

Таким чином, можна зробити висновок, що для досягнення поставлених цілей стосовно задоволення потреб клієнтів і отримання позитивного результату своєї діяльності, банкам необхідно розробляти і використовувати нові маркетингові стратегії; створювати нові банківські продукти і пропонувати нові банківські послуги, які були б конкурентоздатними; впроваджувати більш прогресивні технології отримання, обробки, надання інформації; проводити дослідження найбільш економічно привабливих сегментів капіталу; вивчати маркетингову діяльність конкурентів і встановлювати прозорі відношення з клієнтами та партнерами банку.

Перелік посилань:

1. Радченко О. Сучасні тенденції розвитку банківського маркетингу та проблеми його впровадження в банках України [Електронний ресурс] / О. Радченко – Режим доступу : http://www.fkd.org.ua/pdf/2011_2/11.pdf.
2. Особенности маркетинга в банковской сфере [Електронний ресурс] // Молодой учёный. – 2014. – Режим доступу : <http://www.moluch.ru/archive/77/13049/>.

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ У ФОРМУВАННІ БІЗНЕС-ІНФРАСТРУКТУРИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Ю.А. Кормишкін, к.е.н.

Миколаївський національний аграрний університет

На сьогоднішній день ефективність зовнішнього сектору економіки в значній мірі залежить від ступеню розвитку інфраструктури. Адекватний обсяг та надійність інфраструктури визначають спроможність країни приймати участь у міжнародній торгівлі, тому її розвитку приділяється значна увага. В сучасних умовах господарювання ключову роль у системі міжнародних відносин відіграють незалежні національні держави, які є основними суб'єктами системи міжнародної торгівлі. Водночас, помітну роль в ХХІ столітті у міжнародних відносинах стали брати її нові суб'єкти – міжнародні організації.

Для початку варто зазначити, що під міжнародними організаціями розуміють об'єднання урядів двох або більше держав, діяльність яких спрямовується на вирішення певних спільних питань чи створення суспільно важливих проектів [1, с.78]. Варто відмітити, що особливістю міжнародних організацій є те, що вони є регуляторами міжнародних економічних відносин між країнами та виконують регулюючі функції на наднаціональному рівні і мають великий вплив на розвиток міжнародних відносин [1, с.103].

Найголовнішою, узагальнюючою умовою утворення міжнародних організацій є інтернаціоналізація світової економіки і виникнення світового господарства. На його основі формується міжнародна економіка, поглиблюються міжнародні економічні відносини. По суті, сьогодні майже немає в світі держави, яка не буда б членом якоїсь організації, більшість країн залучена зразу до декількох організацій [2, с.9].

Дослідивши особливості діяльності міжнародних організацій, на нашу думку, варто звернути увагу на такі організації, як:

– міжнародні організації з регулювання в галузі сільського господарства й продовольства, до цієї групи належать: Продовольча й сільськогосподарська організація, Світова продовольча програма, Міжнародний фонд сільськогосподарського розвитку, Світова продовольча рада. Метою діяльності яких є ліквідувати голод у світі й підвищити рівень харчування через підйом сільськогосподарського виробництва [3];

– міжнародні організації у сфері регулювання світової торгівлі – ГАТТ/СОТ, ЮНКТАД, ЮНСІТРАЛ, регіональні економічні комісії ООН, Бюро міжнародних виставок, Міжнародна торговельна палата, Спілка міжнародних ярмарків. Всі ці організації мають певні цілі, функції, засоби регулювання світової торгівлі та методи врегулювання економічних спорів з приводу торгівлі [3].

Необхідною умовою функціонування аграрного підприємництва є різноманітність елементів, які формують бізнес-інфраструктуру та, які виконують різні функції і задовольняють різноманітні потреби аграрного підприємництва.

Щодо формування бізнес-інфраструктури аграрного підприємництва то реальний вплив на нашу думку, здійснюють Бюро міжнародних виставок, Міжнародна торговельна палата, Спілка міжнародних ярмарків. Ці організації займаються питаннями упорядкування загального розкладу роботи, ратифікація правових питань, виробітку загальних правил участі в їхній роботі і встановлення особистих контактів торгових партнерів. Зазначимо, що в сучасних умовах ярмарки та виставки стають одним із діючих засобів розширення міжнародної торгівлі, сприяння міжнародному науково-технічному обміну, встановлення взаємовідносин між країнами.

Важливу роль в формуванні бізнес-інфраструктури аграрного підприємництва посідає Міжнародна торгівельна палата. Через свої представництва майже в 130 країнах світу, зокрема і в Україні вона допомагає об'єднати ділові кола фірм, установити торгові зв'язки, надавати необхідну інформацію учасникам торгових операцій. Палати через низку своїх завдань, напрямів та надаючи широкий спектр послуг у сфері зовнішньоекономічної діяльності. Міжнародна торгова палата активно розвиває співпрацю з такими організаціями: ООН, Світовим банком, Міжнародним валютним фондом, Світовою організацією торгівлі, Конференцією ООН з торгівлі і розвитку, Організацією економічного співробітництва та розвитку, Всесвітньою організацією інтелектуальної власності [3].

Отже, міжнародні організації займають особливе місце в формуванні бізнес-інфраструктури аграрного підприємництва, через переплетіння інтересів держав створюють особливу форму міжнародного співробітництва. Поряд з цим, міжнародні організації займається розвитку сільського господарства, що безпосередньо впливатиме на формування бізнес-інфраструктури аграрного підприємництва. Вони стали ефективним засобом взаємовигідної співпраці в загальній системі світової економіки.

Перелік посилань:

1. Павленко І. І. *Міжнародна торгівля та інвестиції* : навч. посіб. / Павленко І. І., Варяниченко О. В., Навроцька Н. А. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 256 с.

2. *Міжнародні організації* : навч. посіб. / за ред. Козака Ю. Г., Ковалевського В. В., Логвінової Н. С. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 223с.

3. Мокій А. І. *Міжнародні організації [Електронний ресурс]* : навч. посіб. / А. І. Мокій, Т. П. Яхно, І. Г. Бабець. – К. : ЦУЛ, 2011. – 280 с.– Режим доступу : http://libserver.mdau.mk.ua/docs/books/pdf/Mokiy_A.MO_2011.djvu. – Копія друк. вид.

РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НА ОСНОВІ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА

В.О. Кошарний, аспірант

Національний транспортний університет, м. Київ

Згідно з даними, представленим в прес релізі Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО), у 2015 році число міжнародних туристичних подорожей збільшилася на 4,4% і склало в цілому 1 184 млн. [1].

Виходячи з нинішньої тенденції і представлених тут даних, ЮНВТО прогнозує зростання числа туристичних подорожей у 2017 році.

Найбільш високі темпи зростання туристичних подорожей спостерігаються у Азіатсько-Тихоокеанському і Американському регіонах (+4 % – +5 %), далі Європейський регіон (+3,5 % – +4,5 %). В Африканському регіоні та Близькому Сході також є позитивні тенденції зростання (+2 % – +5 %), хоча і з більшою часткою невизначеності [1].

В той же час в Україні вже третій рік поспіль спостерігається спад числа туристичних подорожей. У 2014 році кількість туристів впала на 48,5 % в порівнянні з 2013 роком і продовжується знижуватися на 2 % щорічно. Так в 2015 році кількість подорожей склала 12,428 млн. туристів, що виразилося в грошовому еквіваленті доходів від туристичної діяльності на суму 1,028 мільйонів доларів [2].

Але на фоні зниження загального числа туристичних подорожей спостерігається зростання внутрішнього туризму в Україні. Найбільш популярними туристичними напрямками в Україні залишаються Карпати та Одеська область.

Для покращення ситуації повинна бути вироблена державна політика в сфері туризму та шлях її впровадження у життя. Зважаючи на те що Україна є асоційованим членом ЄС та членом Ради Європи, було би добре взяти за основу ті програми які втілюють у житття інші країни члени ЮНВТО. Держава в свою чергу повинна виробити програму економічного зростання та розвитку туристичних об'єктів, в зв'язку з зростанням попиту населення на туристичні подорожі та санітарно-курортне лікування.

В умовах економічної кризи, коли держаний бюджет не розрахований на значне вливання інвестицій в цей сектор економіки потрібно виробити модель його розвитку. Найбільш цікавим з прикладної точки зору є Державно-приватне партнерство.

Державно-приватне партнерство вигідно обом сторонам, як державі так і приватним інвесторам. Наприклад держава отримує вигоду у формі прямих інвестицій, розвитку туристичної інфраструктури та створенню нових робочих місць. А приватний бізнес в свою чергу заохочує себе у можливості отримання доходу за рахунок об'єкта який знаходиться у власності держави і переданий у приватну власність шляхом оренди договору концесії.