

3. За формами власності:

приватні – вкладення капіталу (коштів) у реальні активи (як матеріальні, так і нематеріальні, а також у виробничі фонди – основні й оборотні) сфер і галузей народного господарства з метою оновлення існуючих і створення нових матеріальних благ;

державні – здійснюються центральними і місцевими органами влади.

4. За періодом дії:

короткострокові – вкладення капіталу на період до року:

довгострокові – розраховані на термін більше року або не обмежені якимось терміном.

5. За регіональною ознакою:

внутрішні – вкладення коштів в об'єкти інвестування, розміщені у територіальних межах даної країни.

Розрізняють національні та іноземні інвестиції (залежно від суб'єкта, який здійснює інвестування на території даної країни):

зовнішні (зарубіжні) – вкладення в об'єкти інвестування, розміщені за територіальними межами даної країни:

міжнародні – інвестиції за кордон та іноземні. Це інвестиції, реалізація яких передбачає взаємодію учасників, які належать різним державам (резидентів та нерезидентів стосовно конкретної країни).

6. За характером участі в інвестиційному процесі:

прямі – вкладення капіталу з метою сприяння отриманню прибутку (доходу) та вкладання, що зумовлені довгостроковим економічним інтересом і забезпечують контроль інвестора над об'єктом інвестування, а також усі внутрішньокорпоративні перекази капіталу у формі кредитів і позик між прямим інвестором і філіями, дочірніми та асоційованими компаніями;

портфельні – вкладення капіталу в цінні папери з метою отримання доходу (дивідендів). Такі інвестиції не забезпечують реального контролю інвестора над об'єктом інвестування.

У країн-донорів (як правило, розвинених країн) при наданні допомоги тій чи іншій країні превалюють політичні і стратегічні пріоритети. В той же час, майже у всіх випадках має місце економічне обґрунтування грантів, позик, технічної допомоги. Наприклад, типовими є «прив'язка» іноземної допомоги до експорту країни-донора, а також подорожчання іноземної допомоги, превалювання позик над грантами тощо.

Мотивація країн-реципієнтів (в основному, країни, що розвиваються, та країни з перехідними економіками) впливає з необхідності залучення ними додаткових ресурсів для власного економічного розвитку за умов недостатності внутрішніх накопичень для підтримки валюти та інвестування.

Об'єктами інвестиційної діяльності є основні фонди і оборотні засоби, що заново створюються і модернізуються, цінні папери, цільові грошові вклади, науково-технічна продукція, інші об'єкти власності, майнові права і права на інтелектуальну власність.

Література:

1. Бойчик І.М., Харів П.С., Хопчан М.Л., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посібник. 2-ге вид. К.: «Каравела»; Львів: «Новий світ» - 2000, 2001.
2. Бондар Н.М. Економіка підприємства: Навч. посібник. К.: Видавництво А.С.К., 2004. 400 с.
3. Герасимчук В.Т. Розвиток підприємництва: діагностика, стратегія, ефективність. К.: Вища шк., 1995.
4. Гетьман О.О., Шаповал В.М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. К.: Центр навчальної літератури, 2006. 488 с.
5. Ярошевич Н.Б., Кондрат І.Ю., Якимів А.І. Державне управління інвестиційною діяльністю: Навчальний посібник. Львів.: «Новий Світ-2000», 2020. 429 с.

СЕКЦІЯ «МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ ТА КРАЇНОЗНАВСТВО»

HORBASHEVSKA M.,
Candidate of Economic Sciences,
Assistant Professor at the Department of
Management
Mariupol State University
KASTORSKA S.K.,
Student
Management
Management of organizations and administration
Mariupol State University

THE URGENCY OF FORMING THE CONCEPT OF CSR AT TOURISM ENTERPRISES BUSINESS

Analyzing today's economic conditions, the relevance of managing the reproduction of human potential of the enterprise, which is a set of resources, processes for its development in accordance with the parameters of sustainable operation and ensuring high competitiveness of enterprises. An important factor in solving these problems is the formation and implementation of a system of corporate social responsibility in the tourism enterprise.

Corporate social responsibility (CSR) of business is an activity of the enterprise aimed at highlighting the priority interests of society, taking responsibility for the impact on suppliers, customers, shareholders, employees and other aspects of public activity [3].

In the managerial context, social responsibility was first explored by K. Davis. He argued that the actions of the organization in addition to the realization of economic goals, have signs of social responsibility [1].

The urgency of forming the concept of CSR in the tourism business is due to the need to be guided not only by standard financial indicators, but also by public interests, the requirements of sustainable development, compliance with business ethics, etc. This position is due to the fact that tourism is a type of economic activity with a significant social orientation, as it is aimed at meeting the needs of people and improving the quality of life. Enterprises in the field of tourism are at the initial stage of development and implementation of CSR, which is due to the ambiguous interpretation of its essence and the ambiguity of the perception of the management of tourism enterprises.

According to the concept of CSR, the company takes into account the interests of society and takes responsibility for the impact of its activities on society. The company's obligations are beyond the scope of the law and include voluntary additional measures to improve the quality of life of employees, local communities and society as a whole.

A. Carroll, in his pyramid of responsibility, distinguishes four types of social responsibility: economic, legal, ethical and discretionary. Economic responsibility is the basis of social responsibility. This is directly determined by the basic function of the company in the market of producers of goods and services. Legal liability presupposes the need for business action in compliance with laws and relevant regulations and expectations of society. Ethical responsibility is a value guideline and determines the formation of corporate culture that does not contradict social values. Discretionary responsibility initiates the actions of companies that are aimed at supporting and developing society through its voluntary participation in the implementation of various social programs [2].

We can note that the implementation of the concept of CSR in tourism businesses should be carried out taking into account the peculiarities of tourism development, the mentality of the population and tourists, the specifics of the systemic organization of economic activity of tourism enterprises. The tourism business must adapt to the socio-economic dynamics of modernity and act in a "socially responsible" role, moving away from the motivations of "maximizing their own profits" to the level of understanding of economic, social and political interests of society as a whole.

Summarizing the results of the study of the essence of CSR, we note that the relevance of its formation in tourism is due to the fact that CSR is able to provide: strengthening the image and business reputation of the enterprise; increasing investment attractiveness; strengthening the cohesion of the workforce; social contribution to the sustainable development of the region; increase in the capitalization of the entity.

References:

1. Kotler F. Corporate social responsibility / F. Kotler. - Kyiv: Standard Agency, 2005. - 302 p.
2. Shkonda V.V. Corporate culture in human potential management: monograph / V.V. Shkonda, A.B. Hookahs. - Donetsk: Knowledge (Donetsk branch), 2009. - 168 p.
3. New strategy of the European Commission for Corporate Social Responsibility (CSR) 2011-2014 [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.csr-ukraine.org/>.

КРУГЛЯК М.Е.,
к.і.н., доц., доцент кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи,
Державний університет «Житомирська
політехніка»

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ДЖЕКСОНВІЛЛА

Штат Флорида для пересічного українця асоціюється із курортним містом Маямі. Однак є в цьому штаті ще одне місто, менш відоме, проте теж надзвичайно колоритне й недооцінене міжнародними туристами. Це, до речі, найбільше місто у Флориді – Джексонвілл.

Джексонвілл (англ. Jacksonville) розміщене в окрузі Дювал. Станом на 2010 рік, населення міста становить 821 784 особи, а разом з околицями – понад 1,3 млн. осіб. Через те, що з 1968 року в Джексонвілла та округу єдине управління, він є найбільшим за територією містом у континентальних США.

Географічне розташування Джексонвілла є доволі вдалим. Це північний схід штату Флорида, на берегах річки Сент-Джонс, яка впадає в Атлантичний океан. Тож якщо ви хочете відчутти дотик океану, слід прилітати саме сюди. Місцевий пляж має вихід до Атлантики. У місті є свій аеропорт.

Клімат вологий, субтропічний, із м'якою зимою та спекотним літом. Середньорічна температура повітря становить 20,3°C. Найхолодніше взимку – грудні (12,9°C), в січні (11,7°C), лютому (13,6°C), сніг трапляється вкрай рідко; найтепліше – влітку: у червні (26,6°C), липні (27,9°C), серпні (27,7°C). Найбільше опадів випадає влітку й на початку осені: у червні – 164 мм, в липні – 166 мм, у серпні – 173 мм й у вересні – 208 мм. Особливість місцевого клімату – регулярні літні грози ввечері. Температура води в океані у травні становить 22–25°C, у листопаді – до 21°C. Порівняно з іншими населеними пунктами Флориди Джексонвілл найменше страждає від ураганів, однак приїжджати сюди наприкінці серпня – у вересні не бажано.