкривати в повній мірі її можливості. У більшості країн світу міжнародний туризм є джерелом як прямих, так і непрямих податків держави, стимулюючи розвиток різних галузей економіки, які безпосередньо не стосуються туристичної інфраструктури завдяки мультиплікативному ефекту.

Згідно офіційних даних Всесвітньої туристської організації (UNWTO), туристична індустрія буде інтенсивно розвиватися у XXI столітті, суттєво впливаючи на структуру світової економіки та світового ринку туристичних послуг, зокрема.

На сьогодні феномен «міжнародного туризму» (англ. *international tourism*) в економіці та туризмознавстві трактується неоднозначно. На думку вітчизняного дослідниці О. Агафонової, під поняттям «міжнародний туризм» слід розуміти цілеспрямовану діяльність, пов'язану з наданням послуг державою своїм резидентам (громадянам країни постійного проживання), які подорожують за її межами (виїзний туризм), та нерезидентам (іноземним громадянам) на своїй території (в'їзний туризм) [1].

За М. Мальською, міжнародний туризм є подорожжю особи за межі свого постійного місця проживання, що передбачає здійснення перетину кордону та перебування в іншій країні протягом терміну від однієї доби до року з оздоровчою, пізнавальною, відпочинковою та/або іншою метою, без здійснення оплачуваної діяльності в місці тимчасового перебування [2].

Виходячи з вищенаведеного, міжнародний туризм являє собою специфічну форму міжнародних економічних відносин, що виникають між країнами, які здійснюють виробництво, просування та споживання туристичних продуктів, супутніх товарів та послуг, а міжнародний ринок туристичних послуг є системою світових господарських зв'язків, в рамках яких відбувається здійснення процесу перетворення туристичних послуг на матеріальні ресурси (гроші) та зворотню трансформацію грошових коштів та туристичні послуги.

На сьогодні міжнародний ринок туристичних послуг характеризується відносною територіальною нерівномірністю, що зумовлена розподілом країн світу за різними соціально-економічними рівнями.

Так, за даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO) станом на кінець 2021 р. на економічно розвинені країни припадає 61% прибутків від реалізації туристичних послуг; на країни, що розвиваються, – 28%; на країни з перехідною економікою – 11% [3].



Рисунок 1 – Структура прибутку країн від реалізації туристичних послуг у світовій економіці

Джерело: складено автором за [3]

Усі фактори, що впливають на розвиток сучасного ринку туристичних послуг, можна умовно розподілити на дві групи: 1) перша група – фактори, що діють незалежно від діяльності суб'єктів господарювання у туристичному секторі (соціально-економічні, політичні, географічні, екологічні тощо); 2) друга група – фактори, що сприяють розвитку туризму та активно використовуються суб'єктами господарювання туристичного сектору (науково-технічний потенціал, інновації тощо).

Таким чином, міжнародний ринок туристичних послуг сьогодні пропонує уніфіковану систему відпочинку та обслуговування, що передбачає використання країнами своїх та регіональних природних відмінностей, національної та культурної самобутності етнічних груп та місцевих громад, які, у переважній більшості випадків, є одним із ключових мотивів для подорожі туристів.

Список використаних джерел:

1. Агафонова Л.Г., Агафонова О.Є. Туризм, готельний та ресторанний бізнес. Київ: Знання, 2015. 408 с.
2. Мальська М.П., Рутинський М.Й., Білоус С.В., Мандюк Н.Л. Економіка туризму: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2018. 544 с.
3. Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації (UNWTO). URL: <http://media.unwto.org>.

Підковалихіна А. О., здобувачка Університету митної справи та фінансів

(науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

МІЖНАРОДНА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ КРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Туризм є однією з найважливіших форм міжнародної співпраці, що забезпечує багатьом країнам основні доходи та зайнятість населення. Він є, з одного боку, окремою та важливою галуззю господарства країн світу, яка характеризується певним рівнем конкурентоспроможності, що змінюється за країнами, а з іншого – інструментом збільшення загальної конкурентоспроможності певної країни на глобальному та міждержавному рівнях. Активна участь держави у експортно-орієнтованому туристичному виробництві або в імпорті іноземного турпродукту збільшує такі показники її конкурентоспроможності, як відкритість, праця, інфраструктура тощо, позитивно впливає на інвестиційний клімат, створює позитивний імідж країни на світовому ринку. Ефективно діюча туристична галузь сприяє формуванню і розвитку фінансової, страхової, транспортної, торговельної сфер, висока рентабельність яких безпосередньо залежить від стану туризму в країні. Доходи від туристичної діяльності підвищують рівень матеріального добробуту населення, що разом із зростанням якості туристичної інфраструктури (шляхи, житлово-комунальне господарство, громадське харчування, медицина, право тощо) підвищує загальний рівень життя в країні [3].

Перша чверть ХХІ ст. характеризується інтенсифікацією розвитку туристичного бізнесу, який стрімко трансформується в один з найприбутковіших секторів економіки переважної більшості країн світу. Розбудова міжнародного туризму сприяє не лише економічному розвитку країн, а й міждержавному співробітництву у зовнішньополітичній сфері, у сфері налагодження міжкультурних зв'язків, сприяє обміну досвідом у веденні туристичного бізнесу тощо. У зв'язку з цим актуалізується питання збереження країною міжнародної конкурентоспроможності на світовому ринку туристичних послуг.

В сучасних умовах розвитку світової ринкової економіки міжнародна конкурентоспроможність країни є здатністю країни до створення такого національного бізнес-середовища за умов вільного справедливого ринку, у межах якого вітчизняним товаровиробникам надається можливість здійснювати постійний розвиток своїх конкурентних переваг, займати та створювати стійкі позиції у певних сегментах світового ринку завдяки міцному та потужному економічному потенціалу. Це сприяє забезпеченню економічного зростання національної економіки на інноваційних засадах та розвинутій системі ринкових відносин, володінню значним інтелектуальним капіталом та інвестиційними ресурсами, формуванню можливостей гнучкого реагування на трансформації світової кон'юнктури та здійсненню диверсифікації виробництва [2].

У сучасному туризмознавстві під поняттям «конкурентоспроможність країни на ринку туристичних послуг» слід розуміти здатність країни до забезпечення виробництва конкурентоспроможних туристичних послуг з метою збереження конкурентних переваг на ринку туристичного сегменту, тобто таких послуг, які, у порівнянні із конкурентами, відповідають потребам та очікуванням споживачів при найменших витратах їх надання, відображаючи оптимальне співвідношення «ціна – якість».

На сьогодні з метою проведення оцінки конкурентоспроможності країни в туристичній галузі традиційно використовують рейтинговий метод (підхід), де пріоритетне значення надається Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму (Travel and Tourism Competitiveness Index), який формується Всесвітнім економічним форумом у кооперації із Всесвітньою туристичною організацією (UNWTO), Всесвітньою Радою подорожей і туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), Міжнародним союзом охорони природи (IUCN) тощо. Розрахунок Індексу конкурентоспроможності країни у сфері подорожей та туризму здійснюється за 14 показниками, представлених на рис. 1, які пов'язані із в'їздом туристів, що умовно об'єднані в чотири групи (субіндекси), та покликані характеризувати рівень сприятливості середовища в країні для розвитку туристичного сектору економіки, формування державної політики та сприятливих умов у сфері подорожей та туризму, інфраструктури, природних та культурних ресурсів.

Сьогодні традиційно прийнято використовувати рейтинговий підхід, у межах якого пріоритетне значення надається Індексу конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму, який складається із 14 субіндексів, об'єднаних у 4 групи: 1) сприятливість середовища; 2) державна політика та формування сприятливих умов у сфері подорожей та туризму; 3) інфраструктура; 4) природні та культурні ресурси. Таким чином, конкурентоспроможність країни на ринку туристичних послуг є здатністю країни до забезпечення якісного виробництва туристичних послуг та збереження своїх конкурентних переваг на світовому ринку туристичного сегменту.

Список використаних джерел:

1. Офіційний сайт Всесвітньої туристської організації (UNWTO). URL: <http://media.unwto.org>.

2. Полковниченко С. О., Мурай А. О. Оцінка конкурентоспроможності України на Європейському ринку туристичних послуг. Електронне наукове фахове видання «Електронна економіка». 2018. № 18. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6789>.

3. Смирнов І. Г. Визначення конкурентоспроможності країн світу в туризмі: сучасні підходи. Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. Серія: Економічні науки. № 5–6 (82–83). 2015. С. 37–49

Планковська С. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОДІЙ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Розвиток технологій у сучасному світі сприяє нерозривному співіснуванню людини та цифрових технологій. Масове користування різноманітними гаджетами впливає на зміни у структурі організації заходів в сфері туризму. Наприклад, завдяки поширенню сучасних технологій, створення мобільних додатків і веб-ресурсів відкривають нові можливості, як для організаторів заходу, так і для його відвідувачів (туристів) [3].

Одним з потужних інструментів на івент-ринку є гейміфікація. Гейміфікація – це використання ігрових механік для залучення та стимулювання активності аудиторії під час заходу. Сам термін широко поширився у другій половині 2010 року, коли в США проаналізували результати застосування різними компаніями нового маркетингового ходу, що поєднує ігрові та соціомедійні технології. Засновником ідеї просування ігрових елементів в усі сфери життя став психолог Г. Зіхерман, під керівництвом якого в Нью-Йорку в 2011 році пройшов перший «Ігрофікаційний саміт» (Gamification Summit). Щоб отримати ефективний результат від гейміфікації, необхідно дотримуватись певних принципів:

- давати учаснику свободу вибору – вступати у гру, або ні;
- розбити процес гри на рівні, щоб утримувати інтерес;
- для посилення мотивації, необхідно впровадити систему винагород;
- створити соціальну середу, де людина зможе відчувати конкуренцію й заохочувати себе до більш активних дій.

Якщо розглядати на практиці, цей метод працює наступним чином: за активне користування певними функціями спеціального мобільного додатку або інтернет-ресурсів накопичуються бали. Організатор може сам вирішувати, яку кількість балів та за які саме дії їх нараховувати. Окрім цього, він може просувати певний вид активності під час заходу. Наприклад, це може бути реєстрація на захід, оцінка виступів спікерів або участь у опитуваннях [1].

Підсумовуючи кількість балів учасників, формується рейтинг, лідери якого отримують певні призи. Така система дає можливість зібрати статистичні дані, що дозволяють простежити за реакцією відвідувачів й більш детально вивчити свою цільову аудиторію, щоб у подальшому орієнтуватися на нові підходи до зацікавлення людей й організувати наступні івент події ефективнішими за попередні.

Відвідування тематичного івенту, музею або виставки починає розглядатися вже зовсім під іншим і незвичним кутом, привносячи в процес такий елемент, як інтерактивна взаємодія.

Безумовно, гейміфікація затребувана не у всіх заходах, а лише в тих, де є гостра необхідність зробити наповнення програми «легшим», так би мовити, в ігровій формі, щоб отримати певний ефект. Цей ефект вимірюється рядом показників, серед яких основними є велика емоційна залученість учасників (туристів) в процес за рахунок ігрового формату (створення легенди/історії в рамках завдання) і використання сучасних технологій; постійний і вимірний зворотний зв'язок з учасниками [2].

У підсумку захід виходить більш динамічним, цікавим і різноманітним, створює емоції і враження, які безпосередньо впливають на його результат. Сьогодні віртуальний світ має неабиякий вплив на суспільство, метод гейміфікації має великі перспективи. Сфера туризму зацікавлена в тому, щоб інтегрувати методи гейміфікація в свої бізнес процеси і залучати більшу кількість туристів.

Список використаних джерел:

1. Гейміфікація в організації заходів. URL : <https://ubihall.com.ua/uk/2019/09/09/pograemo-geimifikatsiia-v-organizatsii>
2. Диджитализация мероприятия: зачем это нужно. URL : <https://rb.ru/opinion/klassnyi-event>
3. Геймификация в мобильном приложении. URL : <https://blog.eventicious.com/geimifikatsiia-v-mobilnom-prilozhenii>

Плоха Н. Г., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Кучер М.М., к.е.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ ДАНІЇ

Данія – постіндустріальна країна з високим рівнем розвитку. Складаючи 8% від ВВП, туризм не відіграє першочергової ролі в економіці Данії, проте його частка з кожним роком зростає, збільшуючи свій вплив на економіку країни та спонукаючи до подальшого розвитку цієї галузі.

Конкурентоспроможність Данії у сфері подорожей та туризму є невисокою. Так, за даними The Travel&Tourism Competitiveness Report

2019, Данія посідала 21 місце у рейтингу найбільш туристично конкурентоспроможних країн, опинившись серед своїх сусідів – Норвегії та Швеції (20 і 22 місця відповідно). Індекс країни склав 4,6 із 7, що є доволі непоганим показником у порівнянні з провідними країнами цього рейтингу: Іспанія (5,4), Франція (5,4), Німеччина (5,4), Японія (5,4), США (5,3), Велика Британія (5,2) та ін. [1].

За даними центрального органу статистики Данії у 2020 році через пандемію COVID-19 кількість іноземних відвідувачів впала на 20%, в той час як кількість внутрішніх туристів зросла на 5%. Кількість ночівель у 2021 році і серед іноземців і серед місцевих туристів різко зросла (рис. 1).

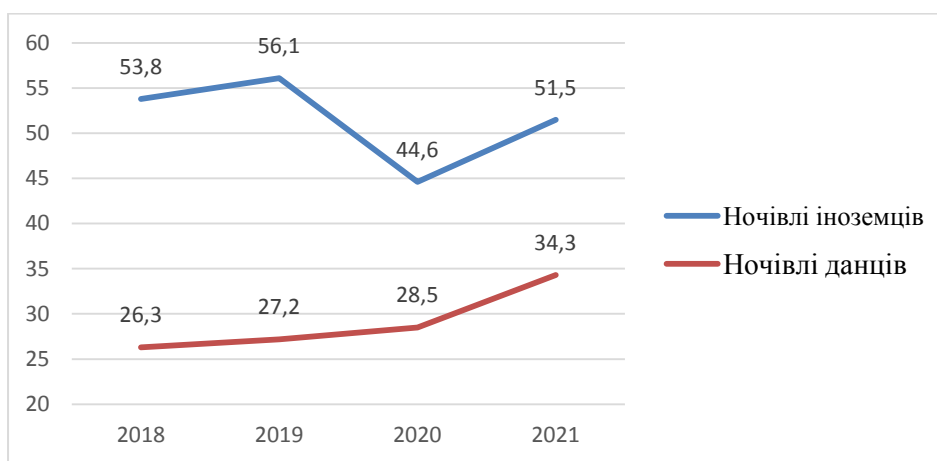


Рис. 1. Кількість ночівель у Данії, млн

Джерело: складено на основі [2].

Дослідження відвідуваності регіонів Данії свідчить, що найбільша частка (24%) туристів відвідує місто Копенгаген, а майже половина (41%) всіх прибуттів припадає на столичний регіон [3].

Найбільш відвідуваним місцем столиці і усієї країни є всесвітньо відомий парк розваг «Тіволі», який за 2021 рік відвідало майже 2,4 мільйони гостей [4]. Він був заснований в 1843 р. і став національним надбанням і міжнародною визначною пам'яткою. Також популярністю у туристів користуються замки Амалієнборг, Крістіансборг, Розенборг а також національний музей та національна галерея Данії, торгова вулиця Строгет та інші пам'ятки [5].

Найближчими конкурентами Копенгагена є столиця Північного сусіда Данії – Стокгольм, та столиця Німеччини Берлін. Інші конкуренти варіюються за розміром і місцем розташування: від новачків, таких як Брюссель і Рейк'явік, до таких відомих туристичних дестинацій як Амстердам і Барселона [6].

Важливим культурним елементом кожної країни є національна кухня. За останні 30 років традиційна данська кухня була переосмислена як нова скандинавська кухня. Вона підкреслює використання місцевих і сезонних інгредієнтів і є хітом як серед місцевих, так і серед міжнародних гурманів

[7]. Туристи називають данську кухню тим, що справило на них приємне враження. Результати аналізу свідчать про те, що Копенгаген зазнає труднощів із різноманіттям (або його відсутністю) альтернативних варіантів харчування. Опитування показують, що деякі туристи намагаються знайти доступніші варіанти харчування і в результаті обідають в закладах швидкого харчування, замість того щоб спробувати місцеву кухню [7; 8].

Щодо послуг розміщення, згідно з даними TripAdvisor, відгуки відвідувачів бюджетних, середніх та елітних готелів показали, що Стокгольм випереджає Копенгаген за пропозицією елітного розміщення. Щодо бюджетних готелів, готелів середнього і високого класу - зазначається, що Стокгольм і Копенгаген однаково надають послуги високого класу, проте сімейні відвідувачі віддають перевагу готелям Стокгольму. Стокгольмські заклади розміщення частіше отримують оцінку «відмінно» в категорії готелів високого класу і користуються більшим, аніж готелі Копенгагена, попитом у цільових групах ділових мандрівників, сімей, поодиноких туристів, молодих пар та друзів[7].

Стокгольм є не тільки конкурентом Копенгагена, а й партнером по співпраці. Багато мандрівників відвідують обидва міста під час своєї поїздки. Згідно з опитуваннями мандрівників, мотивація відвідування обох столиць пов'язана з бажанням познайомитися зі Скандинавією, країнами Північної Європи або регіоном Балтійського моря [8].

Навколишнє середовище та система громадського транспорту є найважливішими факторами, що роблять місто придатним для життя та привабливим для туризму. Так, згідно з Індексом конкурентоспроможності, Копенгаген займає найвищу позицію серед всіх груп туристів за показниками «Доступність громадського транспорту» та «Доступність аеропорту» [8].

Загалом, туристи високо оцінюють свій досвід відпочинку у Копенгагені. За даними Københavns DNA og Fremtidige Potentialer 81% туристів свідчать, що їхні очікування були певною мірою виправдані. Їхнє бажання повернутися в Копенгаген і рекламувати місто - ще одна ознака високого рівня задоволення потреб. Так, майже 75% туристів хочуть повернутися до Копенгагена в майбутньому, а 49% з них рекомендуватимуть місто друзям і родичам [8].

Отже, можна зробити висновок, що Данія в цілому і її столиця, зокрема, посідають важливе місце у рейтингу загальної туристичної конкурентоспроможності, що свідчить про достатню розвиненість туристичної галузі та сприятливе середовище для її подальшого розвитку в Данії.

Список використаних джерел:

1. The Travel&Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019.pdf

2. Turismen i Danmark 2022. URL: <https://www.visitdenmark.dk/sites/visitdenmark.com/files/2022-07/Turismen%20i%20Danmark%202022.pdf>
3. OECD country profiles – Denmark. URL: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/33313/attachments/1/translations/en/renditions/native>
4. Summary of annual report 2021 - Tivoli. URL: <https://www.tivoli.dk/-/media/f48e65786380495fa2b41cbe2778f696.ashx>
5. Whereis Denmark? Wow.letusfillyouin! URL: <https://www.visitdenmark.com>
6. Who Copenhagen Competes With – 10xCopenhagen. URL: <https://10xcopenhagen.com/who-copenhagen-competes-with/>
7. Den Digitale Samtale. URL: <https://10xcopenhagen.com/wp-content/uploads/2019/01/Den-Digitale-Analyse.pdf>
8. Københavns DNA og Fremtidige Potentialer. URL: <https://10xcopenhagen.com/wp-content/uploads/2019/01/K%C3%B8benhavns-DNA-og-Fremtidige-Potentialer-updated.pdf>

Половинко-Баркар В. В., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Бойко З.В., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ІТАЛІЇ

Туризм має надзвичайно велике значення в житті Італії, він один з найбільших та швидкоростучих галузей італійської економіки.

Щороку 44 млн. осіб відвідують Італію з туристичною метою, що приносить прибуток у розмірі 43 млрд. дол., що виводить Італію на 4 місце в світі за розвитком туризму та 3-є в ЄС – після Іспанії та Франції (біля 12% від ВВП становлять надходження саме від туризму) [1].

На частку Італії припадає 5,6% світового туристичного ринку. Всесвітньо відома історія Італії, краса її природи, твори мистецтва, культурні пам'ятники, релігійні свята, мода й італійський стиль життя, вино й гастрономія – ось ті ключові пункти, які зробили Італію важливим туристичним центром світового рівня. Туристів приваблюють і сонячні пляжі Середземномор'я, і краєвиди, і зимові види спорту в Альпах. Італійська Рив'єра в Лігурії є одним цілим з французькою, її доповнюють пляжі Сардинії та Адріатики.

Італійські міста мають світову славу центрів туризму. Багато з них існують з часів Стародавнього Риму, були столицями середньовічних князівств і зараз є скарбницями творів мистецтва, історичних і архітектурних пам'яток. Серед них Болонья, Падуя, Парма, Піза, Равенна і багато інших. На території Італії величезна кількість визначних пам'яток як

природних, так і історико-архітектурних. У Римі це – храм Пантеон, Колізей, Форум, лазні Каракалла, Тріумфальна арка, собор Св. Павла, Капітолійський музей, Національний музей, галерея Боргезе та інші. У Мілані – знаменита опера «Ла Скала», церква Сан-Амброджо, монастир з фрескою «Темна вечеря» Да Вінчі. У Пізі – «Падаюча вежа» (1174-1372), у Флоренції, символи епохи Відродження, – палац Строцці, його споруди і площі прикрашають творіння Мікеланджело, Джотто, Челліні. Унікальне місто-музей Венеція, історичний центр якого розташований на 118 островах з 400 мостами, зокрема Ріальто та Міст Зітхань [3]. Всього на території Італії розташовано найбільше в світі пам'яток спадщини ЮНЕСКО – 44 [2]. Головний район іноземного туризму – північний схід, особливо області Трентіно-Альто-Адідже та Венето, а також Центральна Італія (Рим, Флоренція, Венеція). Столиця Італії, Рим, є одним з найбільш відвідуваних міст світу (7-10 млн. туристів на рік), а римський Колізей із 4 млн. відвідувачів на рік є найбільш відвідуваною туристичною дестинацією світу. Тут же процвітає і релігійний туризм – завдяки розташуванню в межах Рима держави Ватикан. Основні мотиваційні чинники туризму в країні проаналізовані на рис. 1.

Щодо інфраструктурних ресурсів Італії, організована система прийому туристів здатна одночасно прийняти 3,6 млн. гостей. Вона складається з 33,3 тис. готелів на 1,8 млн. місць, 2,4 тис. кемпінгів і туристичних поселень на 1,3 млн. місць, 24,3 тис. приватних квартир, що здаються в оренду (на 252 тис. місць), 6 тис. туристських комплексів на 68,4 тис. місць та інших 3,3 тис. одиниць різних форм прийому гостей – 179 тис. місць (апартаменти з декількома власниками, притулки, пансіони, релігійні установи й будинки для прочан, тощо). 46,1% всіх готелів зосереджена на північному-сході країни [1]. Головними проблемами, які стають на заваді розвитку туристичного сектору досліджуваної країни – роздрібненість і локалізація туристичного бізнесу по окремих регіонах, через брак ефективної централізованої координації; небажання розвивати нові туристичні пропозиції; труднощі із залученням міжнародних інвестицій тощо.

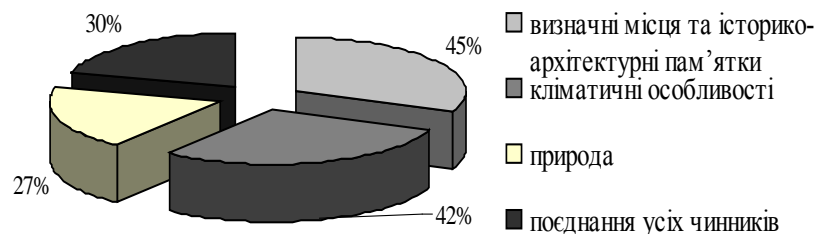


Рис. 1. Мотивація туристичних поїздок до Італії
Джерело: складено автором за [1]

Список використаних джерел:

1. Туризм в Італії. URL: <http://www.geograf.com.ua/italy/542-italy-tourism>
2. UNWTO Tourism Highlights, 2019 Edition. URL: <http://www.unwto.org/pub>
3. Любіцева О.О. Туристичне країнознавство: Країни лідери туризму : навч. посіб. К. : Альтерпрес, 2008. 436 с.

Проявіна А. О., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Стеблюк Н.Ф. к.е.н., доц., доцент
кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ШВЕЙЦАРІЇ

Як відомо, туризм є однією з галузей, що швидко розвиваються в усьому світі. Глобалізація разом із підвищенням мобільності та позитивними змінами в економіці – це фактори, що призводять до зростання кількості мандрівників та пов'язаних з туризмом доходів і витрат. Крім того, сучасний попит на користування туристичними послугами формується під впливом мега-тенденцій, серед яких: індивідуалізація, урбанізація, демографія та зростання екологічної обізнаності. Технологічні зміни – особливо цифровізація – здійснюють вплив на поведінку споживачів, збільшують рівень конкуренції через зниження бар'єрів для входу на ринок та їх розширення, полегшують впровадження нових продуктів та послуг, а також нових бізнес-моделей.

Володіючи унікальними природними ресурсами та розвиненою туристичною і загальною інфраструктурою, ця країна, як і будь-яка інша, має власні переваги та недоліки.

Переваги туристичного ринку Швейцарії полягають у наступному:

велика кількість атракцій, які формують фундамент Швейцарського туризму;

високий рівень якості надання туристичних послуг, який пояснюється наявністю вдалої освітньої системи з широким спектром професійної підготовки фахівців для сфери гостинності та туризму;

наявність високоякісної інфраструктури гостинності та транспортної системи, комфортне пересування туристів по всій країні різними видами транспортних засобів.

Недоліками Швейцарського туристичного ринку є:

великі витрати на оплату праці в індустрії гостинності;

недостатні знання в управлінні та володіння не всіма необхідними професійними навичками у представників малого бізнесу, що працюють у сфері гостинності;

значна сезонність та коливання кількості туристів в альпійському регіоні, що погіршує ефективність використання потужностей та призводить до зниження рентабельності туристичних підприємств[1].

Швейцарія є традиційною країною туризму, вона утримує в цій сфері міцні позиції в Європі. Наявність розвиненої туристичної інфраструктури, мережі залізниць і автомобільних доріг у поєднанні з мальовничою природою і вигідним географічним розташуванням забезпечує притік в країну значної кількості туристів, передусім німців, американців, японців, а останніми роками також росіян, індійців, китайців. Також 15 % національного доходу формується за рахунок туризму [2].

Таблиця 1

Дохід від туризму в Швейцарії

Внутрішні туристи	9,7 млрд шв. фр.
Іноземні туристи	12,6 млрд шв. фр.
Загальна кількість	22 млрд шв. фр.
Частка туризму у валовому національному продукті	5,1 %

Джерело: складено автором за [3]

Як видно з таблиці 1 кожен 5-ий франк в країні приносить туризм. Для високорозвинених країн, до числа яких входить і Швейцарія, це досить високий показник, який дозволяє зробити висновок, що туризм грає велику роль в економіці.

Індекс конкурентоспроможності країни у сфері подорожей і туризму складається з трьох субіндексів: нормативно-правова база у сфері туризму; туристичне бізнес-середовище та інфраструктура; людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері туризму.

Таким чином слід вважати Швейцарію одним з центрів на світовій туристичній карті [4].

Отже, можна зробити висновок, що внутрішній і міжнародний туризм – важливі фактори у Швейцарській економіці. Туризм є однією з значущих соціально-економічних сфер, що формують репутацію країни, її гостинність, а також зайнятість в цій сфері. За останні 100 років туризм став однією з головних галузей економіки Швейцарії.

Список використаних джерел:

1. Тенденції розвитку туристичного ринку Швейцарії. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/11027/1/>
2. Роль маркетингу в туризмі та розвитку економіки Швейцарії. URL: <https://www.slideshare.net/ssusera1d342/1-250947231>
3. TheSwissStatisticsWebsiteismaintainedbytheFederalStatistical Office (FSO). URL: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index.html>
4. Петранівський В. Л, Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавств. К.: Лібра, 2014. 575 с.

Пукас К. В., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ПОТЕНЦІАЛ ПРИРОДНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЛАТВІЇ ТА ЙОГО СУЧАСНЕ ЗНАЧЕННЯ

Потенціал природних туристичних ресурсів є ключовим для розбудови туристичної індустрії будь-якої країни. Його всебічна характеристика та оцінка важлива як для державних органів для планування розвитку галузі та створення і реалізації окремих проєктів, так і для суб'єктів туристичного бізнесу. У якості показової з цієї точки зору країни є Латвія, яка останніми роками активно розбудовує туристичну галузь та приводить її до високого рівня розвитку в тому числі на основі раціонального використання природного потенціалу. Окремі здобутки Латвії в цьому напрямі можуть бути корисними для інших країн, в т. ч. для України.

Латвія – держава у Балтійському регіоні Північної Європи, що межує з Естонією на півночі, Литвою на півдні, Росією на сході, Білоруссю на південному сході і розділяє морський кордон зі Швецією на заході, та має вихід до Балтійського моря. Латвія розташована на крайньому заході Східно-Європейської рівнини. Рельєф країни – це лісиста низина, болота, озера; 472 км берегової лінії. Клімат країни перехідний від морського до континентального. На території Латвії протікає понад 700 річок, усі вони належать до басейну Балтійського моря. Головна річка Латвії – Даугава. Озера охоплюють 1,5 % території, найбільші – Лубанс, Резнас і Буртнієкс [2].

Латвія володіє значними природними ресурсами, оскільки майже 4 % території Латвії займають внутрішні води, 5,9 % загальної території займають прибережні території, а 50 % території Латвії складають ліси. Згідно рейтингу Environmental Performance Indicator, Латвія в 2016 р. посіла 22 місце в рейтингу найзеленіших країн світу [4].

У Латвії налічується близько 681 природно-заповідних територій, що складає близько 17 % сухопутної території та 15 % морської території країни. До природно-заповідних територій Латвії належать національні парки, природні парки, охоронювані ландшафти, а також численні природні заповідники, які поступово стають популярними туристичними місцями не лише для місцевого населення та внутрішніх туристів, але і для іноземних гостей [4].

Найбільшою популярністю у Латвії на сьогодні користуються національні парки. У латвійських національних парках можна насолодитися лісовими пейзажами, які майже не змінені людською діяльністю. У парках можна побачити всі латвійські породи дерев, від різних листяних до хвойних – ялин та сосен. Хоча гуляти парками приємніше влітку, пізньою весною і під час пори латвійської золотої осені, зимові пейзажі теж мають свою неповторну атмосферу [3].

У Латвії є чотири національні парки: Гауйський національний парк, національний парк Кемері, національний парк Різна та Селігерський національний парк [3]. Гауйський національний парк – найбільший та найстаріший національний парк у Латвії. Для нього характерні велика біологічна різноманітність, різні форми рельєфу, природні джерела, поклади пісковика, мальовничі краєвиди, своєрідні пам'ятки природи та культури. Парк простягається на площі більш ніж 90 тис. га. На березі Гауї розташовуються 19 старовинних городищ, шість середньовічних замків та три міста – Страупе, Сігулда та Цесіс. Тут знаходиться найбільша за розмірами печера в Балтії – печера Гутманя [1].

Національний парк Кемері – дуже різноманітна територія площею 38165 га. Людська діяльність відносно мало торкнулася цієї території, тому в парку мешкає безліч рідкісних видів рослин і тварин, що охороняються як у Латвії, так і в Європі [3].

Національний парк Різна – наймолодший і другий за величиною національний парк Латвії, створений у 2007 р. на площі 59615 га з метою збереження природних, культурних, історичних та живописних цінностей околиць озера Різна. З висоти пташиного польоту ландшафт парку є унікальною композицією пагорбів та озер [3].

Витоки Селігерського національного парку можна простежити з 1923 р., коли було створено пам'ятку природи площею 1100 га. З погляду природної різноманітності, парк є одним із найбагатших регіонів на узбережжі Балтійського моря і по праву може називатися «музеєм просто неба» попередніх етапів розвитку Балтійського моря [3].

Отже, природні ресурси Латвії, хоч і користуються наразі популярністю більше серед місцевого населення, ніж серед іноземних туристів, мають усі перспективи у майбутньому бути більш задіяними у туризмі країни, оскільки місцева природа знаходиться під охороною держави і в цілому майже не змінена людською діяльністю, що дозволяє Латвії входити до 30-тки найзеленіших країн світу.

Список використаних джерел:

1. Національний парк Гауя, Латвія. URL: <http://travel-world.pp.ua/7570-nacionalniy-park-gauya-latvya-detalna-nformasya-z-foto.html>.
2. Чир Н. В. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму в Балтійському регіоні (на прикладі Латвії). *Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали II-ї Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції 14–15 травня 2015 р.* Луцьк: Вежа-Друк, 2015. С. 133–138.
3. Національні парки Латвії. URL: <https://www.latvia.travel/ru/nacionalnye-parki>.
4. Regional survey of tourism development in Latvia (June, 2017) URL: https://projects2014-2020.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1508254284.pdf.

Руденко М. О., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Рудянова Т. М., к.ф.-м.н, доц.,
доцент кафедри комп'ютерних наук та інженерії програмного
забезпечення Університету митної справи та фінансів)

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Ринок туризму є одним із ключових для економік різних країн, тому в сучасних умовах розвивається жорстока конкуренція підприємств туристського бізнесу. Сучасні ІТ технології та інформаційні системи управління – одна із найбільш важливих складових туризму. Ефективність їх застосування багато в чому визначає продуктивність діяльності у сфері туристичного бізнесу, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації забезпечує якісне оптимальне управління і прийняття правильних рішень у цій сфері. Важливим аспектом також є комплексне використання математичних методів та сучасних алгоритмів, що дозволяють розв'язувати широкий клас професійних задач з проектування та конструювання діяльності у галузі туризму.

Останнє десятиліття ознаменувалося стійкою тенденцією до розвитку інформатизації процесів управління підприємствами туристичної галузі, що дозволяє різноманітним транспортним, сервісним, торговельним та іншим територіально розподіленим організаціям і підприємствам узгоджено діяти, забезпечуючи задоволення попиту на туристські товари й послуги. Використання ІТ дозволяє легше і швидше створювати і продавати пакети послуг споживачам, вирішувати завдання фінансово-операційного управління, маркетингового планування, підвищувати конкурентоздатність і кількість продажів. Сучасна ситуація вимагає від туристського бізнесу узагальнення вітчизняного й закордонного досвіду використання ІТ, визначення найбільш ефективних шляхів його розвитку, врахування особливостей галузевого підходу до проблем, протистояння новим ризикам і викликам.

До інформаційних ресурсів в сфері туризму відноситься: нормативно-правові документи, що регламентують діяльність галузі, договірні бази (договори), маркетингові системи (рекламні матеріали – довідники, буклети, бюлетені, мультимедійна продукція), Інтернет-ресурси підприємств туристської індустрії, туристські інформаційні служби тощо.

Інформаційні системи (ІС) – це системи збору, обробки, накопичення, зберігання, пошуку, подання, обміну й поширення туристської інформації, до яких в першу чергу можна віднести системи бронювання й продажів – системи, що дозволяють підприємствам туристської індустрії розміщати інформацію про існуючі тур послуги, ціни на них, включаючи можливість оплати й оформлення документів, що підтверджують право туриста на їхнє одержання.

Використання методів системного аналізу в туризмі включає: когнітивне моделювання, SWOT-аналіз, метод аналізу ієрархій, системне планування, математичного моделювання. Система інформаційних технологій, яка використовується у туризмі, складається з комп'ютерної системи резервування, електронних інформаційних систем транспорту, електронного пересилання грошей, телефонних мереж, рухливих засобів повідомлення, системи проведення телеконференцій, відео систем, інформаційних систем керування тощо. Програмні продукти для автоматизації діяльності туристичних фірм повинні відповідати нормам законодавства, охоплювати всі сторони виробничо-господарської й фінансової діяльності тур фірми, бути сучасними і конкурентоздатними продуктами у своєму класі, мати можливість модернізації, швидке налаштування параметрів і фірмову технічну підтримку, забезпечувати надійність і безпеку зберігання даних. Ринок спеціалізованих програмних продуктів для туристського і готельного бізнесу представлений такими програмами як «TurWin», «Чартер», «OBIP» (фірма «АрімаСофт»), «Само-Тур» (фірма «Само-Софт»), програмний комплекс «Майстер-Тур» (компанія «Мегатек»), програма комплексної автоматизації «Туристський офіс» («Туристські технології»), програма «Travel Agent-2000» («Інтур-Софт»), система «ANT-Group» («ANT-Group»), комплекс «Барсум», «Реконлайн» («Рек-Софт») та ін. [1].

Сьогодні ринок туристичних послуг проходить через процес фундаментальних змін, які кардинально впливають на роль і масштаби діяльності його учасників та формування структури їх взаємодії. До основних рушійних сил ринку туристичних послуг слід віднести: глобалізаційні процеси світової економіки; розвиток аутсорсингу та логістичних процесів, прагнення підприємств до оптимізації витрат, нові підходи до маркетингу і дистрибуції послуг; зростаючу роль інновацій у сфері туризму. Постійне вдосконалення інформаційних технологій дає змогу підприємствам вирішувати нові завдання, забезпечувати глибоку інтеграцію усіх бізнес-процесів. Отже, зважаючи на масштабне використання інформаційних технологій та їх інтеграцію в сферу туризму слід відмітити, що однією з інноваційних форм логістичних процесів у діяльності підприємств сфери послуг є логістичний провайдинг [2].

Беручи до уваги вказані аспекти, можна зробити висновок, що використання інформаційних технологій у туристській сфері є одним із ключових моментів розвитку й здатне значно збільшити її економічні і якісні показники за рахунок підвищення його керованості й адаптованості до змін ринкового середовища.

Список використаних джерел:

1. Кукліна Т. С. Використання інформаційних технологій у діяльності туристичних підприємств. *Причорноморські економічні студії*. Вип. 13–2. 2017. С. 217–221.

2. Кожухівська Р. Б., Саковська О. М. Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 4 (109). С. 196–200.

Сахно Я. С., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н.А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

НАЦІОНАЛЬНІ ПРИРОДНІ ПАРКИ ПІВДЕННОЇ АФРИКИ ЯК ОБ'ЄКТИ ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ

Національні парки – це території, де діяльність людини обмежена з метою охорони навколишнього середовища. На відміну від природних заповідників, у яких майже повністю заборонена діяльність людини (заборонено полювання, туризм тощо), на територію національного парку можна в'їжджати туристам і дозволяти господарську діяльність в обмежених масштабах.

Основною метою національного парку є охорона природних комплексів і об'єктів у процесі безпосереднього пізнання типових і унікальних ландшафтів, рослинного і тваринного світу в поєднанні з екологічним вихованням організованого населення.

Відвідувачі африканських національних парків повинні дотримуватися певних правил поведінки. Тому, наприклад, їздити автомобілем дозволено лише на спеціально відведеній для цього доріжці, з якої не можна з'їжджати на узбіччя, залишатися завжди лише в автомобілі, не можна кричати, заборонено годувати тварин, палити та смітити.

«Від Африки залежить майбутнє нашої планети» – так вважає Рада африканських парків. Вона виявила, що саме у Африці знаходиться найбільше біорізноманіття планети, а також найбільші потоки міграції ссавців [1].

На рисунку 1 позначені не всі види ссавців. Бачимо, що міграції кажанів є найбільшими, в супереч дуже малій кількості горбатих китів та фламінго. Масове переміщення диких тварин пов'язане з пошуками кращих місць годівлі або їх місця розмноження [1].

В Африці знаходиться близько однієї десятої невідновлюваного вуглецю. Найбільша його частина розташована в басейні Конго. Цей тропічний ліс, другий за розміром у світі, він виправдовує свою назву – «Зелені легені планети», він виробляє більше вуглецю, ніж у всіх тропічних лісах Азії разом. Ці ландшафти мають вирішальне значення забезпечити чисте повітря і воду, продовольчу безпеку та кращий спосіб життя не тільки населення Африки, а й всієї планети [2].

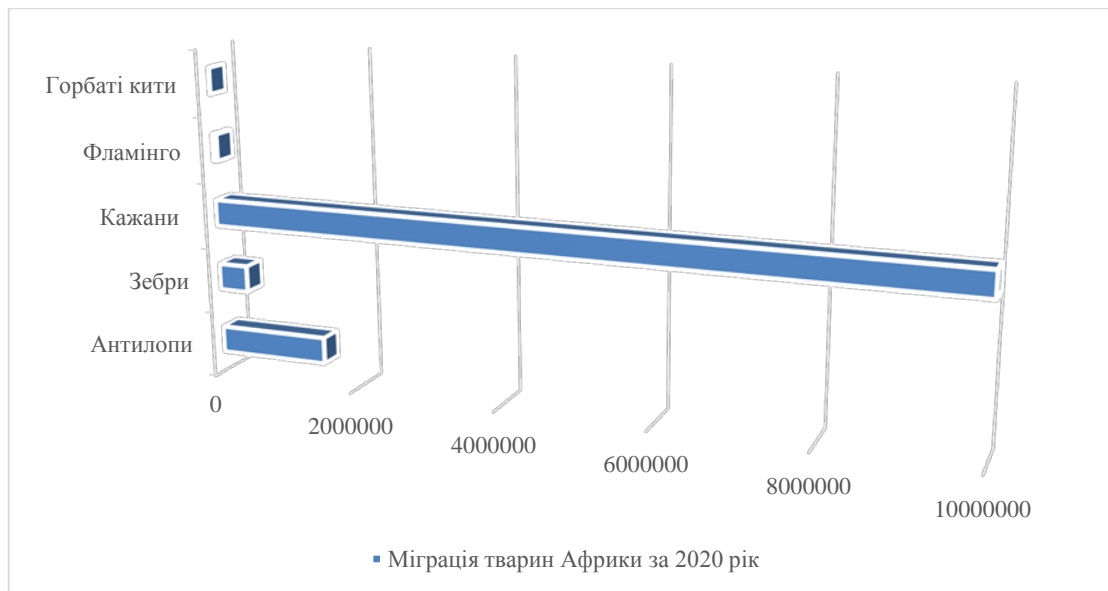


Рис. 1. Міграція тварин Африки за 2020 рік
 Джерело: складено автором за [1]

Африканський континент має чудову природну основу для процвітаючої індустрії туризму. У Південній Африці є багато різних національних парків і заповідників, куди люди приїжджають, щоб дізнатися про те, як тварини поведуться в природному середовищі, і оцінити екзотику цього таємничого континенту. Серед них можна виділити Kruger National Park, Kgalagadi Transfrontier Park, Ais/Richtersveld Transfrontier Park, які посідають лідируючі позиції за показниками відвідуваності та популярністю серед туристів. Всього налічується 19 природних парків, що розташовані на території Південної Африки [2]. На рисунку 2 наведено розташування природних парків, які позначені темно-сірим кольором.



Рис. 2. Природні парки Південної Африки
 Джерело: [2]

У всьому світі національні парки Африки визнані законною гордістю всього людства. До паркових робіт у різних куточках континенту залучені люди багатьох національностей. Тож, спільними зусиллями вони рятують сотні рідкісних тварин та рослин від знищення та вимирання, що є дуже корисним для розвитку екологічного мислення туристів із усього світу.

Список використаних джерел:

1. Міграції тварин Африки за 2020 рік. URL: <https://www.alluringafrica.com/africas-animal-migrations/>
2. Природні парки Південної Африки. URL: <https://www.sanparks.org/parks/richtersveld/>

Смирнова Н. Ю., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ОГЛЯД ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ ДО КАНАДИ

В'їзний та виїзний туризм Канади мають чітко виражену сезонність, що обумовлена кліматичними особливостями країни. Максимальні показники відвідуваності країни припадають на найтепліші місяці літа – липень та серпень, в кожен з цих місяців прибуття становить понад 3 млн. іноземців. Показник відвідуваності країни у січні становить близько 0,7 млн. туристів.

Сезонність у виїзді канадців за кордон залежить від напрямку поїздки. У північні прикордонні штати США канадці спрямовуються переважно в літній час, в південні штати (Флорида, Каліфорнія і Гаваї) – в зимовий. Хоча в кількісному відношенні на літо припадає 1/3 річного виїзного потоку, зимові туристичні витрати Канади в 1,5 раза вище, що обумовлено відстанню подорожей.

За даними Статистичного Управління Канади в 2020 році відпочити до Канади приїхали близько 2.815 млн. осіб, що обумовлено впливом пандемії COVID-19 та скороченням подорожей по всьому світу. Зазначимо, що 2019 рік був рекордним за кількістю туристів (22,2 млн. осіб).

За даними організації Destination Canada, в сфері туризму працює 745 300 чоловік, за оцінками, завдяки активності в цьому секторі канадська економіка отримує 102,5 млрд. доларів. Понад 2/3 американських мандрівників приїхали до Канади на машині. Крім того, 6,9. Частіше за інших Канаду обирають громадяни Великобританії (близько 814 000 чоловік або 11,9% всіх іноземних туристів).

У вересні кількість міжнародних прибулих до Канади – нерезидентів і канадців, які повернулися – більш ніж утричі перевищила кількість прибулих у вересні 2021 року, наблизившись, але ще не досягнувши рівня, зареєстрованого до пандемії COVID-19.

Порівняно з вереснем 2021 року в канадських аеропортах прибуло з-за кордону втричі більше (729,1 тис.) відвідувачів-іногородніх.

У вересні жителі США здійснили 824 400 поїздок до Канади через наземні порти з електронними датчиками, що на 470 000 більше, ніж у вересні 2021 р.

У той же час 1,1 млн. жителів Канади, які поверталися літаком із закордонного візиту через аеропорти, майже втричі перевищили показники у вересні 2021 року [1].

Прибуття відвідувачів-нерезидентів із закордонних країн (362 100) і США (367 000) до канадських аеропортів, обладнаних кіосками первинного огляду (РІК), у вересні становило 729 100, що майже втричі перевищує 243 500 таких прибуттів, зафіксованих у вересні 2021 року [1].

З черговим щомісячним зростанням, у порівнянні з минулим роком, кількість прибуттів нерезидентів повітряним транспортом продовжує наближатися до рівня, який спостерігався протягом того ж місяця 2019 року до пандемії (рис. 1).

Порівняно з вереснем 2021 року майже на 1,2 млн жителів Канади більше – загалом понад 1,4 млн. – повернулися з поїздок до США через наземні порти з електронними датчиками [1].

Щоб допомогти стримати поширення вірусу, 16 березня 2020 року федеральний уряд Канади закритий свій міжнародний кордон для іноземців (за винятком американців). 21 березня було введено обмеження на несуттєві поїздки через канадсько-американський кордон [1].

Після того, як березневі обмеження набули чинності, вплив на міжнародні поїздки став миттєвим: у квітні кількість міжнародних мандрівників (тобто нерезидентів, канадців, які повертаються, та інших мандрівників, таких як водії вантажівок і члени екіпажу) впала до мінімуму в 614 000 осіб. 92,0% до відповідного місяця минулого року.

Після досягнення цього мінімуму кількість осіб, які прибувають до Канади, постійно зростала. До червня кількість зросла до понад 850 000, потім перевищила один мільйон до серпня та залишалася близькою до цього рівня до кінця року, завершившись 1,05 мільйонами прибуттів у грудні, найбільшим показником з березня. Незважаючи на збільшення, кількість міжнародних прибуттів залишалася значно нижчою за рівень до пандемії, різко впавши з 96,8 мільйонів у 2019 році до 25,9 мільйонів у 2020 році [1].

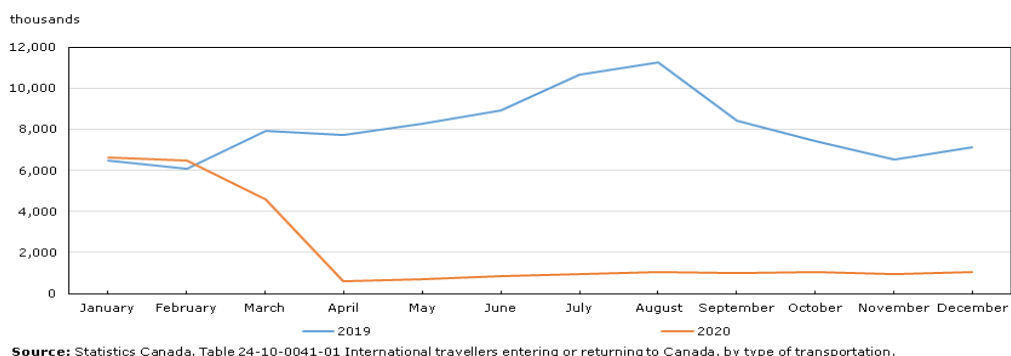


Рис. 1. Кількість міжнародних мандрівників до Канади
Джерело: складено автором за [1]

Туризм в Канаді, як внутрішній, так і міжнародний, є стабільним і досить значною статтею доходу державної економіки. У кожній провінції Канади – це найважливіша рушійна сила економіки регіону і одне з головних джерел зайнятості.

Список використаних джерел:

1. Crossing the border during the pandemic: 2020 in review. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2021001/article/00007-eng.htm>
2. Tourists to Canada from abroad. URL: <https://www150.statcan.gc.ca/n1/daily-quotidien/200221/cg-b001-png-eng.htm>

Тістол А. В., студентка Чорноморського національного університету імені Петра Могили
(науковий керівник – Лазарева О.В., д.е.н., проф.,
професор кафедри управління земельними ресурсами
Чорноморського національного університету імені Петра Могили)

АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ КЛАСТЕРНОГО ПІДХОДУ

В Україні все більшою популярністю користується такий різновид відпочинку як зелений туризм, що спрямований на ефективне використання наявних у сільській місцевості ресурсів, поліпшення якості життя та надання різноманітних туристичних послуг.

Цей вид туризму приваблює в основному мешканців великих міст, дозволяє їм відпочивати в екологічно чистій сільській місцевості та сприяє зайнятості сільського населення та й взагалі – є невід’ємним чинником розвитку сільських територій.

Сьогодні в Україні є чимало факторів, які стримують функціонування зеленого туризму в межах кластеру. Це такі, як недосконалість нормативно-правової бази щодо створення кластерів, відсутність належного інформаційного забезпечення щодо ефективного функціонування кластеру, недостатнє впровадження інноваційних продуктів в межах кластеру, недостатня інвестиційна привабливість території, недостатня державна підтримка кластерних підприємств.

Кластеризація у сфері зеленого туризму має функціонувати на основі утворень шляхом поєднання діяльності таких суб’єктів господарювання як власників садиб, місцевих майстрів, представників сфери послуг та місцевого самоврядування, внаслідок чого поліпшиться бізнес-клімат у сільській місцевості.

Кластерний підхід у сфері зеленого туризму повинен сприяти раціональному використанню природно-ресурсного потенціалу; забезпеченню екскурсійного обслуговування в туристичній сфері та разом

з цим наданням транспортних послуг для туристів; забезпеченню фінансування діяльності за рахунок як зовнішніх, так і внутрішніх джерел; залученню інвестицій та впровадженню безпечних технологій ведення виробництва на селі; наданням маркетингових послуг у сфері обслуговування; покращенню благоустрою сільських садиб та ін.

Ключові аспекти функціонування зеленого туризму на основі кластерного підходу мають бути розв'язані лише за допомогою міжвладної та міжміської кооперації з активним залученням до цього суб'єктів громадського сектора та малого бізнесу.

Реалізація цього дозволить: відновити і зміцнити існуючу матеріально-технічну базу у сфері зеленого туризму; створити якісний туристичний продукт, здатний задовольнити потреби в ньому зацікавлених осіб; забезпечити комплексний розвиток туристичної сфери; створити додаткові робочі місця; виготовити високоякісну туристичну рекламну продукцію про можливості туристичного кластеру; поповнити надходження до місцевих бюджетів; розробити програму розвитку сфери зеленого туризму на основі кластерного підходу; сприяти розвитку підприємництва у сфері зеленого туризму; підвищити рівень добробуту територіальних громад.

Кластерний підхід у туристичній сфері має активізувати перетворення виробництва в диверсифіковану сферу економіки, враховувати мікроекономічну складову функціонування продовольчого ринку, сприяти всебічному розвитку сільської місцевості за рахунок ефективного використання наявних виробничих ресурсів. З метою активізації зеленого туризму на основі кластерного підходу доцільно розробити атлас рекреаційно-туристичних ресурсів, який би відображав розміщення історико-культурних ресурсів, спортивно-оздоровчих, курортних, промислових, транспортних в межах кластеру, що може збільшити кількість відпочиваючих завдяки організації туристичних груп з різних куточків країни і гостей із-за кордону. Причому такі атласи повинні бути розроблені у межах територіальної громади з описом населених пунктів, історії їх походження, кластерної території та її об'єктів, що можуть привернути увагу туристів до місцевих скарбів, допоможе оцінити територію як джерело відпочинку, духовного та морального самовдосконалення.

Отже, кластерний підхід у сфері функціонування зеленого туризму має сприяти підвищенню конкурентоспроможності туристичних послуг, має сприяти гармонійному розвитку суспільства і природи, ефективному використанню виробничих ресурсів у сфері туризму та й взагалі, сприяти економічному розвитку території.

Список використаних джерел:

1. Кошуба Я.М. Сільський туризм як форма підприємництва і продуктивної зайнятості населення. *Економіка та держава*. 2015. № 5. С. 43–46.

2. Пітюліч М.М., Михайлюк І.І. Особливості функціонування сільського туризму в Україні та досвід європейських країн. *Науковий вісник Ужгородського університету*. 2011. Серія «Економіка». Спецвипуск 33. Ч. 3. С. 154–158.

Тодосієнко А. Д., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Бойко З. В., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІСПАНІЇ

Іспанія – країна, що розташована на Піренейському півострові, що робить її географічно дуже зручним об'єктом для туризму. Адже саме ця країна наповнена дивовижними природними та культурно-історичними пам'ятками, виходом до Середземного моря та чудовими традиціями населення. Іспанія з роками стає все більше привабливим місцем для відпочинку. Наявність зручної інфраструктури, чудових природних чинників роблять попит туристів вище. Звісно, що найвідвідуванішим районом в Іспанії є Середземномор'я. Там створено найбільш сприятливі умови для відпочинку людей. Вихід до моря робить ці курорти популярнішими, адже саме морський туризм посідає перше місце серед інших видів відпочинку. Сезонність має великий вплив на потоки туристів також. Влітку кількість туристів зростає, адже клімат сприяє гарному відпочинку саме в цей час. Туризм Середземномор'я розвивається в прибережних районах найбільше (табл.1).

Таблиця 1

Оцінка туристських потоків Середземномор'я за 2019 р.

Показники	Каталонія	Андалусія	Валенсія	Мурсія	Усі регіони Середземномор'я
Кількість прибулих туристів, млн чол.	13.9	7.4	5.3	2.7	29.3
Частка в сукупному потоці туристів в Іспанії, %	26	14	10	2.7	52.7

Джерело: складено автором за [2]

Частка зовнішнього туризму майже відповідає частці внутрішнього туризму. Іспанці обожнюють свою країну, її традиції, національні свята та

кухню, що подорожують досить часто. Так в 2019 році прибутки від внутрішнього туризму були 48% (рис.1.1). Це досить великий показник, порівняно з іншими країнами.

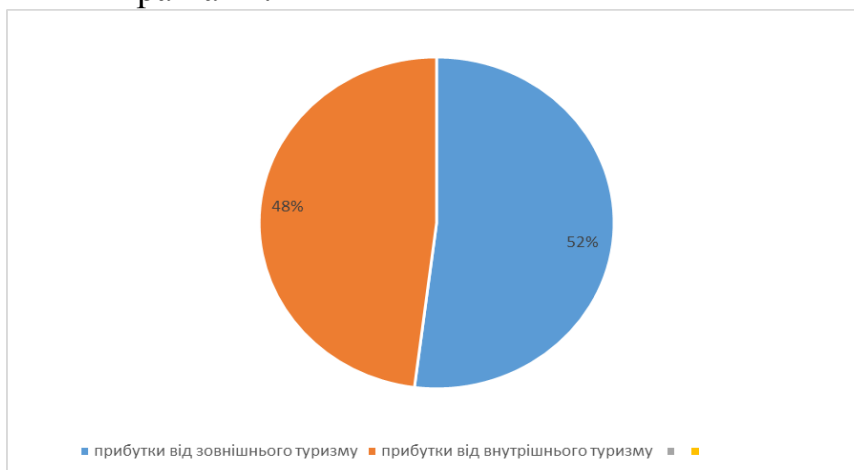


Рис. 1. Структура прибутків від туризму в Іспанії
Джерело: складено автором за [2]

Туризм в Іспанії стоїть на високому рівні і займає велику частку прибутку. Частка туризму у ВВП Іспанії становить 15%. Це дуже гарний гарний показник для країни в порівнянні з іншими країнами світу (табл. 2).

Таблиця 2

Частка туризму у ВВП світових країн

Країна	Частка туризму у ВВП, %
Іспанія	15%
Італія	13%
Франція	10%
Китай	11%
Україна	2%

Джерело: складено автором за [3]

UNWTO визнало Іспанію на третьому місці в світі за кількістю прибулих туристів. Попит туристів на відвідування Іспанії постійно зростає. Людей приваблює така відома країна, оскільки там наявні зручні готелі, гарний сервіс, привітливості населення, смачна кухня тощо. Саме ці чинники завжди впливають на потоки туристів і їх враження. Тож, Іспанія абсолютно чесно посідає лідируючі місця серед країн Європи та світу. Розвитком та покращенням туризму займається держава, якій вже вдалося вийти на чудовий рівень на ринку.

Список використаних джерел:

1. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму в світі. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/06/181-1.pdf>

2. Туризм в Іспанії. URL: [dochttps://dspace.uzhnu.edu.ua](https://dspace.uzhnu.edu.ua)

3. Частка туризму у ВВП різних країн URL: <https://www.ukrinform.ua>

Трущенко М. Б., здобувач Чорноморського національного університету імені Петра Могили

(науковий керівник – Лазарева О. В., д.е.н., проф., професор кафедри управління земельними ресурсами

Чорноморського національного університету імені Петра Могили)

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ЕКОТУРИЗМУ

Важливе місце у розвитку сьогодення посідає екотуризм, який є пріоритетним напрямом рекреаційної діяльності. Його виникнення пов'язане із посиленням зростанням масштабів туристичної діяльності спричинених нею наслідків, що небезпечно впливають на довкілля та стан оточуючого середовища.

Актуальність екотуризму полягає у тому, що він є тією галуззю, яка поєднує в собі два вектори розвитку – економічний, який передбачає отримання доходу від здійснення діяльності у туристичній сфері та екологічний, який сприятиме привабливості території та екологізації ведення бізнесу.

Важливим фактором у сфері розвитку туризму є транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу, коли лідери світової індустрії диверсифікують свою діяльність шляхом розширення спектру послуг та більш повного географічного охоплення масштабів діяльності, залучення додаткових ресурсів за рахунок виходу на світовий туристичний простір.

Дослідженню стану туризму і перспектив його розвитку присвячені наукові дослідження таких науковців як Ступеня Н.М. [1], Осипчука М.Д. [2], Миронова Ю.Б. [3], Ткаченка Т.І. [4] та багатьох інших. Аналіз робіт цих авторів свідчить про те, що в їхніх дослідженнях сформовані підходи до управління розвитком туристичної галузі, окреслені шляхи попередження негативного впливу на навколишнє середовище. Однак потребує необхідності обґрунтування перспектив розвитку екотуризму для українського простору.

Важливим фактором розвитку туризму є транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу, за умов якої лідери світової індустрії диверсифікують свою діяльність шляхом розширення спектру видів діяльності та більш повного географічного охоплення масштабів діяльності на багатьох континентах, інвестування коштів у різні сфери розвитку туристичної індустрії, залучення додаткових ресурсів шляхом виходу на світові ринки.

Для успішного виходу на міжнародний туристичний простір не менш вагомим інструментом є краудфайдинг у сфері туризму, що означає фінансування та соціальне підприємництво, яке допомагає місцевим громадам

природних територій об'єднувати ресурси для організації еколого-туристичних заходів, які справлятимуть інтерес для місцевого населення.

Успішний розвиток туристичного простору формується і за рахунок кластерного підходу. Кластеризація у сфері туризму сприяє інтеграції ресурсного, економічного, кадрового потенціалів, що здатні створити синергетичний ефект розвитку туристичного потенціалу задля отримання нових можливостей розвитку туристичного простору.

Вивчення досвіду розвитку туризму в країнах Європейського Союзу дало змогу обґрунтувати перспективи збалансованого екотуризму і для українських реалій: забезпечення збалансованого екотуризму має враховувати світові пріоритети розвитку галузі; розвиток екотуризму має ґрунтуватись на врахування світових розробок та найкращих практик у цій сфері; потребує узгодження усунення суперечності у сфері дбайливого ставлення до оточуючого природного середовища; в умовах бережливого ставлення до оточуючого природного середовища необхідно звести до мінімуму негативні наслідки впливу на навколишнє середовище, не допустити порушення екосистеми; необхідно досягти балансу рівноваги між потребами людини і можливостями природи, забезпечити збалансоване раціональне використання ресурсів; орієнтація на ведення бізнесу у туристичній сфері має бути спрямована на те, щоб забезпечення потреб життєдіяльності людини як туриста в природному середовищі не призводило б до несприятливих для існування життя людини наслідків; внутрішньогалузева спеціалізація виробництва, розвиток народних промислів мають забезпечувати ведення конкурентоспроможної діяльності на зовнішніх та внутрішньому ринках.

Запропоновані перспективні напрямки збалансованого розвитку екотуризму, такі як розвиток сучасних технологій у сфері міжнародного туризму, транснаціоналізація міжнародного туристичного бізнесу, екологізація туристичної діяльності та її перехід на збалансованого вектор розвитку, інвестування коштів у різні сфери розвитку туристичної індустрії, диверсифікація господарської діяльності, ведення маркетингу туристичних послуг із застосуванням підходу краудфайдингу, запровадження кластерного підходу прийтиме нарощуванню туристичного потенціалу внаслідок відкриттю нових можливостей розвитку туризму.

Список використаних джерел:

1. Ступень Н.М. Світовий досвід розвитку екологічного туризму на рекреаційних територіях. *Збалансоване природокористування*. № 3. 2016. С. 94–99. URL: http://natureus.org.ua/repec/archive/3_2016/15.pdf
2. Осипчук М.Д. Міжнародний туризм у контексті модернізації зовнішньоекономічної діяльності на засадах сталого розвитку. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 6. Частина 1. 2014. С. 107–111. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_06/26.pdf
3. Миронов Ю.Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.11. С. 117–122.

Уманська С. О., здобувачка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

РОЗВИТОК ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

У поточному році сподіватися на зростання ділового туризму не доводиться, але в більш віддаленій перспективі прогноз досить позитивний. Всесвітня рада з туризму та подорожей прогнозує зростання витрат на діловий туризм в Україні на рівні 6,2% на рік до 2024 року. У грошовому перерахунку через 10 років бізнес-тревел витрати складуть 11,8 мільярдів гривень на рік (для порівняння, в 2013 році ця сума становила 6,1 млрд гривень). Поки ж реалії 2022 року такі, що компанії змушені знижувати рівень витрат на ділові поїздки, особливо за кордон. Гравці ринку розповідають, що бюджети компаній скорочуються, в першу чергу за рахунок навчання та заохочення персоналу (trainings, team buildings, incentives). У хід йдуть і інші способи економії. В умовах, коли ділові поїздки залишаються невід'ємною частиною ведення бізнесу, а бюджети обмежені, менеджери корпорацій знаходяться в активному пошуку додаткових можливостей для економії крім уже використовуваних. Тут компанії цілком прогнозовано все частіше звертаються за допомогою до ІТ-індустрії, яка покликана допомагати оптимізувати і автоматизувати. Помітною тенденцією, характерною для вітчизняного ринку ділового туризму останніх 2-3 років, є онлайн-бронювання. Це прогресивне і зручне рішення для корпоративного клієнта і яка обслуговує його ТМС (Travel Management Company) або ВТА (Business Travel Agency). Інтерес до онлайн-бронювання в корпоративному сегменті на українському ринку є вже досить давно. В першу чергу такий інтерес пояснюється успішним досвідом інших країн, який і намагаються перейняти українські офіси. Однак в корпоративному сегменті реальний темп зростання частки онлайн-бронювань значно поступається leisure ринку [1].

Для корпоративного сегмента часто характерні наявність складних тревел-політик, процедур авторизацій, політик безпеки, тому онлайн-рішення для цього сегмента повинні мати можливість врахувати індивідуальні дані. Сьогодні на ринку існують пропозиції корпоративної онлайн-системи бронювання, вони, в тому числі надають і локальний контент, а також можливість безготівкового розрахунку. Найближчим часом таких пропозицій буде значно більше, їх вартість, відповідно, буде знижуватися. І дійсно, перехід на онлайн-бронювання – один з ефективних засобів економії корпоративних тревел-бюджетів. Незважаючи на очевидні переваги інструментів для онлайн-бронювання, експерти ринку визнають, що ТМС і ВТА незамінні в комплексному вирішенні питання ефективності

ділових поїздок. ТМС і ВТА, як правило, мають цінові переваги в тарифах на авіаквитки, розміщення в готелях і додаткові послуги. Плюс вони готові пропонувати споживачеві комплексні рішення, що дозволяє економити від 3 до 10% річного бюджету на поїздки. Крім того, ТМС і ВТА є носіями цінної експертизи і завжди можуть надати корпоративному клієнту консалтинг, який жоден online booking tool поки не може замінити [2]. Для представників корпорацій принципово важливим елементом в системі онлайн-бронювання залишається безготівковий розрахунок. Одна з проблем онлайн-бронювання готелів – необхідність використовувати кредитні картки. Іноземні колеги більше адаптовані до такого способу замовлень, а українські компанії більше налаштовані на оплату за безготівковим розрахунком [3].

Інструменти онлайн-бронювання для корпоративних клієнтів на сьогоднішній день існують і в Україні, і ними вже давно користуються міжнародні корпорації в Європі і США. Наприклад, інструмент онлайн-бронювання для корпоративних клієнтів Amadeus e-Travel Management надає подорожуючим співробітникам корпорацій широкий вибір послуг і дозволяє здійснювати гнучкі настройки для реалізації ефективного автоматизованого контролю за дотриманням тревел-політики. Крім авіаквитків, готелів і прокату авто, представлених в системі Amadeus, в AeTM можна забронювати квитки «Укрзалізниці», ключових залізничних і low-cost перевізників світу, а також поліси провідних страхових компаній України. Причому в системі передбачена опція безготівкового розрахунку.

Важливо відзначити, що дане рішення є і у версії для мобільних пристроїв, що дозволяє співробітникам корпорацій бронювати авіаквитки або готелі в будь-якій точці світу зі своїх гаджетів. А при наявності авторизаційної процедури керівники можуть стверджувати поїздки своїх співробітників зі смартфона або планшета.

В цілому представники корпоративного сектору – споживачі послуг в секторі бізнес-тревел, сходяться в одному: якщо вибрати між економією бюджетів і безпекою співробітника, компанія завжди поставить на безпеку. А це означає, що важливим для компаній залишається питання консалтингу в секторі ділових поїздок (необхідний фахівець, який точно може сказати, наприклад, знаходиться вибраний готель в безпечному кварталі). Крім експертизи агентств, у ринку є запит на IT-рішення, які дають можливість в режимі онлайн отримувати інформацію про місцезнаходження відряджених співробітників, щоб оперативно надати допомогу при виникненні непередбачуваних ситуацій, а також дозволяють враховувати всі ключові для компанії критерії в сфері безпеки і дотримання тревел-політики ще на етапі бронювання.

Список використаних джерел:

1. Дехтяр Н. А. Тенденції розвитку світового ринку ділового туризму. *Проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 43–51.

2. Музичка Є. О. Стан і тенденції розвитку ділового туризму в Україні. *Економіка та держава*. 2018. № 1. С. 55–60.

3. Титова Н. В. Діловий туризм в Україні: основні проблеми розвитку та шляхи їх вирішення. *Економіка і менеджмент культури*. 2013. № 1. С. 67–74.

Федорова А. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

МЕТОДИ ЗАПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Визначення "якість" має багатогранне походження та існування, що використовується в різноманітних сферах діяльності суспільства, трактується як філософська, суспільна, економічна категорія.

Більша частина науковців розподіляють методи управління якістю в основному на чотири типи – економічні, виховні, організаційно-розпорядливі та матеріального стимулювання.

В готельному господарстві розвиток системи управління якістю визначає необхідність впровадження різних типів методів на різних рівнях управління, як на державному, регіональному та також на рівні суб'єкта туристичної індустрії.

Головні типи методів управління якістю містять організаційно-розпорядчі, інженерно-технологічні, економічні та соціально-психологічні.

Організаційно-розпорядчі методи управління передбачають суворе дотримання нормативної документації підприємств. Даний метод діючий, в той час як система організації має чітко визначену, логічну та послідовну інформацію, відкриту для всього персоналу [1].

Основні типи методів управління якістю розміщені на рис. 1

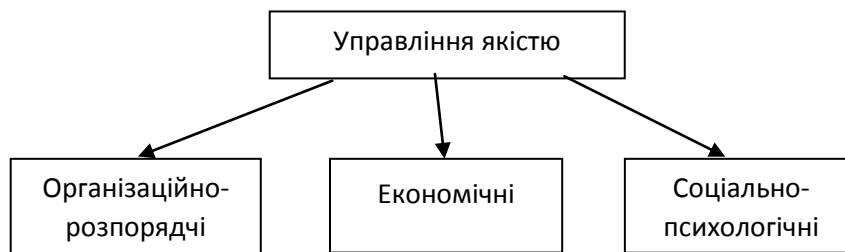


Рисунок 1 – Методи управління якістю
Джерело: складено автором за [1]

Не менш важливе місце є і соціально-психологічні методи управління якістю. Успіх запровадження та підтримання системи управління якістю, а

також постійне поліпшення діяльності можливе тільки при умові, коли весь колектив організації буде за мотивований досягнути певних цілей у області якості.

Особливої уваги заслуговують економічні методи управління якістю, що утворюють економічні умови для поліпшення якості продукції, що мають на увазі всі необхідні складові для фінансування діяльності в області управління якістю, ціноутворення на продукцію та послуги відповідно до рівня якості, господарські розрахунки, тощо .

Метод мотивації персоналу вимагає впровадження засобів впливання керуючої системи на керовану. Дани метод передбачає заохочення працівників на надання якісних послуг в готельному господарстві. Цей метод включає формування системи винагородження за високу якість, впровадження надбавок до заробітної платні. З іншого боку, керівництво готельної індустрії повинно передбачити штрафні санкції за надання неякісних послуг або порушення вимог, визначених політикою якості [2].

Запровадження системи менеджменту якості на підприємствах готельно-ресторанної галузі дозволить:

- почати розвиток створення корпоративної культури, сформованої на принципах управління якістю;

- довести діяльність підприємства у відповідність з чинним українським законодавством, стандартами та рекомендаціями міжнародних організацій;

- диференціювати послуги, що надаються, на основі якості, тобто відповідності вимогам споживачів, і тим самим створити передумови збільшення частки ринку організації;

- підвищити рентабельність підприємства шляхом зниження виробничих витрат, що досягається завдяки підвищенню рівня відповідності послуги вимогам споживачів, розробки процедур здійснення діяльності на основі вибраного стандарту, вдосконалення управління процесами, залучення всього персоналу до процесу контролю й забезпечення якості;

- наростити репутацію підприємства, яке відповідає світовим стандартам якості підприємства і прагне до безперервного підвищення рівня задоволеності споживачів [3].

Отже, підсумовуючи, можна сказати, що успішність бізнесу в готельному-ресторанному господарстві ключовим є послуги та якість послуг. В основному необхідно здійснити ефективний контроль над основними та додатковими послугами, підтримувати всі стандарти та технології виробництва в закладах готельно-ресторанному господарства, для якісного сервісу та комфорту. Дані методи оптимують доходи, залучають нових клієнтів та роблять заклад конкурентоспроможним.

Список використаних джерел:

1. Методи управління якістю. URL: https://pidru4niki.com/80544/ekonomika/metodi_upravlinnya_yakisty
2. Методика оцінки мотивації персоналу в умовах кризи. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/7_2019/37.pdf

3.Завдання щодо поліпшення якості якості.URL: <http://www.info-library.com.ua/books-text-9728.html>

Христіченко О. Р., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горожанкіна Н. А., к.геогр.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДОМІНІКАНСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ

Туризм в Домініканській Республіці невпинно розвивається з кожним днем. Домініканська Республіка – має все необхідне для туристичної діяльності на своїй території. Вона займає перше місце в Карибському басейні щодо розвитку та спеціалізації туризму. Також важливим фактором, який дав туризму в Домініканській Республіці розвиватися – є дуже вдале розташування по відношенню до рекреаційних ресурсів. Сфера туризму займає перше місце в економіці країни, загалом економіка існує завдяки туристичним послугам, які постійно розвиваються.

На території Домініканської Республіки – присутні майже всі види ресурсів, починаючи з природно-кліматичних і закінчуючи культурно-історичними. На території зазначеної країни налічується 29 національних природних парків. Ці території з пишною рослинністю, розосереджені по всій країні, від південного заходу і до півночі. За даними Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Домініканській Республіці було включено 13 найменувань (станом на 2020 рік), 10 об'єктів включені до списку за культурними критеріями ще 3 об'єкти включені за природними критеріями і визнані видатними зразками біологічних процесів в еволюції і розвитку земних екосистем. Також в країні наявні такі види активного відпочинку як віндсерфінг, дайвінг та рафтинг [2].

Домініканська Республіка має другу за величиною економіку в Карибському басейні, яка залежить від сільського господарства, торгівлі та послуг і туризму. Дохід від туризму складає більше 1 млрд. доларів США. Більше третини всіх прямих іноземних інвестицій в Карибському регіоні спрямовані саме до Домініканської Республіки [2].

Серед основних районів, які приваблюють іноземних туристів в країні слід виділити Бока-Чіка, Хуан Долю, Ла-Романа, Байяїбе.

Перше місце за популярністю серед туристів займає район Байяїбе, який рекомендований для сімейного відпочинку й активного молодіжного відпочинку. Кожен район – має велику кількість готелів на своїй території. Потік туристів зростає, і це пояснює підвищений попит на готелі [2].

Протягом останніх декількох років туристична інфраструктура Домініканської Республіки – була розширена та вдосконалена. Це посприяло створенню: нових зручних авіамаршрутів, суттєвому підвищенню рівня безпеки, збільшенню кількості готелів високого рівня, розвитку круїзних портів (які відіграють вагомий роль у рості туристичної привабливості країни) [4].

Серед конкурентних переваг Домініканської Республіки, слід виділити такі: середній рівень життя населення, гарний клімат, легкий процес отримання візи, низький рівень корупції, добре розвинена інфраструктура та мережа транспортних шляхів, стабільна політична ситуація, вдале географічне розташування, велика кількість природних та історико-культурних ресурсів; гарна екологічна ситуація [4].

Серед конкурентних недоліків Домініканської Республіки можемо відзначити віддаленість від країн Європи, дорогий та довгий переліт, висока вартість на медичні послуги, високий рівень злочинності, залежність туризму від сезонності, високі ціни на оренду житла [4].

За даними Національного інституту статистики, було визначено, що в 2018 році Домініканську Республіку відвідало 6 млн. людей – з країн Латинської Америки та США. У 2020 році показник чисельності іноземних туристів становив 2,4 млн. осіб, що можна пояснити епідемією COVID-19 [4].

Отже, можна сказати, що Домініканську Республіку у майбутньому очікують великі перспективи щодо розвитку туристичного бізнесу. Фахівці з туризму передбачають глобальні зміни в індустрії туристичного розвитку даної країни, розширення бази туристичних послуг, вдосконалення рекреаційних ресурсів. Домініканська Республіка – країна, що ставить цілі в туристичній галузі й обов'язково виконує їх.

Список використаних джерел:

1. Географічні дані Домініканської Республіки. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%B0>.
2. Культурно-історичні ресурси Домініканської Республіки. URL: <https://vsitury.com.ua/interestplaces/51>.
3. Туристичний бізнес та відпочинок у Домініканській Республіці. URL: <https://internationalwealth.info/offshore-business-abroad/tourism-development-in-the-dominican-republic-business-and-leisure-on-the-island/>.
4. Детальна характеристика економіки Домініканської Республіки. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%BB%D1%96%D0%BA%D0%B8>.

Чернадчук В. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ПОТЕНЦІАЛ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ БОЛГАРІЇ

Лікувально-оздоровчий туризм у світі в останній час набуває все більшого значення. Постійне прагнення все більшої кількості людей підтримувати на належному рівні своє здоров'я та тонус зумовлює зростаючі потреби в лікувально-оздоровчих подорожах. У відповідь на такі потреби країни виявляють на своїх територіях природні та лікувальні джерела і ресурси, акумулюють інвестиції в санаторно-курортну галузь на

відповідних територіях. Однією з таких показових країн є Болгарія, яка успішно розвиває лікувально-оздоровчий туризм.

Болгарія – це країна, яка розкинулася в Південно-Східній Європі на Балканському півострові. Країна зі сходу омивається Чорним морем. Південними сусідами Болгарії є Греція і Туреччина, на заході країна межує з Сербією і Північною Македонією, а на півночі – з Румунією. У Болгарії є всі ресурси, необхідні для різноманітних видів туризму: пляжний, гірськолижний, культурно-пізнавальний, гастрономічний та екологічний туризм, однак найбільш розвинутим видом туризму у Болгарії є лікувально-оздоровчий туризм [2].

Болгарія – відомий в Європі напрямок для оздоровчого туризму. Бальнеологічний відпочинок і лікування в Болгарії займає одне з провідних місць у Європі за унікальністю, різноманітністю гідротермальних, біокліматичних, грязелікувальних та інших оздоровчих ресурсів майже по всій території країни. Свіже морське й гірське повітря, майже безхмарне літо, прекрасна екологія гармонійно доповнюють курорти Болгарії, а розвинена інфраструктура дозволяє досягти ефективності в профілактиці й лікуванні дуже поширених захворювань, а також дає змогу розширювати й розвивати сучасні бази відпочинку, використовуючи передові SPA-технології [1].

Бальнеологічні курорти Болгарії – це середземноморський або континентальний клімат, наявність декількох сотень корисних мінеральних джерел, велика кількість лікувальних грязей та цілющих торф'яних покладів. Бальнеологічні курорти Болгарії (їх кількість складає 102) розташовані переважно серед недоторканих лісів та гір, неповторних ландшафтів, оточених заворожуючими пейзажами [1; 3]. Багатовікова практика бальнеологічного лікування в Болгарії почалася в часи Римської імперії. Римляни активно використовували мінеральні джерела з холодною й гарячою водою, споруджували лазні й освоювали технології грязьових ванн. Спадщина, яку зародили римські лікарі, користується популярністю й досі. Саме тому сучасні бальнеологічні курорти Болгарії щорічно відвідують тисячі гостей, а розвинена інфраструктура туризму забезпечує корисний, комфортний і приємний відпочинок [1].

Сьогодні бальнеологічні курорти Болгарії представлені новими сучасними бальнеоготелями і модернізованими санаторіями. Кваліфікований персонал, апаратура нового покоління, виняткові медичні технології і старовинні методи лікування створюють в СПА-готелях атмосферу культу здорового способу життя, «очищуючи» від дії несприятливих екологічних факторів та хронічних стресів.

Найвідомішими бальнеологічними курортами залишаються Хісар, Тузлата, Санданські, Сапарева баня, Кюстенділ, Банкя, а також озера Мандрена та Солоне озеро. Сучасні бальнеологічні курорти пропонують наступні види терепії: аромотерапію, інгаляції, медову терапію, масажі, фітотерапію, грязелікування, бальнеокосметику [2; 3]. Наступним

найціннішим природним даром у Болгарії являються природні мінеральні джерела. У цій країні є джерела усіх видів мінеральних вод: тут нараховується більше 500 термальних джерел, загальний розхід яких оцінюється в 28 000 літрів за секунду. Приблизно три четверті мінеральних джерел - теплі. Холодних джерел дуже мало. Болгарські мінеральні води відрізняються також по своєму хімічному складу і більшість із них – слабомінералізовані. Оздоровчим фактором у Болгарії є не тільки термальна мінеральна вода, але і лікувальна грязь. Цілющі грязі, що добуваються з дна лиманів та лагун болгарського побережжя, широко застосовуються в лікувальній терапії. Великі запаси цілющих грязей знаходяться в солоних озерах Мандрена, поряд з Бургасом, в Поморії, Шаблі, в Балчику, Тузлі. Загальний об'єм цих грязей у надрах Болгарії – близько 6 млн т [3]. Зазначена велика кількість лікувальних факторів, якими наділена Болгарія, дозволяє проводити ефективне лікування різноманітних захворювань мінеральними водами та медичними грязями. Тут лікуються запалення і ускладнення, що пов'язані з опорно-руховою системою, психічні та неврологічні розлади, професійні, серцево-судинні, легеневі хронічні захворювання, ортопедичні недоліки, травми та ін. Із аутентичних видів терапії і ритуалів релаксації в Болгарії пропонуються ванни з винним екстрактом. Такі ванни стимулюють кровообіг і очищують організм від токсинів [3].

Отже, Болгарія – це країна здоров'я, озеленений екологічний едем на Балканах, яка активно розбудовує лікувально-оздоровчий туризм на основі наявного природного потенціалу та може виступати прикладом для інших країн.

Список використаних джерел:

1. Бальнеологія в Болгарії. URL:
<https://www.anextour.com.ua/page/1345/balneologiya-v-bolgarii>.
2. Болгарія: путівник, відпочинок. URL:
<https://bezviz.co.ua/country/bolhariia/>.
3. Болгарія. Оздоровчі курорти. URL:
<http://www.desadmi.com/ua/bolgariya/ozdorovitelnye-kurorty>.

Шаповалова А., здобувачка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Горб К. М., к.г.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ

Лікувально-оздоровчий туризм є одним з найперспективніших видів туризму. Він розвивається за рахунок значних ресурсів: морського узбережжя, гарячих, теплих і холодних мінеральних джерел, лікувальних лиманових родовищ грязі, лісів тощо, якими багата країна. Інтерес до

лікувально-оздоровчого туризму в Європі постійно зростає, що в значній мірі обумовлено демографічними тенденціями. Проте знаку рівності між лікуванням, оздоровленням у санаторно-курортних і лікарняно-поліклінічних умовах не може бути, оскільки окремі компоненти (наприклад, використання в лікувально-профілактичних цілях бутильованої води) не можуть замінити цілісного комплексу лікувально-оздоровчої дії на людину курортної місцевості.

Лікувально-оздоровчими властивостями володіє уся сукупність чинників природного комплексу курортно-рекреаційної місцевості у їх взаємозв'язку і взаємодоповненні, що включає як бальнеологічні, так і ландшафтно-кліматичні ресурси. Санаторно-курортне лікування для певної категорії людей в сучасних умовах певною мірою можна трактувати як лікувально-оздоровчий туризм. Лікувальний туризм розглядає організацію роботи рекреаційно-туристичної галузі з погляду технології подорожі та, окрім захоплюючих маршрутів різної категорії складності, обов'язково повинен урахувати систему занять, зумовлену методами бальнео- і кліматолікування. Організація лікувального туризму і створення лікувально-профілактичних установ на базі нових перспективних лікувально-оздоровчих методів може стати однією з форм використання лікувально-оздоровчого потенціалу території. В основу лікувально-оздоровчого туризму повинна бути закладена лікувальна або оздоровча технологія, яка поліпшує якість життя шляхом повного задоволення потреби у відпочинку і лікуванні під час перебування за межами звичного середовища. За останні десятиліття лікувально-оздоровчий туризм зазнає суттєвих змін. Традиційні курорти перетворюються на поліфункціональні оздоровчі центри, які розраховані на широке коло споживачів. У світі зростає кількість людей, які потребують відновлювальних антистресових програм і бажають підтримувати гарну фізичну форму. Переважно це люди середнього віку, які не байдужі до активного фізичного відпочинку. В умовах курорту для даної групи відвідувачів можливе проведення широкого спектру різноманітних рекреаційних програм та послуг, серед яких: оздоровча ходьба, різноманітні спортивно-рекреаційні вправи, ігри та ін. Для рекреаційних форм туризму переважно характерні велика тривалість перебування в курортній місцевості, менша кількість відвідуваних місць призначення. Також зараз значного розвитку набувають такі види туризму, як авто-, мото-, велотуризм; кінний, лижний та інші сучасні форми активного відпочинку – поїздки і екскурсії по річках і морі на човнах, байдарках, яхтах, плотах, віндсерфінг, дайвінг тощо. Традиційний лікувальний туризм, який мав на меті лікування існуючих захворювань та відновлення здоров'я, зазнає в Європі певного спаду. Цю трансформацію стимулюють демографічні, економічні зміни та зміни способу життя. Під такими змінами маються на увазі передусім фізичне старіння традиційних клієнтів лікувального туризму. Тих, хто покидає ринок, замінює дедалі менша кількість молодших людей [1]. Дослідники зазначають такі основні причини цього: сучасне населення є здоровішим і активнішим ніж минулі покоління, має більший дохід та шукає продукти та послуги, які

допомагають їм підтримувати молодість та почуватися краще; в середині 90-х рр. в системі охорони здоров'я більшості європейських країн суттєво зменшилося субсидування традиційних спа- та термальних курортів. Це відповідно збільшило витрати відвідувачів (т. зв. соціальних туристів) й суттєво зменшило їх число. В результаті спа-заклади були змушені або боротися за комерційного туриста, або зникнути з ринку; змінилося усвідомлення цінності здоров'я: відбувся перехід від пасивного до активного здоров'я. Зростає кількість людей, які мотивовані піти вище звичайного рівня здоров'я й зосереджуються на попередженні 49 захворювань та пошуку фізичного, духовного й розумового благополуччя [2].

Можна зробити висновок, що лікувально-оздоровчий туризм є масовим і популярним напрямом туризму. Це один з найбільш давніх видів туризму, що відомий з античних часів. У ХХ ст. виникає курортна індустрія. Поширюються нові види курортів та послуг – SPA-курорти (SPA-готелі), wellness-програми (оздоровчі, антистресові, косметологічні), морські курорти, зокрема з центрами таласотерапії. Зазначені положення та тези варто враховувати в Україні при розбудові туристичної галузі в цілому та лікувально-оздоровчої її складової зокрема як державними та регіональними органами управління, так і суб'єктами туристичного бізнесу.

Список використаної літератури:

1. Мальська А. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. Знання. К.: Знання, 2008. 661 с.
2. Скабара Р. Передумови та основні напрями інвестування санаторно-курортного господарства Львівської області. *Інноваційний розвиток національної економіки: матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (7–8 квітня 2011 року)*. Тернопіль, 2011. С. 327–328.
3. Шаповалова О. О., Сапа Ю. А. Сучасні тенденції розвитку «Spa» і «Wellness» туризму. *Вісник Харківського університету ім. В. Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2013. № 1042. С. 154–158.

Авраменко О. В., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Вишнікіна О.В., к.х.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СТАН ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННИХ ДІЙ

За останні роки в Україні спостерігався стрімкий розвиток туризму, як однієї зі значущих складових формування вітчизняного бізнесу. Такому успіху, зокрема, сприяло підвищення частки прибутку від інвестицій, як українських, так і закордонних інвесторів, у готельний бізнес як велику самостійну галузь економіки, що складається з групи галузей і

підприємств, функції яких полягають у задоволенні різноманітного попиту на різні види відпочинку й розваг. Та за останні пів року ситуація на ринку значно змінилася. У зв'язку з повномасштабним вторгненням агресора на територію держави, сектору готельного бізнесу довелося переорієнтувати свою роботу з огляду на потреби відвідувачів у реаліях сьогодення.

Не важко зрозуміти, що під час перших місяців війни роботу готелів та готельних комплексів було призупинено: у східній та південній частинах країни було скасовано до 90 % бронювання, що призвело до значних втрат прибутку закладів [1].

З іншого боку, у зв'язку з підвищенням небезпеки в окремих областях України, в цей період готелі західного регіону країни були переповнені переселенцями. Для окремих підприємців таке підвищення попиту на послуги розташування стало приводом збільшення прибутку шляхом підвищення цін на проживання, інші ж навпаки поставилися з розумінням до вимушено переміщених осіб та забезпечили їх безкоштовним житлом на цей період. Саме тому ситуація на ринку стала неоднозначною: в той час як хтось накопичував свій капітал, інші готелі дійшли до банкрутства і навіть закрилися.

Аналізуючи ринок сьогодні, можна побачити, що ситуація поступово покращується. Вітчизняні готелі потроху відновлюють свою роботу, так, наприклад, з травня продовжили діяльність готелі, які розташовані в столиці та київській області. Зокрема, працюють такі відомі компанії як Bristol та Ribas Hotels Group. Що ж стосується готелів на заході країни, то їхня робота здійснюється у повному обсязі, передумов для закриття чи призупинення їхньої діяльності немає [2].

Варто зазначити, що компанії, котрі наразі працюють, зазнали значних змін. Війна, безпосередньо, вплинула на ланцюги постачання: брак палива спричинив затримку надходження необхідних товарів для роботи готелів чи їх запуску.

Слід зазначити, що зважаючи на повітряні тривоги, заклади розміщення переглянули умови безпеки: гостям повідомляють про початок та завершення тривоги, а в тих закладах де це можливо, облаштовують укриття для безпечного перебування гостей під час сигналу.

На роботу компаній також вплинув режим економії електроенергії, що набув чинності 20 жовтня. В готелях, ресторанах та магазинах він виконується з 17:00 и до закінчення комендантської години, тобто до 05:00. Наразі заклади зобов'язані вимикати підсвічування фасадів, рекламних конструкцій. В окремих регіонах аби зменшити кількість споживання електроенергії в готелях впровадили низку змін: більше не освітлюють цілодобово сауни та SPA-центри, без потреби не вмикають освітлення в коридорах, а також замінюють лампочки на енергоощадні [2, 3].

З огляду на все вище зазначене, постає питання, чи зможе український готельний бізнес відродитися та покращити свої попередні показники? Усе залежить від тривалості бойових дій та міграції працездатного населення.

Що ж стосується інвестицій у цей сектор, то, безперечно, він залишається доволі привабливим об'єктом інвестування. Експерти зазначають, що в умовах війни прибутковість на вкладені кошти в середньому по країні зменшилася з 11 до 8–9 %, однак через збільшення попиту та удорожчання собівартості будівництва поступово зростатиме капіталізація.

Майже всі партнери, які цього року планували будувати готельні комплекси на сході, переорієнтувалися на захід України та продовжують працювати над проектами. Так, у період воєнних дій в країні реалізуються будівельні роботи компанії Ribas Hotels Group, а також готельних комплексів Emily Resort, Best Western Plus Market Square Lviv, ArtBuild Hotel Group та інші [1, 2].

Зважаючи на вище зазначені дані, можна зробити висновок, що, попри дії агресора, сфера готельного бізнесу в Україні продовжує своє функціонування. Так, війна внесла значні корективи у роботу закладів, зокрема змінилося надання послуг заселення, було покращено систему безпеки. Що ж стосується подальшого розвитку, то дуже ймовірно, що по закінченні війни готельна справа в країні зможе продовжити свій розвиток та матиме змогу покращити попередні фінансові показники.

Список використаних джерел:

1. Готельний бізнес під час війни. URL: <https://forbes.ua/company/narochatku-viyni-gotelniy-biznes-ukraini-obvalivsya-na-90-chi-e-nadiya-na-vidnovlennya-14102022-9033>

2. Як війна в Україні вплинула на готелі. URL: <https://commercialproperty.ua/analytics/vstoyati-pid-chas-viyni-yak-pratsyuyut-goteli-ukraini>

3. Львів натемно. URL: <https://wz.lviv.ua/ukraine/475175-lviv-natemno-u-restoranakh-bez-zovnishnoi-pidsvitky-u-hoteliakh-sauna-v-okremi-hodiny-pralni-lyshe-vnochi>

Боровик К. В., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

НАСЛІДКИ ВПЛИВУ ВІЙНИ НА УКРАЇНСЬКУ ІНДУСТРІЮ ГОСТИННОСТІ ТА ШЛЯХИ ВІДНОВЛЕННЯ

Повномасштабне вторгнення країни-агресора в Україну суттєво вплинуло як на малий, так і на великий бізнеси різних сфер. Та найбільше страждати доводиться саме індустрії гостинності та туризму. Ці дві сфери тільки почали оговтуватися після коронавірусу та карантину, власники та

робочі почали звикатися з новою реальністю, як несподівано нас всіх дістала війна.

В 2021 році до всього західного регіону України і, зокрема, до Буковеля приїжджали понад 200 000 туристів з Аравійського півострова. Для них наша країна стала альтернативою альпійським курортам – Австрії, Швейцарії, Італії. Дев'ять із десяти опитаних відпочиваючих стверджували, що планують повернутися в Україну ще раз.

А зараз значна кількість наших громадян, тікаючи від активних бойових дій, почала виїжджати та заселятися в готелі та санаторії у більш безпечних країнах.

Ще на початку війни був зафіксований приріст сплаченого податку на 39% від діяльності пансіонатів та гуртожитків: там люди знаходять тимчасовий прихисток для себе, адже були вимушені покинути свої домівки через війну. А от частка сплаченого податку від діяльності турбаз, кемпінгів, дитячих таборів зменшилася на 59% [1].

Згуртовані ще на початку весни, великі міста України, що знаходяться в більш спокійному просторі, приймали до себе велику кількість переселенців з Харківської, Донецької, Луганської, Херсонської, Запорізької областей. Ресторани допомагали з харчуванням, готелі – безкоштовно, або за символічну плату, розселяли людей. Все це дало розуміння що ми – одна країна, один народ.

Війна в Україні радикально змінила як суспільство, так і економіку. І якщо люди відчували зміни з перших хвилин вторгнення Росії на територію України, то економіка трішки згодом. Залежно від сфери діяльності та регіону готельно-ресторанний бізнес зазнав впливу війни від нульового (фаст-фуду на Західній Україні) до абсолютного руйнівного – як от знищення готелю «Україна» у Чернігові, коли бізнес взагалі припиняє існування [3].

Наразі в ЗМІ можна зустріти чимало оптимістичних прогнозів щодо туристичної індустрії та готельної сфери після перемоги у війні. Передумови для цього дійсно є: ми маємо багато туристичних атракцій, світ зараз зацікавлений в Україні, тому разом з туризмом буде розвиватися й сфера обслуговування [2].

Та разом із тим потрібно розуміти, що все це буде залежати від швидкості відновлення порушеної інфраструктури та загального рівня життя в країні. Це вплине як на виїзний, так і на в'їзний туризм, який несе в собі лише позитив для нашої ситуації в цілому.

Зараз Україна, на щастя, все ж таки по трішки оживає. Той стрес, що був абсолютно у всіх на початку війни, зараз в деяких містах, що доволі далеко від лінії фронту, починає розвіюватися. Бажання відпочити, переключитися від страшної реальності та відволіктися від інформаційного потоку спонукає українців знову подорожувати країною. Спираючись на найбільший розмір сплаченого податку та власні спостереження, популярністю користуються Івано-Франківська, Львівська, Закарпатська, Київська та Одеська області. А

ось інші міста, намагаючись не відставати в сфері гостинності, розвивають на свій ризик саме ресторани або ж служби доставки.

Внутрішнє середовище готельно-ресторанного бізнесу зазнало змін передусім психоемоційних – страх, нерозуміння ситуації, негативні емоції працівників та власників бізнесу, які до того всього ще й роздратовані і безпорадні від того, що не можуть вплинути на ситуацію, як зазвичай було у мирний час.

Відновлення стабільної роботи індустрії гостинності критично важливе. Спочатку стояло завдання допомогти тисячам людей, що застрягли за кордоном, тому одразу почалися перемовини з іноземними партнерами щодо пільгових умов розміщення. Зараз же відновлення необхідне для урегулювання економіки України: туризм та гостинність займають неабияке місце у цьому. Процес відновлення України до довоєнного стану, нажаль, після перемоги буде займати дуже багато часу, адже поновити всю знищену інфраструктуру та поставити «на ноги» економіку буде складно та довго. Та, незважаючи на всі труднощі, так само як зараз Україна йде до перемоги, потім суспільними зусиллями буде йти до повного відновлення.

Список використаних джерел:

1. Інвестиції в готельний бізнес в Україні під час війни. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/formula/investicii-v-gostinichnyj-biznes-v-ukraine-vo-vremya-vojny:-vygodno-li>
2. У якій ситуації опинився готельний бізнес під час війни. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>
3. Війна і бізнес: правила «виживання». URL: <https://otiumportal.com/viy-na-i-turystychnyy-biznes-pravy-la-vyzhyvannia>
4. Портер М. Конкурентна перевага. Як досягти високого результату та забезпечити його стійкість. Альпіна Бізнес Букс, 2013. 720 с.

Головатий Д. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Стеблюк Н.Ф., к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

АДАПТАЦІЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ДО СУЧАСНИХ ВИМОГ ЧАСУ

Реалізація основних принципів і положень адаптивного підходу до управління підприємством, здійснюється через систему моделей і методів ухвалення управлінських рішень, що мають єдину інформаційну базу, зв'язаних між собою певними інформаційними зв'язками, що дозволяє забезпечити стійке функціонування підприємства і його адаптацію. Для виживання і збереження конкурентоспроможності готельно-ресторанного

бізнесу в сучасних швидкоплинних умовах функціонування потрібне постійне коректування їх господарської діяльності з врахуванням змін навколишнього середовища.

У зв'язку зі світовою пандемією, швидким поширенням захворювання COVID-19 та повномасштабним вторгненням Росії на території України, в Україні ввели жорсткі обмеження, які відобразилися на роботі закладів ресторанного господарства. Низка обмежувальних заходів значно ускладнила роботу підприємств сфери послуг. Від початку війни в Україні зачинилися близько 7 тисяч ресторанів та кафе [1].

Після жорстокого великомасштабного вторгнення Росії, українському бізнесу довелося адаптуватися до військових реалій у стресових умовах. Для ресторанного бізнесу це стало ще одним шоком після двох років пандемії. Однак багато українських кафе та ресторанів почали робити свій внесок у перемогу України. Одні змінили формат і почали роздавати гарячі обіди військовим і силам територіальної оборони, інші доставляли їжу людям, які сховалися в бомбосховищах і станціях метро. Зараз із кожним днем знову відкривається все більше закладів громадського харчування, які працюють під загрозою, іноді в містах із постійними обстрілами. Вони продовжують працювати над створенням робочих місць, підтримкою української економіки та наближенням перемоги. Незважаючи на великі втрати та постійні обстріли, український ресторанний бізнес залишається на плаву, підтримуючи армію та українську економіку. Співпрацюючи з волонтерами, розвозячи їжу літнім та вимушеним переселенцям, впроваджуючи практику «підвішеної кави» та «підвішеної піци» для військових та медиків, вони роблять усе можливе, щоб підтримати українців у скрутну хвилину [2].

Сьогодні бізнес зіткнувся з низкою проблем, зокрема зі зміною поведінки клієнтів. Тому необхідно аналізувати потреби споживачів та адаптувати під них свої пропозиції. За даними НБУ, з літа 2022 року український бізнес щомісяця дещо покращує оцінки власної ділової активності, проте показники все ще залишаються негативними через невизначеність в умовах тривалої війни [3].

За результатами опитування, що проводила компанія Kyivstar Business Hub серед власників, директорів, фінансистів та менеджерів різних спеціальностей, основними причинами фінансових втрат більшості компаній респонденти назвали [3]:

- порушення логістичних ланцюгів;
- зростання цін на пальне;
- втрату клієнтів через зміну їхньої локації;
- зупинку роботи підприємств і втрату постачальників.

У теперішній час одне із головних завдань, яке бізнеси вирішують сьогодні – пошук нових клієнтів. Щоб не втратити клієнтів у складних воєнних умовах, важливо їх вивчати, аби розуміти, чого вони потребують прямо зараз. Адже дуже змінився характер потреб і змінилися витрати –

люди заощаджують і шукають пропозиції, які цьому відповідають. Тому потрібно розуміти, чи з тією самою цільовою аудиторією можна працювати зараз на звичних локаціях, на якого покупця розраховувати на новому місці, куди переїхав конкретний бізнес, буде мати попит заклад, який задумали підприємці відкрити.

Таким чином, враховуючи вищенаведене, необхідно звертатись до сучасних технологій, які здатні допомогти проаналізувати зміни. Зокрема, використовувати можливості інструментів Big Data. Один із таких – Портрет клієнта, який дозволяє визначити, хто саме є цільовою аудиторією підприємства. Також «воронки» залучення клієнтів є інструментом не тільки інтернет-маркетингу, але допомагають структурувати всіх клієнтів, з якими бізнес перебуває у процесі комунікації. За сучасних умов господарювання лише ефективне поєднання вищезазначених інструментів надасть підприємству змогу вчасно та ефективно реагувати на зміни зовнішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Готельно-ресторанний бізнес: реалії і перспективи. URL: <https://knute.edu.ua/file/NjY4NQ==/57ccf413e25a15f9b8b8cb653.pdf>
2. Розроблення стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок. URL: [file:///C:/Users/Proton/Downloads/Kislova_bakalavr%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Proton/Downloads/Kislova_bakalavr%20(1).pdf)
3. Стратегічні перспективи готельно-ресторанного бізнесу в Україні: досвід, проблеми та інновації. URL: http://spf.zu.edu.ua/pdf/info/konferencii/internet_konf_menedzment_2019.pdf

Грищенко С. В., здобувач Університету митної справи та фінансів,
Псарьов І. С., здобувач Університету митної справи та фінансів,
(науковий керівник – Лихолат О. А., д.б.н., проф.,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННИЙ БІЗНЕС УКРАЇНИ: НОВІ РЕАЛІЇ

Індустрія гостинності є однією із найдинамічніших та розвинутих напрямків економіки в світі та Україні. Її розквіту сприяють розширення культурних, політичних, економічних, наукових зв'язків між країнами та регіонами [1]. З 2020 по 2022 рік в світі відбулися великі зміни в усіх сферах життя, що значно вплинули на роботу підприємств туризму та готельно-ресторанної справи. COVID-19 та російсько-українська війна спричинили проблеми в багатьох галузях економіки, поставив індустрію гостинності в стан кризи. Реалії сьогодення спонукають власників бізнесів до швидкої адаптації у нових умовах ведення справи. Також за скорочення бізнес-проектів наймані робітникам потрібно утриматися на ринку праці та знаходити нові вектори розвитку.

Під час карантину одним з перших секторів постраждав туристичний бізнес. Люди припинили подорожувати та почали скасовувати броні готелів. Тому, щоб уникнути банкрутства, підприємства готельного напрямку почали застосовувати карантинний режим. Тобто було впроваджено дотримання дистанції, використання медичних масок, рукавичок та антисептиків, а також при заселенні необхідною умовою стало проведення двох тижнів на самоізоляції.

Через те, що Україні введено воєнний стан, відпочинок за кордоном тепер став неможливим для багатьох потенційних туристів. Натомість з'явилась потреба у розвитку внутрішнього туризму. Але й подібна пропозиція натеper також не є абсолютно безпечною. Зважаючи на ситуацію, адміністрація готелів запроваджує запобіжні заходи, такі як: вмикання сирени в приміщенні, евакуація гостей у безпечне місце, економія електроенергії, а також має запаси води та продуктів харчування.

Незважаючи на військові дії, частина ресторанів та кафе згодом відновили свою роботу. Хтось перепрофілювався на волонтерську діяльність, а хтось у більш безпечних регіонах продовжив обслуговувати пересічних відвідувачів. Зараз у країні працює половина закладів і з кожним днем кількість кафе та ресторанів, що повертаються до роботи, зростає.

Труднощі, які виникли у ресторанному бізнесі під час війни:

Доставка продуктів. Перша проблема, з якою зіткнулися ресторатори – це доставка продуктів харчування. Харчові продукти у воєнний час – це питання виживання, тому ситуацію з доставкою продуктів потрібно вирішувати оперативно та злагоджено. Частина постачальників опинилася на тимчасово окупованих територіях, інші перенесли бізнеси у більш безпечні регіони, дехто взагалі припинив свій бізнес. Найскладніша ситуація з логістикою була у перші тижні війни – передбачати та запланувати щось було неможливо.

Нестача персоналу. Друга проблема, яка також виникла на початку війни – це нестача персоналу. Люди, через паніку, почали залишати свої будинки та виїжджати за кордон чи на західну Україну. Це спричинило дефіцит робочої сили. Ті, хто вирішив залишитися, могли тимчасово не виходити на роботу, поки ситуація не стане більш ясною.

Економічна складова (самоокупність). Усі заклади працюють скорочено, через комендантську годину і отримують близько 30 %-50 % від свого доходу до війни, тому що з метою відпочинку зазвичай гості воліють відвідувати ресторани заклади у вечірній час. З колишнім прибутком це незрівнянно.

Все це стало вирішальною причиною трансформації міжнародної та національної економіки, соціально-економічних відносин, переосмислення наявних умов та винайдення резервів для пристосування до них.

Основні проблеми готельного господарства на сучасному етапі: проблема забезпеченості готельними місцями, проблема сертифікації

послуг в Україні, складні економічні умови, в яких змушені виживати готельні об'єкти - значні витрати на утримання та експлуатацію номерного фонду і проблема платежів готелів за комунальні послуги, значний податковий тиск, високі тарифи на готельні послуги тощо. Це призвело до скорочення переліку послуг готельних підприємств, низької якості обслуговування, що сприяло зменшенню попиту на готельні послуги, зниження завантаженості готельних об'єктів [2].

Отже, Україна та світ кардинально змінилися, і до цього усім необхідно адаптуватися. Багато нових викликів потребують радикальної трансформації методів та принципів управління, що можливе за допомогою застосування інноваційного управління, що дає змогу індустрії гостинності України діяти ефективніше, реалізувати внутрішній потенціал, виходити на світові ринки і забезпечувати готельно-ресторанним господарствам високі конкурентні позиції.

Список використаних джерел:

1. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/lucyk.htm
2. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Одеської області. URL: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/6_149340.doc.htm

Дробот С. В., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Вишнікіна О. В., к.х.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАКЛАДІВ ШВИДКОГО ХАРЧУВАННЯ: ПОРІВНЯННЯ FAST FOOD І FAST CASUAL

Життя чудове, багатогранне та прекрасне, але любов до неправильного харчування може суттєво скоротити та погіршити якість життя. Кожна людина обирає свій шлях до здорового життя і одна з доріг цього шляху – правильне харчування, яке зменшує ризик виникнення серцево-судинних патологій, що вкорочують її.

В останні роки в Україні дедалі більше людей помирають від хвороб, що викликані неправильним харчуванням. До цього ж висновку дійшли вчені з німецького університету ім. Фрідріха Шиллера. На думку вчених, проблема в тому, що українці вживають мало овочів, горіхів та цільного зерна, натомість багато солі в улюблених продуктах українців (субпродукти, консервації, ковбасні вироби, їжа швидкого приготування), що посилюється вживанням газованих напоїв [1].

В теперешній час у людей залишається все менше часу для повноцінного відпочинку після роботи, відпустки, а також на здорове

харчування. Вони харчуються на перервах, дорогою додому тощо. І на фоні того, що в більшості регіонів України призупинили свою роботу ресторани швидкого харчування McDonald's, набуває популярності такий формат закладів харчування як fast-casual.

Fast-casual або naturally&fast – це тандем якісних продуктів та швидкого обслуговування. Це поширена світова практика, яка все більше набирає популярності в Україні. Сьогодні не кожен може собі дозволити витратити цілу годину на обід. А ресторани типу Fast-casual дають змогу впоратися з ритуалом за 20 хвилин.

Концепція Fast casual бере свій початок в Америці. Перша згадка про такий вид ресторанів була ще 1981 року. Однак на той час великою популярністю користувався фастфуд, тому гості не змогли оцінити новий формат, і популярність він набрав тільки останнім часом.

Детальніше про ресторани Casual-сегменту, в яких пропонується корисна їжа. Зараз більшість людей не лише у США, а й у всьому світі воліють вести здоровий спосіб життя, що відбивається на якості харчування. Звідси зростаючий попит на фасткежуал-ресторани. Тобто fast casual – це щось середнє між фастфудом і рестораном середнього цінового сегмента.

Головні відмінності фасткежуал-кафе від фастфуду:

– стильний інтер'єр – кольори спокійні, що додає атмосфери, та виникає бажання довше посидіти в кафе. Для комфортабельності використовують гарні, сучасні, зручні меблі;

– багаторазовий посуд – у закладах типу фастфуд політика спрямована на високу оборотність столів то в цих ресторанах використовують одноразовий пластиковий і паперовий посуд, щоб відвідувач довго не затримувався за столом і міг узяти їжу з собою та перекусити дорогою. У фасткежуал-кафе все навпаки гість може насолодитися атмосферою, зустрітися з друзями за чашкою кави, попрацювати, тому тарілки тут керамічні;

– різноманітне меню – на відміну від фастфудів, тут представлена здорова їжа. Варіацій фасткежуал досить багато, що й визначає склад меню: випічка, м'ясо, салати, риба, вегетаріанські страви [2].

В fast-casual ресторанах їжа не тільки корисна, а ще й смачна. Розглянемо декілька прикладів смачної їжі без вмісту глютену.

1. Чайханський плов. Цей вид плову є одним із найсмачніших. Своєю назвою чайханський плов зобов'язаний старій ташкентській традиції – раз на тиждень збиратися з друзями в чайхані та готувати плов. До того ж приготування плову щоразу переходило під керівництво нової людини, що породило безліч його варіантів. Один із них – з грибами. Для чайханського плову ідеально підходить рис девзіра. Плов з девзіри завжди виходить розсипчастим, ароматним та ситним.

2. Будда-боул з лососем, міксом рису та томатами черрі. Будда-боул – ефектне рішення для тих, хто любить збалансовані та різноманітні страви.

Боул із сумішшю рису, свіжим лососем та овочами - страва, яка підійде для їжі в будь-який час доби.

3. Фарширований перець. Фарширований перець – не тільки смачна, а й яскрава страва, яка неодмінно прикрасить як сімейний обід, так і святковий стіл. Перці, начинені фаршем та рисом, готуються в духовці та виходять дуже соковитими, особливо завдяки соусу зі сметани. Вибирають перці різних кольорів, щоб страва заграла насиченими фарбами.

4. Рис Девзіра з медовими крильцями. Гармонійне поєднання курки та рису стає більш цікавим, якщо використовують для гарніру справжній узбецький рис – ароматний та гарний.

Отже, ключем до фізичного та психічного здоров'я є правильне харчування, яке може бути не тільки корисним, але й смачним, що дає насолоду та гармонію з самим собою і навколишнім світом. Харчування в закладах Fast-casual дозволяє реалізувати парадигму здорового харчування.

Список використаних джерел:

1. Новини Волині. URL: <https://www.volynnews.com/news/society/ukrayina-u-top-10-krayin-z-nayvyshchym-rivnem-smertnosti-cherez-nepravyl/>

2. Fast Casual ресторани. URL: <https://joinposter.com/post/fast-casual-restaurants>

Засєкіна І. А., здобувачка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Лихолат О. А., д.б.н., проф., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЯКОСТІ ТА БЕЗПЕКИ ХЛІБА ТА ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ

Хліб – найбільш доступне джерело цінного рослинного білка (поряд з картоплею, крупами, бобовими), що містить ряд незамінних амінокислот (метіонін, лізин). Хлібобулочні вироби характеризуються високими споживчими властивостями, які визначаються їх хімічним складом, засвоюваністю поживних речовин, енергетичною цінністю, біологічними і органолептичними показниками.

Заклади ресторанного господарства (ЗРГ) можуть пропонувати хлібобулочні вироби як власного виробництва, так і закуплені на харчових підприємствах. Але в будь-якому випадку гості закладу мають отримувати продукт високої якості. Якість та безпека хліба та хлібобулочних виробів нормується державними стандартами [1].

На якість і стан хліба та хлібобулочних виробів впливають ряд факторів. По-перше, все залежить від якості сировини. Зважаючи на різноманітність видів сировини, її склад і властивості та значні обсяги,

тривале зберігання становить значну технічну і технологічну проблему. Втрати маси сировини обумовлені тим, що під час зберігання в сировині продовжуються фізіологічні процеси життєдіяльності (дихання, дозрівання, проростання тощо), які потребують витрат енергії. Оскільки після заготівлі притік енергії зовні в сировину припиняється, потрібна енергія постачається за рахунок окиснення запасних енергетичних сполук (вуглеводів, жирів, органічних кислот, білків тощо). Крім кількісних втрат маси сировина під час зберігання поступово знижує свої якісні характеристики. Це проявляється в зниженні вмісту поживних речовин (білків, жирів, вуглеводів), вмісту біологічно активних речовин (вітамінів, поліфенолів, амінокислот і т. ін.), погіршення технологічних і споживчих властивостей сировини (механічна міцність, в'язкість, консистенція, водоутримуюча здатність, смак, аромат, зовнішній вигляд).

По-друге, впливають умови зберігання сировини. Приміщення хлібосховища повинні бути ізольованими, сухими, чистими, побіленими або пофарбованими, добре вентильованими, не зараженими шкідниками комор, добре освітленими. При зберіганні пшениці в складах важливо дотримувати правильні показники температури в межах 8–10°C. Підвищення значення температури без видимих причин зазвичай вказує на процес самозігрівання зерна. Вологість, за якої пшениця зберігається найкраще, 10–12 %.

По-третє, транспортування хлібу та хлібобулочних виробів має велике значення. Хлібні вироби перевозять усіма видами спеціально обладнаного транспорту. Автомобілі повинні мати міцний кузов, розділений на секції з полками або з косинцями для установок літаків; вагони або суду повинні бути обладнані спеціальними шафами.

По-четверте, одним із найважливіших чинників, що впливає на стан хліба, та який може зіпсувати якість продукції та навіть зашкодити здоров'ю і життю, є пліснява. Якщо розглянути хліб з цвілью через мікроскоп, то можна побачити в місцях уражень цілі колонії грибів. Кожен з 200 існуючих видів грибка виділяє активні речовини, більшість з яких шкідливі для людини. При температурі від +20°C і вище цвіль швидко розвивається в хлібі, знищуючи корисні мікроорганізми. Чисельність спор на 1 м³ приміщення досягає 17 тисяч. При такій кількості зараження хліба – прогнозоване явище. Найбільш поширена причина плісняви – порушення технології виробництва і транспортування хлібобулочних виробів. Класична рецептура приготування передбачає тривалий процес бродіння опари – 12 годин. Виробники, щоб не нести збитки, скорочують його до 3–4 годин. Для цього в опару додаються хімічні добавки. Такий підхід позначається на якості готового хліба – тісто пропікається нерівномірно, хоча візуально цього не видно. На ранок на такий випічці проступає зелений грибок. Друга причина – неправильне зберігання. Випічку часто зберігають в поліетиленових пакетах – цього робити не можна, тому що всередину не надходить повітря, створюється ідеальний мікроклімат для

розвитку грибкових спор. Постійно закритий хлібник теж сприяє розвитку грибків. Спори вражають усі борошняні вироби, що зберігаються в ній. Третя – крихти в тісті. Випічка може виглядати апетитною і незіпсованою, але термін її зберігання обмежений 72 годинами. Виробники грішать тим, що перемелюють його в крихту, а потім додають в опару для свіжого хліба. Зрозуміти, що в випічку додана прострочена хлібна крихта можна, як тільки почати різати хліб. Він буде розсипатися, а грибки в такому середовищі приживаються і розвиваються моментально. Так, на якість і безпеку, а відповідно і користь хліба та хлібобулочних виробів впливає багато факторів: початковий стан сировини, умови виробництва, зберігання й транспортування. Тому необхідно ретельно стежити, в яких умовах сировина і готова продукція буде знаходитись. Адже спори плісняви дуже швидко можуть розмножуватись та заражати хліб, а такий виріб не придатний для споживання, а тому може нашкодити життю та здоров'ю людини.

Список використаних джерел:

1. Якість борошна та печеного хліба. URL: <https://agroexpert.ua/iakist-boroshna-ta-pechenoho-khliba/>
2. Мистецтво формування смаку хліба. URL: <https://lesaffre.ua/baking-center-news/novinki-lesaffre-mystetstvo-formuvannia-smaku-hliba/>
3. Органолептична оцінка хліба. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/organoleptichna-ocinka-hliba.html>

Засєкіна І. А., здобувачка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ЕКОЛОГІЧНІСТЬ: МАЙБУТНЄ РЕСТОРАНІВ

Екологічність – це не просто тренд, а шлях до майбутнього для індустрії гостинності та ресторанного господарства.

У зв'язку з тим, що все більше споживачів сприймають екологічність у своєму повсякденному житті та обирають заклади, які пропонують екологічно чисті бренди, ресторани змінюють свою діяльність, прагнучи стати більш стійким бізнесом. Більше того, це також свідчить про те, що заклади харчування не обмежуються лише прибутковими підприємствами, і вони усвідомлюють суспільство, навколишнє середовище та відданість соціальним справам [3].

У сучасних умовах господарювання зараз популярні екологічно чисті ресторани, тож розглянемо більш детально.

Термін екологічно чистий має широке значення, і його застосування в різних галузях і секторах виділяє його. Що стосується ресторанів зокрема,

існує багато способів, за допомогою яких заклади харчування можуть стати екологічно чистими, починаючи від використання екологічно чистих інгредієнтів, від того, як люди обідають у ресторані, до роботи на кухні.

Кожен ресторан відрізняється від іншого, і способи досягнення стійкої та екологічно чистої системи будуть відрізнятися відповідно. На щастя, установи будь-якого розміру та типу можуть знайти різні способи стати екологічно чистими, тим самим сприяючи охороні навколишнього середовища.

1. Використання перероблених матеріалів. Для невеликого закладу з обмеженим меню використання посуду з перероблених матеріалів може стати значним кроком до екологічного підходу. Використання паперових виробів, починаючи від соломинок і закінчуючи контейнерами для їжі на винос, є дуже рентабельним і екологічним для ресторану.

2. Приготування сезонного меню. Нещодавня тенденція, прийнята багатьма ресторанами, – це підбір меню відповідно до сезонних продуктів, будь то овочі, культури чи фрукти. Багато овочів і фруктів вирощують (органічно) в певний сезон, і в деяких кафе тепер є меню, підготовлене спеціально для них, позначене як «сезонне». Це не тільки екологічно безпечно, але й доведений факт, що сезонні продукти мають кращий смак, ніж оброблені продукти, які зберігалися та консервувалися з використанням хімікатів.

3. Сталі джерела. Попри те, що не всі ресторани можуть стати повністю екологічними з самого початку, власники можуть почати повільно переходити до джерел і закупівлі своїх запасів на екологічно чистих умовах. Якщо м'ясо або морепродукти є однією з основних страв у меню, власники повинні розглянути питання про вибір місцевих рибалок і стійких рибних господарств і ферм, а також партнерство з місцевими виробниками. Це сприяє розширенню можливостей місцевої громади, а також сприяє розвитку стійких практик у ресторанному бізнесі [1].

4. Компостування. Для великих закладів, включаючи зіркові ресторани. Мішлен або п'ятизіркові готелі, є кілька способів, за допомогою яких вони можуть стати екологічно чистими. Використання відкритих кухонь із компостною станцією може бути одним зі способів ефективного використання відходів, одночасно створюючи інновації в архітектурі закладу [2].

5. Екологічні зв'язки. Соціальні медіа є потужним інструментом для ресторанів, кафе та готелів, щоб стати популярними серед клієнтів по всій країні. Приєднавшись до організацій, які пропагують екологічно чисті практики, і заявляйте про це в соціальних мережах, можна значною мірою допомогти справі, а також зробити ресторан надзвичайно популярним.

6. QR-коди. Простий QR-код (Quick Response) на столі дозволяє клієнтам не тільки сканувати та отримувати доступ до меню, але й робити замовлення без будь-яких проблем. Майже кожен, хто відвідує ресторан, має мобільний телефон, і наявність QR-коду на столі робить його зручнішим.

7. «Виростіть свій власний» або «Освіжіть». Багато ресторанів також почали вирощувати власні овочі та продукти, щоб стати екологічно чистими. Хоча вирощувати та вирощувати більшість овочів важко, власники ресторанів можуть вирощувати трави, паростки або їстівні рослини, які можна використовувати в різних продуктах.

Екологічність ресторанів не лише змінює правила, але й може визначати, як функціонуватиме харчова промисловість у наступні роки. Екологічні методи, які колись вважалися частиною корпоративної філантропії, у майбутньому стануть хлібом і маслом для закладів. У деяких випадках майбутнє – це насправді сьогодні, і чим швидше ресторани надолужать це, тим швидше світ рухається до кращого суспільства [3].

Список використаних джерел:

1. Going eco-friendly: The future of restaurants. URL: <https://www.tablecheck.com/en/blog/eco-friendly-the-future-of-restaurants/>

2. Екологічно чисті ресторани: все, що вам потрібно знати? URL: <https://www.theforkmanager.com/blog/market-trends/eco-friendly-restaurants-all-you-need-know>

3. Як зробити свій ресторан екологічним. URL: <https://blueandgreentomorrow.com/environment/how-to-make-restaurant-more-environmentally-friendly/>

Зеніна Д. О., здобувачка Університету митної справи та фінансів,
Романова А. А., здобувачка Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Лихолат О. А., д-р. біол.н., проф.,
професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧІ МАТЕРІАЛИ В БУДІВНИЦТВІ ОБ'ЄКТІВ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Загальнодержавна концепція енергозбереження, безперечно, стосується і підприємств готельно-ресторанного господарювання України, що починається вже з підбору матеріалів для будівництва нових об'єктів, реконструкції та відновлення об'єктів індустрії гостинності, зруйнованих та пошкоджених внаслідок воєнних дій.

Виробники будівельної продукції перейшли на випуск системних матеріалів і виробів, які дозволяють реалізувати принцип модульного будівництва з характерними ознаками: широкий спектр матеріалів і виробів, які хімічно сумісні й адгезійно споріднені, взаємоузгоджені за розмірами тощо, які дозволяють виконати всі будівельно-монтажні (ремонтні) роботи «під ключ». Зокрема, великою популярністю користуються системи «сухого будівництва», які з успіхом замінюють традиційні штукатурку і цегельну кладку [1].

Газобетон. З міцного та універсального екологічно чистого газобетону піднімають несучі і ненесучі стіни, формують армовані плити. В якості сировини для виробництва використовують тільки безпечні компоненти (кварцовий пісок, воду, цемент, вапно, алюмінієву пудру) які перемішують і потім спінюють під високим тиском в автоклаві для утворення характерної пористої структури газобетону, що забезпечує його легкість, гарну теплоізоляцію і довговічність. Важливими перевагами є: легкість обробки готових блоків за допомогою простих ручних інструментів; високий ступінь вогнестійкості. Єдиний недолік газобетону – крихкість – без праці усувається в будівництві додатковим армуванням.

Пінобетон володіє підвищеною щільністю, застосовується для будівництва капітальних стін і внутрішніх перегородок. У його складі, окрім цементу, присутні піноутворюючі добавки синтетичного або органічного походження: чим менший об'єм повітряних пір, тим міцнішими виходять сучасні піноблоки. Невелика вага блоків полегшує транспортування і прискорює кладку, а також не вимагає забезпечення потужного фундаменту. До інших переваг сучасного пінобетону відносяться: стійкість до перепадів температур; простота механічної обробки; низька теплопровідність; гарне шумопоглинання. Але через значну гігроскопічність, фасади з пінобетону потребують спеціальної обробки.

Керамічні блоки та цеглу в будівництві називають високотехнологічною заміною пустотілої червоної цегли. Цикли виробництва обох матеріалів ідентичні. Але у складі сучасних керамоблоків присутній ще порізатор (у вигляді тирси, соломи, торфу). Вигорілий при випалюванні порізатор залишає численні порожнечі, що відповідають за експлуатаційними характеристиками керамічній цеглі. Маючи більші габарити, керамоблоки прискорюють будівництво споруд в 2–4 рази в порівнянні з традиційним аналогом. Також їм властиві: низьке водопоглинання і негорючість; мала вага; достатня для спорудження багатопверхових будинків ступінь міцності; гідна звукоізоляція; теплопровідність, що рятує від додаткового утеплення. До мінусів матеріалу можна віднести примхливість в транспортуванні і відносно високу вартість.

Керпен. Склокришталевий матеріал нового покоління виробляють з доступних природних сировин (глин, перлітів, базальтів) і промислових відходів (золи, шлаків, склобою). Для створення керпена (керамічної піни) застосовуються нетрадиційні методи для спінення всіх інгредієнтів при високих температурах, а потім різко охолодження масу. Керпен йде на будівництво стін і дахів, задіюється в якості теплоізоляційного і облицювального матеріалу. Унікальність керпена підтверджується: біологічною інертністю; нульовим водопоглинанням; високою морозо- і зносостійкістю. За його рахунок досягається економія палива, яка особливо цінується в експлуатації будівель в сільській місцевості та в складних кліматичних умовах.

Сендвіч-панелі складаються з двох зовнішніх листів і утеплювача. Застосовують для будівництва монолітних будівель на металевому каркасі, обробки фасадів й інтер'єрів, покриття дахів. Зовнішні шари виконуються з синтетичних полімерів, гіпсокартону або оцинкованої сталі, в ролі утеплювача можуть виступати скловолокно, мінеральна вата або пінополіуретан. Монтаж сендвіч-панелей здійснюється у будь-яких погодних умовах. Вони не потребують подальшої обробки та мають усі переваги матеріалів, без яких неможливо уявити сучасне будівництво [2].

Отже, будівельні матеріали займають дуже важливе місце серед багатьох факторів, що визначають якість сучасного будівництва, архітектурну цінність будівель та споруд і техніко-економічні показники будівельних проектів, тому, задумуючи будівництво будь-якої споруди, головною ціллю є необхідність вибору основного будматеріалу, так як саме від нього залежать міцність і функціональність підсумкового результату.

Список використаних джерел:

1. Шаповал С. В., Баранова А. А. Сучасні будівельні матеріали і технології. URL: http://eprints.kname.edu.ua/46321/1/2015_%D0%BF%D0%B5%D1%87._11%D0%9B.%202015%20%D0%BA%D0%BD%D0%B8%D0%B3%D0%B0%20%D0%BC%D0%B0%D0%B3.pdf

2. Сучасні матеріали в будівництві. URL: <https://remhouse.info/1494-suchasni-materialy-v-budivnytstvi.html>

Кравченко М. С., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Юдина О. І., д.е.н., доц., професор кафедри
туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Готельний бізнес на цей час є одним із найперспективніших і прогресивних в Україні. Як і будь-який вид економічної діяльності цей напрям тяжіє до стійкого стану і шукає результативні шляхи для досягнення бажаного (запланованого) результату. Індустрія гостинності є важливим сектором економіки України і знаходиться на стадії розвитку на прогресивній основі, тому ефективне і стабільне функціонування підприємств готельно-ресторанної сфери є фактором позитивних змін у соціально-економічній системі, причиною інтенсифікації міжнародних зв'язків та інтеграції держави у світове товариство. Серед новітніх тенденцій щодо покращення готельно-ресторанного бізнесу в Україні вчені виділяють такі напрями: поглиблення спеціалізації готельної й ресторанної пропозицій; утворення міжнародних готельних і ресторанных ланцюгів;

розвиток мережі малих підприємств; впровадження в індустрію гостинності нових комп'ютерних технологій [1]. Готельно-ресторанний бізнес як основна складова сфери гостинності безпосередньо зв'язаний з туристичною діяльністю і залежить від обсягів і напрямів туристичних потоків. Згідно даних Державної прикордонної служби щодо відвідування України іноземними туристами та виїзду громадян України за кордон у період 2015–2018 рр. Україну відвідало понад 2,9 млн туристів з інших країн. У порівнянні з 2014 роком цей статистичний показник збільшився на 0,5 млн осіб (рис. 1).



Рис. 1. Динаміка туристичних потоків в Україні у період 2015-2018 рр. Джерело: складено автором за [2].

Найбільші за кількістю туристів потоки до України з 2015 р. по 2018 р. спостерігалися з сусідніх країн, таких як: Угорщина – 0,2 млн осіб, Польща – 0,3 млн. осіб, Молдова – 1,1 млн осіб, Білорусь – 0,4 млн. осіб.

З 2019 р. у зв'язку з карантинними обмеженнями, що пов'язані з виникненням пандемії SARS-COV-2 (COVID-19) кількість туристів за даними Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ) знизилася на 5,6 %. А з кінця 2020 р. до 2021 р. збільшилася в середньому на 9% через припинення карантинних обмежень (рис. 2).

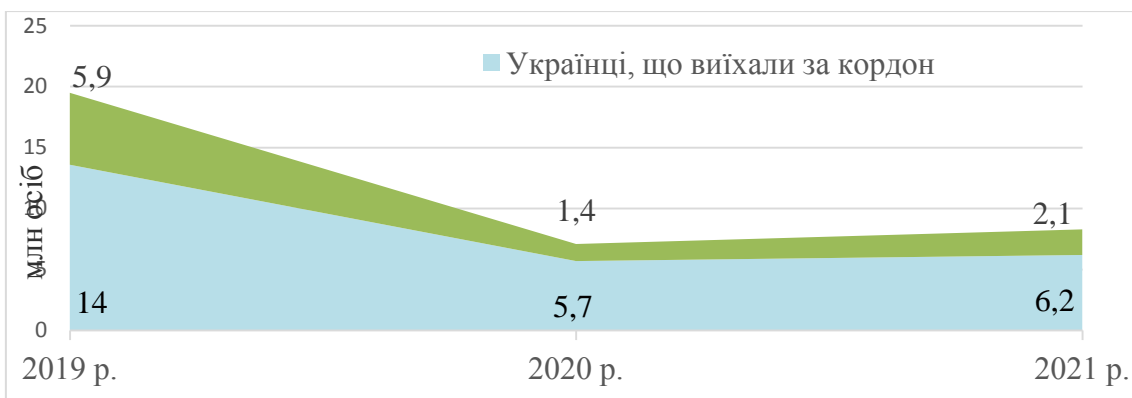


Рис. 2. Динаміка туристичних потоків в Україні у період 2019–2021 рр.

Джерело: складено автором за [3].

Не зважаючи на те, що сфера послуг в індустрії гостинності набуває прогресивних обертів розвитку у нашій країні, цей процес ускладнюється такими проблемами:

1. Через значні бар'єри на входження до ринку готельно-ресторанних послуг виникає недостача в кількості готелів. Саме це стає причиною перешкоджання розвитку сфери, входженню на світовий ринок, створенню національних готельних мереж, які б змогли забезпечити достатній рівень обслуговування туристам із різних країн.

2. Ціни не відповідають якості надання готельних послуг. Цей факт зумовлений тим, що існує неналежне державне регулювання сфери (відсутні належні органи обліку закладів, немає контролю роботи готелів) та низький рівень розмежування наданих послуг (слаборозвинені заклади).

3. Невеликий рівень конкуренції серед готелів і подібних закладів розміщення у наслідок відсутності корпоративних стандартів з управління якістю послуг.

4. Ринок української гостинності характеризується малим попитом й обмеженими пропозиціями як зі сторони іноземних готельних мереж, так і зі сторони українських готельєрів.

5. Нестача висококваліфікованих кадрів та заходів щодо їх підготовки у готельно-ресторанній справі.

6. Нестача електронних автоматизованих систем, нерозвинена система бронювання готельних номерів і мала кількість використовуваних новітніх технологій для надання послуг в готельних і ресторанных закладах.

7. Перенавантаження якісних готелів та інших закладів розміщення [4].

8. Функціонування готелів пов'язане із надмірним споживанням природних ресурсів (прісної води, енергії), забрудненням водних ресурсів через відсутність досконалих систем очищення стоків, продукуванням великої кількості відходів.

У готельно-ресторанному бізнесі України існуючі зараз проблеми поступово вирішуються, оскільки вітчизняні заклади впроваджують у свою діяльність міжнародні стандарти та переймають досвід західних партнерів, які приходять на український ринок, що сприяє підвищенню рівня якості готельних та ресторанных послуг.

Список використаних джерел:

1. Король С.Я. Характеристика основної діяльності готелю. Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського харчування: праці міжнар. наук.-пр. конф. К. : КДТЕУ, 2000. С. 124–128.

2. Офіційний сайт Державної прикордонної служби України. URL : <https://www.me.gov.ua> >.

3. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму URL : <https://www.tourism.gov.ua/blog/kilkosti-turistiv-do-ukrayini-za-pershe-pivrichchya-2021-roku-zrosla-na-9-v-porivnyanni-z-drugim-pivrichchiam-2020-roku>

4. Мігущенко Ю.В. Державне регулювання туристично-рекреаційної сфери України як передумова підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. *Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект*. 2007. Вип. 3. С. 317–325.

Кріпка В. М., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Стеблюк Н. Ф., к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ОСНОВНІ ЕТАПИ АНАЛІЗУ КОНКУРЕНТІВ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

У теперішній час, саме у змаганні між найкращими компаніями за клієнтів та їх попит народжуються гарні пропозиції. Глибоке розуміння ринку та всіх його учасників — основа для кожного ефективного власника готельно-ресторанного бізнесу. На його пізнанні та розумінні формується сильна конкурентоспроможна бізнес-ідея.

Слід зазначити, що перебільшений фокус на внутрішньому середовищі бізнесу впливає на оцінювання стратегічних ринкових можливостей компанії, а саме : нерозуміння ринку; недостатня інформація про системи заохочення бази клієнтів; неефективне утримання відвідувачів; недостатня увага розвитку керівників компанії; відсутній управлінський облік, система фінансового планування; відсутній фокус перетворення капіталу бізнесу.

Аналіз літературних джерел свідчить, що основними етапи аналізу суперників є:

1. Загальна інформація про бізнес компанії: рік заснування, географія праці, торгова марка, кількість відділень, кількість співробітників та робітників, форма власності, графік роботи, також сама репутація.

2. Продукт: його якість, параметри, наявність асортименту, сертифікація, вторинне використання або утилізація, термін експлуатації, дизайн, додаткові товари/послуги, доставка, індивідуальний консультант, інформаційна підтримка, можливість повернення, гарантії.

3. Цінова політика: вартість товару, форма оплати, валюта платежу, відстрочка платежу, кредитування, програма лояльності.

4. Офіс/торгова точка: місце розташування, паркування, вивіска, сама атмосфера.

Перелік основних критеріїв в аналізі може змінюватися відповідно до конкретних потреб компанії. Результатом має стати чітка відповідь на два питання: Чому клієнт має вирішити купити саме у компанії, яка досліджується? Чому досліджувана компанія краща у своїй пропозиції проти конкурентів?

Для дослідження конкурентів необхідно виконати аналіз їхньої стратегії та оцінювання стратегічних можливостей порівняно з шансами досліджуваного підприємства. Стратегія основних конкурентів аналізується для оцінювання сильних і слабких сторін, присутнє визначення стратегічних альтернатив підприємства та обґрунтування найімовірніших дій конкурентів на стратегічні маневри підприємства (табл. 1).

Таблиця 1

Матриця конкурентів

Види конкурентів	Прямі конкуренти	Опосередковані конкуренти
	<i>Конкурент 1</i>	<i>Конкурент 2</i>
Сильні конкуренти	Конкурент є загрозою для вашого майбутнього бізнесу. Необхідна стратегія щодо дій із залучення клієнтів та захисту наявних	Конкурент є загрозою для майбутнього бізнесу. Необхідна стратегія щодо активних дій з залучення клієнтів та захисту наявних
	<i>Конкурент 3</i>	<i>Конкурент 4</i>
Слабкі конкуренти	Конкурент є джерелом зростання майбутнього бізнесу. Необхідні програми, спрямовані на залучення клієнтів цих компаній	Конкурент не є загрозою для майбутнього бізнесу, однак потрібно слідкувати за їх діяльністю

Джерело: складено автором за [1]

Наслідком цього, конкурентний аналіз допоможе чіткіше окреслити цінність власного продукту для вибраної цільової аудиторії, а також поліпшити спосіб її донесення в контексті вироблення власної ефективної моделі або вдосконалення існуючої [2].

Базова інформація, яку кожна компанія повинна знати про своїх конкурентів, включає: цінову політику компаній; сильні та слабкі сторони, позиціонування конкурентів на ринку; фінансові показники та обсяги продажів; канали дистрибуції; оцінку та сприйняття цільовими покупцями товарів або послуг конкурентів.

Таким чином, необхідно надати чітке уявлення про те, з ким змагається бізнес, пояснити позиціонування конкурентів і описати їх сильні та слабкі сторони. Ідея тут полягає в тому, щоб знайти слабкість конкурента, яку компанія зможе використовувати у своєму позиціонуванні на ринку.

У сьогоднішні керівники українських компаній не надто переймаються проблемами корпоративної соціальної відповідальності на відміну від зарубіжних колег. Така ситуація є наслідком домінування в економіці та суспільстві в цілому переконання, що основною метою будь-якого бізнесу є прибуткова діяльність, тому стійка орієнтація підприємств, прибуток та максимальний прибуток суспільством сприймається зрозуміло і цілком виправдано.

Список літературних джерел:

1. Гавриш О.А., К. О. Бояринова К.О., Копішинська К.О. Розробка стартап-проектів: практикум : навч. посіб. КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ. 2019. 116 с.

2. Підгурська І.А., Легкий О.А. Конкурентний аналіз інформаційного бізнес-середовища у цифровому маркетингу. *Маркетинг і цифрові технології*. Том 3, № 3, 2019.С.25–34

Луцька С. І., здобувачка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Юдіна О. І., д.е.н, доц., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ФОРМИ ОБСЛУГОВУВАННЯ У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СПРАВІ

Сучасний розвиток готельно-ресторанної справи передбачає обслуговування усіх верств населення. Гості різних закладів, починаючи з дорогих ресторанів і готелів та закінчуючи доступними для всіх кафе та хостелами, сподіваються отримати приємні спогади від проведення часу у тому, чи іншому закладі.

Важливу роль в наданні послуг харчування відіграє кейтеринг як вид спеціальної форми обслуговування. Кейтерингове обслуговування дозволяє доставляти готову продукцію ресторану у вибране замовником місце. Також, кейтеринг передбачає не тільки харчову, а й розважальну частину заходу. Форма «кейтеринг» забезпечує широкий вибір місця (приміщення, ділянки землі, міста, країни та інше), в якому клієнт хоче влаштувати свій захід, кухні (українська, французька, японська тощо). Це залежить від вподобань клієнта та його гостей для яких влаштовують івент. Крім того, від вподобань клієнта залежить дизайн заходу, тобто якщо клієнт замовляє проведення заходу в стилі мінімалізм, в організації свята на буде використано стиль ф'южн (який характеризується змішанням всього декору і забезпеченням гармонії між неоднорідними елементами та предметами).

Для українського ринку ресторанного господарства подібний вид обслуговування не є новим – до недавнього часу він мав більш звичну назву “в’їзне обслуговування”, але тільки зараз він отримав широке розповсюдження, став більш досконалим завдяки суттєвим змінам в організації дозвіл

терингове обслуговування поступово набуває масштабності в організації та проведенні святкових заходів, під час яких приготування страв та обслуговування поєднуються з послугами інших сфер: прокат весільного одягу та аксесуарів, автомобілів, організація розважальних та концертних програм, стилізований дизайн приміщень та

оформлення столів тощо. Це сприяло виділенню цієї форми обслуговування у самостійний, спеціалізований вид діяльності закладів, і стати важливою додатковою послугою в інших закладах ресторанного господарства [1].

Не менш важливим у якісному обслуговуванні гостей є дизайн інтер'єру. Відсутність якісного дизайну інтер'єру у готелі або ресторані може впливати на зниження попиту на їх послуги та на зменшення кількості споживачів даного закладу. Дизайн має бути на сам перед оригінальним, привертаючим увагу, та відповідати сучасним нормативним вимогам. Дизайн інтер'єру може бути виконаний у різних стилях, таких як мінімалізм, готика, арт-хаус та інші, й залежить від вподобань більшості потенційних споживачів. Також можна спробувати задля задоволення різних категорій гостей зробити декілька тематичних залів у великих ресторанах або номерів у готелях. Також популярною є сучасна класика, інтер'єр таких залів виглядає монументально та дорого, з матеріалів переважають натуральні камінь та дерево. Дизайн інтер'єру часто доповнюють такими елементами як колони, ліпнина та багети. В наші дні цей стиль часто поєднують з мінімалізмом, приміняючи мінімум декоративних елементів [2]. У такій ситуації відвідувач вибере стиль який йому більш до вподоби.

Крім того, сьогодні неможливо забезпечити якісне обслуговування без сучасних технологій які широко застосовуються як у готельному, так і в ресторанному бізнесі. Прогресивні готелі впроваджують інноваційні технології, що приваблює споживачів і збільшує попит на їх послуги. Інновації використовуються у телекомунікаціях та інтернет-технологіях, у формуванні системи безпеки (відеокамери, електронні датчики і замки тощо). Також, технології сприяють збереженню ресурсів та зменшенню витрат ресурсів підприємств готельно-ресторанної сфери.

Спеціальні мобільні додатки також допомагають збільшити кількість клієнтів та удосконалити процеси обслуговування в сфері готельно-ресторанного бізнесу. Найбільш поширеними серед них є програми для бронювання готельних номерів, місць в ресторанах, замовлення страв, здійснення розрахунків і т. ін. Перевагами мобільних додатків є зручність та оперативність виконання всіх операцій з обслуговування споживачів. Зазвичай мобільні додатки розробляються на декількох мовах. Останнім часом основною тенденцією є просування готельного та ресторанного продукту в мережі Інтернет. Для цього підприємства створюють та просувають свої сайти, сторінки в соціальних мережах, мобільні додатки, налагоджують комунікації з потенційними та існуючими клієнтами у месенджерах [3].

Таким чином, сьогодні кейтеринг є дуже актуальним видом обслуговування, особливо в умовах карантинних обмежень, пов'язаних з розповсюдженням коронавірусу COVID-19. Отже, впровадження сучасних технологій, нових форм і видів діяльності підприємств готельно-

ресторанної сфери, а також забезпечення оригінального оформлення їх інтер'єру впливає на розвиток та удосконалення форм обслуговування, підвищення якості послуг у закладах індустрії гостинності.

Список використаних джерел:

1. Івашина Л.Л. Перспективи та проблеми кейтерингу. Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського. 2017. Вип. 17. С. 314–317.
2. Офіціальний сайт дизайн-студії «Mauris». Стили дизайну інтер'єру (назва з екрану) URL : <https://mauris-design.in.ua/styli-interyeru/#baroko>.
3. Миронов Ю.Б. Інновації в готельному бізнесі: матеріали I міжнар. наук.-пр. конф. Прага: Oktan Print, 2020. С.186–187.

Марков І. Ю., здобувач Університету митної справи та фінансів
(науковий керівник – Язіна В.А., к.е.н.,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЇ В ГОТЕЛЬНОМУ ГОСПОДАРСТВІ ЯПОНІЇ

Індустрія туризму стає все більш важливим аспектом у житті громадян, які все більше і більше подорожують з ціллю бізнесу або відпочинку. Як діяльність, яка зачіпає культурні і природні спадщини, а також традиції та сучасну культуру в країні, туризм дає можливість для економічного зростання і сталого розвитку світової індустрії транспорту, економіки, торгівлі, гостинності та багато інших.

Японія вже пів століття є однією з головних країн-інноваторів в світі. Технологічний прогрес, який створюють науковці та інженери користується популярністю в усьому світі. Інноваційний продукт – це вже відомий світові продукт, тільки його покращена версія, яка набула нової хвилі популярності.

Інновації завжди спрямовані на створення нового або зміну існуючого продукту. Вдосконалення транспортних, готельних та інших послуг, освоєння нових ринків, впровадження передових інформаційних технологій і сучасних форм організаційно-управлінської діяльності. В цьому процесі приймають участь високодосвідчені спеціалісти, які аналізують та покращують процес розвитку інновацій шляхом впровадження нововведень. В свою чергу ці нововведення пов'язані з розвитком підприємства і туристичного бізнесу у поглинанні конкуруючих суб'єктів на основі новітньої техніки і передових технологій [1].

Капсульні готелі в Японії досить відомі, тому що вони можуть надати туристам все найнеобхідніше та найдешевше під час подорожей. У невеликих кімнатах зазвичай передбачено мінімальний простір, в якому є лише ліжко, лампа та, можливо, плазмовий телевізор.

Капсульні готелі мають попит серед туристів з низькими доходами в Японії вже понад 15 років. Розміри готельного номера становлять 1,2 м

завширшки і 2,2 м завдовжки. З обох боків довгого коридору, такий вигляд має готель, знаходяться двері в невеликі номери, обладнані телевізором, будильником та кондиціонером.

Звісно, коли мова заходить про Японію відразу згадується національна захопленість технологіями. Роботи та інші технології – одна з головних причин щоб відвідати Японію. Всьому світові вже давно відомо про любов японської нації до технологій та роботизації вчасності. Японія завжди йде в авангарді, коли мова заходить про використання автоматизації та робототехніки в повсякденному житті. Роботи стали невід’ємною частиною секторів обслуговування таких як: готелі, ресторани та місцеві магазинчики роздрібної торгівлі [2].

Технології розвиваються, а з ними й сервіс. Нещодавно, в Японії створили першого в світі робота-бармена, який почав подавати напої в токійському пабі. Він також взмозі приготувати коктейль за одну хвилину і налити пиво за 40 секунд. Інновацією можна назвати повну роботизацію обслуговуючого персоналу. Цю ідею намагався реалізувати готель «Henn-na» в 2015 році, але експеримент провалився через недосконалість штучного інтелекту роботів та їх обмежені можливості взаємодії з відвідувачами. У 2019 році вирішили повернути робітників-людей й залишити частину роботів, які довели свою компетентність та спроможність виконувати свої функції правильно.

Одна з причин, через яку роботи стають все більш популярними в індустрії гостинності, полягає в тому, що ідеї автоматизації та самообслуговування відіграють все більшу роль. Нова хвиля попиту на автоматизацію та роботизацію вчасності зросла після всесвітньої пандемії COVID-19 в 2020 році. Аби запобігти зараженню інженери та науковці підвищили темпи розробок нових роботів для обслуговування людей. Використання роботів може призвести до підвищення швидкості, економічної ефективності та точності обслуговування. У деяких випадках роботи можуть виконувати свою роботу більш точно і послідовно, ніж люди, тому "людський фактор" усувається. Більш того, роботи можуть виконувати небезпечну роботу і, отже, можуть бути запрограмовані на виконання дій, які людина не хоче чи не може виконувати [3].

В результаті, інноваційна готельна діяльність у Японії підвищує конкурентоспроможність країни та якість наданих послуг. Це дуже позитивно впливає на імідж будь-якого бізнесу та збільшує приплив постійних клієнтів, що гарантує бізнесу отримання прибутку.

В наступні роки новий рівень цифрової трансформації буде привнесений технологічним прогресом у галузі штучного інтелекту принесе для тих, хто інвестує в інновації даної країни, адже з кожним роком ця країна дивує світ. Майбутнє буде більш успішним для тих компаній, які вже сьогодні інвестують у Японію. Коли справа дійде до того, щоб запропонувати найкращу та інноваційну послугу для споживача – Японія буде першою країною в списку.

Список використаних джерел:

1. Дежкін В. В. Азія і Тихий океан. Тенденції туристичного ринку. Видання 2017 року. Мадрид: COT, 2017. 257 с.
2. Парасюк Є. О., Джалілова В. Р. Аналіз базової нормативної, правової, організаційної політики США, Китаю та Японії у сфері штучного інтелекту, штучно інтелектуальних роботів та роботів. *Науковий огляд*. 2019. № 9(62). URL: <https://naukajournal.org/index.php/naukajournal/article/view/1941>
3. Хамагуті Н., Кейсуке К. Регіональна зайнятість і штучний інтелект. Документ для обговорення RIETI 17-J-023, Науково-дослідний інститут економіки, торгівлі та промисловості. Токіо, 2017.

Мартиненко О. К., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Язіна В. А., к.е.н., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ІННОВАЦІЙНІ РІШЕННЯ ПРИ СТВОРЕННІ МЕНЮ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Заклади ресторанного господарства на сьогоднішній день є не просто місцями вживання їжі, але невід'ємною частиною відпочинку, засобом отримання нового досвіду та емоцій. Успішна діяльність таких закладів залежить від багатьох складових, чільне місце серед яких займає меню. Його справедливо називають візитною карткою, адже серед інших елементів іміджу меню найбільш чітко та лаконічно визначає характер закладу, його категорію і аудиторію споживачів. Саме тому впровадження інновацій у ресторанній сфері повинне починатись з таких основоположних речей у закладі, як меню.

Меню складають з урахуванням асортиментного мінімуму, типу закладу та його тематичної направленості. Кожне підприємство самостійно визначає асортиментний мінімум відповідно до спеціалізації, наявної сировини, сезону року. Якісне меню складається з правильно підібраних позицій, чіткого опису страв та відповідного оформлення, і саме в цій останній ланці найчастіше впроваджуються інновації.

Типовим типом оформлення меню є паперовий варіант, виконаний з картону або шкірозамінника, однак після 2019 року, коли населення планети зустрілось з пандемією, набув поширення такий інноваційний вид меню, як електронне меню. Система електронного меню містить повноцінну інформацію про асортимент, склад та вартість страв і напоїв, що пропонуються гостям ресторану. Це дає змогу відвідувачеві оперативно зробити своє замовлення, не звертаючись до послуг персоналу, офіціанта [1]. Перевагами електронного додатку з інформацією про меню є: екологічність, бо для електронного меню не використовується папір; швидкість, бо замовити страву можна в один клік; оперативність –

змінювання позицій чи оформлення не вимагає додаткового часу та ресурсів; зручність для гостей, бо перевірити наявність страви чи ознайомитись з меню ресторану можна, навіть не заходячи до закладу.

Розрізняють два типи електронного меню залежно від їх розташування: стаціонарні, інтерактивні – розміщуються або прикріплені спеціальними утримувачами на столах, або вбудовані в стіл стаціонарно. Такі пристрої дають змогу гостям значно заощаджувати свій час за потреби виклику офіціанта; виносні, мобільні – розміщуються на електронному пристрої клієнта, що дає змогу розширити його можливості у процесі замовлення послуги, її надання ресторанним закладом та проведення розрахункових операцій [2]. Сьогодні серед великої кількості пропозицій із використання електронних меню найбільшою популярністю користуються системи eMenu, SmartMenu, ProfitMenu як більш розвинені та розгалужені.

Схожою інноваційною ідеєю для застосування в меню є додавання QR-коду. У маленькому яскравому квадратному лабіринті QR-коду можна запрограмувати всі відомі інновації ресторанного бізнесу, а також безліч нових можливостей. Аббревіатура QR перекладається з англійської як «швидкий доступ», а сам матричний код здатний утримати величезний обсяг інформації у вигляді тексту, цифр, URL-адрес, календарів, схем, зображень.

Третім інноваційним впровадженням у ваше меню може бути креативне оформлення. Такий метод можна застосувати як в електронному, так і паперовому варіанті, дивуючи гостя і підкреслюючи імідж закладу. Переймаючи досвід провідних ресторанів світу слід приділити увагу таким незвичайним ідеям:

1. Мінімалістичне меню, яке складається з певної кількості інгредієнтів, з яких гість створює свою власну страву. Вперше з'явилося в нью-йоркському ресторані Eleven Madison Park. Розроблене дизайнером Джульєт Сезар, воно пропонує 28 інгредієнтів, з яких клієнт може створити 16 страв на свій вибір.

2. Коктейльна карта у вигляді записів у щоденнику. Такий хід був впроваджений у сінгапурському закладі «13 дружин», де в меню кожен коктейль був розміщений у таємничому щоденнику, де від руки були описані історії вигаданих жінок та назва напою поруч [3].

3. Меню у вигляді паперової газети. Такий тип меню підійде німецьким пабам та вінтажним закладам, передаючи атмосферу закладу, але при цьому залишаючи типовий виклад страв.

4. Меню у вигляді рулетки, де гість замовляє страву, на яку покаже стрілка. Це створює грайливий настрій та підходить закладам з легкою та веселою атмосферою.

До сучасних інноваційних прийомів і меню виділяються наступні: електронне меню, QR-коди та креативний підхід до оформлення. Під останнім пунктом мається на увазі зміна форми та зовнішнього виду меню,

додавання незвичайних ефектів чи позицій, об'ємність та створення ефекту несподіваності. Електронне меню може замінити паперове або стати другою версією картки страв, особливо у часи пандемії. Воно економить час, гроші та ресурси. QR-коди є новим елементом електронного меню, куди можна помістити не лише список страв, але й історію закладу, посилання на додаткову інформацію чи навіть відео. Усі з запропонованих інновацій в створенні меню є сучасними, цікавими та мають місце в будь-якому закладі.

Список використаних джерел:

1. Електронне меню як ефективний інтерактивний сервіс сучасних підприємств ресторанного господарства. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/72_2_2021/10.pdf

2. Тараненко І.В. Маркетингові інновації: теоретико-методичні засади та досвід упровадження в країнах ЄС. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. №4. С. 58–65.

3. Креативний підхід до створення меню як елемент іміджу ресторану. URL: <https://www.creativebloq.com>

Маслова М. Г., здобувачка Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Вишнікіна О.В., к.х.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ПЕРЕДУМОВА УСПІШНОГО ПРОСУВАННЯ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ ГАЛУЗІ

Необхідною передумовою активного та успішного просування готельно-ресторанної галузі на ринок держави є сучасна туристична інфраструктура. Розвиток туристичної індустрії залежить, насамперед, від наявності зручних готелів, гарних місць для харчування у цьому регіоні та якості обслуговування туристів [1].

Сучасна галузь туризму – це одна з найпрогресивніших галузей світового господарства та найбільша галузь у світі за кількістю робочих місць для малого та середнього бізнесу, він гарантує збільшення доходної частини бюджету за рахунок податків, забезпечує зростання доходів населення та підвищення рівня добробуту нації.

На жаль, в Україні туризму не приділяють належної уваги на державному рівні, аби використати потенціал галузі для розвитку економіки країни. Ми маємо надзвичайно широкі можливості для залучення національного туризму, завдяки своїм унікальним природним можливостям, багатій історичній та культурній спадщині. Тож для розвитку туризму та готельно-ресторанної справи потрібно використовувати усі сучасні моделі та тенденції просування. Одна з таких

– це розширення різновидів поняття «туризм». Тобто створення цілої програми турів та подорожей навколо якоїсь однієї або декількох «родзинок», наприклад: винний туризм; кіно туризм; гастрономічний туризм; дитячий туризм; пригодницький (спортивний) туризм; екологічний («зелений») туризм; етнічний туризм; діловий туризм та ін [2].

Винний туризм – полягає в ознайомленні з культурою споживання вина та інших алкогольних напоїв, технологією приготування у певному регіоні, з історією та безпосередньо з дегустацією, правилами відвідування заходів та спеціальних закладів: винні підвали, виставки, дегустаційні зали, фестивалі тощо.

Кіно туризм – представляє собою відвідування місць, де проходили зйомки якогось фільму або серіалу. Це може буди природній об'єкт, будівля, або ціле місто. Шанувальники кіно готові витратити чималі гроші та подолати сотні кілометрів, щоб відвідати місця зйомок улюблених фільмів та серіалів.

Гастрономічний туризм – різновид туризму, пов'язаний з ознайомленням з національними стравами, продуктами, напоями. Під час таких турів мандрівники відвідують кафе та ресторани з національною кухнею, беруть участь в приготуванні місцевих страв та різних гастрономічних заходах, знайомляться з рецептами і історією національних страв та напоїв, дегустують напої й подорожують по місцях де вирощують, збирають й виробляють продукти, які їх цікавлять.

Дитячий туризм – спрямований на розвиток особистості, морального та фізичного оздоровлення. Це ефективний спосіб розширити не тільки кругозір дитини, навчити її новим цікавим навичкам, розвинути самостійність, це також допомагає дітям рости здоровими та впевненими у собі.

Пригодницький туризм – вид активного туризму, який включає в себе організацію нестандартних турів в екзотичні, важкодоступні і часом небезпечні куточки світу. Найчастіше він поєднує у собі кілька видів відпочинку, зокрема екстремальний спорт. Головна складова подібних турів – це задум, наприклад, пошук рідкісної тварини або якогось таємничого місця [3].

Етнічний туризм – один із напрямів туризму, що має яскраво виражені етнічні, мовні та культурні складові. Під час таких поїздок, туристи вивчають певну етнічну групу населення, вивчають їхнє життя, особливості культури, побутові моменти і т. д. Це хороший спосіб дізнатися більше про своє коріння або вивчити історію певного народу.

Діловий туризм – дозволяє не лише подорожувати, а й вирішувати важливі ділові питання. Даний вид поєднує корпоративну тревел-індустрію та індустрію зустрічей, включаючи власне ділові поїздки (відрядження) бізнесменів та підприємців, конгресно-виставковий та інсентив-туризм, проведення подійних заходів [3].

Тож, ця модель розвитку туризму є дуже вдалою, через те що кожен подорожуючий може знайти щось на «свій смак», а чим більше різновидів,

тим більше туристів. Із збільшенням різноманітності видів турів, буде розвиватися і сам напрямок туризму, що автоматично призведе й до розвитку готельно-ресторанної справи у країні. А так як Україна – це держава з багатолітньою історією і культурою, національною кухнею, незвичайними та мальовничими місцями, то тут можливо розвивати усі наведені напрямки туризму.

Список використаних джерел:

1. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі. URL: https://science.kname.edu.ua/images/dok/konferentsii/2020konf/17_04_2020_compressed.pdf
2. Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку. URL: <https://tourism.udau.edu.ua/assets/files/konferencii-kafedri/zbirnik.pdf>
3. Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні. URL: <https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3489/1/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%A2%D0%BE%D0%BC%201.pdf>

Мороз К. Ю., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Юдіна О. І, д.е.н., доц., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ЗБЕРІГАННЯ ХАРЧОВОЇ СИРОВИНИ ТА ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

В наш час у світі швидко розвивається сфера ресторанного бізнесу. В закладах харчування обслуговується велика кількість відвідувачів кожного дня. Однак гості ресторанних підприємств навіть не замислюються над тим, який шлях проходить їжа щоб потрапити до їхнього столу та як продукти харчування зберігаються на складах та у закладах ресторанного господарства. Важливою умовою у роботі цих підприємств є дотримання правил зберігання харчової продукції та сировини, оскільки неправильне зберігання приводить до псування та робить їх непридатними до вживання.

Норми та правила зберігання продуктів харчування регулюються, перш за все, Законом України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини», а також відповідними санітарними правилами та нормами. Згідно СанПіН «Гігієнічні вимоги до термінів придатності та умов зберігання харчових продуктів» існують конкретні терміни зберігання, що стосуються різних продуктів харчування. Виконання вимог нормативних актів та стандартів щодо зберігання продуктів дозволяє продовжити їх свіжість та якість. В іншому випадку, вони прийдуть в непридатність, нестигнувши потрапити до клієнта. Для всіх продуктів, які швидко псуються, у громадському харчуванні є загальне правило – зберігати їх потрібно за температури від 2 до 6 °С [1].

За нормами нормативно-правових актів та стандартів виконується важливе правило під назвою «Товарне сусідство». Товарне сусідство – це правила спільного перевезення, зберігання або реалізації різних видів харчових продуктів, встановлені санітарно-гігієнічними вимогами, які спрямовані на забезпечення якості і безпеки продовольчих товарів. Цих правил необхідно дотримуватися для збереження якості продуктів та страв. При зберіганні продуктів необхідно суворо дотримуватися правил товарного сусідства, норм складування, термінів придатності та умови зберігання. Продукти зі специфічним запахом слід зберігати окремо від продуктів, що сприймають сторонні запахи [2]. Наприклад рибну продукцію слід зберігати подалі від таких продуктів як сир, яйця, чай, вершкове масло, тощо.

Крім того існує певний діапазон температур при яких мають зберігатися деякі продукти харчування. Наприклад, м'ясо повинно зберігатися при температурі не вище $+8^{\circ}\text{C}$, а для деяких його видів температурний режим не може перевищувати $+6^{\circ}\text{C}$. Рибу можна зберігати в замороженому та живому виглядах, у замороженому - температура коливається в діапазоні від -18°C до -6°C , а для зберігання живої риби повинен бути акваріум з температурою води $11-15^{\circ}\text{C}$. Також молоко (молочні продукти) за встановленими нормами зберігаються при температурі не вище за $+6^{\circ}\text{C}$, напої не вище $+20^{\circ}\text{C}$, також як і борошно, макарони, крупи та інші сипучі товари. Температура зберігання кондитерських виробів не перевищує $+18^{\circ}\text{C}$, а тортів та тістечок $+6^{\circ}\text{C}$ [3].

Таким чином, більшість продуктів харчування повинні зберігатися при температурах не більше $+20^{\circ}\text{C}$. Тобто заклади харчування, особливо влітку, обов'язково мають бути обладнані кондиціонерами, холодильниками, морозильними камерами та вітринами задля підтримування потрібної температури харчової сировини та продуктів. Також необхідно правильно організовувати постачання цих продуктів харчування. Перевезення може тривати до 2 діб, ймовірно за цей час швидкопсувна продукція зіпсується. Тому для постачання швидкопсувних продуктів харчування використовують спеціальні шафи, контейнери, холодильні камери, які зберігають потрібну температуру та вологу. Товар приймається на реалізацію тільки з документами, які засвідчують його придатність до вживання. Наприклад, м'ясні продукти підлягають спеціальному маркуванню і на тушках повинне бути наявне певне клеймо, що підтверджує проходження ветеринарного контролю. Молочні продукти не приймаються на реалізацію, якщо були перевезенні без дотримання правил постачання. Крім того існують норми та правила зберігання та реалізації виготовлених страв у закладах ресторанного господарства, які відповідають стандартам. Готові перші та другі страви повинні знаходитися на марміті або на розігрітій плиті не довше 2-3 годин. Салати, гастрономічні продукти та інші холодні страви та напої мають виставлятися в порціонірованому вигляді на охолоджувальному прилавку-вітрині по мірі реалізації.

У виняткових випадках вимушеного зберігання їжі, її необхідно охолодити і зберігати при температурі 2–6°C не більше 18 годин. Перед реалізацією охолоджена їжа перевіряється і дегустується завідувачем виробництвом, після чого обов'язково піддається знову тепловій обробці (кип'ятіння, смаження на плиті або в духовці). Термін реалізації їжі після цієї теплової обробки не повинен перевищувати 1 години. Забороняється змішування їжі з залишками від попереднього дня або з їжею, приготованою в той же день, але в більш ранні терміни. Реалізація соусних страв у ресторанах допускається з дозволу територіальної санепідстанції для кожного конкретного підприємства. У роздавальні пункти, буфети їжа доставляється в термосах і в спеціально виділеній, добре вимитої і ошпареної окропом посуді з щільно закриваються кришками. Термін зберігання перших і других страв в термосах не повинен перевищувати 3 годин [3].

Процес зберігання харчової продукції є важливою та невід'ємною частиною в організації обслуговування споживачів та діяльності закладу харчування, оскільки впливає на якість виготовлених страв, на їх безпечність для життя і здоров'я людини, а отже, на репутацію закладу харчування, і, як наслідок, на його прибуток.

Список використаних джерел:

1. Акастелова А. Правила зберігання продуктів харчування у громадському харчуванні: терміни зберігання та товарне сусідство (назва з екрану). URL : <https://joinposter.com/ua/post/pravila-zberigannia-produktiv>.
2. Дроздова Т.М. Вимоги до транспортування, прийому та зберігання сировини, харчових продуктів (назва з екрану). URL : <http://medbib.in.ua/trebovaniya-transportirovke-priemu-hraneniyu.html>.
3. Санітарні вимоги до зберігання і роздачі готової їжі (назва з екрану). URL : <http://medbib.in.ua/sanitarnyie-trebovaniya-hraneniyu-razdache.html>.

Федорова А. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Лихолат О. А., д.б.н., проф., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

САНІТАРНО-ГІГІЄНИЧНІ ВИМОГИ ДО ТРАНСПОРТУВАННЯ РИБНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Користь риби в харчуванні людини значна і багатостороння. Вона насичена корисними для людини речовинами – білками, поліненасиченими жирними кислотами (ПНЖК), амінокислотами, ліпідами. У м'ясі риби знаходиться найцінніший набір мікроелементів, необхідних для оптимального функціонування організму людини, серед яких фтор, цинк, мідь, йод. Особливої уваги заслуговує вітамінний склад риб'ячого м'яса.

Риба є продуктом, що швидко псується. Для подовження термінів зберігання рибу відразу після вилову охолоджують або

заморожують. Оскільки рибна промисловість України на тепер не здатна задовольнити потреби споживачів у цьому продукті, значний відсоток рибної продукції потребує ввезення, а значить транспортування на значні відстані. Тому проблема транспортування рибної продукції є актуальною [1].

Найефективнішим і тривалішим способом зберігання риби є заморожування. Температура в тканинах риби знижується до $-6 \div -8^{\circ}\text{C}$ і нижче при цьому вода перетворюється на лід і створюються умови, при яких практично повністю пригнічується діяльність ферментів і мікроорганізмів, тому якість свіжої риби зберігається довго. Збереження якості свіжої риби залежить від швидкості заморожування і стану сировини.

Заморожувати рибу треба швидко і при низькій температурі. При швидкому заморожуванні утворюються дрібні кристали льоду, які рівномірно розподіляються по тканинах, не порушуючи їх структуру. При повільному заморожуванні кристали льоду формуються в основному в міжклітинному просторі з утворенням крупних кристалів, оскільки частина води переміщається з кліток в міжклітинний простір. Крупні кристали деформують м'язові волокна, руйнують сполучну тканину і в процесі розморожування з тканин риби витікає сік. Крім того, при переміщенні води в міжклітинні простори збільшується концентрація солей в клітинах, що викликає згортання (денатурацію) білків. В результаті згортання білків консистенція м'яса стає водянистою і жорсткою, оскільки білки втрачають здатність поглинати вологу при розморожуванні.

Тканини риби краще зберігаються, якщо її заморожувати відразу після вилову, коли оболонка м'язових волокон еластична і кристали льоду її не руйнують. Чим нижче температура заморожування, тим швидше цей процес проходить і менше змінюється структура тканин риби. Оптимальною є температура заморожування від -15 до -35°C [2].

Існує декілька способів заморожування риби: природним холодом, в льодосольових сумішах або охолоджених сольових розчинах, в морозильних камерах або апаратах за допомогою штучного холоду. Заморожують рибу розсипом, поштучно і блоками.

Заморожування в швидкоморозильних апаратах - найдосконаліший спосіб заморожування риби. В цьому випадку рибу (філе), подають в блок-формах з неіржавіючої сталі. Після розрівнювання риби блок затискають між плитами, усередині яких циркулює холодоагент з температурою -30°C . Температура усередині блоку риби за 3–4 години досягає -18°C . При розкритті блок-форм створюється зусилля, яке відриває блок риби від внутрішніх стінок форми.

Заморожування рідким азотом – найефективніший метод заморожування риби. Температура кипіння азоту $-195,6^{\circ}\text{C}$, тривалість процесу – 10–15 хвилин; морожений продукт виходить високої якості [3].

Упаковують морожену рибу в дерев'яні і картонні ящики, пакунки, корзини, кулі, картонні коробки і пакети з синтетичних матеріалів Глазуровану рибу упаковують тільки в ящики, що вистилають рогожами або

обгортувальним папером. Кожну рибу сімейства лососевих або осетрових загортають в пергамент, целофан або в пакет з синтетичної плівки.

Перевозять і зберігають морожену рибу при температурі не вище -18°C і відносній вологості 90-95 %. Проте для тривалого зберігання необхідна нижча температура. Так, при температурі -25°C термін зберігання риби збільшується в 1,5 рази в порівнянні з терміном зберігання при температурі -18°C . При -18°C рибу зберігають в середньому 4–5 місяців; при -10°C - 1–2 місяці.

У закладах ресторанного господарства морожену рибу зберігають у морозильних камерах, не допускаючи розморожування при температурі $-5 \div -6^{\circ}\text{C}$ до двох тижнів, а при температурі, близькій до 0°C – не більше 23 дні. Під час зберігання продукцію рекомендується оглядати через кожні 1–2 місяці [4].

Короткочасно зберігають рибу при температурі -10°C ; при температурі 0°C - не більше 3 діб. Перепади температури більш ніж на $0,5^{\circ}\text{C}$ при зберіганні призводять до погіршення якості риби.

Граничні терміни зберігання мороженої риби сухого і розсільного заморожування при температурі -18°C з дня вироблення складають: для осетрових риб глазуrowаних – 7 місяців, тріскових, камбалових – 6, морських і океанічних – 8 місяців [5].

Список використаних джерел:

1. Користь і шкода риби. URL: <https://w2w.com.ua/korist-i-shkoda-ribi-iaka-naibilsh-korisna-himichnii-sklad-kaloriinist/>
2. Studopedia. URL: https://studopedia.su/16_147277_oholodzheni-morozheni-riba.html
3. Cargo-Ukraine. URL: <https://www.cargo-ukraine.com/uk/perevezennya-shvidkopsuvnix-vantazhiv/>
4. Перевезення риби та морепродуктів. URL: <https://trans-atlas.com.ua/ua/article/77>
5. Жива, охолоджена і морожена риба. URL: <https://buklib.net/books/26266/>

Чубар. А. Ю., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Кучер М. М., к.е.н., доц., доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

ПРОГРАМИ НЕМАТЕРІАЛЬНОЇ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ: ДОСВІД І ПЕРСПЕКТИВИ

Тема програм нематеріальної мотивації співробітників у закладах готельно-ресторанного господарства особливо сильно пов'язана з корпоративною культурою компанії. Без чіткого розуміння місії і цінностей компанії практично неможливо сформувати якісний комплекс використовуваних мотиваційних інструментів - без цієї основи, швидше за все, вийде лише набір різнопланових «фішок», кожна з яких, можливо, і

працюватиме на якусь частину співробітників, але не призводитиме до єдиного розуміння персоналом стратегічних цілей компанії. Тому, приступаючи до розробки будь-якої системи мотивації, необхідно сформулювати цінності компанії. Від них виникатимуть принципи роботи і взаємодії на рівні «компанія-співробітник», а вже на підтримку цих принципів будуються безпосередньо самі програми.

Вивчення досвіду компанії Соса - Сола Україна (матеріали офіційного звіту компанії за 2020 рік [1]) засвідчило, що компанія:

- задекларувала такі цінності: перемога разом із замовниками; розвиток наших співробітників; досконалість; вірність принципам; навчання; ми – одна команда.

- розробила принципи мотивації із забезпечення справедливої винагороди (система визначення розмірів заробітної плати та винагород), використання інструментів нематеріального заохочення, які сприяють залученості та лояльності працівників, розвитку корпоративної культури, та навчання як невід’ємного елемента розвитку та залучення персоналу [1, с.44-46]:

- розробила декілька методів підвищення залученості персоналу.

У 2020 році «Кока-кола Бевериджиз Україна» провела вже традиційне опитування по культурі і залученості «Мій голос», в якому взяли участь 79% співробітників [1, с.47].

За результатами цього опитування, Індекс стійкої залученості серед співробітників бізнес-юніта в 2020 році склав 94%, що на два відсотки вище за результат 2018 року. Цей показник є однією з найвищих в Групі компаній Соса - Сола НВС і на чотири процентні пункти перевищує глобальну норму високих показників (HPN).

HPN (High Performance Norm) - глобальний середній показник, який формується на основі результатів 28 міжнародних компаній з високими фінансовими показниками (середні фінансові показники за останні три роки вище за середній по індустрії) і високим рівнем залученості співробітників.

Особливо цікавою є програма аутплейсменту, спрямована на профорієнтацію і допомогу в пошуку роботи. Фахівці допомагають колишньому працівникові компанії правильно зорієнтуватися на ринку праці, скласти план пошуку роботи і розмістити резюме на деяких ресурсах з працевлаштування.

Як видно з наведеного прикладу, програми мотивації мають своєю метою через зв'язок «мотивація => лояльність => залученість» підвищити залученість персоналу, яка, у свою чергу, спонукає співробітників проявляти більшу завзятість в роботі, креативність у вирішенні складних і нових завдань, зацікавленість в загальному успіху. Усі ці деталі позитивно впливають на бренд і імідж працедавця, підвищують лояльність клієнтів компанії і, кінець кінцем, сприятливо позначаються на прибутку.

При недостатній увазі програмам мотивації співробітники можуть почувати себе непотрібними, бездушними гвинтиками в механізмі

заробляння грошей компанією. Низька мотивація, окрім зниження зацікавленості в успішному виконанні своїх обов'язків, призводить також до високої плинності кадрів.

Як видно з практики, в компаніях з високою культурою мотиваційних програм високий інтерес співробітників до професійного і кар'єрного розвитку. Найчастіше в таких компаніях відкриваються стартові позиції (причина, з якої великі компанії приділяють особливу увагу програмам стажувань і активностям для студентів і випускників, чітко вибудовувавши свій бренд працедавця в цільовій групі потенційних кандидатів), оскільки пріоритет завжди віддається внутрішнім кандидатам, що у свою чергу знову сприятливо впливає на мотивацію. А у разі виникнення вакансії у відкритих джерелах є можливість швидко закрити потребу в персоналі кращими кандидатами, у тому числі звертаючи увагу на їх початкову лояльність. Адже кандидати самі прагнуть потрапити туди, де створені кращі умови для роботи, а кожна людина цінна. Важливо відмітити, що в компаніях з правильно налагодженими мотиваційними схемами головною причиною підвищеного інтересу кандидатів є атмосфера і загальні умови роботи, а не рівень заробітної плати - як правило, зарплата встановлюється середня по ринку.

Умовно програми мотивації можна розділити на робочі (ті, які дозволяють безпосередньо в робочому процесі підвищити залученість співробітників) і розважальні (додаткові програми, які знаходяться на стику особистих інтересів і виробничих і дозволяють співробітникам вище оцінювати такий показник, як work - life balance (баланс «робота-життя»)). Перерахуємо найпоширеніші з них.

«Робочі» програми мотивації :

1. Система адаптації нових співробітників.

Сенс програм адаптації в тому, щоб вивести нового співробітника на максимальну продуктивність якнайшвидше, знизивши рівень стресу і надавши відчуття йому, що тепер він «тут свій». Кращі практики в цьому блоці: план навчання і зустрічей для входження на посаду, система наставництва і проміжні інтерв'ю з новачками після проходження певних етапів адаптації і за підсумками терміну випробування (три місяці), з метою відстежити можливі складнощі і оперативно їх усунути.

2. Система щорічної оцінки або розмови про розвиток.

Метою таких зустрічей є з'ясування точки зору працівника на різні складові організації бізнес-процесів, що заважає роботі, а що, навпаки, допомагає досягати високих результатів. Важливість періодичності розмов про розвиток визначена постійними змінами в мотивації співробітника, а також змінами в середовищі, що оточує його, і в роботі компанії. Вони також дозволяють керівникові відстежити динаміку змін настрою співробітників, оцінити і вчасно скорегувати програми мотивації.

3. Індивідуальні плани розвитку і програми кар'єрного розвитку співробітників за результатами щорічних зустрічей.

По-перше, сприяють побудові ефективної комунікації між керівниками і підлеглими, а по-друге, дозволяють дізнатися інтереси працівників, надати їм можливості для розвитку своїх талантів, тобто створюють підґрунтя для системи спадкоємності знань і технологій в організації, на її ефективність. План розвитку співробітника може включати різні курси підвищення кваліфікації, тренінги, ротацію, коучинг або роботу з наставниками з числа найбільш досвідчених співробітників закладу.

4. Залучення до масштабних і значущих проєктів.

Покладаючи відповідальність на співробітника за частину проєкту, компанія таким чином наповнює значущістю усю роботу співробітника, підвищує статус його експертизи, показує зацікавленість в працівнику як фахівцеві, у співробітника з'являється почуття «обраності», що також позитивно позначається на його лояльності до працедавця.

5. Банк ідей.

Такий проєкт може бути як терміновим, для вирішення якоїсь насущної проблеми, коли немає можливості організувати мозковий штурм, так і постійно діючим. Якщо з якихось причин співробітник ще не перейнявся ідеєю, що на його думку зважають, він може думати, що нікому немає діла до його пропозицій. Банк ідей може стати добрим інструментом для демонстрації культури відкритості, інновацій і культури значущості думки і вкладу кожного члена колективу.

Яскравим прикладом такої програми є проєкт *Hotels Angels* (ініціатор проєкту – президент Асоціації кулінарів України та керуючий партнер ресторанної компанії *Restetika* Андрій Магалецький). В умовах війни, з метою вирішення проблеми працевлаштування виїхавших понад 5 мільйонів біженців, команда волонтерів допомагає українцям знайти хорошу роботу за кордоном або в західному регіоні України. Завдяки багаторічному досвіду роботи у сфері гостинності та налагодженим міжнародним зв'язкам волонтери *HoReCa* створили базу вакансій, яка налічує понад 22 країн світу [2].

Серед «розважальних» програм мотивації можна виділити як найбільш поширені: командоутворюючі ігрові заходи (квести, мотузяні курси, майстер-класи, разові спортивні змагання); створення корпоративних спортивних команд і проведення турнірів між бізнес-юнітами або з командами інших компаній (футбольні, волейбольні, баскетбольні турніри користуються великою популярністю, проводяться чемпіонати різного рівня); корпоративні свята і заходи; дизайн робочого простору (ефективність роботи персоналу буде набагато вища, якщо навколишній простір розташовує до праці).

Список використаних джерел:

1. Звіт сталого розвитку. Стійкість, лідерство, партнерство. Система Компаній Кока-Кола в Україні. URL: https://www.coca-cola.ua/content/dam/one/ua/uk/pdf-files/Sustainability_report_2020_ukr.pdf

2. HoReCa Angels допомагають українцям знайти роботу в готельно-ресторанній сфері за кордоном. URL: <https://ua-news.in.ua/horeca-angels-dopomagaut-ukrainciam-znaiti-roboty-v-gotelno-restorannii-sferi-za-kordonom/>

Шаповал К. О., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Лихолат О. А., д-р. біол.н., проф., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

СУЧАСНІ ГІДРОІЗОЛЯЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ В БУДІВНИЦТВІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У разі розміщення закладів ресторанного господарства (ЗРГ) слід передбачати інженерно-технічні заходи, що забезпечують безпеку і комфортний волого-температурний режим в приміщеннях. Системи вентиляції, кондиціонування та опалення, теплотехнічні характеристики огорожувальних конструкцій повинні бути такими, щоб не допускати зволоження (шляхом конденсації, капілярності, затікання дощових і талих вод тощо) внутрішніх поверхонь і елементів ЗРГ та створення умов для розмноження пліснявих грибів різного виду, що може призводити до погіршення мікроклімату приміщень, провокувати інфекційні та алергічні захворювання персоналу закладу та його гостей, псувати сировину та продукцію при зберіганні [1].

Щоб будинок або споруда зберігали всі характеристики свого функціонального призначення впродовж тривалого часу, необхідно правильно визначитися з вибором матеріалів для їх конструкцій, враховуючи призначення та умови праці (фактор впливу зовнішнього середовища). Природа впливу істотно відрізняється для зовнішніх та внутрішніх конструкцій. На матеріали зовнішніх конструкцій діють природні фактори: сонце, дощ, значні температури (заморожування, розмерзання, хімічно агресивні речовини, які знаходяться у повітрі та ґрунті, бактерії, грибки, у деяких випадках радіація тощо). На матеріали внутрішніх конструкцій впливають інші фактори: механічний вплив від пересування людей та обладнання; концентровані статичні та динамічні навантаження від меблів та обладнання; вода та водяна пара (у приміщеннях з підвищеною вологістю), хімічно агресивні рідини, а також високі та низькі температури у виробничих приміщеннях (виробничі цехи, печі, холодильники, різноманітні сховища тощо) [2].

Головна мета гідроізоляції – це захист будівельних конструкцій від проникнення води та захист матеріалу споруд від шкідливого впливу омиваючої, фільтруючої води чи іншої агресивної рідини. Гідроізоляція забезпечує справне функціонування обладнання, підвищує його надійність і довговічність.

До гідроізоляційних матеріалів для ЗРГ пред'являються наступні вимоги: висока межа міцності, відмінна адгезія до більшості будівельних

матеріалів, що запобігає можливості катодного відшарування від поверхні внаслідок несприятливого впливу циклічних змін температури, тиску води, вібрації і різких ударів, твердість, некрихкість, пожегобезпечність, стійкість до широкого спектру хімічних продуктів, відсутність потреби у спеціальному обслуговуванні, легке відновлення, відсутність запаху і токсичних елементів, що не вимагає застосування засобів захисту органів дихання навіть у закритих приміщеннях.

Сучасні гідроізоляційні матеріали розділені на види: бітумні, рулонні, проникаючі. Їх застосування залежить від сфери та умов використання. Антифільтраційна гідроізоляція - захищає підземні і підводні споруди від проникнення води всередину. Залежно від видів впливу води антифільтраційна гідроізоляція поділяється на види: капілярна антифільтраційна гідроізоляція, протинапірна антифільтраційна гідроізоляція, безнапірна антифільтраційна гідроізоляція. **Антикорозійна гідроізоляція** - захищає матеріали споруд від води і хімічних, біологічних агресивних рідин, від агресивного впливу атмосфери та електрокорозії, що спричинюється блукаючими струмами. **За способом пристрою розрізняють такі види гідроізоляції:** фарбувальну; штукатурну; обклеювальну; литу; просочувальну; ін'єкційну; засипну; вмонтовану; напиляему.

Фарбувальна гідроізоляція виконується у вигляді тонкого багатошарового покриття з бітумних і полімерних лаків і фарб, для протикапілярного і антикорозійного захисту залізобетонних і металевих конструкцій. **Штукатурна гідроізоляція** являє собою багатошарове покриття; найбільш поширені для залізобетонних споруд. **Обклеювальна гідроізоляція** проводиться наліпкою рулонних матеріалів у вигляді багатошарового покриття. Відрізняється підвищеною тріщиностійкістю. **Лита гідроізоляція** - найбільш надійний вид гідроізоляції; виконується, як правило, з гарячих асфальтових мастик і розчинів розливанням їх по горизонтальній основі. **Засипна гідроізоляція** має велику товщину (до 50 см) і комплексне теплогідроізоляційне призначення при невеликій водонепроникності. **Просочувальна гідроізоляція** виконується просоченням будівельних виробів з пористих матеріалів. Цей вид гідроізоляції надійний для збірних елементів, що піддаються інтенсивним механічним впливам. **Ін'єкційна гідроізоляція** здійснюється нагнітанням в'язучого матеріалу в шви і тріщини будівельних конструкцій або ґрунт, що до них в примикає, методами, аналогічними влаштуванню протифільтраційних завіс; використовується, як правило, при ремонті гідроізоляції. **Монтована гідроізоляція** виконується із спеціально виготовлених елементів, прикріплюються до основної споруди монтажними зв'язками. Проникаюча гідроізоляція перешкоджає капілярному підняттю води в порах бетону. **Напилювана гідроізоляція** застосовується для захисту від проникнення води покрівлі, фундаментів, підвалів і підземних приміщень [3].

Список використаних джерел:

1. ДБН В.2.2-25:2009. Будинки і споруди. Підприємства харчування (заклади ресторанного господарства). URL: <https://dbn.co.ua/load/normativy/dbn/1-1-0-461>
2. Сучасні гідроізоляційні матеріали в будівництві закладів ресторанного господарства. URL: <https://ppu.biz.ua/67-naryliuvana-hidroizoliatsiia>
3. Санпол. URL: <https://sanpol.ua>

Шмерига Є. Д., здобувач Університету митної справи та фінансів (науковий керівник – Лихолат О. А., д-р. біол.н., проф., професор кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Університету митної справи та фінансів)

РЕАЛІЇ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВІЙНИ

Вже більше півроку, як в Україні іде повномасштабна війна. Хтось вже оговтався, а хтось досі в шоці та паніці. Що змінилося у роботі ресторанів з війною та чи функціонують вони взагалі?

З початку вторгнення РФ на територію України, приблизно 7 тисяч ресторанів і кафе припинили своє існування, але є й ті, які попри всі негаразди продовжили працювати та підтримувати економіку країни. Так, в Закарпатській області на сьогодні працюють 84 % закладів, Чернівецькій 77 %, Хмельницькій 75 %, Тернопільській 73 %, Івано–Франківській – 72 %, Львівській – 69 %, Полтавській – 60 %, Дніпропетровській – 59 %, Одеській – 43 %, Запорізькій – 36 %, Херсонській – 24 %, Київській – 16 %, Миколаївській – 16 %, Сумській – 16 % та Чернігівській – 1 % [1]. Очевидно, що найвищі показники у Західній частині України, а найнижчі в областях, які знаходяться максимально близько до кордонів з Росією.

Станом на сьогодні, з початку війни, у Львові відкрилося найбільше нових закладів, ця позначка сягнула вже 500 [2]. Найбільшим попитом користуються невеличкі кафе, заклади швидкого харчування та ресторани сегменту люкс. Чому саме вони? Тому що невеличке кафе не потребує великих капіталовкладень, а більшість людей, не дивлячись на проблеми з заробітком, все ж таки можуть дозволити собі каву та тістечко. Заклади швидкого харчування особливим попитом користуються не тільки серед молоді, але і серед чоловіків, які вивезли свої сім'ї за кордон, тож такий формат є для них дуже зручним.

Ресторани сегменту люкс є затребуваними, тому що ті, хто могли собі дозволити витратити гроші на різні види рекреаційної діяльності, зараз значно обмежені у виборі місця для відпочинку, через це обирають заклади, які відповідають рівню їх заробітку.

Основні проблеми, з якими зіштовхнувся ресторанний бізнес під час воєнного стану, це: основне скорочення гостей та зменшення виручки;

дефіцит персоналу через міграцію та мобілізацію; різке підвищення цін на товари, саме тому, деякі ресторани передивилися меню та замінили дорогі позиції на більш доступні; скорочення часу робочого дня через комендантську годину, це вдарило по одній з найприбутковіших складових – вечірній час відвідування; заборона на продаж алкоголю. Остання проблема вплинула на заклади, які в своєму меню пропонували алкогольні напої, а також на бари, яких з початку війни стало в чотири рази менше [3]. Якщо поглянути на проблему з іншого боку, то можливо виділити і позитивні моменти, наприклад, багато ресторанів перекваліфікувалися на волонтерську діяльність, вони щодня готують їжу для ЗСУ, госпіталів, лікарів, переселенців, людей, які допомагають на укріпленнях українських позицій, та для всіх, хто цього потребує. Сотні рестораторів об'єдналися, аби підтримати Україну. В перші дні війни з'явилися волонтери, які організували роботу кухонь, що можуть готувати понад 20 тисяч порцій гарячої їжі для наших захисників. Одним з таких став Алекс Купер, відомий український ресторатор, який також почав розвивати мережу закладів з безкоштовною їжею для літніх людей «Паляниця». Перший подібний заклад був відкритий на базі ресторану «Чорноморка» [4]. Через таку активну діяльність рестораторів, шефів та звичайних людей виник термін «кулінарні війська». Щодо волонтерської діяльності подібних закладів, то звісно, що про якийсь заробіток, або хоча б про покривання витрат мова не іде. Ресторатори відкривають власні збори коштів, але зазвичай, ці гроші не відіграють особливої ролі. Зміни відбулися й у меню. Через порушення логістичних ланцюжків багато продуктів зросли в ціні, а постачання деяких стало взагалі неможливим. Однією з найдорожчих позицій є морепродукти, це змушує заклади підлаштовуватися під нові умови постачання та коригувати меню. Багато ресторанів працюють в режимі скороченого меню. Актуальною стала домашня кухня, оскільки з продуктами для таких страв наразі проблем немає. Стосовно розташування, зараз є попит на заклади, що знаходяться на околицях міста у спальних районах. Експерти свідчать, що, якщо раніше коронавірус змусив людей сидіти на районах, то тепер паливо та бажання спонукає споживачів бути десь поряд з будинком у безпеці. Також в Західній Україні популярності набувають заміські ресторани [5].

Війна триває, але, як показує життя, людина може пристосуватися до будь-чого, виключенням не став ресторанний бізнес, який знайшов шляхи, як працювати та розвиватися в період війни. На думку відомого українського кухара Євгенія Клопотенка: «Війна знову атакує ресторанний бізнес, але вона атакує сильних – тих, хто пережив ковід. Я думаю, що не відкрилися ті, хто мав проросійські ресторани, або просто виїхали за кордон» [6].

Список використаних джерел:

1. Ресторанний бізнес під час війни. URL: <https://smartcafe.com.ua/infocentr/restorannyj-biznes-vo-vremya-vojny>

2. Ресторанний бізнес під час війни. URL: https://24tv.ua/business/ru/restorannyj-biznes-vremja-vojny-otkrytie-restoranol-ukraine-zavedenija_n2151764

3. Апетит до життя: як війна змінює ресторанну індустрію. URL: <https://mind.ua/publications/20243413-apatit-do-zhittya-yak-vijna-zminyue-restorannu-industriyu>

4. Кухонні війська. URL: <https://bzh.life/ua/eda/kuhonni-vijska-25-restorannih-proektiv-yaki-gotuyut-dlya-armiyi-ta-volonteriv/>

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**«ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ
ТА УПРАВЛІНСЬКО-ТЕХНОЛОГІЧНІ
ВИМІРИ СЬОГОДЕННЯ:
МОЛОДІЖНИЙ ПОГЛЯД»**

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

Том 2

04 листопада 2022 р.

Організатори конференції не завжди поділяють думку учасників. У збірнику максимально точно відображається орфографія та пунктуація, запропонована учасниками. Усі матеріали подаються в авторській редакції. За точність викладених фактів відповідальність покладається на авторів.

**Підписано до друку 15.12.2022. Формат 60×84 1/16. Папір офсетний.
Ум. друк. арк.16,06. Облік.-вид. арк. 14,28. Тираж 100 прим.
Замовлення № 74.**

**Дніпро: Університет митної справи та фінансів
(свідоцтво про видавничу діяльність ДК № 6198 від 24.05.2018 р.).
49000, м. Дніпро, вул. Володимира Вернадського, 2/4**