

зволить розподілити ресурси у найбільш ефективний спосіб. Основним принципом є те, що ресурси повинні бути направлені у відповідності із пріоритетами таким чином, щоб найбільшим ризикам була приділена найбільша увага. Альтернативні підходи полягають в тому, що або ресурси Застосовуються рівномірно таким чином, що всі фінансові установи, клієнти, продукти тощо, отримують однакову увагу, або ресурси є цільовими, але на основі факторів, які відрізняються від підходу, заснованого на ризику. Це не навмисно може призвести до підходу „пакету довіри” з акцентом на задоволенні регуляторних потреб, а не на боротьбі з відмиванням коштів або фінансуванням тероризму

Затвердження підходу, заснованого на ризику, містить в собі затвердження процесу управління ризиком для боротьби з відмиванням коштів та фінансуванням тероризму. Цей процес включає визнання існування ризику(ів), застосування оцінки ризику(ів) та розробку стратегій Для управління та зменшення ідентифікованих ризиків Аналіз ризику повинен виконуватися для визначення того, де ризики відмивання коштів та фінансування тероризму є найбільшими. Країнам необхідно визначити основні вразливі місця та поводитися з ними відповідним чином. Установам необхідно визначити клієнтів, продукти та послуги з найвищим ступенем ризику, включаючи канали доставки та географічне місце знаходження Це нестатичні оцінки. Вони змінюватимуться з плином Часу в залежності від того, як розвиваються обставини а як еволюціонують загрози.

Список використаних джерел

1. Гришова І.Ю. Корупційні ризики та зарубіжна методологія їх оцінки в системі економічної безпеки / І.Ю. Гришова., О.О.Красноручський // Проблеми і перспективи економіки та управління : науковий журнал / Черніг. нац. технол. ун-т. – Чернігів : Черніг. нац. технол. ун-т, 2015. – № 4 (4). – С.40-46.
2. Гришова, І. Ю. Управління ризиками у контексті стратегії антикризового управління [Текст] / І. Ю. Гришова, Т. М. Гнат'єва // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 3. – С. 32-40. – ISSN 2415-8453
3. Гришова, І. Ю. Економіко-політичні конфлікти на сучасному етапі [Текст] / І. Ю. Гришова, О. Б. Наумов, О. О. Давидюк // Український журнал прикладної економіки. – 2016. – Том 1. – № 2. – С. 36-49. – ISSN 2415-8453

Кирилюк Юрій Володимирович, канд. екон. наук, доцент
Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ЧАСТИНИ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ УКРАЇНИ З ЄС

Угода про асоціацію України з Європейським Союзом за своєю структурою складається з преамбули, семи розділів, 43 додатків та 3 протоколів. Додатки та протоколи до цієї Угоди є її невід'ємною частиною.

Необхідно зауважити, що на даний момент Угода про асоціацію існує в так званих трьох вимірах, що стосується набрання чинності:

- положення, що почали тимчасово застосовуватись з 1 листопада 2014 року (режим автономних торговельних преференцій ЄС для України, започаткований 3 квітня 2014 року, в рамках якого в односторонньому порядку українському експорту надавався доступ до ринку ЄС на умовах всеохоплюючої зони вільної торгівлі) [1];
- положення, що почали тимчасово застосовуватись з 1 січня 2016 року (Зона вільної торгівлі з ЄС) [2];
- положення, які не охоплюються тимчасовим застосуванням і не можуть бути застосовані до повної ратифікації Угоди.

З 1 січня 2016 року розпочалося тимчасове застосування Розділу IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (за винятком статті 158 у тій мірі, в якій вона стосується забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності під час кримінальних проваджень, а також за винятком статей 285 і 286 у тій мірі, в якій ці статті застосовуються до адміністративних проваджень та перегляду й оскаржень на рівні держав-членів) в частині поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВ ЗВТ). Одночасно завершив свою дію режим автономних торговельних преференцій ЄС для України, започаткований 3 квітня 2014 року.

Положення Розділу IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею» Угоди про асоціацію визначають поглиблену та всеохоплюючу зону вільної торгівлі між Україною та ЄС (ЗВТ). Початок тимчасового застосування режиму ПВ ЗВТ означає поступове розширення доступу до українського ринку для європейського імпорту в рамках лібералізованого митного режиму, зміни в правовому та адміністративному режимі експорту українських товарів на європейський ринок відповідно до положень Угоди про асоціацію, започаткування в Україні регуляторних реформ, передбачених ПВ ЗВТ.

Сторони поступово створюють зону вільної торгівлі протягом перехідного періоду, що не перевищує 10 років починаючи з дати набрання чинності цією Угодою, відповідно до положень цієї Угоди та відповідно до Статті XXIV Генеральної угоди про тарифи та торгівлю 1994 року.

Цей розділ складає 2/3 від усього обсягу основної (без додатків і протоколів) частини Угоди (156 із 245 сторінок). Також містить 15 глав, 312 статей (статті 25 – 336), 25 додатків і 2 протоколи [3, с.22-220].

Початок тимчасового застосування режиму ПВ ЗВТ означає поступове розширення доступу до українського ринку для європейського імпорту в рамках лібералізованого митного режиму, зміни в правовому та адміністративному режимі експорту українських товарів на європейський ринок відповідно до положень Угоди про асоціацію, започаткування в Україні регуляторних реформ, передбачених ПВ ЗВТ.

ЗВТ передбачає лібералізацію торгівлі як товарами, так і послугами, лібералізацію руху капіталів та до певної міри – руху робочої сили.

Відмінною рисою ЗВТ Україна-ЄС є комплексна програма адаптації регуляторних норм у сферах, пов'язаних з торгівлею, до відповідних стандартів ЄС. Це дозволить значною мірою усунути нетарифні (технічні) бар'єри у торгівлі між Україною та ЄС та забезпечити розширений доступ до внутрішнього ринку ЄС для українських експортерів і навпаки – європейських експортерів до українського ринку. Тому поглиблена та всеохоплююча ЗВТ має забезпечити поступову інтеграцію економіки України до внутрішнього ринку ЄС.

Таким чином, будь-який український виробник та/або експортер має можливість користуватися преференціями в рамках вільної торгівлі з ЄС починаючи з 1 січня 2016 року.

В рамках вільної торгівлі України з ЄС встановлено безмитні тарифні квоти ЄС для 36 видів товарів. При чому по 4 видах (м'ясо птиці, м'ясо свинини, гриби, а також яйця та альбуміни) встановлено додаткові обсяги.

В свою чергу, Україна встановила тарифні квоти для 3 видів товарів (м'ясо свинини; м'ясо птиці та напівфабрикати з м'яса птиці та цукор) та передбачила додаткові обсяги для 2-х (м'ясо птиці та свинини).

Узагальнений перелік тарифних квот викладено у доповненні до додатку I-A до Угоди про асоціацію.

Необхідно зауважити, що тарифна квота – це дворівневий митний тариф, пов'язаний із кількістю товару, при якій задану кількість товарів може бути імпортова-

но за «пільговою» (тобто нижчою) ставкою мита протягом певного періоду часу («ставка мита в межах квоти»). У випадку вільної торгівлі між Україною та ЄС, це, відповідно, 0% – у межах квоти, та ставка мита згідно з митним тарифом ЄС – для обсягу товару, який перевищує домовлені обсяги.

Тобто, після того, як обсяг тарифної квоти було заповнено, можна продовжувати імпортувати продукт без обмежень, але платити більш високу тарифну ставку («ставка мита поза квотою»).

Але необхідно зауважити, що зона вільної торгівлі України з ЄС не означає автоматичного збільшення експорту та поживлення зовнішньої торгівлі. Вільна торгівля з ЄС дає лише можливості:

- виходу на один з найбільших, найпотужніших та найбільш високомаржинальних ринків світу;
- зайняти місце в глобальних і регіональних ланцюжках доданої вартості;
- диверсифікувати свої експортні потоки з метою мінімізації ризиків у разі неможливості доступу на ринки певних країн СНД;
- виходу на ринки третіх країн;
- отримувати якісні та дешевші імпортні товари;
- спрощення процесів залучення технологічних та інноваційних рішень, що реалізуються у країнах ЄС;
- отримувати іноземні інвестиції;
- зменшення нетарифних обмежень у торгівлі сільськогосподарською продукцією у рамках співробітництва у сфері санітарних та фітосанітарних заходів;
- збереження суверенітету у визначенні та здійсненні зовнішньоекономічної політики.

Разом з тим, запровадження зони вільної торгівлі між Україною та державами-членами Європейського Союзу не тільки відкриває перед Україною нові можливості, але і приводить до виникнення нових викликів і ризиків:

- посилення конкурентного тиску з боку підприємств країн ЄС;
- необхідність переоснащення і модернізації діючих підприємств;
- недостатність дешевих кредитних ресурсів;
- пошук нових зарубіжних партнерів;
- діючі та потенційні антидемпінгові заходи;
- відсутність можливостей для суттєвого зростання експорту найближчим часом;
- торговельні війни з Російською Федерацією (бар'єри, ембарго).

Таким чином, в ході виконання Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом виникають, як нові можливості, так і нові фактори, які заважають ефективному використанню переваг інтеграції. Крім того, інтеграційні процеси, що зараз відбуваються в Україні, здійснюються з різною швидкістю, глибиною та комплексністю.

Україна здатна отримати значні вигоди від інтеграції з ЄС лише у разі практичного виконання всіх її складових, як економічних так і інституційних та політичних. Тому, імплементація положень Розділу IV «Торгівля і питання, пов'язані з торгівлею» Угоди про асоціацію України з Європейським Союзом передбачає проведення низки реформ, в першу чергу в сфері технічного регулювання, санітарних та фітосанітарних заходів, підвищення стандартів якості та безпечності продукції.

Список використаних джерел

1. Вербальна нота Генерального Секретаріату ЄС щодо тимчасового застосування Угоди від 30 вересня 2014 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?1&art_id=247667894.

2. Вербальна нота Генерального Секретаріату ЄС щодо тимчасового застосування Угоди від 16 листопада 2015 року. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?&art_id=247667894.

Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. Офіційний вісник України від 26.09.2014 – 2014 р., № 75, том 1, стор. 83, стаття 2125. rada.gov.ua/laws/show/984_011.

Гела Мамуладзе, доктор економіки, професор

Батумський державний університет імені Шота Руставелі, Батумі, Грузія

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГРУЗИНСКИХ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИИ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

На современном этапе развития трудно представить туристическую компанию с высокой репутацией, которая активно не использует современные подходы маркетинга, т.к. в условиях конкуренции он представляется своеобразным инструментом для приобретения преимущества на рынке. Компании постоянно должны думать о том, как с помощью маркетинга получить от потребителей максимум и что для этого необходимо сделать. Исходя из сказанного, они должны думать о том, какие ценности необходимо создать для потребителей, что бы представленным ими продуктом или услугой облегчить и сделать более комфортным их жизнь.

Не смотря на то, что отмеченной проблеме посвящены значительное количество научных трудов и она часто была предметом обсуждения общественности, по нашему мнению, анализ существующего положения на современном этапе представляется весьма актуальным. Целью исследования является изучение существующего положения в использовании маркетинговых подходов в грузинских туристических компаниях и относительно данной проблематики подготовка соответствующих выводов, как достаточно рентабельная отрасль мировой экономики, является значительным фактором развития национальной экономики страны. Туристическая индустрия представляется основным определяющим фактором социально-экономического развития страны. В следствии развития туризма (особенно международного туризма) растет внутренний валовой продукт, растут иностранные валютные доходы, что в последствии улучшает жизненный уровень населения.

Прекрасная и очаровательная природа, разнообразные пейзажи, Кавказский хребет. Субтропическая зона Черного моря, реки и водопады, высеченные в скалах города, курорты и минеральные воды, памятники истории, традиционное грузинское гостеприимство и знаменитая грузинская кухня - делают Грузию туристической страной.

Согласно информации, размещенной веб-странице национальной администрацией туризма Грузии, количество международных путешественников за январь – ноябрь 2016 года составило 5 864 684, рост о сравнению с аналогичным периодом прошлого года составил +7,9%. Больше всего визитов были осуществлены из Азербайджана (+9,8%), Армении (+1%), Турции (+4%), России (+13%) и Украины (+22,4%). Позитивная тенденция сохраняется со стороны стран Евросоюза, откуда по количеству приездов в Грузию за январь – ноябрь 2016 года можно выделить: Латвию (+25,6%), Чехию (+15,6%), Литву (+15%), Германию (+9,4%) и Польшу (+6,5%). Особый рост наблюдается из Ирана (+494%), Индии (+216%), Саудовской Аравии (+118%) и Китая (+44%).

Выше приведенные показатели свидетельствуют, что за последние годы в нашей стране количество иностранных туристов поступательно возрастает, первопричиной которого является усиленное рекламирование страны и PR, которую осуществляют департамент туризма и бизнес структуры. Следует отметить, что на рост количества визи-