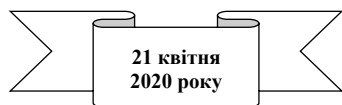


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АвіАЦІЙНИЙ Університет  
ПОСОЛЬСТВО ТУРЕЦЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ В УКРАЇНІ  
ПОСОЛЬСТВО АЗЕРБАЙДЖАНУ В УКРАЇНІ  
ДУ «ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІМ. М.І. ДОЛІШНЬОГО НАНУ»  
ДУ «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАНУ»  
ДУ «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ НАН УКРАЇНИ»  
АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ  
ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ Університет ІМ. ОЛЕСЯ ГОНЧАРА  
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ Університет  
ТАВРІЙСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ Університет ІМ. В. І. ВЕРНАДСЬКОГО  
ДВНЗ «ПРИАЗОВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ТЕХНІЧНИЙ Університет», м. МАРІУПОЛЬ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ Університет ДЕРЖАВНОЇ ФІСКАЛЬНОЇ СЛУЖБИ УКРАЇНИ



МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

## «НАЦІОНАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ В ГЛОБАЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ»



Збірник тез

Організатор: кафедра міжнародних економічних відносин і бізнесу  
Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

КИЇВ - 2020

УДК 339 (-005.44)(043.2)

Міжнародна науково-практична конференція «Національні економічні стратегії розвитку в глобальному середовищі»: Збірник тез. – К.: «КОМПРИНТ», 2020. - 102 с.

Матеріали науково-практичної конференції містять короткий зміст доповідей науково-дослідних робіт вчених, викладачів та студентів. Розраховані на широке коло фахівців, викладачів, студентів та аспірантів.

### ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

*Степанов О.П.*, д.е.н., професор, завідувач кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

### ЗАСТУПНИК ГОЛОВНОГО РЕДАКТОРА

*Ричка М.А.*, к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

### ВІДПОВІДАЛЬНИЙ СЕКРЕТАР

*Побоченко Л.М.*, к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету

Рекомендовано до друку Вченою Радою Факультету міжнародних відносин Національного авіаційного університету (протокол № 3 від 22 квітня 2020 р.).

© Національний авіаційний університет, 2020

інструментом, пов'язаним зі створенням клієнтської бази даних. Він необхідний для побудови комунікацій (і іноді - дистрибуції) з індивідуальним клієнтом з метою отримати від нього прямого відгуку.[1, с. 27]

Головним трендом в туристичному світі стала персоналізація вражень для ваших клієнтів. Орієнтація на клієнта - одна з стратегій розвитку туристичних підприємств. Індивідуальний підхід посилює довіру клієнта, а в умовах ринкової економіки немає більш цінних характеристик. Основна суть індивідуального підходу полягає в тому, що свого клієнта потрібно знати і, використовуючи ці знання, передбачити його потреби, бажання і дії. Взаємовідносини з клієнтом є дуже важливою складовою бізнес-моделі, заснованої на інтегрованих маркетингових комунікаціях. Можливість туристичного підприємства навчитися у клієнта побудови з ним довірчих відносин, запорука успішного бізнесу. Якщо традиційний маркетинг пропонує продукт (послугу) передбачає здійснення агресивної реклами, проведення промо-акцій і захоплення більш широкого сегмента ринку, то сучасний індивідуальний маркетинг, орієнтується на конкретного споживача, його тривалого утримання і збільшення його цінності для компанії.

Індивідуальний маркетинг - це така форма маркетингу, при якій відбувається діалог безпосередньо між компанією і окремими клієнтами або групами клієнтів з подібними запитами [2, с. 37]. Розвиток інформаційних технологій і їх застосування в бізнесі диктує необхідність реалізації принципів індивідуального маркетингу на практиці в масовому масштабі. Метою індивідуального маркетингу є налагодження довгострокових і взаємовигідних відносин зі споживачами та в результаті створення індивідуального продукту. Основою для реалізації поставленої мети є інформація про клієнта, об'єднана в загальну клієнтську базу даних підприємства. [3, с. 72].

Таким чином, щоб не відставати в конкурентній боротьбі, туристичні фірми стикаються з необхідністю використання інтернет технологій, що дозволяють ефективно сегментувати клієнтів і забезпечувати краще їх обслуговування. За допомогою побудови моделей своїх гіпотетичних клієнтів на основі даних, можна краще зрозуміти, ким є їх споживачі і як краще їх задовольнити. Ці дані дозволяють турфірмам створювати індивідуальні маркетингові стратегії і формувати адресному підході споживчих груп, які найбільш важливі для їх бізнесу. Головні переваги просування послуг в соціальних мережах - це чіткий напрямок реклами і практично 100% попадання саме в потрібну цільову аудиторію - туристи, можливість дізнатися (стать, вік, уподобання, бажання і плани) потенційних покупців. Крім того, це спосіб пропозиції продукції не тільки конкретній людині, а й його знайомим і друзям. Використання передових технологій робить сильний вплив на розвиток нових продуктів / послуг.

#### Список використаних джерел

1. Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений. Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления 080100, «Коммерция (торговое дело)» 080301. 2-е издание. М.: ЮНИТА-ДАНА, 2008. 375 с.
2. Пейн Е. Керівництво по CRM: шлях до вдосконалення менеджменту. Мінськ: Гревцов Паблішер, 2007. 384 с.
3. Решетнікова І. Л., Єременко Ю. А. Категоріальний апарат індивідуального маркетингу. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. Вип. №4. С. 66 – 74.

УДК 339.330:322(043.2)

Ричка М. А.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу

Факультету міжнародних відносин

Національного авіаційного університету

## ІНВЕСТИВАННЯ: СУЧАСНІ СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ

Характерною особливістю сучасного міжнародного руху капіталу є нестабільна тенденція зміни обсягів прямих іноземних інвестицій у світі, нерівномірний розподіл та високий ступінь географічної концентрації. Лідерами за обсягом притоку іноземних інвестицій постійно виступають розвинені країни, проте в 2018 році ця тенденція змінилась на користь країн, що розвиваються, на яких припадає 54% загального обсягу ПІІ у світі.

В цілому спостерігається негативні зміни в показниках протягом 2014-2018рр. В 2015 році обсяг залучених ПІІ досяг свого найвищого рівня, більше 2 трлн. дол. США та почав зменшуватись протягом наступних років. В 2018 році відбулося скорочення на 13% (1,3 трлн. дол. США) від 2017 року (1,5 трлн. дол. США) (див. рис. 1). Третє поспіль падіння пов'язано через великі репатріації накопиченого іноземного доходу багатонаціональними підприємствами, тобто ТНК.. Потік ПІІ різко скоротився як у розвинених країнах, так і в країнах з перехідною економікою, де причину пов'язують з регіональними конфліктами і санкціями, які відлякують інвесторів, але країни, що розвиваються залишаються більш стабільними.

У 2018 р. надходження ПІІ в країни, що розвиваються склали 706 млрд. дол. США, що на три чверті більше, ніж їх відплив ПІІ, які склали 418 млрд. дол. США. 73% цього притоку та 96% відтоку були приписані економікам, що розвиваються в Азії та Океанії. Економіки, що розвиваються в Америці та Африці, залучали менше прямих іноземних інвестицій та грали лише незначну роль в загальних підсумках. Країни з перехідною економікою тільки приймали прямі іноземні інвестиції від інших країн [1].

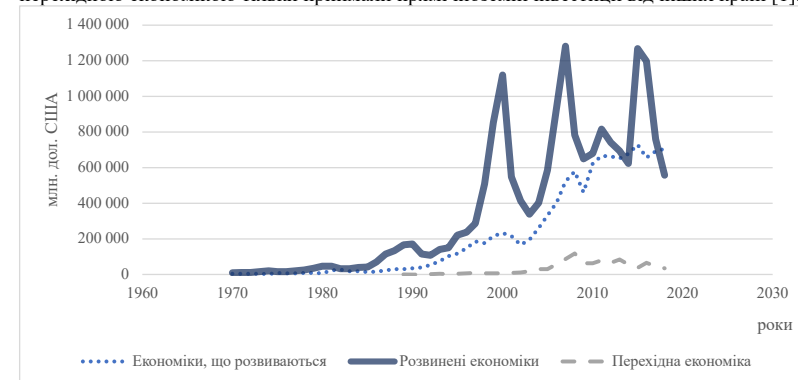
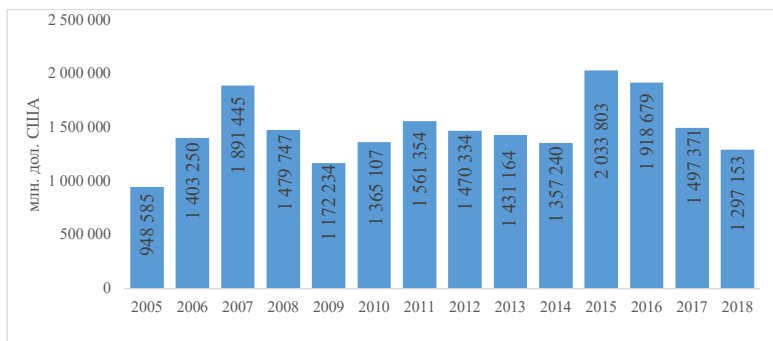


Рис. 1. Потоки прямих іноземних інвестицій за групами економік

Джерело: побудовано автором за даними статистики ЮНКТАД [1].

В світовому вимірі ПІІ країн, що розвиваються, як групи країн, зросло, але в основному внаслідок негативної тенденції в розвинених економіках. На країни, що розвиваються, припадає 40% світових ПІІ у 2018 році. Азія та Океанія зміцнили свої позиції у світі. [1]. Загальні підсумки прямих іноземних інвестицій продемонстровано на рисунку 2.



**Рис. 2.** Динаміка прямих іноземних інвестицій в світі 2005-2018 рр. (внутрішні та зовнішні потоки, річний підсумок), млн. дол. США

Джерело: побудовано автором за даними статистики ЮНКТАД [1].

Щодо регіонального розподілу, то за 2014-2018рр. значно зросли потоки ПІІ в країни, що розвиваються, зокрема до Азії на 10% (51 млрд. дол. США), в Східній, Південно-Східній Азії та Південній Азії зросли на 9,5% (41 млрд. дол. США) та 24% (13 млрд. дол. США) відповідно (табл. 1.). Потоки ПІІ в Африку та країни Латинської Америки і Карибського басейну зменшують на 15% (8 млрд. дол. США) та 9% (14 млрд. дол. США) відповідно.

**Таблиця 1**  
**Розподіл припливу прямих іноземних інвестицій по регіонах та країнах з різним рівнем розвитку економіки 2014-2018рр. (млрд. дол. США)**

Регіон	2014	2015	2016	2017	2018
Світ	1 357	2 034	1 919	1 497	1 297
Розвинені країни	623	1 269	1 198	759	557
Країни, що розвиваються	677	729	656	691	706
Африка	54	57	46	41	46
Азія	460	514	473	493	511
Східна та Південно-східна Азія	387	432	387	412	428
Південна Азія	41	51	54	52	54
Латинська Америка та країни Карибського басейну	161	155	135	155	147
Країни з перехідною економікою	57	36	65	48	34

Примітка. Складено автором за даними [2]

Відплив ПІІ характеризується схожою ситуацією, як і приплив ПІІ в країни та регіони. Загальний обсяг відтоку ПІІ зменшився на 22% (285 млрд. дол. США) порівняно

з 2014 роком (табл. 2), за рахунок скорочення показників в розвинених країнах (29% - 222 млрд. дол. США). Позитивна динаміка відтоку ПІІ характерна для країн Африки, Азії та країн, що розвиваються, які активно вивозять капітал та обсяги ПІІ відносно стабільні. Негативна динаміка спостерігається в країнах Латинської Америки та Карибського басейну, де обсяги відтоку ПІІ зменшилися на 48% (34 млрд. дол. США).

**Таблиця 2**  
**Розподіл відпливу прямих іноземних інвестицій по регіонах та країнах з різним рівнем розвитку економіки 2014-2018рр. (млрд. дол. США)**

Регіон	2014	2015	2016	2017	2018
Світ	1 299	1 683	1 550	1 425	1 014
Розвинені країни	780	1 243	1 105	925	558
Країни, що розвиваються	447	407	420	462	418
Африка	10	10	9	13	10
Азія	412	373	400	412	402
Східна та Південно-східна Азія	378	324	353	362	341
Південна Азія	12	8	5	11	11
Латинська Америка та країни Карибського басейну	24	25	11	36	6
Країни з перехідною економікою	72	32	25	38	38

Примітка. Складено автором за даними [2]

Отже, сучасні процеси глобалізації характеризуються нестабільними змінами структури, динаміки та напрямку руху міжнародного капіталу. Важливими тенденціями є зменшення обсягу потоків капіталу, ріст прямих іноземних інвестицій із країн, що розвиваються, зокрема до країн Азії, зростання руху капіталу між промислово розвиненими країнами (США, Китай, Японія, країни ЄС), зростання інвестицій у сферу послуг, зростання портфельних інвестицій та фінансово-кредитних операцій, що в результаті призводить до зростання глобальної та зовнішньої заборгованості країн.

Країни прагнуть стимулювати приток іноземних інвестицій в національну економіку, адже вони є основним джерелом економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності країни на світовому ринку.

#### Список літератури

1. UNCTADstat : сайт URL: <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=96740> (дата звернення 11.04.2020).
2. World Investment Report 2019 / United Nations Conference on Trade and Development. – New York and Geneva: UNITED NATIONS, 2019. – 237 P. URL: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2019_en.pdf) (дата звернення 11.04.2020).