

Інформаційні джерела:

1. Панухник О.В. Війна та український бізнес. Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах. 2022. С. 32-34.
2. Небрат В.В., Корніяка О.В. Особливості механізмів капіталоутворення та інвестування в Україні як чинник фінансових ризиків в умовах війни та післявоєнного періоду. Грааль науки. 2022. № 16. С. 31-34.
3. Сайт Міністерства Юстиції, 2023. URL: https://minjust.gov.ua/m/str_11352 (дата звернення: 10.04.2023).
4. Звіт про фінансову стабільність, червень 2022 року. Офіційний сайт НБУ. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/finansova-sistema-uspishno-protistoyit-viklikam-viyni-zvit-pro-finansovu-stabilnist>. (дата звернення: 10.04.2023).

ПРОЯВ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У ТУРИЗМІ

Шмигайло Г.П., здоб. ОС «магістр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **М.М. Кривоберець**
Міжрегіональна академія управління персоналом

Сьогодні міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу [2]. Зазвичай, міжнародну торгівлю послугами розглядають невідривно від міжнародної торгівлі товарами, а під міжнародною торгівлею розуміють торгівлю як товарами, так і послугами [6]. Проте поняття послуги є більш багатограним, ніж поняття товару. Головними характеристиками послуг є те, що їх не можна, на відміну від товарів, побачити і відчутти на дотик; вони не піддаються збереженню; торгівля послугами пов'язана з їх виробництвом; експорт послуг означає надання послуги іноземцю, тобто не резиденту, навіть якщо він знаходиться на митній території країни.

До основних особливостей світового ринку послуг слід віднести такі:

- системність розвитку, яка означає, що ринок послуг розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою;
- чутливість до ринкових змін, причиною якої є постійні коливання в попиті та пропозиції послуг на ринку;
- висока швидкість обороту капіталу, пов'язана з коротшим виробничим циклом в сфері послуг;
- постійне зростання асортименту послуг.

Таким чином, розвиток світового ринку послуг відбувається значними темпами. Ринок послуг динамічніший за ринок товарів. Він розглядається як цілісна система з багатьма складовими, пов'язаними між собою. Швидко зростає асортимент послуг.

Міжнародна торгівля послугами набуває все більшого значення і стає предметом уваги з боку провідних спеціалістів світу. Всесвітня торгова організація поділяє міжнародну торгівлю послугами на дванадцять секторів:

ділові (включаючи професійні і комп'ютерні); в області зв'язку; будівельні і пов'язані з ними інженерні послуги; дистриб'ютерські, включаючи послуги оптової і роздрібною торгівлі; в області освіти; послуги, пов'язані з охороною навколишнього середовища; фінансові (страхові і банківські); в області охорони здоров'я і соціального забезпечення; туризм і послуги, які пов'язані з подорожами; послуги з організації дозвілля, культурних і спортивних заходів; транспортні послуги; інші послуги, які не ввійшли в перелік (наприклад, побутові послуги) [1].

Кожний сектор, у свою чергу, поділяється на підсектори. Всього класифікатор послуг нараховує 155 підсекторів. Система ВТО зрівнює шанси всіх членів, надаючи право голосу невеликим країнам, обмежуючи, таким чином, можливості економічного диктату більших держав, що було б неминуче при двосторонніх переговорах. Торговельна система ВТО допомагає безперешкодному здійсненню торгівлі й забезпечує країни конструктивним і справедливим механізмом вирішення спірних питань з торгівлі, тим самим зміцнюючи міжнародну стабільність і співробітництво [2]. На сучасному етапі найбільша питома вага у світовому експорті послуг припадає на транспортні послуги та туризм. У 2021 р. експорт транспортних послуг виріс на 15%, а експорт туристичних послуг і інших послуг – на 10%, порівняно з 2020 р [5]. Всього ж на туристичні й транспортні послуги припадає приблизно 25% світової торгівлі послугами. Транспортні послуги – це багатогалузева сфера, яка включає транспортування пасажирів і багажу різними видами транспорту (повітряний, автомобільний, залізничний, водний, морський, міський електричний та ін.).

Статистичні класифікатори включають у транспорт також обслуговування і експлуатацію транспортного (дорожнього) господарства. До туристичних послуг можна включити: послуги з розміщення туристів; послуги з переміщення туристів до країни призначення і по країні різними видами транспорту; послуги по забезпеченню туристів харчуванням; послуги, спрямовані на задоволення культурних потреб туристів; послуги, спрямовані на задоволення ділових інтересів туристів (участь у конгресах, наукових конференціях, виставках та ярмарках); послуги торгових підприємств (продаж сувенірів, подарунків та ін.); послуги з оформлення документації (закордонні паспорти, візи та ін.) [3]. Визначення «туристична послуга» в контексті міжнародної торгівлі послугами можна описати за допомогою економіко-технологічної моделі туристичного ринку. Вона представляє собою графічну модель взаємодії на ринку основних учасників ринку (виробники, туроператори, турагенти, споживачі) і сегментів ринку (виробництво туристичних послуг, виробництво і реалізація туристичного продукту і ринок споживачів туристичного продукту). Вихідним поняттям даної моделі є визначення «туристична послуга» – цілеспрямована виробнича діяльність підприємств по задоволенню специфічних потреб туристів, особливістю якої є збіг процесів виробництва, реалізації і туристичного споживання. Таким чином, в економіко-технологічній моделі послуга одночасно виступає як елемент виробництва, споживання і торгівлі.

Міжнародний туристський бізнес буде й далі видозмінюватися, розширюватися й перетворюватися [4]. В епоху глобалізації ринки стали нестійкими. Те, що сьогодні з успіхом працює, може зовсім не працювати в майбутньому. Перед тим як приступити до створення нового турпродукта або послуги, почати роботу із залучення нових туристів або збереженню старих клієнтів, туристські центри, як ті, які тільки вирішили вийти на ринок міжнародного туризму, так й активно працюючі на ньому, повинні знайти час для перегляду своїх програм просування у бік стратегічного маркетингу.

Інформаційні джерела:

1. Згуровський О. Війни глобалізації. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: https://zn.ua/ukr/international/viyuni_globalizatsiyi.html [Посилання дійсне на 10.04.2012 р.]
2. Турбізнес втратив 20% клієнтів. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <https://delo.ua/business/turbiznes-poterjal-20-klientov-134140/>. [Посилання дійсне на 29.03.2012 р.]
3. Туристичні новини. – [Електронний ресурс] [Посилання дійсне на 29.03.2012 р.]
4. South Korea to host next General Assembly // THE DAILY OF THE GENERAL ASSEMBLY. – Madrid (Spain). – October 8. – 2011.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2010. «Balancing Economic Development and Environmental Sustainability». – World Economic Forum. Geneva, Switzerland, 2010. – 474 p.
6. Tourism Vision 2020. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/9789284403394> [Посилання дійсне на 27.03.2012 р.]

АНАЛІЗ КЕЙСІВ ІНОЗЕМНИХ ФІНТЕХ-КОМПАНІЙ ТА ОБҐРУНТУВАННЯ ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ В УКРАЇНІ

Ющенко О.С., здоб. ОС «бакалавр»

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **О.Г. Малій**
Державний біотехнологічний університет

Ринок фінансових технологій останніми роками стрімко зростає. Рушійною силою є все більше впровадження цифрових технологій у фінансовому секторі та зростаючий попит на інноваційні фінансові послуги. Згідно зі звітом компанії Deloitte, український фінтех-ринок наразі оцінюється приблизно в 1 мільярд доларів і, як очікується, зростатиме на 35% у період з 2021 по 2025 рік. Найбільшими вітчизняними гравцями галузі є ПриватБанк, який пропонує широкий спектр цифрових послуг, включаючи онлайн-банкінг, мобільний банкінг та цифрові гаманці, Monobank – мобільний банк, який пропонує спектр послуг, включаючи мобільні платежі, ощадні рахунки та кредити, Payoneer - глобальна платіжна платформа, яка дозволяє підприємствам надсилати та отримувати транскордонні платежі, Plaid – платформа фінансових даних, яка об'єднує різні фінансові установи з фінтех-компаніями та дозволяє їм отримувати доступ до фінансових даних та аналізувати їх, CreditUp – кредитна платформа, яка надає кредити малому та середньому бізнесу. Особливості