

сяг виробництва світового ринку кондитерської промисловості у 2017 році склав близько 185,1 млрд. USD, що більше на 8,4 млрд. USD або 4,8 % відносно 2016 року. Найбільшу питому вагу в структурі кондитерського ринку посідають шоколадні вироби, які склали у 2017 році – 102,3 млрд. USD, що охоплює 55,3 % усього ринку. Вироби з цукру займають наступне місце в загальному обсязі продажу, їх частка становить 33% усього ринку та 61 млрд. USD. Виробництво жувальних гумок складає лише 21,8% частини світового кондитерського ринку та обсяг їх продажів у 2017 році - 21,8 млрд. USD.

У періоді з 2004 по 2012 рр. виробництво продукції мало зростаючий характер, що позитивно відображалось на кондитерській галузі. Починаючи з 2013 року обсяги виробництва усіх видів продукції почали знижуватися, а 2015-2016 рр. були найважчими для кондитерської промисловості. Причини такого занепаду могли стати: зниження купівельної спроможності населення та втрата виробничих потужностей на Сході країни в результаті окупації територій. Починаючи з 2017 по 2018 рр. обсяги виробництва кондитерських виробів почали зростати, зокрема, виробництво шоколаду та готових харчових продуктів, що містять какао зросли на 3,4 %, виробництво цукрових кондитерських виробів зросли на 2,6%, але виробництво печива солодкого і вафель знизилось на 0,76%.

Основний тренд ринку – увага населення на здоровий спосіб життя. Отже, з кожним роком споживач більше надає перевагу кондитерським виробам, які мають меншу кількість цукру або взагалі без нього, але без втрати смакової якості. Споживач бажає, щоб кондитерські вироби мали більше корисних інгредієнтів, збільшення кількості горіхів, фруктів, мінімізація домішок, або використання натуральних заміників.

Список джерел:

- Candy Industry's Global Top 100 Candy Companies Lists [Електронний ресурс] // Candy Industry Magazine. 2020. Режим доступу: <https://www.candyindustry.com/Global-Top-100-Candy-Companies>
- Державна служба статистики України – [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Волошина А.А.

Науковий керівник – Славуа О.І., канд. екон. наук, доцент

На сучасному етапі розвитку світової економіки туризм в різних його форматах відіграє все більш значну роль, у багатьох країнах ця галузь досить швидко розвивається та стає могутнім впливом розвит-

ку. Слід зазначити, що туристська діяльність є міжгалузєвою сферою економіки, яка включає не тільки засоби розміщення, але й зв'язок, транспорт, індустрію харчування, розваг і багато іншого і впливає на кожен континент, державу чи місто [1].

Отже, туристську діяльність слід розглядати як найважливішу галузь економіки. Однак сьогодні можна відзначити той факт, що в Україні сфера туризму ще не отримала належного розвитку.

Україна поки що не належить до світових лідерів за кількістю відвідань туристами, однак особливості її географічного розташування та рельєфу, сприятливий клімат, багатий природно-ресурсний, історико-культурний та туристично-рекреаційний потенціал створюють можливість для інтенсивного розвитку багатьох видів і внутрішнього, і іноземного туризму. Але низькі показники туристичної активності України на світовому ринку свідчать про недостатню конкурентоспроможність в ітчизняної індустрії туризму. Це можна пояснити трьома головними факторами: по-перше, недостатньою ефективністю реалізації механізму забезпечення пріоритетів державної політики у сфері організації експорту туристичних послуг; по-друге, потужним впливом розвинених глобальних корпорацій, які контролюють світовий ринок туристичних послуг, по-третє, відсутністю явища масовості туризму в Україну через низьку платоспроможність основної маси населення [2].

В найближчій перспективі доцільно вжити ефективних заходів організаційно-економічного характеру, спрямованих на підтримку розвитку сфери туризму. При цьому варто врахувати об'єктивну неможливість достатнього фінансування стратегії розвитку туризму за рахунок бюджету через загальну фінансову (у тому числі бюджетну) кризу у державі.

Також варто наголосити на тому, що 2020 рік став фатальним як для економіки, так і для туризму в цілому не тільки для України, але й для усього світу. Пандемія коронавірусу (COVID-19) спричинила безпрецедентну кризу в туристичній економіці. Близько 100 мільйонів робочих місць, напряму пов'язаних з туризмом, під загрозою. Вплив кризи відчувається у всій екосистемі туризму, і для відкриття та відновлення напрямків необхідний спільний підхід. Туристичні підприємства та працівники отримують вигоду від загальноекономічних пакетів стимулів, і багато урядів також запроваджують спеціальні заходи щодо туризму. Крім туристичної економіки, пандемія спричинила світову економічну кризу, і багато економік впадають у рецесію.

Нинішня криза продовжує впливати на туристичний та туристичний бізнес будь-якого розміру – від найбільших міжнародних авіакомпаній до найменших незалежних власників готелів. Невідкладна реак-

ція цих підприємств, зрозуміло, зосереджена на активній розробці планів короткострокового виживання. У міру розвитку кризи галузь зараз працює з урядами, щоб визначити ключові пріоритети та сприяти відновленню у середньо- та довгостроковій перспективі [3].

Список використаних джерел:

1. Туристична реформа як інструмент соціально-економічного розвитку України. Соціально-економічні проблеми і держава, 2016. Вип. 1 (14). С. 152–159.
2. Сталый розвиток сфери туристичних послуг: глобальні тенденції, міжнародна взаємодія, уроки для України. Економічний вісник університету, 2020. № 3. С. 297–303.
3. Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). URL: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>

ЗЕЛЕНА ЕКОНОМІКА ЯК МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Герасимчук А.В.

Науковий керівник – Соболєва Г.Г., канд. екон. наук, доцент

На початок XXI століття сталий розвиток став міжнародним трендом, універсальною політичною стратегією для національного та міжнародного рівнів. Хоч більшість країн світу прийняли стратегію сталого розвитку, однак з подальшим розвитком виникають і нові удосконалення стратегії. А саме виникла ідея створити умови для розвитку економічно конкурентоспроможного та екологічного спрямованого бізнесу, що має назву зелена економіка. «Зелена економіка» - це економіка з низькими викидами вуглецевих сполук, яка ефективно використовує ресурси і відповідає інтересам всього суспільства.

Перехід до «зеленої економіки» відбувається під впливом різноманітних чинників. Найбільш впливовіший чинник це – забруднення навколишнього середовища, який тісно пов'язаний із життєдіяльністю людини. А саме погіршення якості водних ресурсів, атмосферного повітря, ґрунтів, підвищення рівня частоти стихійних лих та їх масштабності. Це внутрішні чинники. Є ще друга група до неї відносяться зовнішні чинники. Це інтеграція України до європейського та світового економічного і правового простору. Таким чином у рамках третього періоду Кіотського протоколу (2020-2030) Україна повинна у 2030 році не перевищувати 60% викидів парникових газів від рівня викидів таких газів у базовому 1990 році. Якщо брати досвід більш розвинених країн то він свідчить про необхідність державних інвестицій у «зелений» сектор економіки, а також робити все можливе для притоку приватних інвестицій.