

## ЛІТЕРАТУРА

1. Влияние Таможенного союза на развитие малого и среднего бизнеса в Казахстане. Алматы: *Агентство по исследованию рентабельности инвестиций*, 2011, С. 11
2. Прогноз социально-экономического развития Республики Казахстан на 2013 – 2017 годы, *Официальный интернет-ресурс министерства экономики и бюджетного планирования Республики Казахстан*, URL: [www.minplan.gov.kz/upload/iblock/.../PSER%20na%202013-2017.doc](http://www.minplan.gov.kz/upload/iblock/.../PSER%20na%202013-2017.doc)
3. Климов В. О развитии МСБ в Казахстане. URL: <https://kapital.kz/expert/10812/o-razvitii-msb-v-kazahstane.html>.
4. Предприниматели. Рост малого и среднего бизнеса в Казахстане, URL: <http://24.kz/ru/tv-projects/predprinimateli/item/211010-pred>

## REFERENCES

1. Vliyanie Tamozhennogo soyuza na razvitie malogo i srednego biznesa v Kazahstane – Almaty: *Agentstvo po issledovaniyu rentabelnosti investitsiy*, 2011, P. 11.
2. Prognoz sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Kazahstan na 2013 – 2017 godyi, *Ofitsialnyiy internet-resurs ministerstva ekonomiki i byudzhernogo planirovaniya Respubliki Kazahstan*, available at: [www.minplan.gov.kz/upload/iblock/.../PSER na 2013-2017.doc](http://www.minplan.gov.kz/upload/iblock/.../PSER na 2013-2017.doc).
3. Klimov V. O razvitii MSB v Kazahstane, available at: <https://kapital.kz/expert/10812/o-razvitii-msb-v-kazahstane.html>.
4. Predprinimateli. Rost malogo i srednego biznesa v Kazahstane, available at: <http://24.kz/ru/tv-projects/predprinimateli/item/211010-pred>.

УДК 339.5:338.48:330.123.6(477)

## ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ З УРАХУВАННЯМ ОБСЯГУ ПОСЛУГ ТУРИСТСЬКОГО СПРЯМУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ ПОСЛУГАМИ

Вишняков В.М., к.е.н., професор, Крючковська А.М.

*Запорізький національний університет*

*Україна, 69600, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66*

*kryuchkovskaya95@gmail.com*

У час, коли світ завдяки науково-технічному прогресу та розвитку транспорту стає тіснішим та ближчим, питання зовнішньоекономічних відносин країн актуалізуються, переважно ті, що стосуються міжнародної торгівлі. На сучасному етапі в структурі економіки високорозвинутих країн все більшу частку займає сфера послуг, серед яких важливе місце посідає туристське обслуговування. Туристичний ринок в Україні перебуває на стадії становлення. Стан ринку туристичних послуг конгруентний стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг. Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби обумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням участі України на ринку міжнародного туризму. Перш за все, розширилась участь країни на цьому ринку. У країні-реципієнта з дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму. Такий процес був притаманний на перехідному етапі Польщі, Чехії, інших соціалістичних у минулому країн і має об'єктивне соціально-економічне підґрунтя. Тому мета статті полягає в дослідженні послуг туризму як складової міжнародної торгівлі України, визначенні їх обсягу. У статті досліджено економічний механізм оцінки туристичної привабливості України, визначено проблеми та перспективи її підвищення. Підкреслено значення торгівлі послугами в міжнародній спеціалізації України. Проаналізовано динаміку експорту та імпорту послуг і способи регулювання цієї торгівлі на національному та глобальному рівнях. Аналіз отриманих результатів дозволяє визначити стан українського ринку туристичних послуг.

*Ключові слова: туризм, туристична привабливість, соціально-економічні показники, соціальні властивості туристичного бізнесу.*

## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ УКРАИНЫ С УЧЕТОМ ОБЪЕМА УСЛУГ ТУРИСТСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ТОРГОВЛЕ УСЛУГАМИ**

Вишняков В.М., к.э.н., профессор, Крючкова А.Н.

*Запорожский национальный университет  
Украина, 69600, Запорожье, ул. Жуковского, 66*

В то время, когда мир благодаря научно-техническому прогрессу и развитию транспорта становится теснее и ближе, вопросы внешнеэкономических отношений стран актуализируются, преимущественно те, что касающиеся международной торговли. На современном этапе в структуре экономики высокоразвитых стран все большую часто занимает сфера услуг, среди которых важное место отводится туристскому обслуживанию. Туристический рынок в Украине находится на стадии становления. Состояние рынка туристических услуг конгруэнтны состоянию экономики и определяется социально-экономическими и политическими процессами, происходящими в стране, воспроизводя ход реформирования общественной жизни. Украина относится к странам, где туризм как активный способ проведения досуга поощрялся государством, пропагандировался и стимулировался путем социализации туристических услуг и потому был воспринят большинством населения как составляющая образа жизни. Улучшение уровня и условий жизни вводит туризм в потребительскую общественную модель, особенно городского населения, стимулируя спрос и формируя рынок туристических услуг. Длительное доминирование внутреннего туризма в социалистическую эпоху обусловило всплеск спроса на международные путешествия, что отразилось изменением статуса и расширением участия Украины на рынке международного туризма. Прежде всего, расширилось участие страны на данном рынке. Из страны-реципиента с дозированным объемом обслуживания она превратилась в страну-генератора туристических потоков зарубежного (выездного) туризма. Такой процесс был присущ на переходном этапе Польше, Чехии, другим социалистическим в прошлом странам и имеет объективную социально-экономическую подоплеку. Поэтому цель статьи заключается в исследовании услуг туризма как составной международной торговли Украины, определении их объема. В статье исследован экономический механизм оценки туристической привлекательности Украины, определены проблемы и перспективы ее повышения. Подчеркнуто значение торговли услугами в международной специализации Украины. Проанализирована динамика экспорта и импорта услуг и способы регулирования этой торговли на национальном и глобальном уровнях. Анализ полученных результатов позволяет определить состояние украинского рынка туристических услуг.

*Ключевые слова: туризм, туристическая привлекательность, социально-экономические показатели, социальные свойства туристического бизнеса.*

## **ECONOMIC ASSESSMENT OF UKRAINE'S ATTRACTION WITH REGARD TO THE VOLUME OF TOURIST SERVICES IN INTERNATIONAL TRADE IN SERVICES**

Vishnyakov V.M., PhD in Economics, Professor, Kryuchkovskaya A.N.

*Zaporizhzhia National University  
Ukraine, 696000, Zaporizhzhia, Zhukovsky str., 66*

At a time when the world is becoming closer and closer with scientific and technological progress and transport development, the issues of foreign economic relations of the countries are being updated, mainly those relating to international trade. At the current stage in the structure of the economy of highly developed countries, the sphere of services occupies an increasing share, among which the tourist service is an important place. The tourist market in Ukraine is under construction. The state of the tourist services market is a congruent state of the economy and is determined by the socio-economic and political processes taking place in the country, reproducing the course of reforming social life. Ukraine belongs to countries where tourism as an active way of spending leisure was encouraged by the state, promoted and stimulated through the socialization of tourist services and was therefore perceived by the majority of the population as a component of lifestyle. Improving the level and conditions of life introduces tourism to the consumer social model, especially the urban population, stimulating demand and forming a market for tourist services. The long-term domination of domestic tourism during the socialist era has caused a surge in demand for international travel, which has been affected by the change of status and the expansion of Ukraine's participation in the international tourism market. First of all, the country's participation in this market has expanded. From the recipient country with a metered volume of service, it has become a country-generator of tourist flows of foreign (outbound) tourism. Such a process was inherent in the transitional stage for Poland, the Czech Republic, and other socialist countries in the past and has an objective socio-economic background. Therefore, the purpose of the paper is to study tourism services as a component of international trade of Ukraine, determining their volume. In the article the economic mechanism of estimation of tourist attractiveness of Ukraine is investigated, problems and perspectives of its increase are determined. The importance of trade in services in the international specialization of Ukraine is emphasized. The dynamics of export and import of services and ways of regulating this trade at the national and global levels are analyzed. The analysis of the obtained results allows to determine the state of the Ukrainian tourist services market.

*Key words: tourism, tourist attractiveness, socio-economic indicators, social properties of tourism business.*

## **ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ**

Сфера туризму має стимулюючий вплив на розвиток багатьох галузей економіки України (виробництво товарів народного споживання, зв'язок, транспорту тощо), будучи каталізатором економічного розвитку туристичних територій. Державне управління сферою туризму постійно стикається з необхідністю визначення (у межах реалізації національних та регіональних програм розвитку) економічних показників очікуваних результатів, розробки науково обґрунтованих соціальних індикаторів розвитку туризму.

Розвиток туристичного бізнесу дозволив багатьом країнам з менш привабливими, ніж в Україні, природними та культурно-історичними передумовами підвищити рівень соціально-економічного розвитку. Наявні туристичні ресурси сприяють входженню України на світовий туристичний ринок. Але навіть значний туристичний потенціал ще не дає гарантії успішного розвитку туристичної індустрії. Для підвищення ефективності роботи туристичної сфери економіки необхідно регулювати цим процесом.

## **АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ**

Проблеми оцінки туристичної привабливості України знайшли своє відображення в наукових працях багатьох вчених. Так, В.Я. Гавран [5] досліджує формування привабливості рекреаційно-туристичних комплексів з метою залучення інвестицій у розвиток туризму. Своєю чергою А.В. Мокляк [4] наводить оцінку та систематизацію чинників, що визначають привабливість комплексу міжнародного туризму України для іноземців. Системний підхід щодо оцінки туристичної привабливості регіону приставлений у дослідженні О. В. Музиченко-Козловської [7], але запропоновані науковцем рекомендації пов'язані з визначенням туристичної привабливості території в першу чергу щодо якості довкілля. Отже, сьогодні постає нагальна потреба оцінки кожного компонента, що формує туристичну привабливість України.

## **ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ**

Метою статті є удосконалення економічного механізму оцінки туристичної привабливості України, визначення проблем та перспектив її підвищення в сучасних умовах.

## **ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ**

Привабливість – це властивість викликати захоплення, притягувати до себе особливими якостями, властивостями. У науковій літературі, присвяченій туристичній діяльності, зазначається, що поняття атрактивності є основним і визначальним під час дослідження потоків людей. У нашому розумінні територія тоді приваблива, якщо вона має туристичні ресурси – природні (насамперед, екологічно чисті), історико-культурні та соціально-економічні, розвинуту матеріально-технічну базу, насичену інфраструктурою, зручним транспортно-географічним розташуванням і доступною інформацією.

Туристична привабливість території формується передусім за наявності природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще – за їх поєднання. Водночас такі ресурси ще не встановлюють рівня привабливості цієї чи іншої території. Туристична привабливість досить мінлива і може змінюватися залежно від багатьох чинників, котрі впливають на привабливість туристичної території. Саме до них належить наявність сучасної матеріально-технічної бази туризму, зокрема новітніх готельних комплексів, спеціалізованих закладів із відповідним асортиментом послуг, які вони продукують, та ін. [7].

Дуже важливою складовою привабливості в сучасних умовах постає якість довкілля. У ринкових умовах господарювання вагомим значенням в організації навколишнього середовища набуває використання маркетингу, що сприятиме зміцненню конкурентоздатності певної території і може визначально впливати на її привабливість.

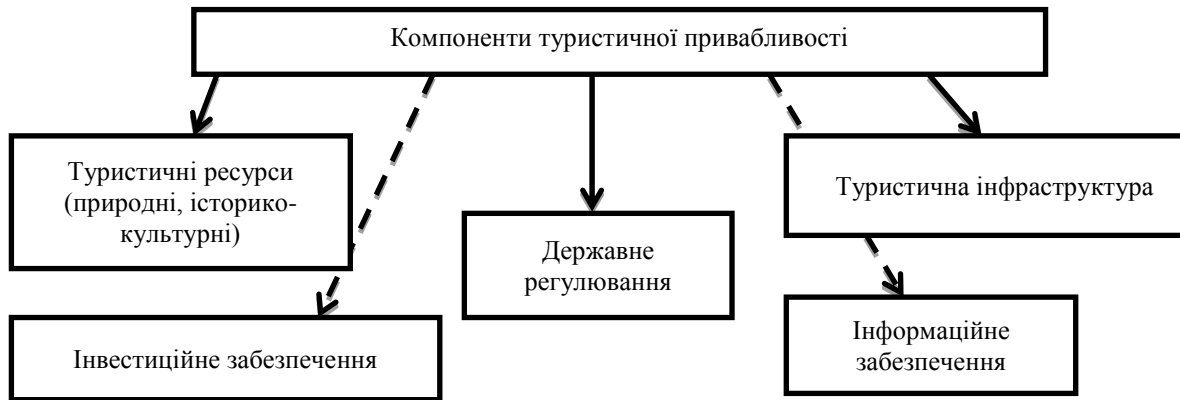


Рис. 1. Сукупність факторів, що впливають на інвестиційну привабливість

Отже, відповідно до рис. 1 можемо стверджувати, що основу туристичної привабливості складають туристичні ресурси, які включають природні, історико-культурні та туристичну інфраструктуру. Водночас їх якість, доступність та рівень представлення туристу залежить від державного регулювання, інвестування галузі та інформаційного забезпечення [3].

Історико-культурні туристичні ресурси, зокрема унікальні пам'ятки, можуть бути визначальними в організації туристичної подорожі. У Європі завдяки наявності таких об'єктів найбільші доходи від їх відвідування отримують Іспанія, Франція, Італія, Велика Британія й Австрія, в інших країнах світу – Єгипет, Китай, Мексика тощо. Як свідчить міжнародна статистика, їх обсяги становлять близько 50 млрд доларів на рік.

Україна володіє значним історико-культурним спадком. У державному реєстрі налічується 130 тис. визначних пам'яток, функціонує 61 історико-культурний заповідник, 13 мають статус національних [2]. За часткою найвідоміших архітектурно-історичних туристичних ресурсів від загальної кількості пам'яток вирізняється в Україні Волинська – 17,3%, Закарпатська – 13,4 %, Львівська – 12,9 %, Тернопільська – 10,4 % і Чернівецька – 8,9 %. Привабливість історико-культурних туристичних ресурсів визначається рівнем художньої й історико-культурної цінності, навіть модою. Найпопулярнішим критерієм оцінювання історико-культурних об'єктів є їх привабливість та кількість часу для екскурсійного огляду.

Україна має найбільші й найрізноманітніші в Центральній Європі запаси ресурсів для розвитку санаторно-курортного лікування, хоча їх використання не можна назвати ефективним: застаріла матеріально-технічна база, недостатність фінансування державних закладів і, як наслідок, низька конкурентоспроможність, збитковість більше ніж половини з них. Скорочення кількості підприємств та персоналу, зростаюча вартість послуг при низькій якості обслуговування зумовили скорочення попиту та зменшення завантаженості підприємств.

Щодо транспортної інфраструктури, зазначимо, що незважаючи на загальне збільшення довжини доріг з твердим покриттям, проблемою залишається стан та якість дорожньої системи України. Окрім цього, збільшення рівня фізичного та морального зносу основних засобів транспорту, особливо авіаційного й залізничного, ще більше підсилюють кризовий стан галузі та невідповідність сучасним міжнародним стандартам.

Основу державного регулювання туризму становить Закон України «Про туризм» (1995р.) [1], визнаний одним із пріоритетних напрямів розвитку господарства країни, що визначає державну увагу й проведення стимулюючої державної туристичної політики, спрямованої на розбудову індустрії туризму відповідно до європейських стандартів. Інституційно-організаційна підсистема індустрії туризму країни перебуває в стадії перманентного реформування, що значно ускладнює проведення послідовної туристичної політики і не стимулює розвитку інвестиційного процесу. Державну туристичну політику на ринках міжнародного та внутрішнього туризму впроваджує Державна туристична адміністрація

України шляхом координації інтересів державних і місцевих органів влади, некомерційних організацій та комерційних суб'єктів ринку [6]. Розбудовується система підготовки кадрів для туризму і координуються зусилля в цьому напрямі.

Водночас, чинна нормативно-правова база не відповідає сучасним тенденціям розвитку галузі, оскільки не забезпечує урахування особливостей її функціонування, глибокого проникнення в суть проблем та цілеспрямовану комплексну туристичну політику держави. Однією з найважливіших проблем розвитку туристичної галузі України є відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив щодо розвитку туризму, ефективної підтримки просування національного туристичного продукту та підвищення соціальної свідомості громадян щодо захисту та збереження історико-культурної та природної спадщини держави. Усе це призводить до переорієнтації туризму на виїзний та руйнування важливих складових інфраструктури галузі.

Інформаційне забезпечення. Загальновідомий факт свідчить, що передумовою підвищення ефективності туристичної діяльності для всіх регіонів є покращення інформованості потенційних туристів про наявність туристичних ресурсів, а також і потенційних інвесторів про стан інвестиційного клімату в регіоні та інвестиційні проекти в туристичній галузі, а також створення і постійне оновлення інформаційного банку даних про всі зазначені компоненти. На жаль, в Україні сьогодні фактично відсутня якісна реклама та глибинна інформація про тури по країні та послуги, які надаються, готелі, санаторії тощо.

За останні три роки до України спрямовані туристичні потоки із 168 країн світу. Спостерігається зростання в'їзного потоку з країн СНД (особливо Казахстану, Молдови, Росії), з Туреччини, країн Африки, Східної Азії та Тихоокеанського басейну, з Південної Азії, що, на жаль, свідчить не стільки про туристичну привабливість України, скільки про використання туризму як міграційного інструменту. Зменшується потік із колишніх соціалістичних країн Європи (Чехія, Словаччина, Болгарія, Угорщина), хоча майже п'яту частину обмінів становить прикордонний обмін.

Зростає значення України як транзитної держави, і це позначається на кількості одноденних відвідувачів, чисельність яких протягом останніх років стабільно росте, перевищуючи 50% всіх відвідувань. Особливо зріс транзитний потік через Україну з країн СНД (Туркменістану, Таджикистану, Росії, Білорусі, Вірменії, Грузії, Казахстану).

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму базується на активній маркетинговій стратегії, спрямованій на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного туристичного іміджу країни як країни безпечної та комфортної перебування. Для цього вводиться спрощення візових формальностей, розбудовується індустрія туризму та підвищується відповідно до європейських стандартів якості обслуговування [8].

Інвестування галузі туризму передбачає сукупність умов, ресурсів і заходів, необхідних для здійснення інвестиційного процесу. Так, останнім часом проблема інвестування в багатьох вітчизняних наукових працях ототожнюється з проблемою залучення іноземних інвестицій. Такий підхід вважаємо некоректним. Для інвестиційного забезпечення розвитку галузі, в тому числі і туризму, слід розглядати та залучати усі можливі джерела, а саме: іноземні джерела, внутрішні інвестиційні джерела підприємств, заощадження населення (напрямку та через фінансові установи) та міжгалузевий рух капіталу.

У реаліях України для підвищення інвестиційного інтересу з боку іноземного інвестора є безліч умов, але зумовлених рядом досить суперечливих факторів. Відсутність ефективної конкуренції серед вітчизняних туристичних підприємств, дешева робоча сила, відносно недорогий і ємний (хоча і не досить якісний) ринок матеріально-технічної бази, неосяжний споживчий ринок і, насамперед, можливість одержання значно високих норм прибутку порівнянно з розвинутими країнами – усе це повинно робити українську економіку особливо привабливою для іноземних підприємств. Водночас більшість іноземних експертів вважають вирішальними факторами інвестиційної привабливості країни стабільність економічної,

політичної та соціальної ситуації в регіоні, відсутність яких в Україні фактично ліквідує всі попередньо зазначені умови.

За таких умов нами розроблені шляхи підвищення туристичної привабливості України як регіону з потужним природним та історико-культурним туристичним потенціалом, але неефективною політикою державного регулювання, інформаційного та інвестиційного забезпечення, що визначає невідповідність міжнародним стандартам існуючої інфраструктури туризму та відсутність попиту на національний туристичний продукт:

– підвищення національної свідомості та інтересу до туристичної спадщини в першу чергу громадян України шляхом прийняття змін до закону України «Про вищу освіту» та внесення курсу «краєзнавство» до складу обов'язкових предметів програми вищих навчальних закладів. Запровадження такого курсу виконає функцію інформаційного забезпечення туристичної привабливості та залучить потенційних внутрішніх туристів, а також забезпечить перспективність інвестування коштів на реставрацію та улаштування туристичних ресурсів і розбудову туристичної інфраструктури за рахунок національних інвесторів;

– створення «Регіональних інформаційних туристичних центрів», які повинні виконувати широкий спектр послуг для підприємців у сфері туристичного бізнесу, відпочиваючих, а також потенціальних споживачів. Крім цього, вони можуть виконувати роботи із замовлення зацікавлених організацій щодо збору і систематизації статистичної та іншої інформації про результати туристсько-екскурсійної діяльності на території міста, аналізувати ринки збуту послуг для розроблених інвестиційних проектів, контролювати якість туристсько-екскурсійних послуг, які надаються на території міста;

– запровадження кластерної моделі організації туристичного бізнесу, що забезпечить підвищення координації дій всіх суб'єктів галузі та розвиток конкурентних переваг регіону шляхом активізації всіх видів туризму, яка передбачає вирішення пріоритетних завдань: створення реального реєстру об'єктів туристичної інфраструктури, щоб інвестори знали куди вкладати гроші; забезпечення реклами та створення туристичного іміджу регіону; формування інформаційної бази регіону з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо; підвищення рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників туристичної сфери [6].

## ВИСНОВКИ

Туризм істотно впливає на економічний розвиток держави та її регіонів, сприяє створенню нових робочих місць, є джерелом поповнення бюджету та припливу валютних надходжень, поєднує прибутковість з екологічною рівновагою. Крім того, стимулює розвиток багатьох галузей економіки таких як будівництво, транспорт, сільське господарство, культура, мистецтво тощо, які прямо чи опосередковано пов'язані з туристичною індустрією. Враховуючи велике значення туристичної галузі, Українська держава задекларувала її одним з пріоритетних напрямів розвитку національної економіки. Але разом з тим в Україні, незважаючи на передумови розвитку туризму, не приділяють належної уваги розвитку цієї галузі економіки. Тому проблема здійснення якісного оцінювання та регулювання туристичної привабливості території набувають актуальності.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України «Про туризм» № 324/95-ВР від 15.09.1995 р.: за станом на 4 серпня 2011 р. *Верховна Рада України*. URL : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>
2. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
3. Зовнішня торгівля України послугами за 2014 рік: експрес-випуск №60/0/08.Звн-15 від 14.02.2015. *Державна служба статистики України*, 2015. 13 с.
4. Мокляк Анджей. Туристські ресурси для потреб іноземного туризму в Україні в контексті українсько-польських туристичних зв'язків. Київ, 2004. 206 с.
5. Гавран В. Я. Управління інвестиційною діяльністю в рекреаційно-туристичній сфері. Львів, 2002. 203 с.

6. Славін В. В. Оцінка ефективності функціонування сфери туризму. *ЕГО: економіка, держава, суспільство*. 2012. № 1. URL : [http://tourlib.net/statti\\_tourism/slavin2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/slavin2.htm).
7. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання та регулювання туристичної привабливості території. Л: Львівська політехніка. 2007, 21 с.
8. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації URL : [www.unwto.org](http://www.unwto.org).

#### REFERENCES

1. Zakon UkraYini «Pro turizm» № 324/95-VR vid 15.09.1995 r.: za ctanom na 4 serpnya 2011 r. Verxovna Rada UkraYini, available at: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>.
2. Lyubitseva O. O., Pankova E. V., Stafiychuk V. I. (2007), Turictichni recurci UkraYini. KiYiv: Alterprec. p. 369.
3. Zovnishnya torgivlya UkraYini poclugami za 2014 rik: ekcprec-vipuck № 60/0/08.Zvn-15 vid 14.02.2015. *Derzhavna cluzhba ctatctiki UkraYini*, p. 13.
4. Moklyak Andzhey. (2004), Turictcki recurci dlya potreb inozemnogo turizmu v UkraYini v konteksti ukraYincko-polckix turictichnix zv'yazkiv. KiYiv. p. 206.
5. Gavran V. Ya. (2002), Upravlinnya investitsiynoyu diyalnictyu v rekreatsiyno-turictichniy cferi. LvIv. p. 203.
6. Clavin V. V. (2012), Otsinka effektivnosti funktsionuvannya cferi turizmu. *ЕГО: економіка, держава, суспільство*. vol. 1. available at: [http://tourlib.net/statti\\_tourism/slavin2.htm](http://tourlib.net/statti_tourism/slavin2.htm).
7. Muzichenko-Kozlovcka O. V. (2007), Ekonomichne otsinyuvannya ta reguluyuvannya turictichnoYi privablivosti teritoriyi. L: Lvivcka politexnika. p. 21.
8. Ofitsiyniy cayt VcecvitnoYi turictichnoYi organizatsiyi, available at: [www.unwto.org](http://www.unwto.org).

УДК 339.562:339.564:65.011.8(477)

## УДОСКОНАЛЕННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Колобердянко І.І., к.е.н., доцент, Карпенко А.О.

*Запорізький національний університет  
Україна, 696000, м. Запоріжжя, вул. Жуковського, 66*

[koloberdjanko@ukr.net](mailto:koloberdjanko@ukr.net), [me8.0516@ukr.net](mailto:me8.0516@ukr.net)

Зовнішньоекономічна діяльність здійснюється на рівні виробничих структур з повною самостійністю у виборі іноземного партнера, номенклатури товару для експортно-імпоротної угоди, у визначенні ціни, обсягу і термінів постачання. Ринкові економічні відносини в Україні розвиваються під впливом нестійких умов зовнішнього середовища. Це зумовлює необхідність адаптації підприємств до постійних змін, особливо, щодо подолання проблем збуту продукції, завоювання стабільних позицій на ринку, удосконалення експортно-імпоротної діяльності. У статті розглядаються ринкові економічні відносини України та їх удосконалення. Виявлено, що зовнішньоекономічна діяльність відіграє вирішальну роль в умовах посилення інтеграційних процесів, забезпечує передумови активного розвитку підприємств на інноваційній основі, що визначає конкурентні переваги на світовому ринку товарів та послуг через упровадження комплексу сучасних форм, методів міжнародних економічних відносин, техніко-технологічного вдосконалення виробництва, підвищення продуктивності праці, якості продукції та послуг. Розкрито основні проблеми зовнішньоекономічної діяльності підприємств України. Вивчено динаміку експорту та імпорту товарів; визначено регіональну й товарну структури експорту та імпорту; виявлено чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємств України. Виявлено головні трансформації в географічній та товарній структурі міжнародної торгівлі, з'ясовано основні причини цих процесів. Проаналізовано кількісні зміни експортно-імпортних операцій, досліджено основні прогалини в розвитку зовнішньоекономічної діяльності України. Сформовано пропозиції щодо забезпечення ефективного розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств, на основі визначених стратегічних цілей розвитку, заходів щодо підвищення конкурентоспроможності продукції, стимулювання інвестиційно-інноваційної діяльності. Проведено дослідження дали підставу виділити напрями удосконалення зовнішньоекономічної діяльності України.

*Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, експорт, імпорт, міжнародна торгівля, удосконалення, специфіка, розвиток.*