

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ПРИВАТНИЙ ЗАКЛАД  
«ДНІПРОВСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»**

**Сазонець О.М., Тесленко Т.В., Гакова М.В., Лучанська Ю.Г.**

# **ЕКОНОМІКА ГОСТИННОСТІ:**

**понятійно-термінологічний словник**

**Київ**

**Вид-во «Каравела»**

**2024**

УДК 33  
Е 45

Рекомендовано Вченою Радою Вищого навчального приватного  
закладу «Дніпровський гуманітарний університет»  
(протокол № 9 від 30.05.2024 р.)

**Рецензенти:**

доктор економічних наук, професор *Саричев Володимир Іванович*, професор кафедри економіки та економічної безпеки Університету митної справи та фінансів (м. Дніпро);

доктор економічних наук, професор *Марценнюк Лариса Володимирівна*, професор кафедри економіки та менеджменту Українського державного університету науки і технологій (м. Дніпро);

доктор економічних наук, професор *Джінджоян Володимир Вергарович*, професор кафедри економіки та менеджменту туристичної діяльності Вищого навчального приватного закладу «Дніпровський гуманітарний університет» (м. Дніпро)

**Е 45 Економіка гостинності: понятійно-термінологічний словник /**  
Сазонець О.М., Тесленко Т.В., Гакова М.В., Лучанська Ю.Г. Київ : Вид-во «Каравела», 2024. 168 с.

**ISBN 978-960-801-892-1**

Авторами понятійно-термінологічного словника, які є висококваліфікованими фахівцями у сфері туризму, готельного бізнесу, міжнародних економічних відносин, міжнародного бізнесу, підготовлено видання, що істотно поповнило інформаційний фонд сучасної української науки про управління процесами туризму та готельного бізнесу України, інтеграції сфери послуг в світовий та європейський господарський комплекс. Видання словника сприяє поширенню та розвитку управлінської культури в системі міжнародного готельного бізнесу. Понятійно-термінологічний словник створено в умовах воєнних дій, проведення ринкових реформ, здійснення нашою країною активної політики європейської інтеграції, що значно підвищує його актуальність.

Видання розраховане на студентів, науковців, державних службовців, викладачів, аспірантів і докторантів та всіх, кого цікавлять проблеми забезпечення підвищення міжнародної конкурентоспроможності та формування сприятливого бізнес-середовища функціонування готельної сфери в Україні та в світі.

**УДК 33**

© Сазонець О.М., Тесленко Т.В.,  
Гакова М.В., Лучанська Ю.Г., 2024

**ISBN 978-960-801-892-1**

© Вид-во «Каравела», 2024

## ВСТУП

Понятійно-термінологічний словник „Економіка гостинності” є складовою частиною процесу освіти нового рівня та відповіддю на сучасні виклики процесу глобалізації. Процес освіти потребує нових знань та нових підходів до вивчення організації функціонування економіки та зокрема такої її динамічної складової як індустрія гостинності. Підготовлений понятійно-термінологічний словник «Економіка гостинності» присвячено висвітленню окремих положень таких актуальних і сучасних базових навчальних курсів які викладаються в університетах України: «Міжнародний бізнес», «Логістика», «Міжнародний туризм», «Основи готельно-ресторанного бізнесу», «Менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі», «Маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі», «Аналіз діяльності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу». Ці дисципліни викладаються для студентів спеціальності «Туризм» та «Готельно-ресторанна справа». Також словник буде у нагоді для студентів магістратури за спеціальністю «Міжнародні економічні відносини», яким викладається дисципліна «Управління міжнародним бізнесом». Стане у нагоді словник і студентам, викладачам, які навчаються і працюють за такими спеціальностями як «Логістика» та «Транспортні технології». Особливістю понятійно-термінологічного словника «Економіка гостинності» є висвітлення питань безбар'єрності в індустрії гостинності та туризмі та проникнення інклюзивних підходів у всі сфери життєдіяльності людини.

Сучасна наукова думка в Україні вже зробила вагомий внесок у висвітлення теоретичних, методологічних, загальних методичних питань розвитку глобальних процесів в сучасному світі та зокрема процесів розвитку економічних механізмів індустрії гостинності. Серед авторів, що плідно працюють над цією тематикою та формують основні напрями науки про світову економіку та міжнародні відносини такі відомі науковці як В. Джинджоян, О. Єлісеєва, О. Зборовська, Н. Ковшун, Є. Крикавський, Д. Лук'яненко, М. Макаренко, Ю. Макогон, Н. Мешко, Г. Назарова, В. Никончук, П. Покатаєв, І. Сазонець, В. Саричев, В. Тарасевич, А. Філіпенко, С. Хамініч, О. Ястремська.

Серед наукової літератури, значний доробок наших освітян в останні роки присвячено питанням, що стосуються безпосередньо розкриття економічних проблем гостинності. Значний внесок зробили і науковці ВНПЗ «Дніпровський гуманітарний університет». В країні відомі такі наукові видання як Джинджоян В.В. «Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності»: монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с., Джинджоян В.В. «Детермінанти функціонування туристичних підприємств на основі розвитку їх соціальної діяльності» : монографія. Рівне : Волинські обереги, 2020. 264 с., Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. «Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства» : монографія. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с., Зима І.Я., Обуховська Л.І. «Механізми забезпечення діяльності комунальних підприємств – закладів охорони здоров'я в умовах децентралізації». Рівне. Волинські обереги, 2020, 168 с., «Інституційна трансформація державного управління охороною здоров'я: Україна та іноземний досвід» : колективна монографія / І. Л. Сазонець, В. І. Саричев [та ін.] ; за наук. ред. д. е. н., проф. І. Л. Сазонця. Рівне : Волин. обереги, 2019. 396 с. та ін.

В процесі підготовки запропонованого понятійно-термінологічного словника автори спиралися на видані ними, або за їх участю монографії, навчальні посібники, підручники. Серед них слід визначити головними такі праці як: «Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі» : колективна монографія / За загальною редакцією доктора економічних наук, доцента В.В. Джинджояна – Дніпро : ЛІРА, 2022.–246 с., «Управління розвитком туризму та гостинності на основі співпраці з міжнародними організаціями»/ За загальною редакцією доктора економічних наук, професора Сазонця І.Л. - Дніпро : ВНПЗ ДГУ.– 2023.– 213 с., «Державне управління в

галузі туризму та гостинності в Україні»/За загальною редакцією доктора економічних наук, професора Торяника В.М.- Дніпро : ВВПЗ ДГУ– 2024.–180 с., Джинджоян В.В.,Тесленко Т.В., Горб К.М.

«Інноваційні технології в туризмі та гостинності»: навч. посіб. К.: Видав. «Каравела», 2022. - 340 с., Сазонець І.Л., Сазонець О.М. «Управління проектами та ризиками в туризмі»: навч. посіб. К. : «Центр учбової літератури», 2023. – 320 с. та ін.

Авторами понятійно-термінологічного словника, які є висококваліфіковані фахівці у сфері туризму, готельного бізнесу, міжнародних економічних відносин, міжнародного бізнесу підготовлено видання, що істотно поповнило інформаційний фонд сучасної української науки про управління процесами готельного бізнесу України та його інтеграцією в світовий та європейський господарський комплекс. Видання словника сприяє поширенню та розвитку управлінської культури в системі міжнародного готельного бізнесу. Понятійно-термінологічний словник створено в умовах воєнних дій, проведення ринкових реформ, проведення нашою країною активної політики європейської інтеграції, що значно підвищує його актуальність. Видання розраховане на студентів, науковців, державних службовців, викладачів, аспірантів і докторантів та всіх, кого цікавлять проблеми забезпечення підвищення міжнародної конкурентоспроможності та формування сприятливого бізнес-середовища функціонування готельної сфери в Україні та в світі

Сучасні тенденції розвитку сфери гостинності зробили актуальним видання словника, що систематизує тенденції економічного розвитку цієї сфери та економічної активності в регіоні, аналізує проблеми сучасної світової економіки, займається накопиченням і обробкою інформації зовнішньоекономічного характеру, проводить аналіз зовнішнього світу та допомагає суб'єктам туристичної та готельно-ресторанної діяльності орієнтуватися в транспортному, інформаційному потоці. Таким виданням на теперішній час може стати понятійно-термінологічний словник „Економіка гостинності”.

Словник має системний, міждисциплінарний характер. Він містить тлумачення зі сфери економіки гостинності, туризму, міжнародного бізнесу, логістики, харчових технологій та кулінарії, круїзного бізнесу та створення безбар'єрного простору які охоплюють таку тематику:

- безбар'єрний простір та інклюзія;
- глобалізація та глобальні економічні процеси;
- міжнародні інвестиційні ринки;
- ТНК;
- готельний бізнес,
- міжнародні організації сфери гостинності;
- харчові технології і кулінарне мистецтво;
- міжнародні моделі корпоративного управління;
- транспорт і логістика
- міжнародні перевезення;
- міжнародний маркетинг;
- міжнародний менеджмент;
- міжнародний туризм;
- міжнародна торгівля;
- корпоративна економіка;
- санаторно-курортна діяльність.

Представлене навчальне видання дозволить авторам поширити свою аналітико-наукову діяльність і зробити внесок в розробку актуальних економічних проблем сфери гостинності в її економічному розрізі. Видання понятійно-термінологічного словника «Економіка гостинності» спрямовано на досягнення того рівня підготовки науково-педагогічних кадрів, який відповідає сучасним світовим вимогам.

# ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА СЛОВНИКА

## А

**Абсолютна ефективність** (англ. *absolute efficiency*) – зіставлення витрат якогось зовнішньоекономічного проекту з результатом, отриманим від цих витрат. Виражається показниками, що характеризують ефективність конкретного варіанту у вигляді різниці результату і витрат (абсолютний ефект) або їх співвідношення (ефективність, рентабельність, окупність та ін.). (Сазонець О.М.).

**Авансова закупівля** (фр. *avance- рухати вперед, просувати*) - закупівля, при якій сторона, зацікавлена у продажу своїх товарів певному покупцеві, спочатку закуповує товари у нього. (Сазонець О.М.).

**Авіаброкер** (від лат. *avis – птах; від англ. broker - посередник*) (англ. *airbroker*) - організація, що має безпосереднє відношення до туристського або до ринку авіаперевезень, яка займається фрахтуванням літаків з метою наступного оптового перепродажу чартеру (або повністю програми, або блок місць) туристським операторам. (Сазонець О.М.).

**Авіатариф** (від лат. *avis – птах; від араб. tariff- оголошення*) (англ. *airfare*) - фіксована вартість перевезення одного пасажера на літаку на певну відстань. У міжнародних перевезеннях розрізняють індивідуальні, групові, звичайні і спеціальні авіатарифи. (Сазонець О.М.).

**Автономна логістика** (англ. *autonomous logistics*) означає, що виконання всіх логістичних функцій приймає на себе все підприємство. (Сазонець О.М.).

**Авторизовані дилери** (англ. *authorized dealers*) – це дилери, що співробітничать з виробником на умовах франшизи. (Сазонець О.М.).

**Автомобільні засоби** (від фр. *transport чи transporter- переносити*) (англ. *means of motor transport*) – легкові автомобілі, автобуси, вантажні автомобілі, причепи, напівпричепи, спеціальні автомобілі, призначені для експлуатації на дорогах загального користування. (Сазонець О.М.).

**Авуари** (від франц. *avoir — майно*) — майно, активи, наявні гроші (в національній та іноземній валюті), чеки, векселі, акредитиви, інші цінні папери, а також золото та різноманітні цінності, за рахунок яких здійснюються платежі, погашення боргів та зобов'язань їх власників, платіжний оборот між країнами. А. також називають активи, ресурси окремих країн в іноземній валюті та золото, які зберігаються в банках інших країн. (Сазонець О.М.).

**Агенда** (англ. *agenda*) - список проблем, питань, порядок денний, обговорювані під час ділової зустрічі. Розсилається учасникам зустрічі завчасно. (Сазонець О.М.).

**Агент** (від лат. *agens-діючий, agere-робити*) (англ. *agent*) - оптовий торговець, що представляє покупців чи продавців на більш - менш постійній основі і виконуючий кілька функцій, не маючи при цьому права власності на товари. (Сазонець О.М.).

**Агенти** (від лат. *agens-діючий, agere-робити*) (англ. *agent*) – посередники, що виступають як представники чи помічники інших основних осіб. Як правило, агенти є

юридичними особами. За свої послуги агенти одержують винагороду як по тарифах, так і за домовленістю з іншими особами. Найбільш розповсюджений вид агентської винагороди – відсоток від суми укладеної угоди. **(Сазонець О.М.)**.

**Агентський договір (від лат. *agens-діючий*; від лат. *transactio - договір*) (англ. *agent agreement*)** - договір між туристським оператором і агентством, що регламентує їх статуси в спільній діяльності по просуванню і реалізації туристського продукту населенню. **(Сазонець О.М.)**.

**Агроготель (англ. *agrohôtel*)** – засіб розміщення; розташований на території фермерського господарства і має умови для заняття сільськогосподарською діяльністю під час відпочинку. **(Гакова М.В.)**.

**Адаптація (англ. *adaptation*)** - це видозміни поведінкових реакцій організму у відповідь на зміни в довкіллі. **(Тесленко Т.В.)**.

**Адаптація до ринку (англ. *adaptation to market*)** — комплекс маркетингових заходів, реалізовуваних виробником продукції з метою проникнення на новий ринок або збереження колишніх позицій на ринку за зміни кон'юнктури. **(Сазонець О.М.)**.

**Адаптивний продаж (англ. *adaptive selling*)** - презентація продукту або послуги за гнучким сценарієм; окремий варіант презентації з позиції потреб клієнта. **(Сазонець О.М.)**.

**Адаптованість логістичної системи (англ. *adaptability of the logistics system*)** – здатність логістичної системи пристосовуватись до мінливих умов зовнішнього середовища). **(Сазонець О.М.)**.

**Адміністративні методи (англ. *administrative methods*)** – заходи (засоби) державної влади, що мають своїм змістом заборону, дозвіл або примусові дії щодо діяльності суб'єктів економіки: накази, розпорядження, інструкції, норми, нормативи, державні стандарти, правила, контроль за їх виконанням та дотриманням, санкції за порушення. **(Сазонець О.М.)**.

**Адріатично-Іонічна транспортна зона (англ. *Adriatic-Ionian transport zone*)** охоплює країни узбережжя Адріатичного та Іонічного морів (Албанію, Боснію і Герцеговину, Хорватію, Грецію, Італію, Словенію, Сербію і Чорногорію). **(Сазонець О.М.)**.

**Аеропорт (від. грец. *aer – повітря*; від лат. *port – пристань, гавань*) (англ. *airport*)** - транспортне підприємство, що складається з аеровокзалу, аеродрому, ремонтних ангарів та ін., і обслуговує повітряний транспорт. Аеропорти за типом здійснення операцій поділяються на внутрішні, міжнародні і змішані; за формою власності – на державні, муніципальні та приватні; за пропускну здатністю - на найбільші, великі, середні та малі. **(Сазонець О.М.)**.

**Акватель (англ. *Aquatel*)** – корабель, який вилучено з експлуатації як транс імпортний засіб, і він знаходиться на стаціонарній стоянці та використовується як готель. **(Гакова М.В.)**

**Активний туризм (від лат. *activas*; від фр. *tour – прогулянка, поїздка*) (англ. *active tourism*)** - 1) всі види туристських подорожей, які характеризуються активним способом пересування по маршруту, тобто з витратою відповідних фізичних зусиль туриста. До активного туризму відносяться більшість видів самодіяльних туристських подорожей, в т.ч. піші, гірські, лижні і т.д.; 2) міжнародний туризм, валютні вступи від якого збільшують (на

відміну від так званого пасивного туризму) актив платіжного і туристського балансу країни, що приймає туристів. *(Сазонець О.М.)*.

**Актуарій** (англ. *actuary*) – офіційно уповноважена особа, фахівець, яка за допомогою методів математичної статистики розраховує страхові тарифи. На актуарія покладається відповідальність за те, щоб страхові фонди були достатніми на той момент, коли компанії доведеться виконувати свої зобов'язання за виданими полісами. *(Сазонець О.М.)*.

**Актуарні розрахунки** (англ. *actuarial calculations*) – система математичних і статистичних методів розрахунку страхових тарифів. Методологія актуарних розрахунків ґрунтується на застосуванні теорії ймовірностей, демографічної статистики та довгострокових фінансових обчислень інвестиційного доходу страховика. Актуарні розрахунки дають змогу визначити частку кожного страхувальника у створенні страхового фонду. *(Сазонець О.М.)*.

**Акцепт** (англ. *acceptance*) – офіційна згода на укладення контракту відповідно з офертою. *(Сазонець О.М.)*.

**Акциз** (від лат. *accidere* — *обрізу*) — різновид непрямого податку переважно на товари масового споживання (цигарки, алкогольні напої, сіль, сірники, автомобілі, холодильники, парфумерні вироби тощо). Вибірковий А. в окремих країнах встановлюється на телефонні послуги, показ кінофільмів, квитки на певні види транспорту, комунальні послуги. В більшості країн Заходу в післявоєнний період були введені універсальні А., або податки з обороту, які вилучаються в процентах (до 10) від валової виручки підприємств. В останні три десятиліття замість податку з обороту введено такий А., як податок на додану вартість, який став основною формою непрямого оподаткування. Тому в широкому розумінні А. слід розглядати як непрямий податок на продаж товарів і послуг на внутрішньому ринку. *(Сазонець О.М.)*.

**Аналіз беззбитковості** (англ. *breakeven analysis*) – метод аналізу зв'язку між валовим доходом і валовими витратами з метою визначення рентабельності за різних обсягів виробництва та реалізації продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Аналіз рентабельності** (англ. *profitability analysis*) – метод вимірювання рентабельності продуктів компанії, клієнтських груп, збутових територій, каналів розподілу та обсягів замовлень. *(Сазонець О.М.)*.

**Аналіз складників збуту** (англ. *sales component analysis*) Відстежування зв'язку доходів від продажів за їхніми джерелами (конкретні продукти, збутові території, клієнти). *(Сазонець О.М.)*.

**Аналогічний товар** (*ομοειδούς προϊόντος* греч. «відповідний») - товар, який за своїм функціональним призначенням, застосуванням, якісними та технічними характеристиками повністю ідентичний іншому товару, або за відсутності такого повністю ідентичного товару, що має характеристики, близькі до характеристик іншого товару. *(Сазонець О.М.)*.

**Анулювання** (від лат. *ad* – до; *nullus* - ніякий) (англ. *cancellation*) – відмова замовника від заброньованих послуг. Анулювання поділяється на три види: своєчасне анулювання, пізнє анулювання, неприбуття. В разі пізнього анулювання або неприбуття готель стягує штраф з замовника згідно з умовами, викладеними в договорі. Ануляція тура (від лат. *ad* – до, *nullus* – ніякий; від фр. *tour* – прогулянка, поїздка) (англ. *tour cancellation*) - ініційована однією зі сторін договору про надання туристських послуг, відмова від надання

заявлених і підтверджених умов тура, що супроводжується накладенням штрафних санкцій на ініціатора відмови. *(Сазонець О.М.)*.

**Апарт – готель (англ. apartment - hotel)** - готельне підприємство, що складається з декількох квартир. Передбачається самообслуговування і самостійне приготування їжі. Ціна не залежить від кількості тих, що проживають в квартирі. Клієнтами є сімейні туристи і студентська молодь. *(Гакова М.В.)*.

**Апгрейд готельного номеру (від англ. up-grade- підйом ) (англ. upgrading)** - зміна бронювання з метою надання гостеві номера поліпшеної комфортності без підвищення тарифу. *(Сазонець О.М.)*.

**Аперитив (фр. Apéritif, від лат. aperire «відкривати»)** — напій, що передує їжі і своїм гіркуватим або солодкуватим смаком стимулює появу апетиту, слиновиділення, готує рецептори для сприйняття їжі, стимулює виділення шлункового соку. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Асортимент (англ. Range)** - склад продаваної фірмою продукції за групами, видами, типами, сортами, розмірами і марками. Розрізняється широтою (кількістю товарних груп) та глибиною (кількістю моделей, видів марки в кожній групі). *(Сазонець О.М.)*.

**Атака (англ. Attack)** — цінова політика, застосовувана компаніями, що бажають посісти провідну позицію на ринку, причому стадія життєвого циклу товару в момент початку атаки не має значення. *(Сазонець О.М.)*.

**Аудит (англ. audit)** – незалежна перевірка бухгалтерської звітності та іншої обліково-звітної інформації про діяльність фірми з метою підтвердження їх достовірності і законності. Всі страховики зобов'язані щорічно проходити зовнішній аудит. Він здійснюється юридичними або фізичними особами, які мають сертифікати й ліцензії, видані Аудиторською палатою України. *(Сазонець О.М.)*.

**Аудит за технологією LFA (Logistics Field Audit)** – логістичний аудит, який на відміну від традиційних методів логістичного аудиту, передбачає введення логістично-аудиторів в систему управління операціями компанії. В даний час клієнти більше не чекають консультантів, які прийдуть і вирішать проблему; вони очікують, що консультанти виступлять для співробітників підприємства в ролі наставників і радників, що співробітники зможуть самостійно застосувати отримані знання, коли консультанти закінчать роботу. Такий підхід виявляється більш результативним і ефективним, оскільки дозволяє здійснювати безперервні поліпшення логістики в компанії і економить час на дослідження, так як ніхто, крім людей, які працюють на підприємстві, не орієнтується в проблемах підприємства. Аудит по ЛФА-технології дозволяє компанії зібрати повну інформацію, яка потрібна для зваженого і фінансово обґрунтованого рішення, спрямованого на поліпшення логістичної системи. *(Сазонець О.М.)*.

**Аудит маркетинговий (від лат. audit - слухає)** - складова частина маркетингу, завданням якої є перевірки маркетингових рішень для виявлення помилок і можливих ризиків, у тому числі аудит передумов, методів, цілей. *(Сазонець О.М.)*.

**Аудит товарно-транспортної документації та розрахунків за операції транспортування (англ. audit of goods and transport documentation and settlements for transportation operations)** (включаючи власне перевезення, експедирування, навантаження-розвантаження) – аудит, що здійснюється на основі певних процедур, прийнятих для

бухгалтерського аудиту, і викликаний можливими помилками персоналу при оформленні документів, неправильним внесенням даних в комп'ютер. (Сазонець О.М.).

## Б

**Багажна квитанція** (від фр. *baggage* < *bague* – клунок, пакунок; від італ. *quitanza*) (англ. *baggage check*) – офіційний документ, який оформлюється авіакомпанією і видається пасажирові при реєстрації багажу та підтверджує, що авіакомпанія бере на себе перевезення цього багажу та видачу його пасажирові по закінченню перевезення. (Сазонець О.М.).

**Багатоканальний маркетинг** (англ. *multichannel marketing*) – процес змішування різноманітних каналів комунікації і доставки, які взаємно підсилюють залучення, підтримання і побудову відносин зі споживачами, що роблять вибір і купують на традиційному й віртуальному ринках. (Сазонець О.М.).

**Багатоканальні торговельні організації** (англ. *multichannel retailers*) Форма торгівлі, яка передбачає сполучення традиційних магазинних і немагазинних форм, таких як каталоги, телебачення й інтерактивна торгівля. (Сазонець О.М.).

**Багатомарочна стратегія** (англ. *multibranding*) Стратегія виробника, яка передбачає використання індивідуальних марочних назв для кожного товару компанії. (Сазонець О.М.).

**Багаторинкова маркетингова стратегія** (англ. *multidomestic marketing strategy*) Стратегія адаптації маркетингової діяльності до ринку кожної країни, де представлена компанія. (Сазонець О.М.).

**Багаторівневий маркетинг** (англ. *multilevel marketing*) Система організації бізнесу та компенсацій за якої дистриб'ютор чи незалежний продавець може отримувати дохід не лише від особистого продажу продуктів і послуг, а й від продажу через мережу інших незалежних продавців, які були ним залучені та навчені для бізнесу. (Сазонець О.М.).

**Базисна умова поставок** (англ. *Basic conditions of supply*) – визнана в міжнародній практиці система взаємних зобов'язань партнерів по поставці товарних мас. У відповідності з характером угод сторони застосовують Б. у. п. в сукупності з індивідуальними. Б. у. п. визначає основні права і обов'язки партнерів при транспортуванні, упаковці і маркіруванні товарів. В Б. у. п., яка позначається початковими буквами залежно від місцезнаходження вантажу відносно транспортного засобу, вказується умова страхування вантажів, порядок оформлення комерційної документації, а також умови переходу права власності на товар від продавця до покупця. Уніфікація методів оцінки переміщуваних через кордон товарів зумовлюється необхідністю досягнення порівняльності імпортних і експортних цін. При зовнішньоекономічних угодах розрахунки за товари, які імпортуються, здійснюються на умовах СІФ /c.i.f - cost, insurance and freight/value - вартість, страхування, фрахт/. В цьому випадку право власності на імпортні товари переходить у пункт призначення /митного кордону країни — покупця/. Угоди на умовах СІФ означають, що продавець передає покупцю не тільки документи на отримання товару, але й страховий поліс /policy/ і коносамент /bill of lading/. Остання редакція „Інкотермс" дає такі базові умови поставки: "франко-завод", "франко-вагон", ФАС, ФОБ, КАФ, СІФ, „з судна", „з пристані", „поставка до кордону", „поставка з оплатою мита", „ФОБ аеропорт", „франко-перевізник", „франко-станція призначення", „франко-станція відправлення", „фрахт — перевізна плата сплачена до...", „фрахт-перевізна плата і страховка сплачені до...". Окремо подаються базові умови

поставки для автомобільного транспорту. Кожна із названих базових умов поставки чітко визначає обов'язки сторін. *(Сазонець О.М.)*.

**Базисний аналіз** (англ. *basic analysis*) — порівняння товарів і процесів підприємницької діяльності компанії з товарами і процесами конкурентів або провідних компаній інших галузей для передбачення способів підвищення якості товарів і ефективності роботи компанії. *(Сазонець О.М.)*.

**Базисні умови** (англ. *Basic conditions*) поставки визначають розподіл ризиків, витрат і обмін документацією між сторонами договору купівлі-продажу. *(Сазонець О.М.)*.

**Базові компетенції** (англ. *Core Competences*) — термін, використання якого ініціювали у 1990 р. Г. Гемел (Gary P. Hamel) та К. Прахудлаадх (Coimbatore Krishnarao Prahalad) для визначення “колективних знань” міжнародної компанії, що є основою її конкурентних переваг. У своїй статті “Базові знання корпорації” (The core competence of the corporation), яка вийшла у “Гарвард Бізнес Рев'ю” (Harvard Business Review) Г. Гемел та К. Прахудлаадх ідентифікували п'ять ключових ознак базових компетенцій: 1) забезпечення створення нової вартості з чітко визначеною сукупністю вигод для споживачів; 2) неможливість легкого відтворення чи імітації конкурентами; 3) віддзеркалювання в унікальній товарній пропозиції; 4) зростання вартості з часом та за умов повторного застосування; 5) неможливість купівлі / продажу, придбання у процесі генерування робітниками компанії.

Базові компетенції можуть існувати в будь-якій сфері діяльності міжнародної компанії – у виробництві, маркетингу, науково-дослідницькій діяльності, управлінні людськими ресурсами тощо та можуть набувати форм технологічного або управлінського ноу-хау, ефективного бізнес-процесу, унікальної корпоративної культури. Виражаються вони, як правило, в товарній пропозиції, яку важко відтворити або імітувати іншим фірмам. За Г. Гемелом та К. Прахудлаадхом для досягнення позицій світового лідера міжнародній компанії достатньо ідентифікувати та розвивати не більше ніж 5—6 базових компетенцій.

Фірми з унікальними базовими знаннями можуть мати величезні прибутки за умов застосування цих компетенцій та пропозиції своїх продуктів на зарубіжних ринках, де місцевим конкурентам бракує подібних якостей. Для таких фірм глобальне розширення є способом подальшої експлуатації ціннісно-творчого потенціалу своїх базових знань і товарних пропозицій завдяки використанню їх на ринку більшого масштабу.

У практиці міжнародного бізнесу найвідоміші приклади застосування базових знань, які були вироблені на внутрішніх ринках, на інших сформованих або новоутворених ринках пов'язані з такими компаніями, як McDonald's (базові компетенції у галузі організації швидкого харчування), Procter & Gamble, Coca-Cola, H. J. Heinz (базові компетенції в розробці та маркетингу марочних споживчих товарів), Merrill Lynch (базові компетенції в управлінні активами та наданні послуг фінансового консалтингу). *(Сазонець О.М.)*.

**Банер** (англ. *banner - прапор, транспарант*) - графічне зображення або текстовий блок рекламного характеру, що є гіперпосиланням на веб-сторінку з розширеним описом продукту або послуги. Банери розміщують на веб-сторінках, для залучення відвідувачів (потенційних клієнтів) або для формування іміджу. *(Тесленко Т.В.)*.

**Баренцева Євроарктична транспортна зона** (англ. *Barents Euro-Arctic Transport Area*) включає північні області Швеції, Фінляндії, Норвегії, північно-західну частину Російської Федерації (Мурманську, Архангельську області, Республіку Карелію і Ямало-Ненецький автономний округ). *(Сазонець О.М.)*.

**Бариста** (італ. *barista*) — фахівець з приготування кави. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Бартерна угода** (англ. *barter*) – безвалютний, але оцінений і збалансований, як правило, за валютною вартістю обмін товарами, оформлюваний єдиним договором (контрактом). Оцінка забезпечує еквівалентність обміну і визначення страхових сум при митному обліку. Застосовується в період недорозвинених ринкових відносин, криз і нестійкості валюти країни. (Сазонець О.М.).

**Бачення стратегічне** (англ. *Strategic vision*) – уявлення про фірму в досить далекому майбутньому. Розробка стратегічного бачення – могутній інструмент сучасного управління, який дає змогу створити необхідні орієнтири, що допомагають вищому керівництву організації розробити програму конкретних дій на певний період. (Сазонець О.М.).

**Бездонна чашка** (англ. *a bottomless cup*) - система подачі кави та інших напоїв, при якій відвідувачі можуть безмежну кількість разів наповнювати свої чашки напоєм без додаткової оплати. (Лучанська Ю. Г.)

**Безпека туризму** (від фр. *tourisme* < *tour* – прогулянка, поїздка ) (англ. *tourism security*) - особиста безпека туристів, схоронність їх майна і ненанесення збитку навколишньому природному середовищу при здійсненні подорожей. (Сазонець О.М.).

**Бенчмаркінг** (англ. *Benchmarking*) – 1) функція маркетингової діяльності; 2) дослідження технології, технологічних процесів і методів організації виробництва і збуту продукції на кращих підприємствах партнерів і конкурентів з метою підвищення ефективності власної фірми; 3) метод аналізу переваги та оцінки конкурентних переваг партнерів і конкурентів однотипної або суміжної галузі з метою вивчення та використання кращого (принцип - від кращого до кращого). (Сазонець О.М.).

**Бернські вантажні конвенції** (англ. *Berne Cargo Conventions*) – конвенції, які є основною нормою міжнародного права щодо договору залізничного перевезення в країнах Європи. (Сазонець О.М.).

**Бізнес** (англ. *business*) – підприємницька, комерційна чи будь-яка інша діяльність, що не може суперечити закону і спрямована на отримання прибутку. (Сазонець О.М.).

**Бізнес-аналіз** (англ. *business analysis*) – етап процесу створення нового товару, що включає: 1) визначення характеристик товару; 2) визначення параметрів маркетингової стратегії для його комерційної реалізації; 3) здійснення необхідних прогнозних фінансових розрахунків. (Сазонець О.М.).

**Бізнес-готель** (від. англ. *business* – діло, підприємницька діяльність; від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitālis* – місце для зустрічі гостей ) (англ. *business hotel*) - готель, що спеціалізується на обслуговуванні ділових людей і підприємців, пропонує їм максимальні зручності для професійної діяльності: для проведення семінарів, переговорів і т.д. Бізнес-готелі мають в своєму розпорядженні бізнес-центри, конференц-зали, банкетні зали, оздоровчі клуби, тенісні корти, сауни і спортивні майданчики. Перший бізнес-готель було відкрито в 1908 р. в м. Буффало американським підприємцем Е.Статлером. Бізнес-готелі набули широкого поширення в індустрії гостинності з 20-х років ХХ ст. Сучасні бізнес-готелі розташовуються, головним чином, в центрі міста або в його діловому районі. До послуг клієнтів бізнес-готелів – газети, міжнародний телефонний зв'язок, кабельне телебачення, засоби мобільного та телекомунікаційного зв'язку. (Сазонець О.М.).

**Бізнес-інкубатор** (англ. *Business Incubator*) – сприятливе середовище, зовнішня оболонка, що захищає новачків, початківців менеджерів, які не мають початкової матеріальної

бази для організації бізнесу. В Б.І. є все необхідне для прилучення до бізнесу і ділової співпраці: виробничі приміщення; обладнання; обчислювальна техніка; засоби телекомунікацій; широкі можливості їх пільгової оренди). В Б.І. молодим бізнесменам пропонується організувати госпрозрахункове підприємство, щоб в умовах економічної свободи дій, за фінансової підтримки Б.І. і сприяння його кваліфікованих кураторів освоїти конкретну справу, стати менеджерами у вже діючих структурах. *(Сазонець О.М.)*

**Бізнесова та геомаркетингова стратегія фірми** (англ. *Verne Cargo Conventions*) визначає стратегічні інтереси й перспективи бізнесового розвитку фірми та її маркетингову орієнтацію на певні регіональні ринки. *(Сазонець О.М.)*

**Бізнес-план** (англ. *business plan*) – документ, що випереджає створення та фінансування підприємства, в тому числі за участю іноземних інвесторів, в якому розглядаються всі аспекти майбутньої підприємницької діяльності. Його мета - підтвердити за допомогою конкретного аналізу і розрахунків, що ідеї, пов'язані з організацією нового бізнесу, практично здійсненні і економічно ефективні. Бізнес-план потрібен для залучення грошових коштів партнерів: вкладу капіталів акціонерів, кредиторів у створення спільного підприємства. *(Сазонець О.М.)*

**Біла книга з європейської транспортної політики** (англ. *White Paper on European Transport Policy*) – програмний документ ЄС з розвитку транспортно-логістичної інфраструктури, що являє собою концепцію інтегральної транспортно-логістичної системи всієї Європи (Wider Europe). *(Сазонець О.М.)*

**Білборди** (англ. *billboard*) - окремостоячий рекламний носій у вигляді щита, закріпленого на стовпі. *(Сазонець О.М.)*

**Благодійність** (англ. *charity*) - це добровільне й безкорисливе надання допомоги тим, хто її потребує. *(Тесленко Т.В.)*

**Бонусні знижки** (від лат. *bonus* - хороший) (англ. *bonus discounts*) - надаються постійним покупцям, якщо вони за певний період здобувають обумовлену кількість товару чи послуг, здійснюють ставки на певну суму (в казино). *(Сазонець О.М.)*

**Ботель** (англ. *botel*) - стаціонарний заклад розміщення туристів цілорічного використання, розташований на березі у початковому або кінцевому пункті водного туристського маршруту, у приміській відпочинковій зоні на відстані 150–200 км один від одного. Загалом. Ботель представляє собою цілу систему системою житлових корпусів готельного типу, будівель культурно-побутового обслуговування, стаціонарних споруд і засобів технічного обслуговування плавзасобів. Місткість ботелів залежить від їхнього розташування, особливостей водного простору, зв'язку житлових приміщень на узбережжі з водним простором і може становити 500–5000 осіб. У ботелях надається значний обсяг послуг. *(Гакова М.В.)*

**Ботокемпінг** (англ. *botocamping*) – заклади сезонного функціонування (літом), стаціонарні підприємства для обслуговування туристів, які переміщуються водним туристським маршрутом. Ботокемпінги розташовуються у транзитній зоні маршруту на відстані 20–25 км. За розміром - це невеликі туристські установи, розраховані на 50–100 осіб та 10–25 суден. Ботокемпінги пропонують розміщення у невеликих будинках та технічне обслуговування плавзасобів. *(Гакова М.В.)*

**Бренд** (Бренд походить від англ. *brand* - клеймо, тавро або від скандинавського *brand* - палити, випалювати.) — це символічно втілений комплекс інформації, пов'язаний з

певним продуктом або послугою. З давніх часів клейма (бренда) удостоювався лише високоякісний товар. Бренд є сукупністю об'єктів авторського права, товарного знаку і фірмового найменування. Зазвичай включає назву, логотип та інші візуальні елементи (шрифти, схеми кольорів, символи тощо). **(Сазонець О.М.)**.

**Брокер (англ. Broker)** - 1. Людина, що зводить покупців з продавцями, що допомагає їм домовитися, тобто свого роду посередник. Йому платять той, хто привернув його. Б. не тримає товарних запасів, не бере участі у фінансуванні угод, не бере на себе ніякого ризику. 2. Оптовий торговець, який не приймає на себе права власності на товари і основні функції якого полягають у зведенні покупців з продавцями і сприяння в проведенні переговорів між ними. 3. Посередники при заключенні угод, що зводять контрагентів. Брокери не є власниками продукції, як дилери чи дистриб'ютори, і не розпоряджаються продукцією, як дистриб'ютори, комісіонери чи агенти. На відміну від агентів брокери не задіяні в договірних відносинах з жодною із сторін угоди, що заключається, і діють лише на основі окремих доручень. Брокери винагороджуються тільки за продану продукцію. Їхні доходи можуть формуватися як визначений відсоток від вартості проданих товарів чи як фіксована винагорода за кожну продану одиницю товару. **(Сазонець О.М.)**.

**Бронювання (англ. reservation)** - попереднє резервування (закріплення) за певним пасажиром (туристом) місць у готелях або на транспортних засобах, квитків у культурно - видовищні установи на певну дату. **(Сазонець О.М.)**.

**Будинок відпочинку (англ. rest house)** – цілорічний засіб розміщення, призначений для надання оздоровчо – профілактичних послуг, відпочинку та організованого дозвілля з триразовим харчуванням. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні. **(Гакова М.В.)**

**Будинок рибалки (мисливця) (англ. fisherman's (hunter's) house)**– засіб розміщення для рибалок, розташований в рекреаційній зоні (поблизу від ліцензійних місць вилову риби (полювання)) та обладнаний приміщеннями для зберігання інвентарю, лазнею-сауною і елінгом. **(Гакова М.В.)**

**Буклет (від англ. booklet – книжечка < book - книга) (англ. booklet)** - малоформатне видання, на відміну від каталога і проспекту не брошуроване, а багатократне сфальцьоване (складене «у гармошку»). **(Сазонець О.М.)**.

## В

**Валовий дохід (англ. total revenue)** Загальна сума грошей, отримана від продажу товарів. **(Сазонець О.М.)**.

**Валові витрати (total cost)** – сумарні витрати компанії на виробництво і реалізацію товарів; сума постійних і змінних витрат. **(Сазонець О.М.)**.

**Валютний курс (англ. currency rate)** – ціна одиниці даної національної валюти, виражена в грошових одиницях валюти іншої країни. **(Сазонець О.М.)**.

**Вантажне судноплавство (англ. cargo shipping)** – це індивідуальне або довготермінове перевезення вантажів згідно прийнятого тарифу. **(Сазонець О.М.)**.

**Вантажопереробка (обробка вантажів) (англ. cargo handling)** – логістична функція, що здійснюється паралельно зі складуванням і також забезпечує функцію підтримки запасів. Елементарні логістичні операції, з яких складається процес вантажопереробки, являють собою переміщення матеріальних ресурсів чи готової продукції на складі, розміщення продукції на складських стелажах і т.і. Дана комплексна логістична функція звичайно пов'язана з вибором технологічного устаткування для організації переміщення вантажів по території складу, вантажно-розвантажувального устаткування; організацією процедур сортування; підтримкою раціонального обсягу вантажообігу складу і т.і. **(Сазонець О.М.)**.

**Варіофікація (від лат. Verificatio - доказ, підтвердження)** - випуск різних варіантів однієї і тієї ж продукції. **(Сазонець О.М.)**.

**Вартість (англ. Value)** — комплексне поняття, яке включає споживчу корисність (набір функціональних можливостей товару) і вартість споживання. Грошовим виразом вартості товару є його ціна. **(Сазонець О.М.)**.

**Вартість на тисячу (англ. cost per thousand)** – витрати, необхідні, щоб рекламне повідомлення досягло однієї тисячі осіб чи домогосподарств, які становлять аудиторію певного носія реклами. **(Сазонець І.Л.)**.

**Ваучер (від фр. vaucher, англ. voucher) (англ. voucher)** - документ, виданий туристичною або транспортною фірмою на підтвердження того, що турист оплатив конкретні види послуг: проживання в готелі, харчування, екскурсійне обслуговування, проїзд на транспорті тощо, та є підставою для одержання цього обслуговування.

Ваучер - форма письмового договору на туристське або екскурсійне обслуговування, яка може застосовуватися на рівні з простою письмовою формою договору. Статус ваучера визначали: Методичні рекомендації щодо використання туристського ваучера, схвалені наказом Держкомтуризма України від 16.08.96 р. № 40; Положення про туристський ваучер, затверджене ухвалою колегії Держкомтуризма від 23.02.94 р. № 7.

Статтею 20 Закону про туризм встановлений перелік інформації, яку турист повинен і може отримати до укладення договору туристського обслуговування. Слід також приділити увагу порядку й правилам укладання договору готельного обслуговування, договору екскурсійного обслуговування, договору на здійснення пасажирських перевезень, договору на медичне обслуговування туристів. **(Сазонець О.М.)**.

**Вебспільноти (англ. web communities)** Вебсайти, що надають можливість людям збиратися в інтерактивному режимі та обмінюватися думками відповідно до спільних інтересів. **(Сазонець О.М.)**.

**Вендор (від англ. Vendor - букв. лоточник, торговець)** - юридична або фізична особа, носій торгової марки. **(Тесленко Т.В.)**.

**Венселлінг (від англ. Van Selling - буквально - «продаж з коліс»)** - дрібнооптова торгівля з доставкою товару й оформленням замовлень на місці. **(Сазонець О.М.)**.

**Венчурний капітал (англ. venture capital)** – ризиковий капітал; кошти, що вкладаються у ризиковане підприємство, яке працює над втіленням у виробництво нової ідеї. Венчурний капітал виник у США в 50-х роках, де сприяв розвитку таких компаній як DEC, Apple Computer, Compaq, Sun Microsystems, Genetech, Federal Express, Microsoft, Lotus, Intel. Зараз тільки в Європі близько 500 спеціалізованих компаній венчурного капіталу об'єднані в 17 національних асоціацій і Європейську асоціацію венчурного капіталу, частку у

статутному капіталі або пакет акцій. Завдання венчурного капіталу: стимулювання динамічного підприємництва та відповідного управління; забезпечення малих підприємств конкурентоздатним ринком акцій; розвиток джерел довгострокових капіталовкладень; використання податкових пільг для інвестицій в акції приватних компаній; створення ефективної структури інвестиційних фондів; полегшення процесу переходу компанії до іншого власника; розвиток інвестування в інноваційні компанії; розвиток ринків в країнах венчурного капіталу. **(Сазонець О.М.)**.

**Венчурні підприємства (англ. *venture enterprises*)** - малі підприємства з високим ступенем ризику, що спеціалізуються на розробці наукових ідей та їх втіленні у нові технології, нові продукти, а також забезпечують зв'язок між фундаментальними дослідженнями і масовим виробництвом. **(Сазонець О.М.)**.

**Вертикальна інтеграція (англ. *vertical integration*)** – взаємодія, об'єднання компаній, що пов'язані прямою кооперацією праці, та продукція яких доповнює одна одну. При вертикальній інтеграції об'єднуються спеціалізовані підприємства різних галузей на основі з'єднання послідовних стадій виробничого процесу. **(Сазонець О.М.)**.

**Вертикальна координація (англ. *vertical coordination*)** означає узгоджене функціонування організацій, що представляють різні рівні, або «ешелони», логістичної системи. Прикладом вертикальної міжорганізаційної логістичної координації може служити взаємодія декількох фірм, що здійснюють виробництво, транспортування і реалізацію продукції. **(Сазонець О.М.)**.

**Взаємодія (англ. *interaction*)** – процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їхню взаємну обумовленість і зв'язок. Виступає як інтегруючий фактор, що сприяє утворенню структур. Особливість взаємодії – її причинна обумовленість. Кожна із взаємодіючих сторін виступає як причина іншої та як наслідок одночасного зворотного впливу протилежної сторони, що обумовлює розвиток об'єктів та їхніх структур. Якщо при взаємодії виявляється протиріччя, то вона виступає джерелом саморуху і саморозвитку структур. Взаємодія як матеріальний процес супроводжується передачею матерії, руху й інформації: вона є відносною, здійснюється з обмеженою швидкістю й у певному просторі-часі. Однак ці обмеження діють лише для безпосередньої взаємодії; для опосередкованих форм взаємодії просторово-часові обмеження багаторазово послаблюються. **(Сазонець О.М.)**.

**Вид базисних умов поставки CIF (Cost, Insurance, Freight)** означає відповідальність експортера за доставку вантажу у порт призначення (з оплатою транспортування і страхування). **(Сазонець О.М.)**.

**Вид базисних умов поставки DAF (Delivered At Frontiers)** використовується при перевезеннях автомобільним або залізничним транспортом, означає відповідальність експортера за доставку товару на кордон своєї країни, далі відповідальність переходить на імпортера. **(Сазонець О.М.)**.

**Вид базисних умов поставки DDF/P (Delivered Duty Free/Paid)** означає повну відповідальність експортера за доставку товару безпосередньо до споживача (зі сплатою всіх необхідних податків або без такої сплати). **(Сазонець О.М.)**.

**Вид базисних умов поставки FOB (Free On Board)** означає обов'язок (і відповідальність) експортера доставити вантаж у порт відправлення (на борт корабля), далі відповідальність за вантаж переходить на перевізника або імпортера. **(Сазонець О.М.)**.

**Виняткові тарифи на транспорті (англ. *exceptional transport tariffs*)** – це тарифи, що встановлюються з відхиленням від загальних тарифів у вигляді спеціальних надбавок чи знижок. Ці тарифи можуть бути підвищеними чи зниженими. Вони поширюються, як правило, лише на конкретні вантажі. Виняткові тарифи дозволяють регулювати вартість перевезення окремих видів сировини, наприклад, кам'яного вугілля, кварцитів, руди і т. і. Підвищенням чи зниженням за допомогою виняткових тарифів вартості перевезень у різні періоди року домагаються зниження рівня нерівномірності перевезень на залізницях. Цій же меті служать виняткові знижені тарифи на перевезення вантажів у стійких напрямках руху порожніх вагонів і контейнерів. (Сазонець О.М.).

**Виробник (від *producer* - виробник, товаровиробник)** - компанія, що безпосередньо виробляє даний товар або надає дану послугу. (Сазонець О.М.).

**Виробнича логістика (англ. *production logistics*)**– це керування матеріальним потоком на етапі прямування від первинного джерела сировини до кінцевого споживача. (Сазонець О.М.).

**Виробничі запаси (англ. *inventories*)** – це запаси, які призначені для виробничого споживання. Вони повинні забезпечувати безперервність виробничого процесу. Виробничі запаси враховуються в натуральних, умовно-натуральних і вартісних одиницях. До них відносяться і предмети праці, що надійшли до споживача, але ще не використані і не піддані переробці. (Сазонець О.М.).

**Виручка маржинальна (*total revenue*)** - приріст виручки від продажу однієї одиниці товару. (Сазонець О.М.).

**Висновок для маломобільних груп населення (англ. *conclusion for low-mobility population groups*)** - документ, що визначає ступінь комфорту для цієї категорії осіб. Щоб отримати необхідний документ, звертаються до спеціалізованих організацій. Адже лише сертифікований експерт може проводити дану процедуру. Висновок готується за результатами обстеження на предмет доступності об'єкту для інвалідів та маломобільних груп населення, до яких відносяться: люди з обмеженнями по слуху і зору, колясочники, літні люди, вагітні жінки та батьки з дитячими колясками. Також до маломобільних груп населення відносяться і громадяни з велосипедами, і навіть з багажем. (Тесленко Т.В.).

**Високі технології - (англ. *high-tech*)** - сучасний сленг, що позначає процеси з використанням передової технології. Висока технологія асоціюється головним чином з вузьким колом галузей, включаючи аерокосмічну, хімічну та фармацевтичну промисловість, атомну енергетику, виробництво електронно-обчислювальної техніки і телекомунікації. (Сазонець О.М.).

**Виставка (англ. *exhibition*)** - публічний показ предметів, образотворчої, друкованої та іншої продукції з певною метою і за визначеною програмою. Розрізняють виставки: міжнародні, національні, регіональні; стаціонарні і пересувні; періодичні (щорічні; ті що відбуваються 1 раз на 2 роки – бієналле; 1 раз на 3 роки – трієналле та ін.). За кількістю експонатів виставки можуть поділятися на персональні, групові, колективні; за матеріалами, що експонуються – живопису, скульптури, гравюри, акварелі, пейзажу, портрету та ін. Широкого поширення набули тематичні виставки, в т.ч. присвячені рекламі туристичних продуктів. Виставки нерідко супроводжуються науковими і науково-практичними конференціями, “круглими столами”; їх зміст відображається в спеціальних буклетах, путівниках, каталогах, широко висвітлюється в засобах масової інформації (радіо, телебачення, Інтернет). (Сазонець О.М.).

**Відносини дистантного типу (англ. relationships of the distant type)** – це відносини, при яких організації здійснюють угоди з поставки товарів або надання послуг протягом тривалого часу, однак відносини припиняються після закінчення угоди. До такого типу належить більшість відносин між організаціями. *(Сазонець О.М.)*.

**Віза ( від лат. visa –побачена, переглянена) (англ. visa)** - позначення у паспортному документі, що засвідчує право іноземця або особи без громадянства на в'їзд в Україну і транзитний проїзд через її територію.

Правила оформлення візових документів для в'їзду в Україну регулюють процедуру оформлення іноземцям і особам без громадянства віз для в'їзду в Україну і транзитного проїзду через її територію, зберігання та надсилання бланків візових документів до дипломатичних представництв та консульських установ України, а також знищення бланків візових етикеток.

Візи залежно від мети поїздки поділяються на типи, що позначаються літерним і цифровим кодом (літерами латинського алфавіту - в машинозчитуваній зоні):

Залежно від періоду дії візи поділяються на короткотермінові й довготермінові. Короткотермінові візи видаються на період до 6 місяців. Довготермінові візи видаються на період від 6 місяців до п'яти років, якщо інше не передбачено законодавством.

Візи оформляються як разові, дво- та багаторазові, колективні.

Закон України „Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України” (21 січня 1994 року N 3857-ХІІ) регулює порядок здійснення права громадян України на виїзд з України і в'їзд в Україну, порядок оформлення документів для зарубіжних поїздок, визначає випадки тимчасового обмеження права громадян на виїзд з України і встановлює порядок розв'язання спорів у цій сфері.

Міжнародний туризм бере свій початок в середині ХІХ ст., а з другої половини ХХ ст. він придбав всеосяжний характер. Багато в чому таке бурхливе зростання міжнародного туризму пов'язано з появою в жовтні 1945 року Організації Об'єднаних Націй (ООН) і її органу - ЮНЕСКО (Організації З'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури). ЮНЕСКО в 50-х роках розробила програму розвитку туризму, яка сприяла перетворенню туризму в галузь, що найбільш швидко розвивається. *(Сазонець О.М.)*.

**Візитна картка (англ. visiting card - відвідувати)** - засіб ділової та міжособистісної комунікації, де вказується прізвище, ім'я, по батькові, посада, адреса, номери телефонів, факсів, електронної пошти, адреса сайту в Інтернеті. Іноді на візитці поміщається товарний (фірмовий) знак і логотип фірми. *(Сазонець О.М.)*.

**Вільні економічні зони (англ. free economic zones )** - є частиною національного економічного простору, де використовується особлива система пільг і стимулів, не вживана в решті частин країни. Як правило, вільна економічна зона - це в тому або іншому ступені відособлена географічна територія. *(Сазонець О.М.)*.

**Віртуальний ринок (англ. Marketspace)** - середа електронної комерції, в якій продавці і покупці здійснюють ринкові операції за допомогою комп'ютерних і телекомунікаційних технологій. *(Сазонець О.М.)*.

**Вітольє (англ. Vittoile )** — консультант із сортів сигар, їх правильному розкурюванню та поєднанню з напоями (від ісп. vitola — точний розмір та форма сигари). *(Лучанська Ю. Г.)*

**Внутрішній матеріальний потік в логістиці (англ. internal material flow in logistics)** – матеріальний потік усередині даної логістичної системи. *(Сазонець О.М.)*.

**Внутрішньовиробничі логістичні системи (англ. in-house logistics systems)** – логістичні системи, розглянуті виробничою логістикою. До них можна віднести: промислове підприємство; оптове підприємство, що має складські споруди; вузлову вантажну станцію; вузловий морський порт та ін. **(Сазонець О.М.)**.

**Волонтерство (англ. volunteering)** - форма благодійності, що здійснюється добровільно, безкорисливо та усвідомлено фізичними особами, шляхом особистого надання робіт та послуг та ґрунтується на принципах законності, гуманності, гласності, рівності та здійснюється для досягнення суспільно-значимих цілей. **(Тесленко Т.В.)**

**Вокзал (від англ. Vauxhall прізвище хазяїна Дж. Вокс(Vauxh) + hall зал) (англ. station)** – будівля або комплекс будівель для обслуговування пасажирів, управління рухом транспорту і розміщення службового персоналу. Розрізняють авто-, аеро-, залізничні, морські, річкові, а також об'єднані (комплексні) вокзали. Первісно вокзал – заміська забудова для забав публіки, з рестораном, залами для танців і концертів. Слово “вокзал” походить від імені Джейн Вокс – власниці маєтку біля Лондона і слова “hall” (зал). В своєму маєтку Джейн Вокс облаштувала громадський сад з фонтанами та іншими прикрасами, там відбувались концерти для привілейованої фешенебельної публіки. Завдяки тому, що подібний заклад було збудовано в 1838 р. в Павловську (поблизу Санкт-Петербурга) неподалік від кінцевої станції першої російської залізниці, пристанційні будови для пасажирів стали називати вокзалами. **(Сазонець О.М.)**.

**Всесвітня митна організація, ВМО (англ. World Customs Organization, WCO)** – міжнародна міжурядова організація зі штаб-квартирою в Брюсселі, Бельгія. Членами ВМО є митні адміністрації майже всіх країн світу. Робота ВМО сконцентрована у сфері розробки міжнародних інструментів, конвенцій з питань класифікації товарів, митної вартості, правил походження товарів, митних зборів, безпеки ланцюгу постачання товарів, спрощення процедур міжнародної торгівлі, боротьби з правопорушеннями в митній сфері та незаконним переміщенням контрафактної продукції (захист прав інтелектуальної власності), а також боротьби з корупцією. ВМО приділяє особливу увагу програмам інституціонального розвитку, метою яких є надання підтримки при проведенні реформ та модернізації митних служб. ВМО розробила Гармонізовану систему опису та кодування товарів (ГС), а також адмініструє дві Угоди Світової організації торгівлі (СОТ): Угода про застосування статті VII Генеральної угоди з тарифів і торгівлі 1994 року (митна вартість) та Угода про правила визначення країни походження товарів. **(Сазонець О.М.)**.

**Всесвітня туристична організація (англ. World Tourism Organization, UNWTO)** - спеціалізована установа ООН відповідальна за просування стійкого та загальнодоступного туризму. Створена в 1975 році, Україна є повноправним членом із 1997. Офіційні мови організації: англійська, арабська, іспанська, російська, французька. **(Гакова М.В.)**.

**Всесвітня туристична організація. Функції (англ. World Tourism Organization, UNWTO. Functions)** Згідно зі статутом, ВТО сприяє розвитку туризму, робить внесок в економічний розвиток, міжнародне взаєморозуміння, мир, процвітання, загальну повагу і дотримання прав людини і основних свобод для всіх незалежно від раси, статі, мови і релігії. ВТО встановлює і підтримує ефективну співпрацю з відповідними органами ООН і її спеціалізованими закладами. Крім цього, вишукує можливості встановлювати ділові стосунки з програмою розвитку ООН, бере участь в її діяльності як керівне і виконавче агентство.

ВТО, не будучи спеціалізованим закладом ООН (як інколи вважають), має діючі договори з ООН та рядом її спеціалізованих закладів.

У 1976 р. підписує договір з Програмою розвитку ООН, за яким отримує роль виконавчого агентства (англ. Executing Agency) з виконання проектів у галузі туризму, які фінансуються ПРООН.

ВТО та ООН також взаємодіють за договором<sup>[3]</sup> у якому передбачається, зокрема:

- обмін необхідною інформацією і документацією;
- сприяння у виконанні рекомендацій, що відносяться до сфери туристичної діяльності;
- розвиток такого співробітництва, яке помогло б позбутися дублювання в роботі;
- координація роботи шляхом консультацій через Економічну та Соціальну Раду ООН (ЕКОСОС);
- участь у роботі міжнародних конференцій і засідань по лінії ООН, в тому числі по питаннях, що торкаються діяльності ВТО;
- обмін письмовими доповідями і заявами;
- збір, аналіз і обмін необхідною статистичною інформацією в області туризму. **(Гакова М.В.).**

**Всесвітня туристична організація. Членство України.** (англ. *World Tourism Organization, UNWTO. Membership of Ukraine.*) Дата набуття Україною членства: 20.10.1997 р. Статус членства: Повноправний член. Центральний орган виконавчої влади, відповідальний за співробітництво: Державне агентство розвитку туризму України. У жовтні 1997 р. на 12-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (м. Стамбул, Туреччина) Україна стала повноправним членом цієї організації. На 13-й сесії Генеральної асамблеї Всесвітньої туристичної організації (вересень 1999 р., м. Сантьяго, Чилі) Україну було обрано до складу Виконавчої ради ЮНВТО на період 1999-2003 рр. Україна є учасником проекту ЮНВТО “Туризм по Великому Шовковому шляху”.

8-11 жовтня 2000 р. Генеральний секретар ЮНВТО Франческо Франжіаллі здійснив перший візит в Україну, у ході якого провів зустрічі з Президентом України, Головою Верховної Ради України, Прем'єр-міністром України, Віце-прем'єр-міністром України, Головою Київської міської державної адміністрації, Міністром закордонних справ України, а також виступив на парламентських слуханнях на тему “Стан і перспективи розвитку туризму в Україні” та черговому засіданні Ради по туризму в країнах СНД. Ф.Франжіаллі також взяв участь у 7-му Міжнародному туристичному салоні “Україна 2000” і семінарі ЮНВТО “Нові інформаційні технології в туризмі”.

В Україні проведено 8 міжнародних семінарів ЮНВТО (у м. Києві, Одесі, Ялті та Яремчі) з різних аспектів світової та національної туристичної політики, у двох з яких взяв участь Генеральний секретар ЮНВТО (“Нові інформаційні технології в туризмі” (м. Київ, 8 – 11 жовтня 2000 р.), “Розвиток сільського туризму” (м. Яремча, 26 – 28 вересня 2003 р.)).

Генеральний секретар ЮНВТО брав участь в урочистостях з нагоди святкування 3 18 по 21 січня 2012 р. відбувся візит до м.Мадрид делегації Ради міністрів Автономної Республіки Крим, під час якого делегація взяла участь у міжнародній туристичній виставці FITUR-2012, а також провела переговори з представниками ЮНВТО.

У 2013 р. Генеральний секретар ЮНВТО Талеб Ріфаї здійснив візит до України з метою 26 червня 2016 р. у Києві відбулись переговори Віце-прем'єр-міністра з питань євроінтеграції та євроатлантичної інтеграції Іванни Климпуш-Цинцадзе з Генеральним секретарем ЮНВТО Талеб Ріфаї в рамках Міжнародної конференції у сфері туризму «Брендінг дестинацій: запорука побудови успішної репутації», організованої Міністерством економічного розвитку і торгівлі України за підтримки ЮНВТО.

У ході візиту до Іспанії 10 вересня 2020 р. Міністр закордонних справ України Дмитро Кулеба провів зустріч з Генеральним секретарем ЮНВТО Зурабом Пололікашвілі, під час якої сторони обговорили питання активізації взаємодії України з ЮНВТО та залучення механізмів організації до розвитку туристичної галузі України. **(Гакова М.В.).**

## Г

**Гаазький протокол (англ. *The Hague Protocol*)** – угода, підписана 28 вересня 1955 г. / 1 серпня 1963 р., підготовлена ІКАО (Міжнародна організація цивільної авіації (ІКАО - International Civil Aviation Organization), що має всесвітній характер. (*Сазонець О.М.*)

**“Газелі” (англ. *Gazelles*)** — швидкозростаючі підприємства малого та середнього бізнесу. За оцінками експертів ОЕСР у країнах із високим конкурентним статусом “газелі” складають від 5 до 10% загальної кількості суб’єктів малого та середнього бізнесу. Індикатор зростання підприємства  $m$  за методологією ОЕСР визначається таким чином:

$$m = \frac{x_{t_1} - x_{t_0}}{x_{t_0}}$$

де  $x_{t_1}, x_{t_0}$  — кількість зайнятих на підприємстві відповідно наприкінці та на початку періоду.

“Газелями” вважаються підприємства з найвищим значенням  $m$ .

Швидкозростаючі підприємства малого та середнього бізнесу в більшості розвинених країн є самостійним об’єктом досліджень. Їх визначна особливість полягає у тому, що саме вони створюють від 50 до 60% нових робочих місць.

Саме для швидкозростаючих підприємств малого та середнього бізнесу в більшості розвинених країн характерною ознакою є їх концентрація в регіонах із підвищеним рівнем економічної активності. Регіональна концентрація таких підприємств має багато спільного з промисловими кластерами, які також називаються промисловими районами, промисловими округами, новим промисловим середовищем або регіональними промисловими комплексами залежно від особливих характеристик того чи іншого типу промислової агломерації. Регіональна концентрація “газелей” характерна для таких країн Європи, як Бельгія, Великобританія, Нідерланди, Німеччина, Фінляндія та Франція.

“Газелі” також демонструють високі темпи зростання прибутків та є вельми привабливими об’єктами для інвестування через наявний потенціал високої доходності. Так, за результатами торгів на Нью-Йоркській фондовій біржі (NYSE) у 2006 р. акції малих компаній з кількістю зайнятих до 100 осіб забезпечили своїм власникам капітальний дохід від 23,2 до 82,6%. Відповідно, акції аналогічних за розміром малих компаній, які торгувалися в позабіржовій торговельній системі NASDAQ, пропонували у 2006 р. капітальний дохід до 319,6%.

Таким чином, для “газелей” у країнах із високим конкурентним статусом характерними рисами є: базування діяльності на новітніх технологіях; проведення самостійних наукових досліджень; висока інноваційна сприйнятливість та міжнародна конкурентоспроможність; тенденція до концентрації в певних галузях промисловості та сфери послуг; значна роль у створенні нових робочих місць; найвищі темпи зростання на початкових етапах життєвого циклу; регіональна концентрація та високий рівень доходності акцій. (*Сазонець О.М.*)

**Галузеві логістичні системи (англ. *sectoral logistics systems*)** охоплюють такі їх різновиди, як: промислові, агропромислові, транспортні, будівельні, торговельні, туристичні, митні, банківські, міжнародно-бізнесові тощо. (*Сазонець О.М.*)

**Гарантійні запаси (або запаси страхові) (англ. *warranty stocks*)** – це запаси, призначені для безупинного постачання споживача у випадку непередбачених обставин: при відхиленні у періодичності та розмірах партій поставок від запланованих; при зміні інтенсивності споживання; при затримках поставок у дорозі. На відміну від поточних запасів

розмір гарантійних запасів – це величина постійна. При нормальних умовах роботи ці запаси недоторкані. *(Сазонець О.М.)*.

**Гарантія** (англ. *Guarantee*) — підтвердження того, що третьою стороною буде погашена заборгованість, або будуть виконані зобов'язання. *(Сазонець О.М.)*.

**Гендерна економіка** (англ. *Gender economics*) — новий напрям економічних досліджень, який розкриває механізми гендерної нерівності у формальному і неформальному секторах зайнятості, розглядає функціонування політичних, торговельних, фінансових інститутів з точки зору їх дії на соціально-економічні статуси чоловіків і жінок, а також розробляє індекси і показники економічного розвитку з врахуванням зростання/подолання гендерної асиметрії.

Йдеться не про становлення нового підрозділу економічної теорії, а про якісний приріст економічної науки як такої, яка поза гендерними параметрами не може претендувати на повноту і адекватність пояснення економічних процесів. На відміну від класичних уявлень про економіку як науку, що стосується способів виробництва товарів і послуг, гендерна економіка концентрує увагу на учасниках економічного процесу і вимірює досягнення цивілізації тим, який об'єм капіталу, товарів і послуг виявляється у розпорядженні людей різної статі, і як це впливає на їх позиції в системі стратифікації суспільства. Економічні досягнення тут піддаються перевірці крізь призму дотримання основних міжнародних домовленостей з прав людини і прав жінок. Публікації такого роду сьогодні найчастіше називають "літературою по гендеру і розвитку".

Гендерну економіку слід відрізнити від екофемінізму, який ґрунтується на ідеї про те, що біологія жінок зумовлює їх відмінність у сфері економічної активності. *(Сазонець О.М.)*.

**Генеральна угода з тарифів і торгівлі, ГАТТ** (англ. *General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)*) – міжнародна угода, досягнута 30 жовтня 1947 між 23 державами у Женеві (Швейцарія), згідно з якою кожна з них погодилася забезпечити іншим рівний і недискримінаційний режим торгівлі, скорочувати ставки мита на основі багатосторонніх домовленостей, і з часом усунути імпорتنі квоти. У 1995 перейменовано на СОТ. *(Сазонець О.М.)*.

**Генеральна угода СОТ про торгівлю послугами** (англ. *WTO General Agreement on Trade in Services*) – визначає основи режиму торгівлі послугами, права і зобов'язання членів СОТ в цій сфері. *(Сазонець О.М.)*.

**Генеральні агенти** (англ. *general agents*) – агенти, які укладають тільки угоди, зазначені в дорученні. *(Сазонець О.М.)*.

**Генерування ідей** (*idea generation*) Етап процесу створення нового продукту, коли розробляються концепції можливих нових продуктів. *(Сазонець О.М.)*.

**ГЕП** (англ. *GAP - розрив, розходження*) - зниження ціни товару на біржі, при якому мінімальна ціна попереднього біржового дня перевищує максимальну ціну поточного дня, або підвищення ціни товару, при якому максимальна ціна попереднього дня виявляється нижче мінімальної ціни поточного. *(Сазонець О.М.)*.

**Глибина товарної лінії** (англ. *depth of product line*) Різноманітність товарів однієї асортиментної групи (товарної лінії), якими торгує магазин або гуртова компанія. *(Сазонець О.М.)*.

**Глобалізація** (англ. *globalization*) — перетворення певного явища на світове, планетарне, те, яке стосується усієї Землі, Земної кулі. (Сазонець О.М.).

**Глобалізація діяльності фірми** (англ. *globalization of a firm activity*) – є завершальним кроком у напрямі її транснаціоналізації, що включає стратегічне планування, при якому із загальних позицій оптимізується діяльність фірми загалом. У сучасних умовах глобалізація діяльності фірм є запорукою їхнього виживання. Фірм, що обмежують свою діяльність національними рамками, стає дедалі менше. Прагнення до глобалізації відзначається як у великих (більш як 100 млн дол. річного продажу), так і в середніх (25-100 млн дол. річного продажу) і невеликих (5-25 млн дол. річного продажу) фірм. Процес глобалізації вимагає тривалої підготовки і розробки відповідних стратегічних планів. (Сазонець О.М.).

**Глобальна логістика** (англ. *global logistics*) – це стратегія і тактика створення сталих макрологістичних систем, що пов'язують бізнес-структури різних регіонів та країн світу на основі міжнародного поділу праці, партнерства та кооперування у формі угод, договорів, загальних планів, які підтримуються на міждержавному рівні. Глобальна логістика орієнтована на створення на міжнародному рівні стійких макрологістичних систем і таким чином передбачає високий рівень глобального логістичного менеджменту. (Сазонець О.М.).

**Глобальна маркетингова стратегія** (англ. *global marketing strategy*) – стратегія стандартизації маркетингової діяльності, коли існують культурні подібності між країнами, й адаптації – коли культури між собою різняться. (Сазонець О.М.).

**Глобальні корпорації** (англ. *global corporations*) - це крупні і найбільші фінансово-виробничі, науково-технологічні, торгово-сервісні об'єднання.

Практично разом з терміном “глобалізація” з'явилося таке поняття як **глобальна корпорація**. Виділяють п'ять ознак за якими ТНК стає глобальною компанією:

1. обсяг продажів продукції вимірюється десятками мільярдів дол. США;
2. наявність виробництва товарів та послуг на п'яти континентах;
3. делегування частини своїх управлінських та регулюючих функцій міжнародним організаціям;
4. передача державою таким компаніями частини соціальної відповідальності за стан населення та розвиток малого та середнього бізнесу в країнах, що розвиваються;
5. офіційна, відкрита участь компанії в обговоренні та підготовці прийняття важливих рішень, що пов'язані з соціально-економічним розвитком світового співтовариства.

Слід відмітити, що переважна більшість сучасних глобальних корпорацій мають форму ТНК. Розподіл міжнародних корпорацій на ТНК і БНК є умовним, оскільки у сучасних умовах найбільше значення має не те, капіталу скількох країн належить головна компанія корпорації, а глобальний характер її діяльності, інвестування і отримання прибутку. У цьому сенсі міжнародними можна вважати всі корпорації, що мають хоча б одну закордонну філію, створену на основі прямих інвестицій. Проте є очевидним, що у число ТНК можуть у такому випадку потрапити і дуже невеликі компанії, що мають один єдиний підрозділ за кордоном. Насправді під ТНК прийнято розуміти лише дійсно великі міжнародні корпорації, що мають істотний вплив на світовий ринок товарів і фактори виробництва. (Сазонець О.М.).

**Головна задача логістики** (англ. *the main task of logistics*) – розробка ретельно зваженої й обґрунтованої пропозиції, що сприяло б досягненню найбільшої ефективності роботи фірми, підвищенню її ринкової частки й одержанню переваг перед конкурентами. (Сазонець О.М.).

**Гостьовий будинок (англ. *guest house*)** - засіб розміщення, де пропонуються мебльовані кімнати із мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок. (Гакова М.В.).

**Гостьовий двір (англ. *guest yard*)** - засіб розміщення для обслуговування віруючих, які подорожують з метою поклоніння святим місцям; розташований поблизу/на території монастирів, церков та інших релігійних організацій. (Гакова М.В.).

**Гостьові кімнати (англ. *guest rooms*)** - частина будинку, де пропонується розміщення у мебльованих кімнатах із мінімальними зручностями, у більшості випадків пропонується сніданок. (Гакова М.В.).

**Готель (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitalis* – місце для зустрічі гостей) (англ. *hotel*)**

– 1) у французькій архітектурі – міський особняк. Зазвичай розміщений на відносно невеликій ділянці, відсунений вглиб території і відгороджений від вулиці і сусідніх ділянок високими кам'яними огорожами, що утворюють замкнений внутрішній двір з парадним в'їздом з вулиці. Сад розміщений, зазвичай, за головним корпусом і зв'язаний з вхідними приміщеннями. У XVI-XVII ст. готель – аристократичний житловий будинок з парадними і службовими дворами. В XVIII ст. готелями стали називати різноманітні будівлі – від міського палацу до невеликого будинку для однієї сім'ї;

2) житловий майновий комплекс (будівля, частина будівлі, устаткування та інше майно), призначений для надання послуг;

3) за визначенням Всесвітньої туристичної організації (ВТО), готелями називають колективні засоби розміщення, що складаються з певної кількості номерів, що мають єдине керівництво і надають певні послуги. Вони згруповані в класи та категорії у відповідності з видами послуг, що надаються, з устаткуванням, що є в них;

4) основне підприємство індустрії гостинності, метою діяльності якого є прийом, обслуговування, забезпечення відпочинку і харчування відвідувачів. За розміром (місткістю) готелі поділяються на малі (до 100-150 номерів), середні (від 100 до 300-400 номерів), великі (від 300- до 600-100 номерів) і на гігантські, в яких понад 1000 номерів. Згідно з класифікацією ВТО, готелі можна класифікувати: за місцем розташування (міські, приміські, сільські, придорожні, в аеропортах, плавучі готелі і т.д.), за призначенням (готелі для постійного проживання, транзитні готелі, готелі для ділового призначення), за часом функціонування (сезонні, цілорічні), за рівнем асортименту і вартістю послуг (дешеві готелі або готелі з обмеженим сервісом, готелі “люкс”, готелі вищого класу, готелі середнього рівня, апарт-готелі, готелі економічного класу, мотелі, курортні готелі). (Сазонець О.М.).

**Готелі-казино (англ. *casino-hotel*)**. Готелі цього типу поширені у країнах з розвиненою азартно-розважальною індустрією. Для України зазначена категорія готелів не типова. Казино у готельному комплексі — це основна структурна ланка закладу розміщення, головною функцією таких готелів є створення сприятливих умов для проведення азартних ігор. Послуги проживання та харчування у готелях-казино забезпечують на особливо високому рівні: у готелях фешенебельні номери, ресторани в меню яких екзотична кухня, дорогі напої, організуються чартерні рейси на замовлення клієнтів, часто безкоштовний трансфер. (Гакова М.В.).

**Готель курортний (англ. *resort hotel*)** - курортні готелі призначені для досить тривалого відпочинку на одному місці, у ряді випадків з можливістю профілактичного лікування. Для цього передбачаються приміщення лікувально-оздоровчого призначення відповідно до основного профілю курорту, можлива також організація дієтичного харчування. Курортні готелі мають різноманітний склад приміщень культурно-масового

обслуговування: зали багатофункціонального призначення; холи для відпочинку, бібліотеки; більярдні; приміщення для ігор (іноді – для відпочинку і ігор дітей); приміщення і споруди спортивного призначення. (*Гакова М.В.*)

**Готель-клуб** (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitalis* – місце для зустрічі гостей; від англ. *club*) (англ. *hotel club*) - готель, що утримує, крім номерного фонду для розміщення гостей, велику кількість залів, приміщень для організації активного відпочинку: тренажерний і гімнастичний зали, кіноконцертний зал, спортмайданчики з штучним покриттям (теніс, футбол, баскетбол, волейбол та ін.), конференцзал, кімнати для ділових переговорів, банкетні зали та ін. Готель-клуби, які розташовані на морському узбережжі, пропонують туристам міні-яхти, водні велосипеди, човни, віндсерфінг. (*Сазонець О.М.*)

**Готель - лідо** (від фр. *hotel lido*) - невеликий готель, розташований безпосередньо на березі озера. (*Гакова М.В.*)

**Готель-люкс** (англ. *Luxury hotel*) - мале або середнє готельне підприємство, розташоване в центрі міста, орієнтоване на забезпеченого клієнта (бізнесмени, політики), оскільки ціни на проживання в номерах достатньо високі, але при цьому надаються різні види обслуговування. Деякі номери обладнані кухнями, барами, холодильниками. Персонал забезпечує високий рівень сервісу. (*Гакова М.В.*)

**Готель молодіжний, хостел** (англ. *youth hostel*)- заклади розміщення готельного типу, розраховані на осіб студентського та учнівського віку, які подорожують, перебувають на навчанні, роботі. Головна відмінність хостелів від звичайних готелів полягає у поєднанні економічності та регламентованих згідно вартості умов проживання. Молодіжні готелі розташовані у будівлях з коридорною системою планування, складаються з номерів першої категорії і нижчого класу, часто обладнаних двоповерховими ліжками. У хостелах надаються мінімальні послуги - кухня, санвузол, розташовані на поверсі, передбачені спеціальні кімнати для спілкування (common rooms). В більшості хостелів сніданок включений у вартість проживання і забезпечується у кафе, їдальнях, буфетах, що функціонують у структурі закладу розміщення, також передбачені послуги з розваг (спортивні майданчики, дискотеки, тренажерні зали), побутові послуги (зв'язок, камера схову, телебачення). (*Гакова М.В.*)

**Готель-палац** (англ. *palace hotel*) - готель, розташований в будівлі – історико-архітектурному пам'ятнику палацової, замкової архітектури. (*Гакова М.В.*)

**Готель - шато** (від фр. *hotel chateau*) – назва замського замку абовеликого замського будинку; різновид дорогих і особливо престижних французьких готелів, розташованих в сільській місцевості. (*Гакова М.В.*)

**Готель-SPA** (англ. *hotel-SPA*). SPA - це метод оздоровлення, пов'язаний із водними процедурами. До цієї категорії відносять відпочинок у лазні, хамам і сауні, гідромасаж, купання в чані та взагалі все, що пов'язане з водою та має оздоровчий ефект. Назва цієї групи готелів походить від назви міста Спа в Бельгії, яке стало відомим у всій Європі завдяки джерелам цілющої мінеральної води, розташованим на його території. У SPA-готелі надаються оздоровчі водні процедури. Це може бути невелика будівля або цілий готельний комплекс із сра-басейном, сауною, купіллю з підігрівом та масажними кімнатами. Часто такі готелі відкривають у регіонах, де є термальні чи мінеральні джерела. Воду з цих джерел використовують для оздоровчих процедур. Не треба путати SPA-готель із санаторним комплексом. SPA – це відпочинок із оздоровчим ефектом. У санаторіях пропонують медичні процедури. Тобто, якщо ви хочете відпочити та оздоровитись, необхідно відпочити у СПА-

готелі. Якщо потрібна реабілітація або лікування, то краще обрати санаторний комплекс. Переваги SPA-готелів: Відпочинок: SPA-готелі обладнані таким чином, щоб надати повний релакс для відвідувачів. Оздоровлення: Результативність водних процедур підтверджено науково. Вони допомагають у боротьбі зі стресом та безсонням, зміцнюють опорно-руховий апарат, покращують роботу імунної системи. Професійний підхід: У SPA-готелях зазвичай працюють професіонали з відповідною кваліфікацією (наприклад, масажисти), які знають, як досягти кращого оздоровчого ефекту. *(Гакова М.В.)*

**Готельні мережі (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitalis* – місце для зустрічі гостей) (англ. *hotel chains*)** – форма об'єднання готельних підприємств для забезпечення економічної ефективності діяльності та конкурентноздатності на ринку послуг за рахунок високої якості обслуговування. Класифікація готельних споруд у цілому світі проводиться за спеціальними критеріями. Готелі й ресторани перевіряються щорічно й анонімно. Готелям привласнюються "зірки" від 1 до 5 чорних кольорів. Вони характеризують відповідність підприємств єдиним прийнятим у країні стандартам.

Крім чорних зірок, готелям привласнюються додаткові оцінки у відсотках. Відсотки відображають якісну різницю обслуговування в готелях з однаковою кількістю зірок. Цю процентну оцінку виставляє інспектор, ґрунтуючись на своїх особистих враженнях від обслуговування.

Крім "зірок" чорних кольорів використовується й більше престижна класифікація. Готелям, які забезпечують прекрасний рівень гостинності й комфорту, привласнюються від 1 до 5 "зірок" червоних кольорів.

Така оцінка привласнюється щорічно готелям, визнаним кращими в межах своєї категорії. У цьому випадку процентна оцінка за якість уже не обов'язкова. *(Сазонець О.М.)*.

**Готельно-офісний центр (англ. *hotel-office center*)** - готелі, що складаються з житлових приміщень - номерів і нежитлових спеціально обладнаних для використання під офіси, розташовуються в центрі ділової частини великих міст, біля важливих комерційних об'єктів. В окремих випадках утворюють значні за розмірами готельні комерційно-розважальні комплекси значної місткості з розвинутою інфраструктурою різних функціональних структурних ланок (ресторан, кафе. Фітнес-клуб, заклади торгівлі та ін.). *(Гакова М.В.)*.

**Граничний рівень запасу (англ. *marginal stock level*)** використовується для визначення моменту часу видачі чергового замовлення. *(Сазонець О.М.)*.

**Грантіс (англ. *free of charge, gratis*)** - безкоштовно-пропозиція потенційним споживачам, покупцям на безоплатній основі зразків товарів, частини послуги, демонстраційної версії програми і т.п. Зазвичай Г. враховується у витратах, у собівартості продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Гуртожиток – (англ. *hostel*)** - засіб розміщення, як правило, відомчого підпорядкування, з мінімальними зручностями та кухонним обладнанням на поверсі. *(Гакова М.В.)*.

## Д

**Даунсайзинг (англ. *downsizing*)** – діяльність по скороченню розмірів організації, що нею свідомо спрямовується. За цієї стратегії скорочується персонал, змінюється його організаційна структура і структура організаційного процесу, причому визначається спад виробництва, доходів і зменшення частки на ринку. Але це призводить до перевантаження

“білих комірців”, іноді – до конфліктів і падіння загального морального духу. (Сазонець О.М.).

**Дача** (англ. *cottage*) - засіб розміщення у рекреаційній зоні, що належить приватній особі та використовується нею для відпочинку. (Гакова М.В.).

**Дегустаційне меню** (англ. *Tasting menu*) - маленькі порції різних страв за вибором шеф-кухаря, часто подаються з винами, які з ними смакують, і є доповненням до основного обіду, що складається з кількох страв. (Лучанська Ю. Г.)

**Дегустація** (фр. *degustation* і від лат. *degustare* — *спробувати на смак*) — випробування та/або оцінка якості харчових продуктів органолептичним шляхом — ротом, носом, язиком. (Лучанська Ю. Г.)

**Декантація** (англ. *decantation, elutriation, desliming*) — відокремлення рідини від осаду шляхом її зливання, повільно осідаючих дрібних частинок полідисперсної суспензії від швидко осідаючих, — більш великих і важких часток, — шляхом зливу (декантації) рідини, яка містить ще не осілі частинки, з осаду, що відстоявся. (Лучанська Ю. Г.)

**Декантер** (англ. *decanter, від to decant* — «зливати з осаду») — це посудина, яка використовується для декантації (зняття з осаду) та аерації вина. Відрізняється від карафи (графіна) ширшою нижньою частиною, яка забезпечує більшу площу поверхні вина для контакту з повітрям. (Лучанська Ю. Г.)

**Демпінг** (англ. *dumping*) – продаж товарів на ринках інших країн за цінами, нижчими від внутрішніх. (Сазонець О.М.).

**Депозит (вклад)** (англ. *deposit*) - 1) кошти, які надаються фізичними чи юридичними особами в управління резидентів, визначеному фінансовою організацією згідно з законодавством України, або нерезидентів на строк та під відсоток. Залежно від терміну зберігання депозити поділяються на три групи: до запитання, строкові та ощадні. Найпривабливішими є строкові депозити. За зберігання грошей на вкладах банки виплачують відсотки. Депозит є одним із основних каналів розміщення тимчасово вільних коштів страхових резервів. До страховиків ставиться вимога, щоб грошові кошти зберігалися на рахунках не менш ніж трьох банків; 2) грошові кошти, що вносяться власниками вантажів на спеціальний рахунок у банку для забезпечення сплати ними внеску за загальною аварією. Якщо вантаж застрахований на умовах, що передбачають покриття загальної аварії, то на вимогу страхувальника депозит має бути внесений страховиком. (Сазонець О.М.).

**Дерегуляція економіки** (англ. *Economics deregulation*) – система організаційно-інституційних заходів держави, спрямованих на усунення адміністративних, економічних та організаційних перешкод, які стримують розвиток підприємства: зняття бар'єрів для створення і функціонування підприємств; спрощення процедури реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності та ліцензування; скорочення кількості державних органів, зміна їх функцій; вдосконалення системи державного регулювання економіки; децентралізація управління та розвиток місцевого самоврядування; ліквідація бюрократизму, свавілля і корумпованості державного апарату тощо. (Сазонець О.М.).

**Державне підприємництво** (англ. *Government (state-run) enterprise*) – господарська та інша підприємницька діяльність державних підприємств щодо виробництва матеріальних благ та надання послуг суб'єктів економіки (приватним підприємствам і населенню). (Сазонець О.М.).

***Державне регулювання економіки (англ. Government regulation of economy):***

Як навчальна дисципліна – навчальний курс, який покликаний дати знання про суть, цілі та методологію управління національною економікою;

Як наука – це синтез знань про ефективне використання державою різноманітних форм, методів та інструментів задля досягнення соціально-економічних цілей розвитку суспільства;

Як практична діяльність – управління соціально-економічним розвитком країни, тобто сукупність заходів державного впливу на об'єкти і процеси з метою надання певної спрямованості господарській діяльності суб'єктів національної економіки, узгодження їхніх інтересів і дій для реалізації певних цілей.

Державне регулювання економіки – система типових заходів (форм, методів та інструментів) законодавчого, виконавчого та судового характеру, за допомогою яких держава забезпечує ефективний розвиток національної економіки і реалізацію соціально-економічних цілей суспільства. **(Сазонець О.М.).**

***Державне регулювання перехідної економіки (англ. Government regulation of transition economy)*** – діяльність держави щодо створення сприятливих умов для становлення і розвитку соціально орієнтованої ринкової економіки, здатної на основі розвитку національного конкурентоздатного виробництва забезпечити гідний рівень життя населення, добробут нації в цілому. **(Сазонець О.М.).**

***Державний бюджет (англ. national (state) budget)*** – річний план утворення та використання фінансових ресурсів, необхідних державі для виконання нею відповідних функцій і реалізацію конкретних цілей; є складовою консолідованого державного бюджету. **(Сазонець О.М.).**

***Державний сектор економіки (специфічний інструмент ДРЕ) (англ. state sector of economy (specific tool of GRE))*** – комплекс господарських об'єктів, які повністю або частково перебувають у власності (підпорядкуванні) центральних або місцевих органів державної влади і використовуються державою для виконання нею економічних, соціально-культурних і політичних функцій. **(Сазонець О.М.).**

***Державні корпорації (англ. state corporations)*** – форма державних підприємств, яким надається право господарської самостійності; держава є власником, а право управління передане трудовим колективам та менеджерам. Застосовується контрактна форма роботи з державою, конкурентні засади із застосуванням тендерів. **(Сазонець О.М.).**

***Державні підприємства (англ. government facilities)*** – підприємства, що належать державі та є економічною базою для її функціонування як політичного інституту, здійснення державної підприємницької діяльності, виробництва суспільних товарів та послуг тощо. Включають різні організаційно-правові форми: бюджетні (казенні), державні корпорації, змішані акціонери товариства тощо. **(Сазонець О.М.).**

***Державні стандарти і нормативи (англ. government standards and guidelines)*** – єдині вимоги та норми стосовно якості, хімічного складу, фізичних властивостей, ваги, розмірів, кількості тощо (економічні, екологічні, харчові та інші стандарти). **(Сазонець О.М.).**

***Державні фінанси (англ. government finance)*** – сукупність державного бюджету та позабюджетних коштів (кошти пенсійних фондів, страхових компаній, кредитних спілок тощо). **(Сазонець О.М.).**

**Держконтракт і держзамовлення (англ. *State contract and state order*)** – договори між державою і суб'єктами господарювання на виготовлення певного товару чи виконання певного виду послуг з метою задоволення соціально-економічних потреб споживача, стимулювання виробництва дефіцитного товару, у тому числі й на експорт, розвитку пріоритетних галузей і виробництв, впровадження нових технологій, виконання міжнародних угод та задоволення соціальних потреб суспільства. Держконтракт призначений для державних підприємств і фінансується із державного бюджету; а держзамовлення застосовується для підприємств недержавної форми власності й зазвичай фінансується із власних джерел підприємств (державна може надавати певні податкові, кредитні пільги і преференції-страхування, надання комерційної інформації, гарантування ринку збуту тощо). (Сазонець О.М.).

**Детермінований метод планування закупівель (англ. *deterministic method of procurement planning*)** – метод, при якому відомі певний період виконання замовлення і потреба в матеріалах за кількістю і термінами. Можуть використовуватися при цьому методи економіко-математичні методи (наприклад, XYZ-аналіз). (Сазонець О.М.).

**Дефіцит (лат. *deficit* - «не вистачає»)** — недостача, відсутність ресурсів, товарів, грошей тощо. (Сазонець О.М.).

**Дефіцит державного бюджету (англ. *government deficit*)** -перевищення витрат бюджету над його доходами. (Сазонець О.М.).

**Децентралізоване управління логістичною діяльністю (англ. *decentralized management of logistics activities*)** – це управління, при якому координація логістичних функцій реалізується в межах традиційної організаційної структури, питання управління логістикою вирішуються в окремих підрозділах підприємства. (Сазонець О.М.).

**Дигестів (фр. *digestif*, діжестів; дослівно — «те, що сприяє травленню»)** — загальна назва напоїв, що сприяють травленню, які подаються наприкінці їжі. (Лучанська Ю. Г.)

**Дилери (англ. *dealers*)** – це оптові, рідше роздрібні посередники, що ведуть операції від свого імені і за свій рахунок. (Сазонець О.М.).

**Директивне планування (англ. *directive planning*)** - спосіб управління економікою країни із застосуванням обов'язкових для виконання завдань з виробництва та розподілу продукції і послуг. (Сазонець О.М.).

**Директ-мейл (англ. *direct mail*)** - пряма поштова реклама, розсилка потенційним споживачам рекламних матеріалів поштою. (Сазонець О.М.).

**Дисконт (англ. *discount*):**

- 1) різниця між сумою, зазначеною в векселі, і сумою, що виплачується векселетримачу; 2) різниця між цінами на один і той самий товар з різними термінами постачання; 3) різниця між номінальною вартістю цінних паперів та їх біржовим курсом, якщо останній є нижчим за вартість. (Сазонець О.М.).

**Дисконтування (англ. *discounting*)** - методи обліку різночасності витрат і результатів, засновані на використанні формули складних відсотків до заданого року приведення і нормативу дисконтування (дисконту); рахункова операція, що дозволяє визначити, яку

кількість грошей необхідно мати сьогодні, щоб отримати бажану (потрібну) суму в майбутньому при наявній сьогодні ставці відсотка. (Сазонець О.М.).

**Дистрибуція** (запозичення з англ. *Distribution* - розподіл) - оптова закупівля з подальшою реалізацією. (Сазонець О.М.).

**Дистриб'ютори** (англ. *distributors*) - оптові і роздрібні посередники, що ведуть операції від імені виробника і за свій рахунок. Як правило, виробник надає дистриб'ютору право торгувати своєю продукцією на визначеній території і протягом визначеного терміну. Таким чином, дистриб'ютор не є власником продукції. За договором ним здобувається право продажу продукції. Дистриб'ютор може діяти і від свого імені. У цьому випадку в рамках договору на надання права продажу закладений договір постачання. У логістичному ланцюгу дистриб'ютори звичайно займають положення між виробником і дилерами. (Сазонець О.М.).

**Диференціація товару** (англ. *product differentiation*) У широкому значенні – стратегія використання різних маркетингових дій, яку застосовує компанія, щоб споживач побачив відмінності та переваги конкретного товару порівняно з товарами конкурентів. У вузькому значенні – виробництво двох чи кількох варіантів товару для продажу різним сегментам ринку. (Сазонець О.М.).

**Ділова культура** (лат. *Culture* — «обробіток», «обробляти») Правила гри, межі між конкурентно прийнятною і неетичною поведінкою, норми поведінки в бізнесі. (Тесленко Т.В.).

**Довжина їздки з вантажем** (англ. *length of ride with cargo*) – це відстань, на яку транспортується вантаж за поїздку. (Сазонець О.М.).

**Довжина маршруту** (англ. *the length of the route*) – шлях, що проходиться автомобілем від початкового до кінцевого пункту маршруту. (Сазонець О.М.).

**Доларизація** (англ. *dollarization*) – процес проникнення долара США у внутрішній грошовий обіг країн з слабкими, неконвертованими валютами. (Сазонець О.М.).

**Доларовий стандарт** (англ. *dollar standard*) – валютна система, у якій долар США є основною валютою та основою для визначення курсів інших валют світу. Див. Бреттон-Вудська валютна система. (Сазонець О.М.).

**Домовленість СОТ про правила і процедури врегулювання суперечок** (англ. *WTO agreement on dispute settlement rules and procedures*) – встановлює умови та процедури вирішення спорів між членами СОТ у зв'язку з виконанням ними зобов'язання за всіма угодами СОТ. (Сазонець О.М.).

**Дорожній чек** (англ. *travel cheque*) - грошове зобов'язання виплатити зазначену в чеку суму власнику, чий зразок підпису проставляється на ньому в момент його продажу. Емітентами дорожнього чека можуть бути банки, інші кредитні та фінансові інститути, туристичні організації. Дорожні чеки емітуються в іноземній валюті і являють собою платіжні документи, що використовуються головним чином як засіб забезпечення валютою туристів. Дорожні чеки не обмежені за строком дії. Оплата дорожнього чека проводиться тільки за умови ідентичності двох підписів, один з яких ставиться під час купівлі дорожнього чеку, а інший – в момент розрахунку ним. (Сазонець О.М.).

**Дуополія (англ. duopoly-продаю)** - ситуація, коли на одному ринку діють два виробника з ідентичною продукцією і при цьому монополізують ринок. **(Сазонець О.М.)**.

**Дьюті-фрі (англ. duty free)** - система безмитної торгівлі в аеропортах, на бортах літаків, паромів й інших транспортних засобах, або в окремих місцях відвідування іноземців (як правило, сигарети, вино, парфумерія і сувеніри). **(Тесленко Т.В.)**.

## Е

**Евристичний метод планування закупівель (англ. Heuristic method of procurement planning)** – метод, при якому потреба в сировині визначається на основі досвіду працівників служби постачання. Використовується в тому випадку, коли немає вихідних даних для розрахунків. **(Сазонець О.М.)**.

**Екологічні стандарти (англ. Environmental standards)** – нормативи, які регулюють відносини суспільства з навколишнім середовищем: норми викиду шкідливих речовин у повітря чи водойми, рівень раціонального забруднення і т. ін. **(Сазонець О.М.)**.

**Екологія (англ. ecology)** – поняття, запропоноване в 1869 р. Е. Геккелем, означає науку про відносини рослинних, тваринних організмів із навколишнім середовищем. У 70-ті роки ХХ ст. утворилася соціальна екологія, або екологія людини, яка вивчає закономірності взаємодії суспільства та навколишнього середовища.

Екологія впливає на всі сфери людської діяльності, охоплює практично всі сторони життя на Землі. Забруднення навколишнього природного середовища – це негативний продукт господарської діяльності, який завдає збитків національному добробуту. Несприятливий вплив на навколишнє середовище набув катастрофічних масштабів, особливо в Україні, де відбулася Чорнобильська катастрофа, та мають місце інші техногенні випадки.

Екологічне співробітництво має бути справді універсальним (планетарним) і брати в ньому участь – обов'язок кожної держави світу. Для впливу на екологічну ситуацію у світі застосовують державне екологічне регулювання (система активних законодавчих, адміністративних і економічних заходів і важелів впливу, які використовують державні органи різного рівня для примушування забруднювачів навколишнього середовища обмежити викиди шкідливих речовин у природні й техногенні середовища, а також для матеріального стимулювання сумлінних природокористувачів) та наддержавне регулювання (вплив міжнародних організацій та дії міждержавних угод). Цьому питанню приділяється багато уваги в суспільстві, тому в цьому аспекті є наявні позитивні зрушення за рахунок формування економічного механізму забезпечення природоохоронної діяльності. **(Сазонець О.М.)**.

**Економіка (грец. οκονομία - «управління домогосподарством». Від οκος - «дім» + νόμος - «звичай» чи «право»)** — наука, яка вивчає відповідність сукупності виробничих відносин характеру і розвитку продуктивних сил (у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання товарів та послуг). **(Сазонець О.М.)**.

**Економіка країни (англ. Country economics)** – див. національна економіка. **(Сазонець О.М.)**.

**Економіко-математичне моделювання (англ. econometric methods of modeling)** - спосіб прогнозування, що передбачає конструювання моделі (зразка) реального процесу чи явища, що мають відбутися у майбутньому. **(Сазонець О.М.)**.

**Економічна політика держави** (англ. *Country's economic policy*) - система економічних ідей, цілей держави, завдань та засобів їх досягнення, а також діяльність органів державної влади й управління щодо їх реалізації. (Сазонець О.М.).

**Економічна (господарська) система** (англ. *economic system*) - особливим чином упорядкована, скоординована система зв'язків між суб'єктами національної економіки. Види економічних систем: традиційна (натуральне господарство), ринкова, адміністративно-командна (АКС), змішана (ринкова економіка змішаного типу), перехідна. (Сазонець О.М.).

**Економічна прогностика** (англ. *economic prognostics*) - прикладна наука про способи і методи розробки економічних прогнозів). (Сазонець О.М.).

**Економічний дирижи́зм** (англ. *economic dirigism*) - активна участь держави у регулюванні соціально-економічного розвитку країни на основі використання широкого спектра методів й інструментів у тому числі адміністративних, специфічних, неформальних. (Сазонець О.М.).

**Економічний лібералі́зм** (англ. *economic liberalism*) - система соціально-економічних відносин, у якій домінують ринкові регулятори (ринковий механізм), а роль держави зводиться до виконання мінімальних економічних функцій на основі використання переважно економічних і правових методів регулювання. (Сазонець О.М.).

**Економічні методи ДРЕ** (англ. *Economic methods of GRE*) - створена державою система фінансового або матеріального стимулювання діяльності суб'єктів господарювання, що впливає на їхні економічні інтереси та обумовлює адекватну поведінку: інструменти податкової, амортизаційної, облікової, митної, валютної політики тощо. (Сазонець О.М.).

**Економічні стандарти і нормативи** (англ. *Economic standards and guidelines*) - показники ефективності виробництва (норми енерго-, праце-, матеріаломісткості продукції, норми рентабельності тощо). (Сазонець О.М.).

**Економічні чинники** (англ. *economic forces*) – сукупність чинників, які визначають стан економіки у країні. (Сазонець О.М.).

**Економічне шпигунство** (англ. *economic espionage*) – таємне збирання компанією промислових і торговельних таємниць або прихованої інформації про своїх конкурентів. (Сазонець О.М.).

**Ексклюзивний розподіл** (англ. *exclusive distribution*) – стратегія розподілу, за якої виробник продає свої продукти чи послуги на певній території лише через одного торговельного посередника. (Сазонець О.М.).

**Ексклюзивні дилери** (англ. *exclusive dealers*) – дилери, що є єдиними представниками виробника в даному регіоні і наділені виключними правами по реалізації його продукції. (Сазонець О.М.).

**Експедиція**(від лат. *excursion* - поїздка) (англ. *excursion*) - це колективне відвідування певних об'єктів з пізнавальною або науковою метою. Експедиції проводять також з метою розширення світогляду, загального культурного розвитку людини. (Тесленко Т.В.).

**Експорт** (лат. *Exporto*) - продаж фірмою своїх товарів в іншу країну або з залученням послуг незалежних маркетингових посередників (непрямий експорт), або за допомогою самостійних маркетингових операцій (прямий експорт). *(Сазонець О.М.)*.

**Експортна діяльність** (англ. *export activity*) – це комерційна діяльність, пов'язана з продажем і вивозом за кордон товарів, послуг і капіталів для передачі їх у власність іноземному покупцеві. *(Сазонець О.М.)*.

**Експортна квота** (англ. *export quota*) – граничний обсяг певної категорії товарів, який дозволено експортувати з території України (імпортувати на територію України) протягом встановленого строку та який визначається у натуральних чи вартісних одиницях. *(Сазонець О.М.)*.

**Експортний лізинг** (англ. *export lising*) – один із видів лізингових операцій, пов'язаних з наданням у довготермінову оренду обладнання лізингодавачем, який перебуває в державі – виробнику цього обладнання, лізингоотримувачу з іншої держави. *(Сазонець О.М.)*.

**Експортні пакувальники** – це підприємства, що надають експортерам послуги з пакування міжнародних вантажів. Зазвичай вони розташовуються в портових містах. Портові власники та оператори порту забезпечують пристань, причал та інші об'єкти в порту. *(Сазонець О.М.)*.

**Електронний бізнес** (англ. *electronic business, e-business*). Електронний бізнес з'явився ще до появи мережі Інтернет. Перші системи електронної комерції виникли в 60-х роках минулого століття в США. Для цього були створені стандарти електронного обміну даними. В різних галузях і державах стандарти були різними. У 80-х роках почалися роботи з поєднання європейських та американських специфікацій.

Вплив на свідомість як могутній інформаційний фактор конкурентної боротьби, торгових війн та просування товару сьогодні сам по собі народив могутню індустрію купівлі-продажу інформації як глобального виду бізнесу. Науковці виділяють його наступні особливості:

Неймовірно висока ціна за інформацію (понад 6 млрд. дол.);

Запекла конкуренція на цьому ринку;

Диверсифікація діяльності інформаційних компаній;

Посилення політичного та економічного впливу інформаційних агенцій. *(Сазонець О.М.)*.

**Ембарго** (англ. *embargo*) – 1. Заборона державною владою ввезення-вивезення товарів чи валютних цінностей, що належать іншій державі. 2. Заборона державного виходу з портів країни суден інших держав своїх чи власних і заходу іноземних суден у порти або затримання їх у територіальних водах. 3. згідно із статутом ООН колективний репресивний захід стосовно держави, дії якої є небезпечними у міжнародній практиці. 4. розпорядження уряду, яке припиняє певний вид торгівлі. *(Сазонець О.М.)*.

**Еногастрономія** (*Enogastronomy*) - наука, що вивчає вдале гастрономічне поєднання вин (продуктів переробки вина) із гастрономічними товарами та продукцією ресторанного господарства. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Енологія** (від грец. *οἶνος* — вино та суфіксу грец. *-λογία* — наука) — наука та вчення про всі аспекти вина і виноробства, за винятком вирощування винограду, яке називається

виноградарством. Ено́лог — експерт у науці про вино, мистецтві та техніці виготовлення вина. (Лучанська Ю. Г.)

**Етика** (лат. *ethica*, від грец. *ἠθος* - звичай) — моральні принципи і цінності, які впливають на дії та рішення окремої людини чи групи людей. (Сазонець О.М.).

**Етика маркетингу** (англ. *marketing ethics*) – сукупність моральних принципів і цінностей, які впливають на дії та рішення суб'єктів маркетингової діяльності. (Сазонець О.М.).

**Етичні норми корпоративної відповідальності** (англ. *ethical standards in the corporate responsibility*) – соціальна спрямованість менеджменту і її вираження в діяльності менеджерів. Опитування 513 провідних керівників компаній у США засвідчило, що вони надають великого значення високим етичним нормам у своїй роботі, але лише 40% з них задоволені досягнутими результатами. Точно так само існує значний розрив, наприклад, між усвідомленням необхідності охорони навколишнього середовища, прийняттям соціально відповідальних рішень і тими практичними результатами, які ми маємо. (Сазонець О.М.).

**«Ефект бичачого батога»** (*The Bull Whip Effect*) – чим далі від споживача по логістичному ланцюгу, тим більшу мінливість, невизначеність отримує оригінальна інформація про обсяги та особливості його потреб. (Сазонець О.М.).

## Є

**Євро** (англ. *euro*) – єдина європейська валюта, що замінила національні валюти на території низки держав-членів Європейського Союзу. Деякі країни за межами ЄС використовують євро як свою валюту. Для формального прийняття до зони євро, включаючи право на чеканку власних монет, повинна бути укладена грошова угода. Такі угоди були укладені з Монако, Сан Марино, Ватиканом. Ці країни мають право використовувати євро, карбувати монети (зі своїми національними символами на реверсі), що є дійсними на всій території зони євро, проте не мають права друкувати банкноти. Заморські території Франції Сен-П'єр і Мікелон на узбережжі Канади та Майотта в Індійському океані мають право використовувати євро у якості своєї валюти, проте вони не мають права карбувати грошові знаки. Євросоюз та Андорра ведуть переговори щодо надання офіційного статусу євро в Андоррі, яка вперше випустила власні грошові знаки євро у 2006 р. Чорногорія та Косово також використовують євро з моменту його виходу, хоча не мали угоди з Європейським центральним банком, надаючи перевагу залежності країн від вже маючих обіг євро. З впровадженням євро на Кіпрі, основні незалежні області Акротірі та Декелія, що раніше користувалися кіпрським фунтом, також почали використовувати євро. Ісландія також розглядає можливість використання євро без вступу до ЄС. Валюти держав Кабо-Верде, Боснії і Герцеговини, КФА і Комори прив'язані до євро. Міністри фінансів країн-членів ЄС, що використовують євро, зустрічаються за день до засідання Ради з економічних і фінансових питань Ради Європейської співдружності. За законом, ця «Єврогрупа» не є офіційною структурою Ради ЄС. Основною задачею фінансової політики країн ЄС є розподілення податків всередині ЄС при проведенні економічної політики, складної для кожної країни-члена ЄС, проте з урахуванням специфіки для дійсних членів зони євро. Для взаємної гарантії та стабільності валюти члени єврозони додержуються Договору про стабільність та розвиток, що встановлює узгоджені обмеження на дефіцити та державний борг із відповідними санкціями за порушення. (Сазонець О.М.).

**Євролайн (англ. euroline)** - міжнародна асоціація перевізників, що об'єднує 35 великих європейських автобусних компаній. Система Євролайн з'єднує між собою 21 велике місто Європи. При використанні спеціального проїзного квитка Євролайн-пас можна отримувати значні знижки на протязі від 30 до 60 днів на пасажирські автобусні рейси по Європі без вікових обмежень. *(Сазонець О.М.)*.

**Єврологістика (англ. Eurologistics)** визначає напрямки інтеграції України в Пан'європейську та світову транспортно-логістичні системи. *(Сазонець О.М.)*.

**Європейський план (від лат. planum – площина) (англ. European plan)** – готельний тариф, що включає в себе тільки вартість розміщення (без вартості харчування). *(Сазонець О.М.)*.

**Європейський Союз (ЄС) (англ. European Union(EU)** - (Європейська Унія, Європейська Співдружність) — союз держав-членів Європейських Спільнот (ЄВС, ЄОВіС, Євроатом), створений згідно з Договором про Європейський Союз в лютому 1992 р. і діючим з листопада 1993 р. ЄС передбачав створення економічного союзу (спільна зовнішня економічна політика, спільний ринок послуг, матеріальних благ, капіталу і праці), монетарного і політичного (спільна зовнішня політика) союзу, а також впровадження спільного громадянства. Для вступу до Євросоюзу країна-кандидат повинна відповідати Копенгагенським критеріям, що вимагають, щоб в державі дотримувалися демократичні принципи, принципи свободи і пошани прав людини, а також принцип правової держави. Також в країні має бути конкурентоздатна ринкова економіка, і повинні признаватися загальні правила і стандарти ЄС, включаючи прихильність цілям політичного, економічного і валютного союзу. *(Сазонець О.М.)*.

**Єдність диференціації й інтеграції (англ. unity of differentiation and integration)** – у менеджменті положення про те, що із розвитком і поширенням нових технологій і підвищенням уваги до навколишнього середовища буде тривати процес диференціації підрозділів у рамках однієї організації. Найважливішим завданням теоретичного і практичного менеджменту в цих умовах стає розробка проблем інтеграції диференційованих, функціональних одиниць у єдине ціле. *(Сазонець О.М.)*.

**Єдність команди (лат. Unitas)** - ідеологічний принцип діяльності фірми, заснований на залежності досягнення мети від спільної роботи всіх співробітників, загальної зацікавленості в результаті, як єдиної команди. *(Сазонець О.М.)*.

**Ємність ринку (англ. market size)** – 1. сукупний ринковий попит. 2. показник, що характеризує можливий щорічний (найчастіше) обсяг продажу певного товару. Є. р. залежить від економічної і політичної ситуації в країні, рівня доходів населення, величини витрат на споживання, ступеня освоєння ринку конкурентами, рівня цін тощо. *(Сазонець О.М.)*.

## Ж

**Жестова мова (англ. sign language )** - це вид спеціального письма, який дає змогу позначати цілі слова, а також літери алфавіту певними жестами. *(Тесленко Т.В.)*

**Життєвий цикл продукту (англ. product life cycle)** – чотири етапи ринкового розвитку продукту: виведення на ринок, зростання, зрілість і занепад. *(Сазонець О.М.)*.

**Життєвий цикл сім'ї (англ. family life cycle)** – концепція, згідно з якою кожна сім'я у своєму розвитку проходить через кілька етапів, які характеризуються відмінною купівельною поведінкою. **(Сазонець О.М.)**

**Життєвий цикл торгівлі (англ. retail life cycle)** – це чотири етапи розвитку торгівлі: раннє зростання, прискорений розвиток, зрілість і занепад. **(Сазонець О.М.)**

**Життєвий цикл фірми (ЖЦФ) (англ. life cycle of firm)** – етапи розвитку комерційного підприємства від зародження до занепаду. Один з варіантів ЖЦФ пропонує економіст А. Юданов, асоціюючи кожен етап ЖЦФ із тваринами: ластівка – інноваційна фірма, мишка – дрібна фірма без вираженої спеціалізації, лисиця – вузько спеціалізоване комерційне підприємство, лев – могутня фірма масового виробництва продукції, слон – диверсифікований бізнес, бегемот – етап зниження поворотності великої корпорації. **(Сазонець О.М.)**

**Жорсткі елементи управління (англ. hard elements of a management)** – відбивають формальний бік організації, що матеріалізується через різні документи кожної конкретної компанії. Найважливішими з жорстких елементів управління є організаційні структури, стратегії і системи управління. При цьому організаційні структури являють собою спосіб групування робіт і проведення ліній підпорядкування, що об'єднують роботи. Стратегії визначають курс на розподіл обмежених ресурсів для досягнення намічених цілей. **(Сазонець О.М.)**

### 3

**Забезпечення повернення товарів, забезпечення запасними частинами і сервісне обслуговування (англ. ensuring the return of goods, providing spare parts and service)** – це повернення товарів, що з якихось причин не задовольняють покупців або не пройшли гарантійного терміну служби. Поряд з організацією сервісного обслуговування, ремонту устаткування і забезпечення споживачів запасними частинами процедури повернення готової продукції підприємствам-виготовлювачам, ці функції утворюють систему післяпродажного сервісу, що іноді відносять до ключових логістичних функцій. **(Сазонець О.М.)**

**Загальна бізнес-стратегія (англ. generic business strategy)** Стратегія, яку може використовувати будь-яка компанія, незалежно від продукту чи галузі для досягнення конкурентної переваги. **(Сазонець О.М.)**

**Загальний функціональний аудит (general functional audit)** – це аудит, що виробляється, як правило, нерегулярно – приблизно один раз на рік для оцінки правильності виконання персоналом логістичного менеджменту своїх функцій. В цьому випадку зазвичай призначається експертна комісія, що складається з представників керівництва компанії і сторонніх консультантів, яка оцінює виконання співробітниками своїх посадових обов'язків, результати роботи підрозділів служби логістики за звітний період часу, рівень якості і ефективність робіт персоналу. **(Сазонець О.М.)**

**Загальні залізничні тарифи (англ. general railway tariffs)** – це тарифи, що визначають вартість перевезення основної маси товарів. **(Сазонець О.М.)**

**Загальні тарифи на транспорті (англ. general tariffs for transport)** – це основний вид тарифів. З їхньою допомогою визначається вартість перевезення основної маси вантажів. **(Сазонець О.М.)**

**Загальні транспортні витрати (англ. general transport costs)** – це витрати, які можна представити як суму витрат на подачу транспортного засобу, витрат на перевезення вантажу, витрат на перевалку. *(Сазонець О.М.)*.

**Задачі виробничої логістики (англ. tasks of production logistics)** – це керування матеріальними потоками усередині підприємств, що створюють матеріальні блага чи надають такі матеріальні послуги, як збереження, фасування, розважування, укладання й ін. *(Сазонець О.М.)*.

**Заключне тестування реклами (англ. posttests)** Перевірка готового рекламного повідомлення на предмет того, чи призводить воно до бажаних результатів у свідомості та купівельній поведінці представників цільового ринку. *(Сазонець О.М.)*.

**Закон синергії (англ. the law of synergy):** сума властивостей цілого перевищує «арифметичну» суму властивостей, наявних у кожного, хто входить до складу цілого, елементів. Тобто властивості цілого не зводяться до суми властивостей його частин. *(Сазонець О.М.)*.

**Закупівля матеріального ресурсу для забезпечення виробництва (purchase of material resources to ensure production)** – це комплекс таких завдань, як вибір постачальників, планування потреби, визначення раціональних періодів часу і обсягів поставок ресурсів, організація договірної роботи та інше. *(Сазонець О.М.)*.

**Закріплення цін (англ. pricefixing).** Очевидна чи таємна угода між компаніями, які конкурують на ринку, про запобігання зниженню цін внаслідок конкурентної боротьби. *(Сазонець О.М.)*.

**Зал очікування (англ. Waiting hall)** – спеціально обладнане приміщення вокзалу, призначене для тимчасового перебування пасажирів, які очікують відправлення чи прибуття поїзда, можуть мати виділені окремі зони для військових, людей з обмеженими можливостями. *(Тесленко Т.В.)*.

**Замінники (англ. substitute)** – А. Річ, предмет, матеріал, який за своїми властивостями може замінювати іншою. Б. Пов'язані між собою групи товарів і послуг, для яких зростання ціни на один з них призводить до збільшення попиту на інші, які виступають в якості замінників, повних або часткових (чай і кава, м'ясо індички і курки і т.д.). В. Товари, що замінюють звичні, але володіють рядом переваг в порівнянні з замінними, наприклад низькокалорійний замінник цукру, концентрат соку, порошок молока і т.п. Товари-замінники називають субститутами. *(Сазонець О.М.)*.

**Запас (англ. stock)** – це форма існування матеріального потоку. Запаси в постачанні - це матеріальні ресурси, що знаходяться в логістичних каналах (ланцюгах) від постачальників до складів матеріальних ресурсів товаровиробника, призначених для забезпечення виробництва готової продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Запит (англ. request)** – комерційний документ, що являє собою звернення покупця до продавця, імпортера до експортера з проханням дати детальну інформацію про товари і направити пропозиції на поставку товару. *(Сазонець О.М.)*.

**Захисне упакування (англ. protective packaging)** – логістична функція, за допомогою якої забезпечується схоронність вантажів, що доставляються споживачам різними видами транспорту. Крім того, упакування має велике значення в маркетингу, тому що від його

привабливості в значній мірі залежить споживчий попит. Застосування у фізичному розподілі стандартних типорозмірних рядів тари й упакування дозволяє значно знизити логістичні витрати за рахунок узгодження об'ємних модулів тари й упакування з вантажопідйомністю транспортних засобів, а також технологічними параметрами складських приміщень і вантажопереробного устаткування. **(Сазонець О.М.)**.

**Замовлення (англ. order)** – комерційний документ, в якому покупець-імпортер детально вказує всі необхідні умови для виготовлення чи підготовки замовленого товару, всі суттєві елементи, потрібні для укладення експортної угоди. **(Сазонець О.М.)**.

**Зароблена премія (англ. earned premium)** – та, частина страхової премії, яка припадає на час, що минув після початку страхового періоду. **(Сазонець О.М.)**.

**Засоби розміщення (англ. means of placement)** – заклади, що надають умови проживання: колективні (туристичний комплекс, санаторний комплекс, комплекс відпочинку, мобільний комплекс, гуртожиток); індивідуальні (палатка, бунгало, автофургон, ротель, квартира, кімната, дача, яхта); приватні (кондотелі). **(Сазонець О.М.)**.

**Збірний маршрут (англ. collective route)** – це маршрут руху, коли продукція виходить від кількох постачальників і доставляється одному споживачеві. **(Сазонець О.М.)**.

**Збутова логістика (англ. sales logistics)** охоплює планування, управління, проходження і контроль всіх матеріальних потоків і належних їм потоків інформації, що виходять з виробничого підприємства. Об'єкти дослідження – кінцева продукція і предмети торгівлі. Збутова логістика є частиною менеджменту зв'язків з клієнтами, суть якої полягає в постачанні необхідного продукту (потрібної кількості і сорту) в потрібному стані, в потрібний час, в потрібне місце. Якщо ці критерії виконуються, то збутова логістика ефективна. Збутова логістика, або логістика збуту, – це рівень мікрологістики, тобто управління вихідними матеріальним потоком з виробничого підприємства – відвантаженням, пакуванням, маркуванням товару і т. д. У цьому випадку управлінські рішення приймаються на рівні підприємства. **(Сазонець О.М.)**.

**Збутова логістика чи логістика розподілу (англ. sales logistics or distribution logistics)** – це невід'ємна частина загальної логістичної системи, що забезпечує найбільш ефективну організацію розподілу виробленої продукції. Вона охоплює весь ланцюг системи розподілу: маркетинг, транспортування, складування й ін. **(Сазонець О.М.)**.

**Звіт про доступність приміщення для маломобільних груп населення (англ. report on the availability of premises for groups of people with limited mobility)** - це один з найважливіших документів, без якого будівля не зможе працювати в тому чи іншому населеному пункті. Даний звіт необхідний тим установам, які займаються обслуговуванням людей з обмеженими можливостями, наприклад, до таких установ належать медичні центри, центри з надання будь-яких послуг, магазини індивідуального типу тощо. **(Тесленко Т.В.)**.

**Зворотний маркетинг (англ. reverse marketing)** – зусилля організацій-споживачів, спрямовані на формування таких відносин із постачальниками, щоб продукти, послуги і можливості останніх відповідали потребам цих організацій-споживачів та їхніх клієнтів. **(Сазонець О.М.)**.

**Зворотня логістика (англ. reverse logistics)** (ретрологістика, реверсивна логістика) охоплює планування, управління, організацію, регулювання та контроль всіх залишкових

потоків матеріалу (упаковка, покидьки, старі продукти) і повернення товарів, а також супутні їм потоки інформації. *(Сазонець О.М.)*.

**Зелений коридор** (від нім. *korridor* < від фр. *corridor* < від лат. *currere* – бігти, проходити) (англ. *green corridor*) – місце перетину межі для перевезення речей, для яких митне декларування не є обов'язковим. *(Сазонець О.М.)*.

**Змішане управління національною економікою** (англ. *joint management of national economy*) - система управління, яка передбачає органічне поєднання переваг ринкових і державних регуляторів. *(Сазонець О.М.)*.

**Знак марочний** (англ. *Sign, mark; token, symbol*) - частина марки торгової, яку можна впізнати, але неможливо вимовити. *(Сазонець О.М.)*.

**Знищення або руйнування** (англ. *destruction or demolishing*) – це митний режим, відповідно до якого товари, ввезені на митну територію України, знищуються під митним контролем чи приводяться у стан, який виключає їх використання, без справляння податків, установлених на імпорт, а також без застосування заходів нетарифного регулювання до товарів, що знищуються або руйнуються. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішнє логістичне середовище** (англ. *external logistics environment*) – це зовнішні умови логістичної діяльності підприємства. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішній матеріальний потік в логістиці** (англ. *external material flow in logistics*) – матеріальний потік, що протікає в зовнішньому (стосовно логістичної системи) середовищі. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішньоекономічна політика** (англ. *foreign-economic policy*) - діяльність держави, спрямована на регулювання економічних відносин з іншими країнами, на забезпечення ефективного використання зовнішнього фактора у національній економіці, реалізацію конкурентних переваг країни, раціональне входження у світове господарство. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішньоторгова квота** (англ. *foreign-trade quota*) – відношення зовнішньоторговельного обороту до ВВП. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішньоторговельна угода** (англ. *foreign trade agreement*) – дія, спрямована на встановлення правових відносин у сфері зовнішньої торгівлі, що мають своїм змістом ввезення або вивезення (експорт або імпорт) товарів або вчинення інших операцій (платіжних, транспортних, страхових і т.д.). *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішньоторговельні операції** (англ. *foreign trade operations*) – комплекс методів, форм і засобів з обміну товарами і послугами між країнами, що базується на історично сформованому міжнародному поділі праці і загальній інтернаціоналізації внутрішньогосподарської життя. *(Сазонець О.М.)*.

**Зовнішня торгівля** (англ. *foreign trade*) – торгівля між країнами, яка складається з вивозу (експорту) і ввозу (імпорту) товарів і послуг. *(Сазонець О.М.)*.

**Зони вільної торгівлі** (англ. *free trade zones*), (*порто – франко. італ. porto franco*) – це спеціальні території, де іноземні товари можуть зберігатися, оброблятися,

реекспортуватися без сплачування митних зборів. Ці зони можуть створюватися як у портах, так і в континентальних частинах країн біля великих промислових центрів. *(Сазонець О.М.)*.

**Зустрічна торгівля (англ. countertrade)** – зовнішньоторговельні операції, умови яких передбачають зустрічні зобов'язання експортерів закупити в імпортерів товари на частину або повну вартість експортованих товарів. *(Сазонець О.М.)*.

## I

**Імідж (англ. Image)** (англ. image — образ) — характер стереотипу, що сформувався у масовій свідомості завдяки засобам масової комунікації та психологічного впливу й має емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. Певним іміджем може володіти політичний діяч, професія, товар. Формування іміджу може відбуватися стихійно, але частіше він є результатом роботи фахівців у галузі психології політичної, психології реклами, маркетингу та ін. Найбільш ефективний шлях створення іміджу — використання засобів масової комунікації. Імідж відбиває соціальні очікування певних груп, тому наявність його іноді може забезпечити суб'єктові успіх у політичному або діловому житті. Наявність, характер і дієвість іміджу виявляються в спеціальних дослідженнях за допомогою методик контент-аналізу, спеціальних шкал, семантичного диференціалу та ін. *(Сазонець О.М.)*.

**Імідж торговельної точки (англ. image of a retail outlet)** – спосіб, у який магазин відображається у свідомості покупця за функціональними якостями і психологічними ознаками. *(Сазонець О.М.)*.

**Імперативні методи регулювання (англ. Imperative methods of regulation)** - владні, наказові, адміністративні способи управління. *(Сазонець О.М.)*.

**Імпорт (від лат. Importo - ввозити, привозити, впроваджувати)** - ввезення в країну іноземних товарів, послуг, технологій або капіталу. І. може регулюватися митом, а також нетарифними методами (кількісними обмеженнями, системою ліцензування). *(Сазонець О.М.)*.

**Інвестиції (англ. investments):** Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект (Закон України «Про інвестиційну діяльність»)

- 1) довгострокові вкладення капіталу в будь-яке підприємство, справу, різні галузі господарства, переведення грошей в менш ліквідну форму з метою отримання прибутку; 2) грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту; 3) форма диверсифікації діяльності страховика, яка полягає в виході компанії за традиційні рамки страхування. Це пояснюється прагненням вигідно вкласти свої тимчасово вільні кошти в суміжному бізнесі, дочірніх підприємствах, банківській справі з метою отримання прибутку і поліпшення фінансової надійності компанії. *(Сазонець О.М.)*.

**Інвестиційна політика держави (англ. investment policy of country)** - діяльність держави щодо регулювання інвестиційної діяльності з метою реалізації цілей економічної, науково-технічної та соціальної політики; комплекс економічних, організаційно-правових та інших заходів держави, спрямованих на перебудову, підвищення ефективності національної економіки. *(Сазонець О.М.)*.

**Інвестор (англ. investor)** – юридична або фізична особа, яка здійснює довготермінове вкладення капіталу в певну справу з метою отримання прибутку. **(Сазонець О.М.)**.

**Індекс якості життя (англ. index of life quality)** - комбінований показник, який конкретизує показник ІЛР, характеризує рівень освіти, медичного обслуговування, тривалість життя, ступінь зайнятості населення, його платоспроможність, доступ до культурних цінностей, участь у політичному житті тощо. **(Сазонець О.М.)**.

**Індивідуальний тур (від фр. individuel < від лат. individuum - неподільне; від фр. tour – прогулянка, поїздка) (англ. solo tour)** - тур з підбором певних турпослуг, замовлений клієнтом (або невеликою групою) за своїм баченням, включаючи розміщення, харчування, трансфер, екскурсійну та розважальну програму. **(Сазонець О.М.)**.

**Індикативне планування (англ. indicative planning)** - спосіб регулювання економічних процесів за допомогою розробки планових показників рекомендаційного, орієнтовного характеру, що конкретизують цілі й пріоритети національної економіки, створення державою відповідних фінансових та інших стимулів для їх реалізації. **(Сазонець О.М.)**.

**Індикативні методи (англ. indicative methods)** - методи непрямого, опосередкованого впливу, які мають орієнтовний, рекомендаційний характер. **(Сазонець О.М.)**.

**Індустрія здоров'я (англ. health industry)** - це функціональна багатогалузева підсистема національного господарства, яка виражає взаємозв'язок, взаємодія охорони здоров'я та пов'язаних з ним галузей і сфер діяльності щодо охорони та зміцнення здоров'я людей. Розвиток промисловості здоров'я пов'язано з переходом охорони здоров'я на використання сучасних технологій, яке істотно розширило технологічні і функціональні зв'язку охорони здоров'я з іншими галузями національної економіки. Більш повного залучення охорони здоров'я в економічний кругообіг сприяє функціонування останнього на основі ринкових відносин. **(Гакова М.В.)**.

**Інжиніринг (англ. engineering)** – 1. надання фірмою послуг консультативного характеру, а також пов'язаних із розробкою проектів будівництва; складанням схем; вибором оптимальних варіантів будівництва об'єктів; з постачанням машин, устаткування і матеріалів, проведенням дослідноконструкторських і дослідницьких робіт. Інжинірингові послуги здійснюються інженерно-консультативними й інжиніринговими фірмами, замовниками яких, як правило, є підприємства таких галузей, як електроніка, нафтохімія, машинобудування, будівництво тощо. 2. одна із форм міжнародних комерційних зв'язків у сфері науки і техніки, основне призначення якої полягає в наданні послуг щодо доведення науково(дослідних та дослідно-конструкторських розробок до стадії виробництва. Сучасний і. складний комплекс робіт, що передбачає проведення попередніх техніко-економічних досліджень, належних лабораторних розробок технології, детальне проектування виробів та об'єктів, а також консультації в процесі освоєння нового виробництва та ряд інших операцій. **(Сазонець О.М.)**.

**Інклюзивне рекреаційне середовище (англ. inclusive recreational environment)** - це безбар'єрне середовище для повноцінного відпочинку, відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил, соціалізації та реабілітації осіб з інвалідністю. **(Тесленко Т.В.)**

**Інклюзивне середовище** (англ. *inclusive environment*) - це сукупність умов, способів і засобів їх реалізації для людей з ООП з урахуванням їхніх потреб та можливостей. (Тесленко Т.В.).

**Інклюзія** (англ. *inclusion*) - це процес реального включення людей з інвалідністю в активне суспільне життя і однаковою мірою необхідна для всіх членів суспільства. (Тесленко Т.В.)

**Інкотермс** (англ. *Incoterms, International commerce terms*) - система торгових термінів, що позначають міжнародні торговельні умови, пов'язані з вантаженням, транспортуванням, розвантаженням і страхуванням товарів. І. встановлені Міжнародною торговою палатою і визначають права і обов'язки сторін при укладанні угоди. І. були вперше опубліковані в 1953 р., остання редакція - 1990 р. (Сазонець О.М.).

**Інновація** (англ. *innovation*) (нововведення) (від лат. *in* — усередині та лат. *novatio* — відновлення, зміна) — у соціально-психологічному аспекті створення і впровадження різноманітних нововведень, які породжують значимі зміни в соціальній практиці. Розрізняють соціально-економічні, організаційно-управлінські й техніко-технологічні інновації.

Інноваційна діяльність, не будучи формалізованим процесом, потребує врахування людського фактора, зокрема подолання соціально-психологічних бар'єрів, що виникають на всіх етапах розгортання. У цю діяльність залучені різні соціальні групи (замовники, розроблювачі, виготовлювачі дослідних зразків, макетів та ін.), кожна з яких має власні інтереси, завдання та цілі. Члени кожної групи можуть мати неоднозначні уявлення, очікування і емоційні переживання, пов'язані з можливими наслідками інновації. Подоланню соціально-психологічних бар'єрів інноваційної діяльності сприяють:

- 1) урахування установок, ціннісних орієнтацій, етичних норм поведінки її учасників;
- 2) застосування соціально-психологічних методів активного навчання працівників для розвитку інноваційних здібностей, формування готовності до сприйняття й участі в інновації. (Сазонець О.М.).

**Іноземні інвестиції** (англ. *foreign investment*) — іноземні інвестиції - всі види цінностей, що вкладаються безпосередньо іноземними інвесторами в об'єкти підприємницької та інші види діяльності з метою одержання прибутку (доходу) або досягнення соціального ефекту. (Сазонець О.М.).

**Інститути соціалізації** (англ. *institutes of socialization*) - конкретні групи, в яких людина долучається до системи норм, цінностей і соціальних зв'язків (сім'я, школа, неформальні організації, засоби масової інформації тощо). (Тесленко Т.В.).

**Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК)** (англ. *integrated marketing communications*) — концепція створення системи маркетингових комунікацій, яка дозволяє здійснити інтеграцію окремих повідомлень для забезпечення послідовного і цілеспрямованого впливу на різні групи адресатів комунікації. (Сазонець О.М.).

**Інтероперабельність** (англ. *Interoperability*) — експлуатаційна сумісність транс'європейської інфраструктури високошвидкісних залізниць. (Тесленко Т.В.).

**Інтероперативність (інтеропераційність)** (англ. *Interoperability (interoperability)*) — експлуатаційна та технічна інтеграція різних національних залізничних систем держав Європейського Союзу та держав, що готуються до вступу в ЄС. (Тесленко Т.В.).

**Інтерсіті (ІС), (англ. InterCity)** — денний міжрегіональний швидкісний поїзд, тобто

пасажирський поїзд, який рухається з середньою швидкістю 80 км/год та максимальною швидкістю 160 км/год вдень, облаштований вагонами з місцями для сидіння 1-го та 2-го класу з можливим включенням вагоні 3-го класу. (*Тесленко Т.В.*).

**Інтерсіті+ (IC+), (англ. InterCity)** – за класифікацією Міністерства інфраструктури України, що є чинною з 2011 року, – денний швидкісний поїзд, що курсує у прямому сполученні. «Плюс» означає, що в поїздах пасажирів зможуть отримати низку додаткових послуг. (*Тесленко Т.В.*).

**Інтенсивний розподіл (англ. intensive distribution)** – стратегія розподілу, за якої виробник продає свої продукти чи послуги через якомога більшу кількість роздрібних торговельних точок на певній території. (*Сазонець О.М.*).

**Інтенсивність споживання (англ. intensive consumption)** – показник, що свідчить про обсяг спожитого товару протягом певного часу чи прихильність покупців до певного торговельного закладу. (*Сазонець О.М.*).

**Інтермодальні перевезення (англ. intermodal transportation)** – це коли товар перевозиться на різних видах транспорту. На одній ділянці це може бути потяг або морське судно, а на іншому – автомобіль. Найбільш зручний – це спосіб для контейнерного транспортування, коли контакт з товаром при навантаженні - розвантаженні мінімізує можливе його псування. Для малогабаритних та крихких замовлень – авіа та автотранспорт. Тобто, інтермодальні перевезення – це комбінування видів транспорту, якими транспортується вантаж. Такі комбінації індивідуальні в кожному окремому випадку. (*Сазонець О.М.*).

**Інтер-райл (від лат. inter - між) (англ. Inter-Rily)** - система проїзних квитків на залізничному транспорті, що дозволяє протягом певного терміну дії їздити в зоні квитка без обмежень. (*Сазонець О.М.*).

**Інфляція (англ. inflation)** – знецінення грошей, що виражається в зростанні цін на товари і послуги; тривале зростання усередненого рівня цін на всі товари і послуги. (*Сазонець О.М.*).

**Інформаційна безпека (англ. information security)** - може розглядатися як фактор соціально-економічного розвитку, як відстеження і класифікація комп'ютерних загроз, як збереження і захист технічної і мовної інформації, як новий вид озброєння, як запобігання інформаційній війні, як вплив на масову та індивідуальну свідомість. (*Сазонець О.М.*).

**Інформаційна система (англ. data system, information system)** – це система, в якій організовані певним чином процеси утворення, збереження, оброблення і перетворення інформації, передача інформації. (*Сазонець О.М.*).

**Інформаційне суспільство (англ. information society).** Інформаційне суспільство почало розвиватися з другої половини 90-х років минулого століття. Інформація в цей період почала відігравати роль товару, який можна було купити і продати. Але вона ще не стала знанням, а тільки аналогічно з «сировиною» оброблялась перед використанням. В концепції інформаційного суспільства акцент, що був зроблений постіндустріалістами на технологічному прогресі і кодифікації теоретичного знання як визначальних факторах формування нового суспільства, закономірно привів до становлення теорій, у яких саме ці фактори підкреслювалися ще більш явно.

У цілому концепція інформаційного суспільства, як і постіндустріальна доктрина, лежить у руслі того напрямку європейської філософії, в якому еволюцію людства прийнято розглядати крізь призму прогресу знання. Пік її популярності припав на початок 70-х років, коли багато економістів погодилися з висновком, що в нових умовах «культура, психологія, соціальне життя й економіка формуються під впливом техніки й електроніки, особливо комп'ютерів і комунікацій, а виробничий процес більш не є основним вирішальним фактором змін, що впливають на вдачу, соціальний лад і цінності суспільства». У ті ж роки стала посилюватися думка, відповідно до якої знання, як у марксистській теорії праці, здатні забезпечувати створення і самозростання вартості, а тому інформатизація, за словами П. Друкера, є не чим іншим, як швидким заміщенням праці знаннями, термін «інформаційне суспільство» здавався багатьом адекватним позначенням нового ладу, що формується.

Ідея інформаційного суспільства ставала в такому контексті інструментом обґрунтування можливості прискореного розвитку на основі заміщення зростаючим потоком інформації творчих можливостей особистості. З іншого боку, у жодному іншому напрямку сучасної футурології не помітно настільки сильного впливу японських дослідників: уведений Т. Умесао термін «інформаційне суспільство» одержав всевітнє визнання після виходу книги І. Масуди і придбав нове звучання в роботах Т. Сакайи.

Термін «інформаційне суспільство» був введений у науковий оборот на початку 60-х років фактично одночасно в США і Японії Ф. Махлупом і Т. Умесао, авторами, які одержали широку популярність своїми дослідженнями динаміки розвитку наукомістких виробництв. У 70-і і 80-і роки найбільший внесок у розвиток даної концепції внесли М. Порат, І. Масуда, Т. Стоуньєр, Р. Катц та ін. Розглядаючи виникнення і розвиток теорії інформаційного суспільства, не можна не відзначити двох обставин. З одного боку, дана концепція одержала найбільше визнання в 70-і і 80-і роки, у період, що характеризувався швидким поширенням технологічних досягнень і значних успіхів країн, що не тільки робили, але і засвоювали нову інформацію і знання.

Навпроти, більшість американських і європейських дослідників, починаючи з другої половини 80-х років, почали акцентувати увагу на ролі і значенні не стільки інформації, скільки знань, що породило цілий спектр нових визначень сучасного суспільства, серед яких такі, як «knowledge society», «knowledgeable society» і т.і. (*Сазонець О.М.*).

**Інформаційний процес (англ. *information process*)** - аналогічно до процесу виробництва продукції, має наслідком вироблення певного цілісного за змістом набору даних, необхідного для прийняття управлінського рішення.

Інформаційна система складається з компонентів обробки інформації, внутрішніх і зовнішніх каналів передачі. Управлінські інформаційні системи послідовно реалізують принципи інформаційного процесу, організації збирання, накопичення, обробки і передачі інформації за допомогою технічних засобів у поєднанні із застосуванням аналітичних методів математичної статистики і моделей прогностично-аналітичних розрахунків.

Інформаційний процес, спрямований на одержання науково-технічної, планової, контрольної, облікової й аналітичної інформації, в інформаційних системах уніфікований і базується на використанні електронно-обчислювальної техніки.

Підвищення ефективності використання інформаційних систем досягається на основі забезпечення наскрізної структурної сумісності інформаційних систем, що дозволяє усунути дублювання і гарантувати багатократне використання інформації, реалізувати конкретні інтеграційні зв'язки, обмежити кількість показників, зменшити обсяг інформаційних потоків, підвищити рівень використання інформації. Інформаційне забезпечення припускає: поширення інформації, тобто надання користувачам інформації, необхідної для реалізації науково-виробничих завдань; створення більш сприятливих умов для поширення інформації через запровадження відповідних адміністративно-організаційних, науково-дослідницьких і виробничих заходів. (*Сазонець О.М.*).

**Інформаційні потоки (англ. information flows)** – це потоки повідомлень в усній, документній (паперовій та електронній) і інших формах, відповідні матеріальному або сервісному потоку в розглянутій логістичній системі, і призначений в основному для реалізації керуючих функцій. Інформаційний потік в логістиці – потік повідомлень у речовій, документальній (паперовій та електронній) і іншій формі, який генерується вихідним матеріальним потоком у розглянутій логістичній системі, між ланкою логістичної системи чи логістичною системою і зовнішнім середовищем, і призначений для реалізації керуючих функцій. (Сазонець О.М.).

**Інформаційно-комп'ютерна підтримка в логістиці (англ. information and computer support in logistics)** – електронна обробка інформації про матеріальні і фінансові потоки, автоматизація документообігу при організації товароруку, планування, організація, регулювання, облік, контроль і аналіз матеріальних потоків на комп'ютерах у постачанні, виробництві і збуті. (Сазонець О.М.).

**Інформація (англ. Information)** – це оброблені дані, що передають певний зміст. Основні положення про інформацію закріплені в Законі України «Про інформацію», який було прийнято в 1992 році. Відповідно до Закону України «Про інформацію» маємо таке тлумачення щодо поняття інформації:

Інформація – це документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються в суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

Інформація збагачує знання і поглиблює інтелект, чинить зв'язки між різними кутами світу. Цінність інформації залежить від її впливу на процес прийняття рішень. Щоб одержати корисну інформацію, необхідно проаналізувати факти й обробити кількісні та якісні відомості. Отриману інформацію можна накопичувати, зберігати, оброблювати у той або інший спосіб, передавати кому-небудь, видозмінювати її форму.

Інформація про об'єкт подається у вигляді даних про нього, тобто у вигляді набору конкретних значень кількісних або якісних параметрів цього об'єкта. Типовим прикладом інформації є анкетні дані з параметрами, вираженими у вигляді чисел (день, місяць, рік заснування держави, рівень ВВП) та слів (назва організації, заходів з міжнародного співробітництва).

Роздивимось характеристики інформації. Основним засобом оцінювання корисності інформації для вирішення певної проблеми є модель керованого об'єкта. На основі такої моделі визначають необхідні для вирішення певного завдання вхідні дані та їхні характеристики – частоту одержання, достовірність і точність, форму подання тощо.

Після завершення функціонування інформація не зникає безслідно, а ще продовжує діяти. Американський учений Норберт Вінер довів, що, на відміну від використаного ресурсу, використана інформація має властивість не зникати, навпаки, поширюючись, вона підвищує свої якість і значення. На всіх цих етапах існування інформації можна виділити деякі важливі спільні для неї особливості.

Виділимо основні критерії цінності інформації:

- повнота інформації, що означає наявність у ній усіх тих значень параметрів щодо певного об'єкта, які є істотними з погляду розв'язування задачі;
- надійність інформації. Цей критерій залежить скоріше від технічних можливостей джерел, засобів передачі й обробки інформації. Надійність визначає наявність помилок у даних;
- достовірність інформації характеризує ступінь її відповідності тому процесу чи об'єктові, який вона відображає. Інформація, будучи достовірною і надійною, може бути не повною; або повною, але не достовірною і т. п.;
- надмірність інформації: під нею розуміють збільшення обсягу повідомлення без зростання його інформативної цінності. Проте надмірність істотно важлива для підвищення достовірності і надійності інформації, тому що вона дозволяє виявити, а в разі значної

надмірності і виправити помилки, що є в даних;

– швидкість передачі й обробки. Швидкодія технічних систем визначається обсягом даних, оброблюваних або переданих за одиницю часу. Висока швидкодія необхідна для динамічних систем, з якими управляються в реальному масштабі часу;

– періодичність передачі або прийому інформації. Періодичність істотно пов'язана з її цінністю. Нерідко інформація про незначні зміни в стані відображуваного об'єкта має низьку цінність, хоча й обходиться дорожче. Водночас дуже нечасті повідомлення, що не дозволяють ефективно управляти системою, не мають великої цінності з погляду вирішення завдань управління. (Сазонець О.М.).

## ї

**Їзда** (англ. *ride*) – це цикл транспортного процесу, тобто рух від початкового до кінцевого пункту. (Сазонець О.М.).

## К

**Календарний план** (англ. *action item plan*) – допоміжний засіб для реалізації маркетингового плану, що складається із трьох граф: 1) завдання; 2) прізвище працівника, відповідального за виконання цього завдання; 3) дата, коли це завдання має бути виконано. (Сазонець О.М.).

**Канал комунікації** (англ. *channel of communication*) – засіб передачі повідомлення отримувачу (наприклад, торговельний представник, засоби реклами чи зв'язки з громадськістю). (Сазонець О.М.).

**Канал розподілу** (англ. *distribution channel*) – це шлях, по якому товари рухаються від виробника до споживача. Обрані канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність руху і схоронність продукції при її доставці від виробника до кінцевого споживача. Канал розподілу – це і сукупність організацій чи окремих фізичних осіб, що приймають на себе чи допомагають передати іншому право власності на конкретний товар чи послугу на шляху від виробника до споживача. (Сазонець О.М.).

**Кап-тестер** (від англ. *cup – чашка та taster - дегустатор*) - фахівець-дегустатор, що розпізнає дескриптори кави по їх смаковим відтінкам і аромату. (Лучанська Ю. Г.)

**Караван** (англ. *caravan*) - засіб розміщення в мобільному автопричепі з умовами для приготування їжі. (Гакова М.В.).

**Караван-будиночок** (англ. *caravan house*) - караван, що використовується у стаціонарному режимі; розташований переважно на території кемпінгу; може бути підключеним до інженерної системи забезпечення життєдіяльності. (Гакова М.В.).

**Кара́фа** (від араб. *غرافة*, «*гаррафа*» через італ. *caraffa* і пол. *karafa*) або **графі́н** (від фр. *carafine* — зменш. від *carafe*) — столовий посуд, зроблений зазвичай зі скла, кришталю, металу або кераміки, для подачі та зберігання напоїв, таких як вино, горілка, вода та інших. (Лучанська Ю. Г.)

**Квота** (англ. *quota*) – обмеження кількості продукції, яку до зволено ввозити в країну або вивозити з країни. (Сазонець О.М.).

**Квотування (англ. quota system)** - встановлення державою розмірів, частки у загальному виробництві, продажу, збуті, експорті чи імпорті. (Сазонець О.М.).

**Кейтиринг (від англ. catering – громадське харчування, cater – поставляти продукцію, обслуговувати споживача)** – позначає дії працівника або підприємства, що поставляє продукти харчування, напої, посуд і все необхідне для організації прийому, банкету поза рестораном або обслуговування спортивних ігор та інших великих видовищних заходів. (Лучанська Ю. Г.)

**Кемпінг(від англ. camping, to camp - розташовуватись табором) (англ. camping)** - табір для автотуристів, обладнаний наметами або іншими легкими будівлями літнього типу (наприклад, бунгало), автостоянкою, системою водопостачання та каналізації, а також пристосуваннями для приготування їжі. (Сазонець О.М.).

**Керування виробничими процедурами (англ. management of production procedures)** – найбільш ефективне (з погляду зниження витрат і підвищення якості продукції) керування потоками матеріальних ресурсів і незавершеного виробництва в технологічних процесах випуску готової продукції. При цьому велике значення мають логістичні задачі об'ємно-календарного планування, мінімізації рівня запасів матеріальних ресурсів і незавершеного виробництва, прогнозування потреби в матеріальних ресурсах, скорочення тривалості виробничого циклу і т.і. (Сазонець О.М.).

**Керування закупівлями (англ. procurement management)** – це комплекс таких задач, як вибір постачальників матеріальних ресурсів, планування потреби в ресурсах, визначення раціональних термінів і обсягів їхніх постачань, організація договірної роботи, вибір форм постачань і типів транспорту для доставки матеріальних ресурсів виробничим підрозділам фірми і т.і. Важливість процедур закупівель пояснюється ще і тим, що фактори часу і розміщення постачальників, якість матеріальних ресурсів дуже впливають на величину логістичних витрат. (Сазонець О.М.).

**Керування запасами (англ. inventory management)** – це процес створення, контролю і регулювання рівня запасів у постачанні, виробництві і збуті продукції. Якщо при транспортуванні продукції вирішальне значення має фактор місця, то при керуванні запасами – фактор часу. Звичайно завжди існує визначена потреба в запасах матеріальних ресурсів і готової продукції, що грають роль буфера між постачальниками матеріальних ресурсів і виробництвом, з одного боку, і між виробництвом і споживачами готової продукції – з іншого. Знижуючи ризики виникнення дефіциту матеріальних ресурсів у процесі виробництва продукції чи незадоволеного попиту на готову продукцію у споживачів, запаси в той же час відіграють негативну роль в економіці, заморожуючи фінансові ресурси організацій бізнесу у великих обсягах товарно-матеріальних цінностей. Тому найважливішою задачею логістичного менеджменту є оптимізація рівня запасів у логістичних ланцюгах і системах при забезпеченні необхідного рівня обслуговування споживачів. Високі витрати на створення і підтримку рівня запасів, що складають. (Сазонець О.М.).

**Керування процедурами замовлень (англ. management of order procedures)** – це функція, що визначає порядок одержання й обробки замовлень, моменти часу одержання готової продукції чи надання послуг споживачу, а також ініціює роботу фірмової розподільної мережі чи логістичних посередників по доставці і продажу готової продукції споживачам. Хоча витрати на цю ключову логістичну функцію не настільки великі, як на

транспортування чи керування запасами, однак значення її в сучасному бізнесі дуже велике, тому що прямо визначає якість обслуговування споживачів. (Сазонець О.М.).

**Кімнати відпочинку у вокзалі (англ. *Rest rooms at the station*)** – міні-готель для транзитних пасажирів. (Тесленко Т.В.).

**Кластер (англ. *Cluster*)** – один із видів територіальних інтеграційних об'єднань. У перекладі з англійської означає “пучок”, “групу”, “скупчення”. В економіці це поняття почали використовувати наприкінці 80-х рр. ХХ століття для визначення зосередження промислових підприємств на певній території. Для характеристики цього феномену також використовувалися поняття “промисловий район”, “промисловий округ”, “нове промислове середовище”, “регіональний промисловий комплекс” залежно від особливих характеристик того чи іншого типу промислової агломерації. М. Портер (Michael Porter), найвпливовіший серед дослідників цього феномена, вжив термін “промисловий кластер”, що став нормативною категорією у цій галузі. М. Портер дав кілька тлумачень того, що він розуміє під кластером: “сконцентровані за географічними ознаками групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників та постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агенцій із стандартизації, а також торгових об'єднань) у певних галузях, що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу”; “система взаємопов'язаних фірм та інститутів, що є більшою, ніж проста сума складових”; “група компаній, які географічно межують між собою, взаємопов'язані між собою та поєднані з тими організаціями, що діють у певній сфері, та такими, що характеризуються спільністю у діяльності та взаємодіях”. Хоча, за М. Портером, концентрація виробництв у межах визначених локалізованих територій не є достатнім чинником для формування кластера, вона посилює внутрішню конкуренцію, і, в свою чергу, сприяє створенню і впровадженню інновацій та забезпечує постійне економічне зростання.

ОЕСР визначає промислові кластери як “виробничі мережі, що складаються із взаємозалежних фірм (включаючи спеціалізованих постачальників), наукових та освітніх закладів (університетів, науково-дослідницьких інститутів, конструкторських бюро), посередницьких структур (брокерських і консалтингових фірм) і споживачів, що поєднані між собою єдиним ланцюжком виробництва доданої вартості”.

Класичними прикладами успішних глобальних кластерів є кластер інформаційних технологій у Силіконовій долині, медіа-кластер у Голлівуді, фінансові кластери у Нью-Йорку та Лондоні, автомобілебудівні кластери у Південній Німеччині та Детройті, телекомунікаційні кластери у Стокгольмі та Фінляндії, текстильний кластер у Північній Італії. (Сазонець О.М.).

**Комбіноване перевезення (англ. *combined transportation*)** – це інтермодальне перевезення вантажу, в якому велика частина рейсу припадає на залізничний, внутрішній водний або морський транспорт, а початковий / кінцевий відрізок шляху, де використовується автотранспорт, є максимально коротким. Комбіноване перевезення – більш вузьке поняття, ніж інтермодальне перевезення. (Сазонець О.М.).

**Комбінований квиток (від лат. *combinare* - з'єднувати; від фр. *billet*) (англ. *combined ticket*)** - квиток на поїздку з використанням двох або більше транспортних засобів(наприклад, літак-теплохід, поїзд-автобус тощо). (Сазонець О.М.).

**Комівояжер (англ. *travelling salesman*)** – представник торговельної фірми, який пропонує товари за наявними зразками і каталогами. Здійснює торгове представництво окремих фірм у сфері забезпечення збуту товарів за рахунок формування певного кола покупців. На відміну від агентів, комісіонерів та інших посередників, комівояжер не може

бути самостійною юридичною особою, тому що він не підлягає торговій реєстрації. (Сазонець О.М.).

**Комісіонер (англ. Commission agent)** - оптовий посередник, який здійснює закупівлю і продаж товару, не набуваючи права власності на товар. Отримує за свої послуги комісійні, розмір яких залежить від обороту. (Сазонець О.М.).

**Компрадор (від ісп. Comprador)** - покупець-місний комерсант, торговець, посередник між вітчизняним ринком і іноземним капіталом. (Сазонець О.М.).

**Компонента видів транспорту (англ. component of modes of transport)** включає морський і авіаційний види. Зокрема, морський транспорт охоплює лінійне, вантажне, трампове судноплавство, означає регулярний рух за ustalеним маршрутом з оплатою за тарифом. (Сазонець О.М.).

**Компонента інфраструктури міжнародних перевезень вантажів (англ. component of the infrastructure of international cargo transportation)** відображає рівень загального розвитку транспортної системи країни, яка може мати розвинений зовнішній транспорт, але недостатньо розвинений внутрішній (як у багатьох країнах, що розвиваються). Міжнародний менеджер повинен добре знати особливості транспортної системи країни-партнера, зокрема, які види транспорту найбільш надійні, як розміщується транспортна мережа, яка частота транспортних рейсів тощо. (Сазонець О.М.).

#### **Комунікаційне суспільство (англ. communication society)**

(80-ті – початок 90-х років минулого століття) можна було характеризувати перетворенням важливої для людей інформації в цифрову форму, створенням великих сховищ для її збереження, передачею її на відстань за допомогою телекомунікаційних технологій і початком розвитку на цій основі глобальної комп'ютерної мережі Інтернет. (Сазонець О.М.).

#### **Комунікація (англ. communication) (від лат. communicatio — спілкування) — 1.**

Поняття, близьке до поняття спілкування, але розширене. Це зв'язок, у ході якого відбувається обмін інформацією між системами в живій і неживій природі. Комунікативний акт аналізується й оцінюється за наступними компонентами:

- 1) адресант — суб'єкт комунікації;
- 2) адресат — кому спрямоване повідомлення;
- 3) повідомлення — переданий зміст;
- 4) код — засіб передачі повідомлення;
- 5) канал зв'язку;
- 6) результат — те, що досягнуте у підсумку комунікації.

Комунікація може обслуговуватися і немовними засобами, серед них виділяються:

- 1) засоби оптико-кінетичні — жести, міміка, пантоміміка;
- 2) засоби паралінгвістичні — якість голосу, його діапазон, тональність;
- 3) засоби екстралінгвістичні — паузи, плач, сміх, темп мовлення;
- 4) засоби просторово-часові — взаємне розташування партнерів, часові затримки

початку спілкування та ін.

2. Комунікація розглядається і як смисловий аспект соціальної взаємодії. Оскільки всяка індивідуальна дія виконується в умовах прямих або непрямих відносин з іншими людьми, вона включає — поряд із фізичним — комунікативний аспект. Дії, що свідомо орієнтовані на їхнє смислове сприйняття іншими людьми, іноді називають комунікативними.

Розрізняють процес комунікації та акти, що його складають. Основні функції процесу комунікації полягають у досягненні соціальної спільності при збереженні індивідуальності

кожного її елемента. В окремих актах комунікації реалізуються управлінська, інформативна, емотивна і фатична функції, перша з них — генетично і структурно вихідна. За співвідношенням цих функцій умовно виділяються:

- 1) повідомлення спонукальні — переконання, навіювання, наказ, прохання;
- 2) повідомлення інформативні — передача реальних або вигаданих даних;
- 3) повідомлення експресивні — збудження емоційного переживання;
- 4) повідомлення фатичні ([ гр. photos - сказаний < rhanai - говорити, сказати; можливо, від латів. fatuus - дурний] - лінгвістичний, психологічний термін. про функцію людської мови встановлювати і підтримувати контакт; що відноситься до говору; речеконтактний. Термін введений Б. Маліновським (США) в 30-х роках ХХ ст) — встановлення і підтримка контакту.

Крім того, комунікаційні процеси й акти можна класифікувати і за іншими ознаками. Так, вони розрізняються:

- 1) за типом відносин між учасниками — комунікація міжособистісна, публічна, масова;
  - 2) за засобами — комунікація мовна (писемна й усна), паралінгвістична (жест, міміка, мелодія), матеріально-знакова (продукти виробництва, образотворчого мистецтва та ін.).
- (Сазонець О.М.).

**Конвенція ООН про відповідальність операторів транспортних терміналів у міжнародній торгівлі (англ. *United Nations Convention on the Liability of Operators of Transport Terminals in International Trade*)** – конвенція, прийнята для операторів кінцевих пунктів 19 квітня 1991 г. / ще не вступила в силу, підготовлена Міжнародним інститутом по уніфікації приватного права і діє по всьому світу. (Сазонець О.М.).

**Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення вантажів (фр. *Convention relative au contrat de transport international de Marchandises par Route (CMR)*)** – конвенція, прийнята 19 травня 1956 г. / 2 липня 1961 р., діюча на автомобільному транспорті в Європі, підготовлена Економічною комісією для Європи. (Сазонець О.М.).

**Конвенція про міжнародні залізничні перевезення (фр. *Convention relative aux transports internationaux ferroviaires* или *сокращённо - COTIF*)** – конвенція, прийнята 9 мая 1980 р / вступила в чинність 1 травня 1985 року, підготовлена Центральним бюро міжнародних залізничних перевезень (Берн), що має силу в Європі, Північній Африці, Західній Азії. (Сазонець О.М.).

**Конвенція ООН про міжнародні змішані перевезення вантажів (англ. *United Nations Convention on the Mixed International Carriage of Goods of 24 May 1980*)** – конвенція, прийнята 24 травня 1980 г. Конвенція була прийнята з метою: врегулювання міжнародних змішаних перевезень, як одного із засобів, що сприяють цілеспрямованому розвитку світової торгівлі;

стимулювання безперешкодного розвитку раціональних і ефективних змішаних перевезень, що відповідають потребам відповідного виду торгівлі;

забезпечення належного розвитку міжнародних змішаних перевезень в інтересах усіх країн і необхідність розгляду особливих проблем транзитних країн;

полегшення митних процедур і належного обліку проблем транзитних країн;

встановлення визначених правил, що стосуються перевезення вантажів відповідно до договорів міжнародного змішаного перевезення, включаючи справедливі положення про відповідальність операторів змішаного перевезення;

забезпечення збалансованості інтересів осіб, що надають послуги в сфері змішаних перевезень і які користуються ними, тощо. (Сазонець О.М.).

**Конвенція ООН про морське перевезення вантажів (1978 з.) (Гамбурзькі правила) (United Nations Convention on the Carriage of Goods by Sea (1978) (Hamburg Rules))** – Текст Конвенції ООН о морской перевозке грузов 1978 г. (Гамбургские правила) стал приложением I Заключительного акта Конференции ООН по морской перевозке грузов, состоявшейся с 6 по 31 марта в Гамбурге (Федеративная Республика Германия). Конференция ООН была созвана в соответствии с Резолюцией Генеральной Ассамблеи ООН 31/100 от 15 декабря 1976 г. на основании проекта Конвенции о морской перевозке грузов, содержащегося в гл. IV доклада Комиссии ООН по праву международной торговли в работе ее IX сессии. На Конференции были представлены 78 государств.

В качестве наблюдателей в работе Конференции принимали участие представители следующих межправительственных и неправительственных организаций: специализированные учреждения (Международный валютный фонд, Межправительственная морская консультативная организация), органы ООН (Конференция ООН по торговле и развитию, Экономическая комиссия для Африки), другие межправительственные организации (Сообщество и Общий рынок стран Карибского бассейна, Центральное бюро международных железнодорожных перевозок - Европейский совет, Организация экономического сотрудничества и развития), неправительственные организации (Балтийская и международная морская конференция, Международная торговая палата, Международная палата по судоходству, Международный морской комитет, Международная ассоциация судовладельцев, Международный союз морского страхования, Латиноамериканская ассоциация судовладельцев).

Текст Конвенции (Гамбургских правил) был утвержден Конференцией 30 марта 1978 г. (Doc. A/CONF. 89/13, 30 March 1978, Annex I, II). Конвенция была открыта для подписания на заключительном заседании Конференции 31 марта 1978 г., а также в центральных учреждениях в Нью-Йорке до 30 апреля 1979 г., после чего присоединение к ней осуществлялось в соответствии с ее положениями. Конвенция была сдана на хранение Генеральному секретарю ООН.

Конференция приняла также Общую договоренность (приложение II к Заключительному акту) и Резолюцию (приложение III) (Конференция ООН по морской перевозке грузов. Гамбург, 6 - 31 марта 1978 года. Официальные отчеты. Нью-Йорк, ООН).

Конвенция ООН о морской перевозке грузов 1978 г. (Гамбургские правила) состоит из Преамбулы и семи частей. Текст Конвенции изложен в 34 статьях. Конвенция принята в единственном экземпляре, равно аутентичные тексты документа изложены на английском, арабском, испанском, китайском, русском и французском языках. *(Сазонец О.М.)*.

**Конкорс (англ. *concourse*)** – скупчення, розподільчий зал для пасажирів у великих громадських спорудах, наприклад, вокзалах, станціях метрополітенів, готелях, виставкових центрах тощо. На залізницях України – це критий мостовий перехід через залізничні колії, в якому можуть бути розташовані торговельні місця, інформаційне табло, місця для очікування пасажирів, може сполучати дві будівлі вокзалу (Південний та Центральний вокзали м. Києва). *(Тесленко Т.В.)*.

**Конкуренція (англ. *competition*) (від пізньолат. *concurrentia* — зіштовхуватися)** — одна з основних форм організації міжособистісної взаємодії, що характеризується досягненням індивідуальних або групових цілей та інтересів в умовах протистояння з іншими індивідами або групами, що прагнуть досягти тих самих цілей та інтересів. Звичайно — відрізняється сильною персональною залученістю, активізацією діючого суб'єкта, частковою деперсоналізацією уявлень про «супротивника».

Конкуренція, проте, генетично пов'язана з кооперацією, тому що конкурентна взаємодія вимагає установлення певних правил і регулюючих санкцій, без яких вона вироджується у відкриту війну. *(Сазонець О.М.)*.

**Коносамент (англ. bill of lading)** – свідоцтво про прийняття вантажу до перевезення на судні, яке оформляється при перевезенні вантажу морським транспортом. *(Сазонець О.М.)*.

**Контрагенту (англ. counterparty)** – іноземні партнери, які є учасниками зовнішньоторговельної угоди. *(Сазонець О.М.)*.

**Контрактна або проектна логістика (3PL-логістика) (англ. contract or project logistics (3PL-logistics))** – це підхід у бізнесовій логістиці, який передбачає замість самостійного виконання компанією логістичних функцій (транспортування, складування, вантажопереробки, оброблення замовлень, управління запасами) передачу цих функцій зовнішній організації, логістичному провайдеру. *(Сазонець О.М.)*.

**Контрейлерне перевезення (англ. piggybacked)** – комбіноване залізничноавтомобільне перевезення причепів, напівпричепів, трейлерів (причепів для великовагових неподільних вантажів) або знімних кузовів на залізничній платформі. *(Сазонець О.М.)*.

**Контроль (англ. control)** – це процес порівняння (зіставлення) фактично досягнутих результатів із запланованими. У процесі контролю можна отримати відповіді на наступні питання: чому ми навчилися; що наступного разу слід робити; в чому причина відхилень від наміченого; який вплив контроль надав на прийняття рішень; чи був вплив контролю позитивним або негативним; які висновки слід зробити для вироблення нових цілей? *(Сазонець О.М.)*.

**Конфлікти (на споживчому ринку) (англ. conflicts on consumers' market)** - ринок споживчих товарів є однією з самих конфліктних сфер, оскільки саме тут відбувається зіткнення суперечливих інтересів, в першу чергу між продавцями і покупцями. Сили цих суб'єктів ринку явно нерівні, оскільки вони різною мірою інформовані про реальну якість товару, термін придатності і т.і. На стороні продавця - маркетинг, реклама, безпосередній зв'язок з виробником, знання технічної документації (особливо це важливо при покупці складних побутових виробів). Положення споживача погіршується ще і тим, що, як правило, в країнах, де рівень доходів недостатній, основним показником споживчої корисності для більшої частини населення стає ціна товару або послуги. Тим самим можливість вибору у покупця істотно скорочується. У країнах з ринковими традиціями, що склалися, споживачі об'єднуються в громадські організації для ефективною протидії диктату ринку, не дивлячись на те, що в цих країнах існують достатньо ефективні державні структури, контролюючі якість товарів і послуг. Таким чином, на ринку споживчих товарів присутні три головні суб'єкти: покупець, продавець і представник громадської або державної організації. Інтереси і цілі цих суб'єктів можуть суперечити один одному. *(Сазонець О.М.)*.

**Конфлікти (англ. міжнародні економічні) (англ. conflict (international economic))**. Міжнародні економічні відносини представляють одну з найбільш конфліктних сфер міжнародної діяльності. Суперечності між економічними інтересами різних країн, на які нашаровуються геополітичні аргументи, породжують конфлікти різного ступеня складності – від протистояння у формі протекціоністських заходів до торгових воєн. *(Сазонець О.М.)*.

**Конформізм (англ. conformism) (від пізньолат. conformis — подібний, схожий)** — "приспосовництво". Конформність або конформна поведінка - психологічна характеристика позиції індивіда відносно позиції групи, прийняття або відкидання ним певного стандарту, міра підпорядкування індивіда груповому тиску. Міра конформності - міра підпорядкування

групі у тому випадку, коли зіставлення думок суб'єктивно сприймалося індивідом як конфлікт. Зовнішня конформність - думка групи приймається індивідом лише зовні, а на ділі він продовжує їй чинити опір; внутрішня конформність (справжній конформізм) - індивід дійсно засвоює думку більшості. Внутрішня конформність є результат подолання конфлікту з групою в її користь. (Сазонець О.М.).

**Конфронтація** (англ. *confrontation*) (від лат. *con* — проти і *frons* (*frontis*) — лоб, фронт) — протиставлення, протиборство, зіткнення. (Сазонець О.М.).

**Концепція рівності результату** (англ. *Equal result conception*) — суть сучасної концепції рівності, відповідно до якої признається, що для досягнення рівних (однакових) результатів жінками і чоловіками до них необхідно проявляти різне відношення - тому що життєві умови тих і інших різні, або для того, щоб компенсувати дискримінацію жінок у минулому. Рівність означає забезпечення всім людям, незалежно від їх статі, національності, віросповідання або здібностей, однакових можливостей доступу до позитивних результатів проводимих в країні політичного, економічного, культурного і інших курсів.

Спочатку вважалося, що рівність може бути досягнута за допомогою надання жінкам і чоловікам тих же самих (однакових) можливостей, на тій підставі, що це приведе для них до однакових результатів. Така позиція ґрунтувалася на уявленні класичного лібералізму про рівність, яка включала поняття рівної можливості або змагальної (конкурентоздатного) рівності. Надання жінкам права голосу розглядалося як єдино істотне. Решту було покладено на жінку як індивіда. Іншими словами, усувалися лише формальні бар'єри. Проте було виявлено, що одне і те ж відношення необов'язково приводить до рівних результатів. Життя показало зі всією переконливістю, що рівні можливості не з'являються лише тому, що з усуненням формальних бар'єрів комплекс прихованих бар'єрів не зникає, як і пряма дискримінація. Останні не дозволяють жінкам володіти своєю справедливою долею політичного, соціально-економічного і іншого впливу в суспільстві, а також займати гідне справедливе положення в соціумі і державі. (Сазонець О.М.).

**Концепція «Широкої Європи»** (англ. «*Wider Europe*») – це розширення Єдиного європейського простору на схід, включаючи насамперед Україну, що передбачає в якості невід'ємної її частини нашу країну. (Сазонець О.М.).

**Концепція маркетингу** (англ. *Concept of marketing*) — система поглядів, які визначають орієнтацію підприємницької діяльності на певних етапах її розвитку; інтегрована цільова філософія бізнесу орієнтована на споживача і прибуток; орієнтація на нестатки і запити споживачів, досягнення мети ефективнішим, ніж у конкурента, способом. К. м. пов'язана з прийняттям рішень у всіх сферах діяльності підприємства з позиції забезпечення загального успіху на ринку, що відображено в різноманітних видах організаторської та збутової роботи. Традиційно К. м. містить комплекс таких дій: виробництво продукції, що користується попитом; пошук ринку збуту продукції; визначення шляхів продажу безпосередньо споживачу або через оптову і роздрібну торгівлю; визначення потенційного покупця. Існує п'ять альтернативних концепцій, на основі яких фірма може здійснювати свою маркетингову діяльність: **Концепція вдосконалення виробництва** — орієнтована на споживачів, які надають перевагу дешевим і доступним для придбання товарам; її реалізація досягається за допомогою забезпечення високої ефективності виробництва, що дає змогу підприємству мати помірні витрати і пропонувати споживачам товари за низькими цінами. Ця концепція доцільна у таких випадках: за наявності дефіциту товару на ринку; коли попит можна збільшити, зменшивши ціну; коли існує можливість зменшення витрат шляхом збільшення обсягів виробництва товару. 2. **Концепція вдосконалення товару**— передбачає постійне і всебічне підвищення якості товару і розрахована на споживачів, які готові платити високу ціну за високу якість товару; реалізується за допомогою і постійного та всебічного

підвищення якості продукції. 3. *Концепція інтенсифікації збутових зусиль* — передбачає, що споживачі не купуватимуть товари фірми в достатній кількості, якщо вона не докладе додаткових зусиль у сфері стимулювання збуту (філософія збуту). 4. *Концепція маркетингу* — передбачає, що запорукою досягнення мети фірми є визначення потреб і цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх ефективнішими і продуктивнішими, ніж у конкурентів, методами (задоволення потреби споживача плюс прибуток фірми). 5. *Концепція соціально-етичного маркетингу* — передбачає, що засобом досягнення мети фірми є визначення незадоволених потреб цільових ринків і забезпечення бажаної задоволеності їх продуктивніше, ніж конкуренти, з одночасним збереженням або зміцненням добробуту споживача та суспільства в цілому (задоволення потреби споживача плюс прибуток фірми плюс інтереси суспільства). У відповідь на існування таких суспільних течій, як конс'юмеризм (рух щодо захисту прав споживачів) та інвайронменталізм (рух щодо захисту навколишнього середовища) виник *освічений маркетинг*. Згідно з філософією освіченого маркетингу маркетингова діяльність фірми має бути спрямована на виконання завдань всієї системи маркетингу в довгостроковій перспективі. Основні елементи освіченого маркетингу: маркетинг, орієнтований на споживача (згідно з яким фірма має враховувати інтереси та побажання споживачів); інноваційний маркетинг (постійне поліпшення товарів та методів роботи); маркетинг цінностей (постійне підвищення ціннісного значення продукції для споживача, тобто разом з прямим задоволенням конкретної потреби необхідно надавати споживачеві додаткові послуги); маркетинг з усвідомленням своєї місії у суспільстві (фірма повинна будувати свою маркетингову діяльність не у вузьких виробничих межах, а у широкому соціальному розумінні); соціально-етичний маркетинг. (*Сазонець О.М.*)

***Концепція партисипативного управління (англ. concept of participatory governance)*** — концепція, яка передбачає залучення працівників організації до управління. Форми залучення: участь у прийнятті рішень, у визначенні цілей, у вирішенні проблем. Розрізняють три ступеня участі працівників в управлінні: 1) висунення пропозицій — не потребує впровадження структурних та інших змін у системі управління, може бути організоване керівником; застосовується на підприємствах із централізованим управлінням; 2) розроблення альтернатив — вимагає появи в організації спеціальних структур (постійні тимчасові комітети, конфліктні комісії, комітети з набору кадрів у робочі групи, гуртки якості тощо); 3) вибір альтернативи — передбачає участь в управлінні у формі роботи спеціальних рад науково-технічного, техніко-економічного і управлінського характеру. Рішення таких рад нерідко бувають обов'язковими для тих керівників, при яких вони створюються. До складу цих рад входять, як правило, представники нижчого від керівника рівня управління в організації. Ради виконують такі функції: несуть відповідальність за координацію діяльності підрозділів, підпорядкованих керівникові, до яких належить ця рада; відповідають за інтеграцію діяльності підрозділів з іншими рівнями керівництва; визначають політику (правила і процедури) підпорядкованих їм підрозділів. Деяким радам доручають оцінку і схвалення діяльності підпорядкованого їм керівника, але право звільнення залишається за вищим керівництвом. Такі умови надають структурі організації демократичного характеру: кожна особа в організації яка має владу над іншими, підлягає спільному контролю. Це запобігає порушенню законодавства і ділової етики у діях і керівництва стосовно підлеглих. *Переваги застосування К. п. у.*, за правильно організованої праці участь в управлінні підвищує якість прийнятих рішень (розглядає більша кількість альтернатив, здійснюється глибша оцінка проблем); розвивається творче ставлення до праці, збагачується праця в цілому; активізується ініціатива працівників і водночас послаблюється і тиск на керівника з боку підлеглих; у працівників з'являється почуття власника, підвищується мотивація діяльності, вони краще виконують рішення, які самі приймали; створюється атмосфера колективної спільної роботи, значно поліпшуються трудова мораль і продуктивність. Проте за неправильного проектування організація стикається з низкою *проблем*: несумісністю ієрархії та демократії; підсиленням колективного тиску на окремих

працівників (ефект "колективної експлуатації"); розвитком популістських якостей у керівників; труднощами реформування партисипативних структур у зв'язку із приходом нового керівництва. На ефективність залучення персоналу до управління значно впливає підтримка балансу в призначенні керівництвом і обранні трудовими колективами членів рад. (Сазонець О.М.).

**Коркидж** ( від англ. *corkage* - пробка) - певна такса, яку відвідувачі ресторану, кафе сплачують цьому закладу за право принести з собою для вживання алкогольні напої. (Лучанська Ю. Г.)

**Корпорація** (англ. *corporation*). Корпорація як соціальний феномен є найдавнішою прадавньою формою об'єднань людей за економічними інтересами. Так, наприклад, у середні віки вона була об'єднанням ремісників за професійною ознакою. В даний час професійні організації також називаються корпораціями, але така назва застосовується для визначення крупних великих бізнес-організацій.

Корпорацією визначається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органу управління корпорації, на наш погляд, неповною мірою відповідає тлумаченню і ролі сучасних корпорацій.

Незважаючи на це, термін «корпорація» широко використовується для позначення деяких організацій. З цього виходить, що категорія корпорації набуває у нас зовсім іншого звучання, відмінного від подібного в США, де корпорація – це одне і те ж, що юридична особа і акціонерне товариство. Отже, важливо визначити, що ми розуміємо під корпорацією. Очевидно, що організація, яка претендує на таку назву, повинна володіти особливими характеристиками. (Сазонець О.М.).

**Корпус** (виробничий) (англ. *building*) — об'єднання кількох однотипних цехів. Корпусна виробнича структура створюється на великих підприємствах. (Сазонець О.М.).

**Круїзне судно** (англ. *cruise ship*) - спеціально обладнане судно, яке забезпечує послуги розміщення у каютах, а також - послуг перевезення, розваг та інших супутніх туристичних послуг під час круїзу. (Гакова М.В.).

**Куверт** (від фр. *couvert*, покритий) - сервіровка столу столовим приладдям у ресторани, кафе на одну персону. Найчастіше використовується як облікова одиниця при плануванні роботи підприємства та оцінюванні результатів його діяльності. (Лучанська Ю. Г.)

**Культура** (лат. *culture* - «обробіток», «обробляти») — притаманна однорідній групі людей сукупність цінностей, ідей і ставлень, що передається з покоління в покоління. (Тесленко Т.В.).

**Курорт** (англ. *resort* ) - це освоєна природна територія на землях оздоровчого призначення, що має природні лікувальні ресурси, необхідні для їх експлуатації будівлі та споруди з об'єктами інфраструктури, використовується з метою лікування, медичної реабілітації, профілактики захворювань та для рекреації і підлягає особливій охороні. (Гакова М.В.)

**Курортна інфраструктура** (англ. *resort infrastructure* ) – це:

1) система матеріальних об'єктів і видів діяльності з надання курортних послуг населенню, що сприяють зміцненню здоров'я;

2) підсистема соціальної інфраструктури й має свою підсистему допоміжних господарств (комунікації, дороги, транспорт й ін.). Складові: лікувально-профілактичні, культурно-побутові й розважальні установи, спортивні площадки, спеціально навчений медичний і обслуговуючий персонал тощо. **(Гакова М.В.)**.

**Курортна справа (англ. resort business)** – це сукупність усіх видів науково-практичної діяльності з організації й профілактики захворювань, лікування й реабілітації хворих на основі використання природних лікувальних ресурсів, вивчення їх властивостей і механізмів дії, комплекс заходів з організації, будівництва, управління курортами, забезпеченню лікування та культурно-побутового обслуговування громадян, експлуатації й охороні природних лікувальних ресурсів і санітарній охороні курортів. **(Гакова М.В.)**.

**Курортна справа. Завдання. (англ. resort business. Task.)**. Основними завданнями курортної справи є:

- розробка наукових основ організації курортної справи, питань управління й економічного регулювання цієї діяльності;
- розробка методів і технологій санаторно-курортного лікування й оздоровлення;
- пошук курортних ресурсів;
- вивчення потреби населення в санаторно-курортному оздоровленні й лікуванні, зокрема рекреаційних потреб;
- розробка правових аспектів курортної діяльності, ліцензування, стандартизації й сертифікації курортних послуг;
- експлуатація курортних об'єктів (здравниць, курортної інфраструктури);
- удосконалювання технологій і підвищення якості курортного обслуговування, зокрема розміщення, харчування, анімаційно-дозвілдової діяльності;
- розробка наукових основ і нормативів санаторно-курортної інфраструктури, благоустрою, зокрема санітарної охорони курортів. **(Гакова М.В.)**.

**Курортна справа. Принципи державної політики (англ. resort business. Principles of state policy)** . Принципи державної політики у сфері курортної справи наступні:

- законодавче визначення умов і порядку організації діяльності курортів;
- забезпечення доступності санаторно-курортного лікування для всіх громадян, насамперед для інвалідів, ветеранів війни та праці, учасників бойових дій, громадян, які постраждали внаслідок аварії на Чорнобильській АЕС, дітей, жінок репродуктивного віку, які страждають на гінекологічні захворювання, хворих на туберкульоз та хворих із травмами і захворюваннями спинного мозку та хребта;
- урахування попиту населення на конкретні види санаторно-курортних послуг під час розроблення та затвердження загальнодержавних і місцевих програм розвитку курортів;
- економне та раціональне використання природних лікувальних ресурсів і забезпечення їх належної охорони;
- сприяння перетворенню санаторно-курортного комплексу України у високорентабельну та конкурентоспроможну галузь економіки. **(Гакова М.В.)**.

**Курортне господарство (англ. resort management)** – це комплекс лікувально-профілактичних установ (санаторіїв, лікувальних пансіонатів, курортних поліклінік, пляжів, галерей мінеральних вод, водолікарень, радонолікарень, грязелікарень, соляріїв, аераріїв, басейнів й аксонометричних, тематичних і природних парків й ін.), основна функція якого полягає в обслуговуванні людей з метою лікування й відпочинку. **(Гакова М.В.)**.

**Ланцюг постачань (supply chain)** – це послідовність компаній, які докладають зусиль, необхідних для вироблення і постачання продукту чи послуги споживачам або промисловим користувачам. *(Сазонець О.М.)*.

**Леверіджиз (англ. leveriges)** – новий вид міжнародного лізингу, відповідно до умов якого орендар та лізингова фірма створюють довірчу компанію, яка купує обладнання у продуцента і надає його в довгострокову оренду споживачеві. Останній може скористатися податковими та амортизаційними пільгами для скорочення витрат оренди. *(Сазонець О.М.)*.

**Лейбл (англ. label)** - жаргонне позначення етикетки на товарі, торгової марки або фірмового знака. *(Сазонець О.М.)*.

**Лізинг (англ. leasing)** — особливий вид оренди рухомого і нерухомого майна виробничого призначення на підставі відповідного договору між орендодавцем (лессор) і орендарем (лізер). Об'єктами лізингу найчастіше є машини, обладнання, транспортні засоби, споруди виробничого призначення. При лізингу орендодавець зобов'язується надати на певний строк рухоме і нерухоме майно за узгоджену орендну плату разом з ризиком, пов'язаним з правом володіння. Розрізняють фінансовий і оперативний вид Л. При фінансовому Л. після закінчення строку договору і виплати відповідних платежів лізингоодержувач має право викупити обладнання за заздалегідь обумовленою його вартістю. Цей вид Л. можна розглядати як особливий вид кредиту. При оперативному Л, орендні платежі не йдуть у залік майбутньої покупки. *(Сазонець О.М.)*.

**Лізинговий кредит (англ. leasing credit)** — це надання господарюючими суб'єктами один одному матеріальних цінностей на умовах аренди. *(Сазонець О.М.)*.

**Ліквідність ринку (англ. market liquidity)** – одна з основних характеристик ринку, що відбиває еластичний стан попиту та пропозиції, тобто постійна наявність на ньому платоспроможних покупців і продавців конкурентоздатних товарів, що дають можливість задовольнити суспільні потреби. *(Сазонець О.М.)*.

**Лікувально - оздоровчий комплекс (англ. medical - health resort complex)** - один з різновидів оздоровчих засобів розміщення, надає послуги харчування, розміщення, оздоровлення і лікування. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні. Що стосується оздоровлення, то такі установи на рівні із загально – профілактичними оздоровчими заходами займаються лікуванням професійних захворювань. Складається з будов різної місткості: багатоповерхові корпуси, будиночки, бунгало. *(Гакова М.В.)*.

**Лікування (англ. treatment)**. Терапія (синонім: лікування) — процес, бажаною (але не завжди досяжною) метою якого є полегшення, зняття чи усунення симптомів (компенсація, купірування) і проявів того чи іншого захворювання, патологічного стану чи іншого порушення життєдіяльності, нормалізація порушених процесів життєдіяльності та одужання, відновлення здоров'я (санація). *(Гакова М.В.)*.

**Лінійні посади (англ. line positions)** – посади, на яких працівники беруть участь у здійсненні основного виду діяльності компанії, підзвітні працівникам вищої ланки і відповідальні за дії працівників нижчої ланки тієї самої ієрархічної лінії організаційної структури. *(Сазонець О.М.)*.

**Ліцензійна торгівля** (від лат. *licentia* - право, дозвіл) - торгівля технологіями, наукою, патентами та ліцензіями на винаходи, при якій власник (продавець) передає покупцеві право на використання патенту, торгової марки і т.п. на певний строк за обумовлену винагороду. (Сазонець О.М.).

**Ліцензія** (лат. *licentia* — свобода, право) - 1) дозвіл, виданий органами державної влади, на право здійснення будь-якої діяльності, право користування будь-чим; 2) надання права здійснювати і використовувати чийсь винаходи, на які видано патент. (Сазонець О.М.).

**Ліцензування** (англ. *licensing*) Контрактна угода, відповідно до якої одна компанія дозволяє іншій використовувати торговельну марку, патент, промисловий секрет чи іншу свою власність в обмін на відсоток від прибутку або фіксовану суму. (Сазонець О.М.).

**Ліцензування господарської діяльності** (англ. *Licensing of the business activities*) — засіб державного регулювання у сфері ~ господарювання, спрямований на забезпечення в ній єдиної державної політики та захист економічних і соціальних інтересів держави, суспільства та окремих споживачів. Правові засади ліцензування певних видів господарської діяльності та квотування визначаються конституційним правом кожної людини на здійснення підприємницької діяльності, не забороненої законом, а також принципів господарювання. Ліцензія — документ державного зразка, який засвідчує право суб'єкта господарювання — ліцензіата на здійснення зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного терміну за умови виконання ліцензійних умов. Відносини, пов'язані з ліцензуванням певних видів господарської діяльності, регулюються законом. У сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а також з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), з обміном готівкових валютних цінностей (у т. ч. операції з готівковими платіжними коштами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом, може здійснюватися патентування підприємницької діяльності, суб'єктів господарювання. **Торговий патент** — державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого терміну. Спеціальний торговий патент — державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання на особливий порядок оподаткування відповідно до закону Порядок патентування певних видів підприємницької діяльності встановлюється законом. У необхідних випадках держава застосовує квотування, встановлюючи граничний обсяг (квоти) виробництва чи обігу певних товарів і послуг. Порядок квотування виробництва та (або) обігу (у т. ч. експорт та імпорт), а також розподілу квот встановлюється Кабінетом Міністрів України відповідно до закону. (Сазонець О.М.).

**Логіст** (англ. *logist*) — працівник компанії, який відповідає за всю логістику компанії, чи її частину. Логістами є працівники транспортного, складського підрозділів компанії, відділів планування запасів, закупівлі, збутової логістики (дистрибуції). Логіст організовує доставку товару та його складування, розробляє вигідну схему поставок, аналізує ринок транспортних послуг, проводить розрахунки, шукає надійних партнерів, координує дії, готує документи. (Сазонець О.М.).

**Логістизація процесу митної переробки вантажів** (англ. *logisticization of the process of mitigation of vantages*) має основою аналіз митно-логістичних потоків, тобто інтегрованих логістичних (товарно-інформаційно-фінансових) потоків, пов'язаних з перетином митного кордону України зовнішньоторговельними потоками та справлянням відповідних митних зборів та платежів. (Сазонець О.М.).

**Логістика** (англ. *logistics*) — галузь економічної науки про оптимальне управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в складних економічних адаптивних системах із синергічними зв'язками. Поняття "Л." увійшло в економічну термінологію із середини 50-х років. Спершу Л. розглядали як частину вчення про організацію та економіку виробництва, що охоплює заготівельну, виробничу та дистрибуційну Л. Подальший розвиток теорії Л. збагатив її такими категоріями, як фізичний розподіл, фізичне постачання, бізнес-Л., маркетинг-Л., промислова Л., логістичний менеджмент, менеджмент матеріалів, управління ланцюгом поставок. Перші логістичні рішення стосувалися окремих функціональних сфер, що зумовило запровадження таких термінів, як заготівельна Л., транспортна Л., торговельна Л., Л. збуту, Л. перероблення відходів, виробнича Л. та ін. З 90-х років терміном "Л." позначають новий напрям у людській діяльності — теорію та практику управління матеріальним і відповідним інформаційним потоком, тобто комплекс питань, пов'язаних із процесами руху сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, напівфабрикатів, запасних частин, готової продукції, їх доставки від постачальника до заводу-виробника і від заводу-виробника до кінцевого споживача відповідно до його вимог та інтересів. Л. — це отримання потрібних товарів або послуг у потрібному місці, в потрібний час та одержання підприємством оптимального доходу, тобто механізм досягнення компромісу (узгодження інтересів) між виробником і споживачем, виконанням зобов'язань і необхідними для цього витратами. Сучасний підхід полягає в тому, що Л. є концепцією планування, управління, організації, контролю фізичного обігу товарів і його інформаційних передумов, яка потребує системного підходу. (Сазонець О.М.).

**Логістика закупівель (постачання)** (англ. *logistics procurement (ongoing)*) являє собою процес переміщення сировини, комплектуючих матеріалів і запасних частин з ринку закупівель до складів підприємства. (Сазонець О.М.).

**Логістика міжнародного туризму** (англ. *logistics of international tourism*) – це новітній науково-практичний напрямок, що досліджує та регулює потокові явища в міжнародній туристичній сфері, зокрема туристопотоки. (Сазонець О.М.).

**Логістична організація процесу митної переробки вантажів** (англ. *logistic organization of the process of mitnoy recycling of vantages*) об'єднує процеси реалізації митних режимів, пов'язаних з фізичним переміщенням зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. (Сазонець О.М.).

**Логістика виробництва** (англ. *logistic virobnitstva*) розглядається як на промисловому підприємстві, так і на великих складах. Вона охоплює планування, управління, супровід і контроль всіх внутрішньовиробничих матеріальних потоків і належних їм потоків інформації. Складові матеріального потоку – напівфабрикати і запасні частини (виробниче підприємство) або товари (сфера товарного обігу). Логістика виробництва регулює постачання виробничого обладнання, забезпечує «передачу» між підрозділами (внутрішньовиробничий транспорт і проміжне зберігання об'єктів незавершеного виробництва). Наприклад, розташування виробничого обладнання в цеху планується таким чином, щоб шляхи руху сировини і напівфабрикатів були коротші. (Сазонець О.М.).

**Логістична інформаційна система** (англ. *logistic information system*) – система, яку утворюють інформаційні потоки, що циркулюють усередині і між елементами логістичної системи, між логістичною системою і зовнішнім середовищем. (Сазонець О.М.).

**Логістична координація** (англ. *logistic coordination*) – це узгодження діяльності ланок логістичної системи, що беруть участь в просуванні матеріального, інформаційного і фінансового потоків. (Сазонець О.М.).

**Логістична місія** (англ. *logistic message*) – це узагальнена заява про цілі управління ланцюгами поставок. Чітко окреслена місія підприємства дозволяє визначати загальний напрямок та пріоритети його логістичної діяльності та на цій основі розробляти логістичну стратегію. (Сазонець О.М.).

**Логістична операція** (англ. *logistic operation*) – це сукупність дій, пов'язаних із виникненням, перетворенням чи поглинанням матеріального і супутніх йому інформаційного, фінансового, сервісного потоків. (Сазонець О.М.).

**Логістична система** (англ. *logistic system*) — цільова інтеграція логістичних елементів у межах певної економічної системи з метою оптимізації процесів трансформації матеріального потоку; адаптивна система зі зворотним зв'язком, яка виконує певні логістичні функції. Складається з кількох підсистем і має розвинуті зв'язки з навколишнім середовищем.

Логістична система – адаптивна система із зворотним зв'язком, що виконує ті чи інші логістичні функції та операції, складається, переважно, з декількох підсистем і має досить розвинуті зв'язки із зовнішнім середовищем. Як логістичну систему можна розглядати промислове підприємство, територіально-виробничий комплекс, торговельне підприємство тощо. (Сазонець О.М.).

**Логістична система ланка** (англ. *logistic system noun*) – система, в якій доведення матеріального потоку до споживача може здійснюватися як за прямими зв'язками, так і за участю посередників. (Сазонець О.М.).

**Логістична система ешелонувана, або багаторівнева** (англ. *the logistic system is echelonovana, bagatorivneva*) – логістична система, в якій матеріальний потік на шляху від виробника до споживача проходить через посередників (дилерів, дистриб'юторів та інших). (Сазонець О.М.).

**Логістична стратегія** (англ. *logistic strategy*) – це довгостроковий план дій, що розпочинається з визначення цілей та стратегій обслуговування споживачів, рішення у якому приймаються ієрархічно й в ітеративному режимі (від стратегічних до структурних) та включає інтегрування восьми ключових елементів (обслуговування споживачів, проектування ланцюгів поставок, стратегії формування мережі, проектування складу і його операцій, управління транспортуванням, матеріальний менеджмент, інформаційні технології, управління організацією та змінами). Призначенням логістичної стратегії є підтримання загальної стратегії підприємства з метою оптимізації ресурсів підприємства при управлінні потоками. (Сазонець О.М.).

**Логістична функція** (англ. *logistic function*) – це сукупність логістичних операцій, спрямованих на реалізацію поставлених перед логістичною системою і її ланками задач. (Сазонець О.М.).

**Логістичне макросередовище** (англ. *logistic macrorevenge*) – це зовнішнє середовище опосередкованого впливу (чинники впливу: політичні, економічні, правові, технологічні, соціально-культурні, географічні та екологічні). (Сазонець О.М.).

**Логістичний аудит** (англ. *logistic audit*) – це аудит, що проводиться незалежною стороною, неупереджена оцінка всього ланцюга поставок компанії. (Сазонець О.М.).

**Логістичний канал** (англ. *logistic channel*) – це частково впорядкована множина різних посередників, які здійснюють доведення матеріального потоку від конкретного виробника до його споживачів. (Сазонець О.М.).

**Логістичний ланцюг** (англ. *logistic lanceug*) – це лінійно впорядкована множина учасників логістичного процесу, які здійснюють логістичні операції з доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої. (Сазонець О.М.).

**Логістичний менеджмент** (англ. *logistic management*)– це частина процесу у ланцюзі поставок, протягом якого планується, реалізується і контролюється ефективний і виробничий потік товарів, їх запаси, сервіс та інформація, що пов'язана з ними, від джерела зародження до точки споживання з метою задоволення потреб споживача. (Сазонець О.М.).

**Логістичний потенціал міжнародного туризму** (англ. *logistic potential of international tourism*) – це максимально допустиме туристичне навантаження (тобто туристопотоки) на рекреаційно-туристичні ресурси країни або регіону, що не порушить сталість їхнього туристичного господарства та забезпечить можливість відтворення ресурсної бази туристичної дестинації. (Сазонець О.М.).

**Логістичний провайдер** (англ. *to provide -забезпечувати, надавати доступ*) — компанії, що виконують частину або весь комплекс логістичних завдань, який зазвичай виробники, постачальники і дистриб'ютори здійснюють самостійно. (Сазонець О.М.).

**Логістичні системи просторово-територіальних рівнів** (англ. *logistic systems and spacious territorial equipments*) – це логістичні системи мікрорівня (підприємство, фірма), мезорівня (область), макрорівня (країна), мегарівня (інтеграційне об'єднання кількох країн, регіон світу), метарівня (світ). (Сазонець О.М.).

**Локо** (англ. *locko*) – 1. ціна товару, визначена за місцем його перебування (без урахування доставки). 2. операція з іноземною валютою або цінними паперами, коли розраховуються готівкою на тій самій біржі, де її здійснюють. (Сазонець О.М.).

**Лот** (від англ. *lot — частка*) — 1) Стандартна за кількістю і якістю партія товару, яка продається на аукціоні; один контракт на біржі, будь-яка партія товару, яка пропонується на продаж як єдине ціле; 2) одиниця виміру партій товарів і біржових угод. Приміром, повний Л, дорівнює 100 одиницям контрактів або договорів. (Сазонець О.М.).

**Лотель** (англ. *lotel*) – засіб розміщення, призначений для туристів, що займаються кінним спортом. Має умови для утримування коней. (Гакова М.В.)

**Лояльність покупця** (фр. *loyal - вірний*) - прихильність покупця до певної компанії, торговій марці. (Сазонець О.М.).

**Людина з особливими потребами** (англ. *a person with special needs*) - це людина з особливостями (порушеннями) психо- фізичного розвитку, зумовлені вродженими чи набутими розладами, яка має відхилення від нормального фізичного чи психічного розвитку, яка потребує додаткової постійної чи тимчасової підтримки. (Тесленко Т.В.)

## М

**Магазин безмитної торгівлі (англ. shop of unlimited trade)** – це митний режим, відповідно до якого товари, а також супутні товарам роботи, не призначені для споживання на митній території України, знаходяться та реалізуються під митним контролем у пунктах пропуску на митному кордоні України, відкритих для міжнародного сполучення, інших зонах митного контролю, визначених митними органами України, без справляння мита, податків, установлених на експорт та імпорт таких товарів, та без застосування заходів нетарифного регулювання. *(Сазонець О.М.)*.

**Макрологістика (англ. macrology)** – це наука, що вирішує питання, пов'язані з аналізом ринку постачальників і споживачів, з виробленням загальної концепції розподілу, з розміщенням складів, з вибором виду транспорту і транспортних засобів, з організацією транспортного процесу, раціональних напрямків матеріальних потоків, пунктів постачання сировини, матеріалів і напівфабрикатів, з вибором транзитної чи складської схеми доставки товарів. *(Сазонець О.М.)*.

**Макрологістична система (англ. macrological system)** – це велика система, що охоплює підприємства і організації промисловості, посередницькі, торгові і транспортні організації різних відомств. Їх зв'язки будуються на базі товарно-грошових відносин. При формуванні макрологістичної системи, що охоплює різні країни, необхідно долати труднощі, пов'язані з правовими та економічними особливостями. *(Сазонець О.М.)*.

**Макромаркетингове середовище (англ. macromarketing environment)** – сукупність чинників, які здійснюють зовнішній непрямий вплив на діяльність компанії, зокрема й маркетингову, але нею безпосередньо не контролюються. *(Сазонець О.М.)*.

**Максимальний бажаний запас (англ. maximum bazaniy stock)** визначає економічно доцільний рівень запасу у даній системі управління запасами. Максимальний бажаний запас використовується як орієнтир при розрахунку обсягу замовлення. *(Сазонець О.М.)*.

**Маніфест (англ. manifesto)** - список членів команди та пасажирів морського пасажирського судна з вказаними паспортними даними. *(Сазонець О.М.)*.

**Маржинальний аналіз (англ. marginal analysis)** – зіставлення маржинальних витрат (додаткових витрат на певні маркетингові дії) і маржинальних доходів (доходів, отриманих внаслідок цих дій). *(Сазонець О.М.)*.

**Маржинальний дохід (англ. marginal revenue)** Зміна у валовому доході, отримана від продажу однієї додаткової одиниці продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Маржинальні витрати (англ. marginal cost)** Зміна у валових витратах, отримана внаслідок виробництва і реалізації однієї додаткової одиниці продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Марка (англ. brand)** - знак, символ, назва, малюнок або їх комбінація, що ідентифікують товар по відношенню до продавця або виробника і диференціюють його від товару конкурентів. М. може включати в себе марочне ім'я, марочний знак і товарний знак. *(Сазонець О.М.)*.

**Марка торгова (англ. Trademark)** – ім'я, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів або послуг одного чи групи продавців,

диференціації цих товарів від товарів і послуг конкурентів. Як правило, товари з М. т. не лише мають підвищену цінність для споживача, а й збільшують ступінь відповідальності виробника. *(Сазонець О.М.)*.

**Маркетинг** (англ. *marketing*) — це діяльність, спрямована на створення попиту та досягнення цілей підприємства через максимальне задоволення потреб споживачів. *(Сазонець О.М.)*.

**Маркетинг недиференційований** (англ. *Undifferentiated marketing*) — один із варіантів охоплення ринку за його сегментації. М. н. застосовує організація, яка ігнорує відмінності ринкових сегментів і підходить до всього ринку як до єдиного цілого. Вона не використовує сегментний аналіз і концентрує свою діяльність не на відмінностях покупців, а на їх загальних характеристиках. Перевагами такого стратегічного підходу є обслуговування масового ринку, масштабне виробництво і масштабний продаж, що дають економію не тільки виробничих, а й маркетингових витрат на дослідження, рекламу тощо. Історично М. н. підприємства пов'язаний з епохою масового (конвеєрного) виробництва (перша половина ХХ ст.), але й у сучасних умовах глобалізації світової економіки поширений у формі стратегій стандартизації або інтернаціоналізації, що дають колосальну конкурентну перевагу завдяки мінімізації витрат. Хоча епоха М. н. значною мірою вже стала історією, процес інтернаціоналізації товарів усе ж має певну інерцію. Тому М. н. компаніями використовується за наявності певних особливостей їх маркетингового зовнішнього середовища. *(Сазонець О.М.)*.

**Маркетинг персоналу** (англ. *Marketing staff*) — вид управлінської діяльності, спрямованої на визначення і задоволення потреби в персоналі. М. п. організації є прерогативою управління людськими ресурсами на тактичному рівні. Західноєвропейські компанії використовують методи маркетингу в управлінні персоналом із 70-х років. Останнім часом у роботі з персоналом став переважати підприємницько-ринковий підхід, за якого праця, її умови і робочі місця розглядаються як продукти маркетингу. *(Сазонець О.М.)*.

**Маркетинг пробний** (англ. *test marketing*) - пропозиція товару на відібрані компаніїю ринки протягом певного періоду для отримання необхідної торговельної інформації; здійснюється у межах всебічного плану маркетингу з метою забезпечення виходу на загальнонаціональний ринок. М. п. є одним з етапів розроблення нових товарів, що передують їх комерційній реалізації; здійснюється для того, щоб оцінити продукцію і заздалегідь перевірити реакцію споживачів на неї у реальних умовах продажу. В результаті "експериментального продажу", де вивчаються питання місця та тривалості конкурентних умов, ціни, реакції споживачів, маркетингова служба розробляє пропозиції щодо комерціалізації нового продукту. Особливо важливим у М. п. є ретельне формування умов продажу новинки. М. п. є витратним заходом за повної невизначеності його результатів, а тому й не має в компаніях багато прихильників. Він надає споживачам реальну можливість купити новинку і є "генеральною репетицією" перед виходом на ринок. Зміст її полягає у тому, щоб з'ясувати, чи купив би споживач певний товар за наявності його на ринку. На підставі результатів М. п. коригуються маркетингова стратегія і маркетинговий комплекс щодо певного товару. *(Сазонець О.М.)*.

**Маркетинг стратегічний** (англ. *Strategic marketing*) — постійний та систематичний аналіз потреб ринку, який виводить підприємство на розроблення призначених для конкретних груп споживачів ефективних товарів, що мають характерні властивості, які відрізняють їх від товарів-конкурентів і таким чином створюють виробнику стійку конкурентну перевагу. Роль М. с. полягає у спрямуванні фірми на привабливі економічні

можливості, які адаптовані до її ресурсів та ноу-хау, що забезпечують потенціал для економічного росту та рентабельності. Маркетинговий стратегічний підхід до розвитку підприємства, як свідчить світовий досвід, забезпечує високу ефективність в умовах нестабільності економічних, соціальних і політичних процесів, властивих бізнес-середовищу України. М. с. передбачає постійний аналіз потреб споживачів, сегментування ринку та вибір базового ринку, розроблення маркетингової стратегії. **(Сазонець О.М.)**.

**Маркетингові дослідження (англ. Marketing research)** — систематичне визначення кола даних, необхідних у зв'язку із ситуацією, що склалася на фірмі, їх збирання, аналіз і звіт про результати. Система М. д. передбачає наявність певних етапів: виявлення проблем і формулювання цілей дослідження; добір джерел інформації; збирання інформації; аналіз зібраної інформації; усвідомлення результатів дослідження. Система аналізу інформації полягає в обробленні зібраної інформації, що дає змогу зробити висновки щодо досліджуваної проблеми і намітити основні напрями дії з її вирішення. У системі аналізу маркетингової інформації вирізняють статистичний банк даних, що містить пакет основних статистичних методів і технічних прийомів оброблення інформації, та банк моделей. Великі моделі можуть залучати висококваліфікованих дослідників, оскільки в їхніх власних інтересах одержувати інформацію, яка забезпечує прийняття правильних рішень. Фірми повинні добре знати технологію здійснення М.д. Найважливіше місце в М.д. посідає процес визначення ринку, що обслуговується. Після добору і визначення ринку, де фірма має намір діяти. Розробляють ринково-виробничі характеристики. За даними, отриманими внаслідок аналізу ринкових виробничих характеристик, оцінюється відносна привабливість кожного з ринків, де діє фірма. **(Сазонець О.М.)**.

**Маркування (від нім. Markieren, від фр. Marquer, англ. Marking - відзначати, ставити знак)** - написи, що наносяться на товар або його упаковку, що містять відомості про товар. **(Сазонець О.М.)**.

**Маршрут руху (англ. traffic route)** – шлях прямування автомобіля при виконанні перевезень. **(Сазонець О.М.)**.

**Масове виробництво (англ. Repetition work)** — машинне або автоматизоване виробництво, що характеризується випуском впродовж тривалого часу однойменної продукції у великих кількостях. У розвинутих країнах світу М. в. значною мірою базується на технологічному способі виробництва, в основі якого — автоматизована праця, що передбачає використання спеціалізованого устаткування, інструментів, високоякісної сировини та ін. Характерною особливістю М. в. в умовах розгортання НТП є зростаюче використання верстатів з числовим програмним управлінням, промислових роботів. Працю людини за автоматизованого М. в. все більше замінюють машини. Водночас М. в. може супроводжуватися суперечливими тенденціями структурного підрозділу, розуміння загальних цілей та вміння роботи в єдиній команді. При застосуванні таких структур одним з основних чинників, що забезпечує ефективну роботу, є психологічна сумісність та відповідний мікроклімат структурного підрозділу. Успіх її залежить від здатності менеджерів з продукту або території та функціональних менеджерів до взаємодії. Масове виробництво характеризується безперервним процесом виготовлення великої кількості товарів вузького номенклатурного ряду. На підприємствах масового виробництва забезпечується високий рівень спеціалізації робочих місць. **(Сазонець О.М.)**.

**Матеріальний потік (англ. material flow)** – це продукція (у вигляді вантажів, деталей, товарно-матеріальних цінностей), розглянута в процесі різних логістичних (транспортування, складування й ін.) і/чи технологічних (механічна обробка, збирання й ін.) операцій, і віднесена до визначеного тимчасового інтервалу. **(Сазонець О.М.)**.

**Маятниковий маршрут (англ. *pendulum route*)** – це шлях прямування автомобіля між двома вантажопунктами, що неодноразово повторюється. (Сазонець О.М.).

**Медіабайнг (англ. *media Buying*)** - це оптова закупівля рекламним агентством великої кількості рекламних площ в ЗМІ та Інтернеті, а також ефірного часу на радіостанціях і телеканалах. (Тесленко Т.В.).

**Межа малозабезпеченості (англ. *underprovision line*)** - величина сукупного доходу на душу населення, який забезпечує непрацездатному громадянину споживання товарів та послуг на мінімальному рівні, встановленому законодавством. (Сазонець О.М.).

**Менеджмент інноваційний (англ. *innovation management*)** – система управління інноваційною діяльністю. Основні функції системи: планування, організація, оперативне управління, контроль. Планування інновацій передбачає: постановку інноваційних цілей, або визначення тематичної спрямованості інноваційної діяльності; пошук стратегій або шляхів досягнення цілей (перебудова оргструктури компанії з урахуванням інноваційної тематики, інноваційних проєктів і програм; формування нового мотиваційного механізму, що забезпечує творчий ентузіазм персоналу та ін.); визначення потреб у ресурсах. Організація інноваційного процесу: 1) створення необхідних умов ( фінансових, матеріальних, інформаційних, кадрових); найважливішими умовами є: необхідний рівень фінансового забезпечення, добір персоналу і формування проєктних команд, пошук керівників інноваційних проєктів; 2) розроблення графіків що охоплюють і узгоджують всі стадії та фази інноваційного циклу; 3) постановка завдань перед підрозділами і співробітниками. Оперативне управління означає прийняття рішень з конкретних поточних проблем інноваційної діяльності. Контроль охоплює: зіставлення досягнутих інноваційних результатів з плановими; здійснення ринкових досліджень щодо комерціалізації інноваційних результатів; збирання інформації про інноваційну діяльність конкурентів; внесення коректив в інноваційні плани і загальну стратегію компанії. (Сазонець О.М.).

**Менеджмент кадровий (англ. *personnel management*)** — мобілізація співробітників на досягнення мети організації за рахунок ефективного добору, підготовки, розподілу, адаптації та раціонального використання персоналу. (Сазонець О.М.).

**Менеджмент маркетинговий (англ. *marketing management*)** — управління комерційними системами у виробничій і невиробничій сферах. У країнах з високорозвинутою ринковою економікою орієнтується на виявлення, аналіз і визначення потреб, запитів і переваг споживачів, тобто нерозривно пов'язаний з маркетингом. В умовах сучасного етапу перехідної економіки України вимоги і завдання маркетингу реалізуються тільки частково. Для переважної більшості комерційних систем України менеджмент все ще орієнтований на ринок виробника, а не споживача. У цих умовах правомірно користуватися термінами "менеджмент виробничий", "менеджмент товарний". Найважливішим принципом маркетингового підходу до управління фірмою є цільова орієнтація всіх елементів виробничої системи, а також виробничої та соціальної інфраструктури, яка обслуговує цю систему, на вирішення проблем, що виникають у потенційного споживача товарів і послуг, які виводяться фірмою на ринок. Менеджмент фірми є складною системою. Структура його як системи управлінських відносин зумовлена такими основними функціями: підготовки управлінського рішення; ухвалення управлінського рішення; організації виконання; обліку і аналізу діяльності банків; контролю і нагляду за реалізацією управлінських рішень; оперативного регулювання процесу виконання управлінських рішень. У процесі управління цей цикл систематично повторюється стосовно як фірми в цілому, так і її окремих підсистем і товарів. (Сазонець О.М.).

**Менеджмент мотиваційний** (англ. *motivational management*) — 1) управління мотивацією персоналу організації; 2) функція керівництва, завдання якої — створити у підлеглих стимули до праці з повною віддачею; 3) тривалий вплив на працівника з метою зміни його структури ціннісних орієнтацій та інтересів, формування відповідного мотиваційного ядра і розвитку на цій підставі трудового потенціалу. М. м. пов'язаний з процесом спонукання себе та ідей методами мозкової атаки та Дельфі (в різних модифікаціях). Нині досить широко застосовуються такі методи, як сітьове планування, кореляційний і регресійний аналізи, побудова "дерева цілей", теорія ймовірностей та ін. Кількісні М. п. р. передбачають використання сучасної обчислювальної техніки. В економічному зростанні країн Західної Європи, Японії та США провідну роль відіграє вдосконалення методів прийняття рішень. (Сазонець О.М.).

**Меню** (від лат. *menu*) - асортиментний мінімум, перелік закусок, страв, напоїв, кондитерських виробів (з зазначенням вартості і виходу), розташованих у певній послідовності та пропонуваніх відвідувачам ресторану протягом усього робочого дня. (Лучанська Ю. Г.).

**Меню «а ля карт»** (від фр. *à la carte* — відповідно до меню) - форма обслуговування відвідувачів ресторану, коли відвідувач обирає страву із запропонованого йому меню за своїм смаком та бажанням і сплачує її за встановленими цінами. Харчування за цим меню включається до комплексного обслуговування туристів, які користуються високими класами обслуговування. У цих випадках вартість харчування входить до вартості пакета послуг. (Лучанська Ю. Г.).

**Меню «дю жур»** ( від фр. *du jour* – дня) - перераховують чергові, тобто денні страви. (Лучанська Ю. Г.).

**Меню «Табльдот»** ( від фр. *table d'hôte* — господарський стіл) - гість вибирає по одній страві з кожної представленої в меню категорії («Закуски», «Салати», «Супи», «Гарячі страви», «Десерти» тощо). При цьому вартість замовлення єдина, фіксована і не залежить від вибору гостя. (Лучанська Ю. Г.).

**Меню «Prix Fixe»** ( від фр. *prix fixe* – фіксована ціна) - гостю пропонується конкретний набір за встановленою ціною, зазвичай без можливості вибору. (Лучанська Ю. Г.).

**Мережа «свіжої логістики»** (англ. *"fresh logistics" network*) – мережа в Голландії щодо торгівлі і розвезення як своєї сільськогосподарської продукції, так і імпортової. Зокрема, в цьому сенсі Голландія приймає на себе роль міжнародного посередника, який пов'язує виробників готової сільськогосподарської продукції в усьому світі з її європейськими споживачами, переважно у вигляді великих ланцюгів супермаркетів. Мережа «свіжої логістики» має метою подальше зміцнення цієї важливої міжнародної функції Голландії в сфері агробізнесу шляхом підвищення ефективності процесу транспортування готової продукції на підставі відокремлення відповідних інформаційних потоків від потоків товарів. (Сазонець О.М.).

**Механізм оглядів торговельної політики СОТ** (англ. *WTO trade policy review mechanism*) – визначає умови і загальні параметри оглядів торговельної політики членів СОТ. (Сазонець О.М.).

**Митна вартість товару, що переміщується через кордон (англ. *customs value of goods moving across the border*)**, визначається його ціною в роздрібній торгівлі. (Сазонець О.М.).

**Митна логістика (англ. *customs logistics*)** своїм об'єктно-предметним полем має зовнішнь-торговельні потоки під час їхнього перетину митного кордону країни та їх митну обробку. (Сазонець О.М.).

**Митний брокер (англ. *customs broker*)** – це підприємство, що здійснює декларування товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон України, і має ліцензію на право здійснення митної брокерської діяльності, видану спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи. Митний брокер – це суб'єкт, що виконує такі функції: сприяє переміщенню товару через митницю; забезпечує необхідними документами, які мають супроводжувати міжнародні перевезення. (Сазонець О.М.).

**Митний перевізник (англ. *customs carrier*)** – це підприємство, яке здійснює перевезення між митними органами товарів, без застосування при цьому заходів гарантування доставки товарів до митного органу призначення, передбачених п. 1, 2 та 4 частини першої ст. 161 Митного кодексу України (надання власником товарів (уповноваженою ним особою) гарантій митним органам, охорона та супроводження товарів митними органами, перевезення на умовах конвенції МДП), і має ліцензію на право здійснення діяльності митного перевізника, видану спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади в галузі митної справи (ДМСУ). Митним перевізником може бути тільки підприємство-резидент (юридична особа, а також громадянин, який здійснює підприємницьку діяльність без створення юридичної особи). Ліцензія на право здійснення діяльності митного перевізника є дійсною на всій митній території України. (Сазонець О.М.).

**Митний склад (англ. *customs warehouse*)** – це митний режим, відповідно до якого ввезені із-за меж митної території України товари зберігаються під митним контролем без справляння податків і зборів та без застосування до них заходів нетарифного регулювання та інших обмежень у період зберігання, а товари, що вивозяться за межі митної території України, зберігаються під митним контролем після митного оформлення митними органами до фактичного їх вивезення за межі митної території України. (Сазонець О.М.).

**Митні режими (англ. *customs regimes*)** – це комплекс митних операцій, пов'язаний з процесом фізичного переміщення зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. Митний режим – це сукупність положень, які визначають статус товарів і транспортних засобів, переміщуваних через митний кордон для митних цілей. (Сазонець О.М.).

**Методи нетарифного регулювання (англ. *nontariff regulation methods*)** - регламентація митних процедур, оподаткування експорту та імпорту, митні збори тощо. (Сазонець О.М.).

**Методи прогнозованої екстраполяції (англ. *prognostic extrapolation methods*)** - вивчення попереднього розвитку об'єкта прогнозування і перенесення минулих та сучасних закономірностей цього розвитку на майбутнє. (Сазонець О.М.).

**Методи розв'язання конфліктів (англ. *methods of conflicts solution*)** — способи вирішення протиріч між учасниками процесу управління. Ці методи поділяються на структурні, персональні та психологічні. *Структурні методи* застосовують у разі організаційних конфліктів, які виникають через неправильний розподіл функцій, повноважень і відповідальності, погану організацію праці, неправильну систему мотивації та

стимулювання працівників. До структурних методів належать: 1. *Чіткий розподіл і роз'яснення прав та обов'язків*, повноважень і відповідальності. Метод полягає в роз'ясненні результатів, які очікуються керівництвом від кожного працівника і підрозділу (що повинно бути зроблено чи досягнуто; хто отримує і хто надає інформацію; система повноважень і відповідальності; чітке визначення порядку і правил дій). 2. *Застосування координаційних і обов'язкових механізмів*, таких, як: управлінська ієрархія, яка упорядковує інформаційні потоки, процеси прийняття рішень і взаємодія людей; принцип єдиноначальності (у кожного працівника підрозділу повинен бути тільки один безпосередній керівник), згідно з яким підлеглі, які конфліктують між собою, мають для розв'язання конфлікту звернутися до свого загального керівника; диспетчерські служби, комплексні проблемно-цільові групи, загальні наради різних відділів, наради і комісії, які забезпечують злагоджену роботу підрозділів підприємств. 3. *Постановка і доведення до персоналу організаційних комплексних цілей*. Місія, філософія, цінності діяльності організації зумовлюють зміст комплексних цілей, які є колективними понятійними і мотивуючими факторами, орієнтують всіх працівників, підрозділи на співробітництво. Таким чином забезпечується більш налагоджена робота персоналу, керівники підрозділів приймають рішення, в інтересах всієї організації. 4. *Використання інтеграційно-орієнтаційної структури санкцій, винагород, і покарань*. Людей, які роблять свій внесок у досягнення загальноорганізаційних комплексних цілей, приймають рішення і діють в інтересах всієї організації, підвищують по службі. Важливо, щоб не заохочувались підрозділи і працівники, яким байдужі інтереси й цілі організації. Скоординоване використання системи винагород і покарань допомагає людям зрозуміти, як їм слід діяти в конфліктних ситуаціях, щоб це відповідало бажанню керівництва. Справедлива винагорода позитивно впливає на поведінку людей, запобігає виникненню конфліктів. *Персональні методи*: використання владою позитивних і негативних санкцій, заохочення і покарання учасників конфлікту; зміна конфліктної ситуації мотивацією співробітників з допомогою впливу на їхні інтереси і потреби адміністративними методами; переконання учасників конфлікту, які передбачають психологічні та педагогічні заходи виховної і роз'яснювальної роботи, психологічної допомоги тощо; зміна складу учасників конфлікту і системи їхньої взаємодії шляхом переміщення людей всередині організації, звільнення чи спонукання до добровільного звільнення. *Психологічні методи*: правильна організація своєї поведінки, вміння висловлювати власну точку зору; "саморефлексія", заснована на можливості людини подивитися на свою ситуацію з позиції зовнішнього спостерігача, усвідомити себе в певній ситуації і сприйняття себе іншими людьми; керування емоціями і періодичне "очищення" від надлишку негативних почуттів, таких, як образа, гнів, страх, ненависть; вміння розпізнавати реальні джерела своїх внутрішніх конфліктів у результаті самоаналізу, за неможливості — звернення до психолога; свідоме використання психологічних захисних механізмів, які певною мірою сприяють зняттю внутрішнього напруження, допомагають подолати проблеми. Захисними механізмами є: заперечення (відхилення від сприйняття негативної інформації); витиснення (мотивоване забування, "витиснення" несприятливих думок); раціоналізація (пояснення своїх вчинків почуттям власної гідності та самоповаги, нав'язання собі думок про малозначущість проблеми, незаінтересованості в ній); відокремлення (небажання думати про можливі наслідки тих подій, в яких людина повинна брати участь); заняття йогою, медитація, аутотренінг для відновлення і мобілізації фізичних і духовних сил. (Сазонець О.М.).

*Методи управління персоналом (англ. Methods of personnel management)* — 1) економічні методи (прогнозування та планування потреби в кадрах, розрахунок балансу робочих місць та трудових ресурсів тощо); 2) організаційно-розпорядчі методи (засоби впливу на співробітників в необхідному для організації напрямі на основі використання правових норм); 3) соціально-психологічні методи. (Сазонець О.М.).

**Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД)** (англ. *Control state mechanism of foreign-economic activity*) – сукупність правових, фінансово-економічних і організаційно-управлінських форм, методів та інструментів, за допомогою яких держава стимулює, координує та регламентує діяльність суб'єктів у сфері зовнішньоекономічних зв'язків відповідно до цілей та завдань. (Сазонець О.М.).

**Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства** (англ. *Mechanism to ensure the competitiveness of enterprises*) — система послідовних дій економічних важелів, методів, у взаємозв'язку з функціонуванням основних підсистем (нормативно-правової, техніко-технологічної, соціально-трудової, організаційно-економічної, фінансово-інвестиційної), які регулюють процес вибору стратегії розвитку підприємства, забезпечують конкурентоспроможність продукції на вітчизняному і світових ринках та сприяють його фінансовій стійкості. (Сазонець О.М.).

**Милиці** (англ. *crutches*) - також костур — допоміжний засіб для ходіння, що переносить вагу тіла з ніг до його верхньої частини. Використовується особами, які не можуть спиратися на одну чи обидві ноги, внаслідок травми чи інвалідності. (Тесленко Т.В.).

**Митна декларація** (англ. *customs declaration*) – письмова або усна заява з боку туристів митникам при перетині межі, що складається зі свідчень про речі та предмети, які перевозять туристи. (Сазонець О.М.).

**Митна політика** (англ. *customs policy*) - політика встановлення державою податків на товари, майно, цінності, які перевозяться через кордон країни (митних тарифів), з метою захисту національних інтересів і наповнення державного бюджету країни. (Сазонець О.М.).

**Митниця** (англ. *customs*) - державна кетпнова, що здійснює контроль та пропуск товарів, а також особистих речей, які перевозяться через кордон, та стягнення мита. (Сазонець О.М.).

**Митні пільги** (англ. *customs privileges*) - часткове або повне звільнення від сплати мита на ввезення в країну предметів або товарів, які, зазвичай обкладаються митом; часткове або повне зняття обмежень на вивезення з країни певних предметів або товарів. (Сазонець О.М.).

**Митні тарифи** (англ. *customs tariffs*)- систематизований перелік митних зборів з товарів, що ввозяться у країну чи вивозяться з неї. (Сазонець О.М.).

**Мито** (англ. *customs duty*)- податок на товари, майно, цінності, які перевозяться через кордон країни. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна інвестиційна діяльність** (англ. *international investment activity*) – це діяльність, що пов'язана з експортом й імпортом капіталів, технологій, послуг, здійсненням разом з іншими державами проектів, створенням спільних підприємств, з інтеграційними процесами у різних сферах. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна конвенція про залізничне перевезення вантажів** (англ. *International Convention concerning the Carriage of Goods by Rail*) – конвенція, прийнята 7 лютого 1970 р / 1 січня 1975 року, підготовлена Центральним бюро міжнародних залізничних перевезень (Берн), що має дію в Європі, Північній Африці, Західній Азії. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких норм права, що стосуються коносаментів (Гаазькі правила) (англ. *International Convention for the Unification of Certain Rules of Law Concerning Bills of Lading (Hague Rules)*)** – конвенція на морському транспорті всього світу, прийнята 25 серпня 1924 г. / 2 червня 1931 р., підготовлена Міжнародним морським комітетом. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна логістика (англ. *international logistics*)** визначається як знання з організації і управління системою товарно-інформаційно-фінансових потоків міжнародної фірми. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна конкуренція (англ. *international competition*)** - є основою формування ринкових відносин. Однак формування ринкових відносин - процес складний і надзвичайно тривалий, потребуючий чіткого визначення цілей, першорядних завдань, способів і засобів проведення економічних перетворень. У специфічних умовах української економіки розвиток ринкових відносин неможливий без цілеспрямованої, твердої й послідовної політики держави.

Міжнародна конкуренція й монополія утворюють діалектичну єдність, постійно протистоять один одному на ринку і є невід'ємними елементами ринкових відносин.

У сучасній міжнародній економіці конкуренцію необхідно розглядати як найважливішу складову ринкового механізму, форму взаємодії об'єктів ринкових відносин, економічне суперництво відособлених товаровиробників за частку ринку й прибутку, а також як механізм регулювання пропорцій суспільного відтворення.

Оскільки міжнародна конкуренція припускає протистояння й змагальність суб'єктів ринку, то вона природно породжує економічні конфлікти. Те, який характер здобувають ці конфлікти, – конструктивний або деструктивний - у вирішальному ступені залежить від співвідношення негативних і позитивних моментів. (Сазонець О.М.).

**Міжнародна торгівля (англ. *international trade*)** - є формою зв'язку між товаровиробниками різних країн, виникаючою на основі міжнародного розподілу праці, і виражає їх взаємну економічну залежність. Під терміном «міжнародна торгівля» розуміється торгівля якої-небудь країни з іншими країнами, що складається з оплачуваного ввезення (імпорту) і оплачуваного вивозу (експорту товарів). (Сазонець О.М.).

**Міжнародний бізнес (англ. *International Business*)** — сукупність ділових операцій, пов'язаних з перетинанням національних кордонів і рухом товарів, послуг, капіталів, працівників; трансфером технологій, інформації, даних. Міжнародний бізнес передбачає здійснення міжкраїнових ділових операцій, що потребує обов'язкового врахування в процесі менеджменту особливостей політико-правового, економічного, ділового, технологічного та соціально-культурного середовища двох або більше країн. Ключовою специфічною ознакою міжнародного бізнесу є отримання залученими у бізнес сторонами більше переваг, ніж вони б мали, якщо б обмежувалися діяльністю в межах своєї країни. Додаткові переваги при здійсненні міжнародних ділових операцій випливають із місткості та ресурсних особливостей зарубіжних ринків, а також специфіки міжнародного середовища та міждержавних політичних і економічних взаємовідносин. (Сазонець О.М.).

**Міжнародне залізничне сполучення (англ. *International railway connection*)** – перевезення пасажирів, вантажів, багажу, вантажобагажу між Україною та іноземними державами. (Тесленко Т.В.).

**Міжнародний маркетинговий комплекс (*international marketing mix*)** — це система інструментів, методів, прийомів, підходів щодо товару, ціни, просування, каналів розподілу,

використання яких має на меті формування конкурентних переваг на цільовому сегменті або певному закордонному ринку. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародний студентський квиток (англ. *International student ID*)** - документ певної форми, що підтверджує факт навчання в університеті або в іншому вищому учбовому закладі, для отримання пільг студентами при здійсненні туристичних поїздок. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародний транспортний коридор (англ. *international transport corridor*)** – це частина національної або міжнародної транспортної системи, яка забезпечує значні міжнародні вантажні та пасажирські перевезення між окремими географічними районами, включає в себе рухомий склад і стаціонарні пристрої всіх видів транспорту, що працюють на даному напрямку, а також сукупність технологічних, організаційних та правових умов здійснення цих перевезень. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародний туризм (англ. *international tourism*)** - поїздки (подорожі, походи) в зарубіжні країни з туристськими цілями терміном не менше доби і зазвичай не більш за 6 місяців. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародний фінансовий менеджмент (англ. *international financial management*)** – система управління формуванням, розподілом та використанням міжнародних грошових ресурсів. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародні валютні ресурси (англ. *international currency resources*)** – іноземні валюти та інші активи для покриття дефіциту платіжного балансу країни. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародні економічні відносини (англ. *world economic relations*)** - включають багаторівневий комплекс економічних відносин між окремими країнами, їх регіональними об'єднаннями, а також окремими підприємствами (ТНК, МНК) в системі світового господарства. Причому ці відносини найтипівіші, що часто повторюється. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародні інвестиції (англ. *international investment*)** – це інвестиції, які дають можливість отримати більш високу прибутковість вкладення капіталу в порівнянні з національним ринком інвесторів за рахунок більш високого зростання цін активів на інших національних ринках, росту курсу валют по відношенню до валюти інвестора за рахунок ефекту транснаціоналізації діяльності корпорацій. Міжнародні інвестиції здійснюють спеціалізовані інвестиційні та пенсійні фонди, страхові компанії, банки, корпорації і приватні інвестори. Міжнародні інвестиції, ринок міжнародних інвестиційних активів розподіляються на два головних сегменти:

- 1) міжнародний ринок фінансових інвестицій;
- 2) міжнародний ринок реальних інвестицій.

Реальними інвестиціями (*real investments*), як правило, є інвестиції у будь-який тип матеріальних активів (земля, устаткування, підприємства). Фінансовими інвестиціями (*financial investments*) є контракти, які записані на папері або в електронному вигляді. За думкою У.Ф. Шарпа, “у примітивних економіках основна частина інвестицій відноситься до реальних, у той час як у сучасній економіці значна частина інвестицій представлена фінансовими інвестиціями”. Хоча високий рівень розвитку інститутів фінансового інвестування в значній мірі сприяє і зростанню реальних інвестицій. **(Сазонець О.М.)**.

**Міжнародні логістичні системи (англ. *international logistics systems*)** – це системи, що охоплюють декілька країн або навіть континентів. Міжнародні логістичні системи

формується на тих же принципах, що й системи в межах окремої країни. Міжнародні логістичні системи підприємств опираються на міжнародну інфраструктуру, об'єкти якої перетинають території двох і більше країн (дороги, тунелі, мости й ін.), або знаходяться на території однієї держави та забезпечують значний обсяг міжнародних перевезень (наприклад, аеропорти). (Сазонець О.М.).

**Міжнародні транспортно-експедиторські фірми (англ. international freight forwarding companies)** – це фірми, які пропонують великі пакети логістичних послуг. Міжнародні експедитори виконують такі основні функції: визначення маршруту транспортування; забезпечення зберігання товару; вантажно-розвантажувальні операції; повний спектр логістичних послуг; оформлення документації. (Сазонець О.М.).

**Міжорганізаційна логістична координація (англ. inter-organizational logistical coordination)** – впорядкування, узгодження роботи компаній-партнерів в інтегрованій логістичній системі для досягнення цілей останньої. (Сазонець О.М.).

**Міжфункціональна логістична координація (англ. interfunctional logistic coordination)** – це узгодження діяльності підрозділів організації бізнесу для підвищення ефективності функціонування фірми в цілому. (Сазонець О.М.).

**Мікроліфт (англ. microlift)** - підйомник для інвалідів-візочників. Він повністю безпечний для людей; встановлюється як у будівлі, так і на вулиці; адаптується під особливості будівлі, де монтується; має компактні розміри та привабливий зовнішній вигляд; простота в управлінні підйомником; двері в нього зачиняються автоматично або механічно – людиною; написи наносяться великим шрифтом, щоб їх можна було легко прочитати. (Тесленко Т.В.).

**Мікрологістика (англ. micrologistics)** – це наука, що вирішує локальні питання в рамках окремих ланок і елементів логістики. Мікрологістика забезпечує операції по плануванню, підготовці, реалізації і контролю за процесами переміщення товарів усередині промислових підприємств. (Сазонець О.М.).

**Мікрологістичне середовище підприємства (англ. micrologistic environment of the enterprise)** складається із зовнішнього логістичного середовища безпосереднього впливу та внутрішнього середовища. (Сазонець О.М.).

**Мікрологістичні системи (англ. micrologistics systems)** є підсистемами, структурними складовими макрологістичних систем. До них відносяться різні виробничі і торговельні підприємства, окремі підрозділи підприємства. (Сазонець О.М.).

**Місцеві тарифи на транспорті (англ. local transport tariffs)** – це тарифи, які встановлюють начальники окремих залізниць. Ці тарифи, що включають у себе розміри плати за перевезення вантажів і ставки різних зборів, діють у межах даної залізниці. (Сазонець О.М.).

**"Мозкова атака (мозковий штурм)" (англ. Brainstorming)** - метод прогнозування, що є активним, творчим процесом обговорення конкретної актуальної проблеми групою висококваліфікованих спеціалістів з метою вироблення за короткий проміжок часу продуктивних рішень. (Сазонець О.М.).

**Моніторинг GPS (англ. GPS monitoring)** – досить сучасна і відома технологія, яка контролює розташування автомобіля в режимі реального часу і передає інформацію на

центральний сервер. Системи, що працюють на основі GPS-технологій і забезпечують можливість відстеження місцезнаходження транспортного засобу в режимі реального часу, являють собою програмно-апаратні комплекси з серверною частиною в офісі компанії (або офісі компанії-постачальника послуг), робочим місцем диспетчера і мобільними терміналами в кожному автомобілі. Використовуються в поєднанні з диспетчером. **(Сазонець О.М.)**

**Монреальський протокол № 4 (англ. Montreal Protocol № 4)** – угода по залізничному транспорту, підписана 25 вересня 1975 г. / ще не вступила в силу, підготовлена ІКАО (Міжнародною організацією цивільної авіації (ICAO - International Civil Aviation Organization)), що має всесвітній характер. **(Сазонець О.М.)**

**«Морські магістралі» (англ. «Sea routes»)** – основні транснаціональні вісі, що відповідають напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень і забезпечують зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, що представляють собою сполучення регіонів Балтійського, Баренцового, Середземного, Чорного, Каспійського морів і Атлантичного океану, прибережних країн у межах морських районів, а також вихід через Суецький канал до Червоного моря. Він поєднує основні промислові райони Європи, охоплюючи Балтійське море, Західну Європу, Південно-Східну і Південно-Західну Європу. «Морські магістралі» є частиною логістичних ланцюгів, забезпечують надання ефективних, регулярних, надійних послуг і можуть конкурувати з автомобільним транспортом стосовно часу перевезення та цін. Наприклад, морські сполучення між Іспанією, Францією та Італією можуть значно зменшити вантажні потоки через Альпи та Піренеї. Розвиток «морських магістралей» дозволить концентрувати вантажні перевезення на декількох основних маршрутах з обмеженою кількістю портів. **(Сазонець О.М.)**

**Надійність обслуговування (англ. reliability of service )** – це гарантія обслуговування споживача потрібними йому ресурсами протягом заданого проміжку часу і поза залежністю від недопоставок, порушень термінів доставки і т. і. **(Сазонець О.М.)**

**Науково-технічний потенціал країни (англ. scientific and technical potential of country)** - сукупність національних ресурсів і засобів. Його основними складовими виступають: матеріально-технічна база науки (наукові організації, науково-дослідні лабораторії, експериментальні заводи, електронно-обчислювальні центри, обладнання тощо); наукові кадри (дослідники, експериментатори, конструктори, винахідники, науково-технічний персонал та ін.); фонд винаходів і відкриттів (банк наукових знань, винаходів, зразків, наукової інформації, патентів, наукових проектів, авторських свідоцтв тощо); організаційно-управлінська структура наукової сфери (система управління, фінансування, планування науково-дослідних і проектно-конструкторських робіт - НДПКР, організаційно-управлінські структури, методи управління НДПКР). **(Сазонець О.М.)**

**Національна економіка (англ. national economy** - велика складна економічна система, яка включає комплекс взаємодіючих між собою суб'єктивних (держава, юридичні та фізичні особи) і об'єктивних елементів (відносини, зв'язки, що виникають у процесі взаємодії суб'єктів економіки) і має певні властивості (структуру, цілісність, цілеспрямованість, наявність ресурсів, пропорційність, стійкість, адаптивність, самозбереження, саморегуляцію та самоорганізацію, наявність управляючого центру). **(Сазонець О.М.)**

**Національна туристична організація України (англ. National Tourist Organization of Ukraine)** - громадська спілка, місія якої полягає в консолідації національної сфери туризму і гостинності, органів державної влади, місцевого самоврядування та академії для сталого розвитку туризму в Україні. Цілями та статутними завданнями НТОУ є вирішення широкого

спектру задач у сфері туризму і гостинності за наступними стратегічними напрямками діяльності: Нетворкінг, Маркетинг, Знання, Якість, Статистика, Інвестиції, Дипломатія і Сталість.

Згідно з рекомендаціями ВТО, національні туристичні організації виконують наступні функції:

- представляють урядові інтереси у міжнародному масштабі;
- укладають двосторонні і багатосторонні договори з метою збільшення туристичних потоків між країнами учасниками;
- організують спільні маркетингові дослідження туристичного ринку;
- знаходять шляхи оптимізації туристичних національних ресурсів;
- залучаються до технічного і фінансового співробітництва;
- забезпечують взаємне спрощення митного контролю;
- поліцейське і грошове регулювання;
- підтримка технологічних контрактів (наприклад в готелях і місцях зимового спорту);
- організують туристичні послуги в національному і міжнародному масштабах;
- планування і розвиток туризму;
- регулювання і контроль підприємств, включених в туризм (регулювання і правове забезпечення готельного господарства, класифікація готелів і ресторанів, інспекція і вивчення ліцензій на право діяльності);
- публікація статистики, оглядів, результатів досліджень ринку (вивчення вражень, аналіз поведінки споживачів);
- збут туристичних продуктів в інші країни (створення туристичних агентств за кордоном для забезпечення інформацією і збутом, публікація брошур, листівок, путівників і спеціальної туристичної інформації);
- просування іноземних туристичних центрів (компанії в пресі, на радіо, телебаченні);
- діяльність по полегшенню, уніфікації і усуненню митного і прикордонного контролю;
- створення структур по прийому гостей і забезпечення туристичною інформацією (спеціальні поліцейські інструкції для допомоги гостям складені в 19 країнах);
- забезпечення професійної підготовки в туризмі (курси, семінари, навчальні програми);
- захист і збереження туристичних ресурсів і ексклюзивної спадщини країни (монументів, історичних місць), компанії по захисту культури та мистецтва;
- охорона довкілля (проведення компанії по охороні природи, парків відпочинку, природних ресурсів). **(Гакова М.В.)**.

**Національна туристична організація України. Структура та членство (англ. *National Tourist Organization of Ukraine. Structure and membership*).** Членство в НТОУ. Відповідно до чинного статуту Громадської спілки "Національна туристична організація України" її учасниками (членами) можуть бути резиденти або нерезиденти України, а саме: юридичні особи приватного права, у тому числі громадські об'єднання зі статусом юридичної особи, фізичні особи, які досягли 18 років та не визнані судом недієздатними, сплатили встановлений вступний внесок, занесені до реєстру учасників НТОУ, схвалюють та підтримують мету і предмет діяльності НТОУ, виконують обов'язки, що на них покладені чинним статутом НТОУ, беруть участь в роботі НТОУ та виконанні її статутних завдань, виконують рішення Загальних зборів та Президентської ради НТОУ, своєчасно сплачують встановлені в НТОУ членські внески і докладають зусиль для розвитку національної сфери туризму і гостинності.

Структура НТОУ. В НТОУ встановлені наступні категорії членства: дійсні індивідуальні (для фізичних осіб з правом голосу); дійсні колективні – (для юридичних осіб з правом голосу); асоційовані індивідуальні – (для фізичних осіб без права голосу); асоційовані колективні – (для юридичних осіб без права голосу);

Органами управління НТОУ є Загальні збори і Президентська рада. Виконавчим

органом НТОУ є Серетаріат. Головними посадовими особами НТОУ є Президент, Віце-Президенти і Генеральний секретар (виконавчий керівник). **(Гакова М.В.)**

**Національний характер (англ. national character)** – певний набір особистісних рис, властивих людям конкретної країни чи представникам окремого суспільства. **(Сазонець О.М.)**

**Невіддільність від постачальника (англ. inseparability)** Специфічна характеристика, яка полягає у тому, що послуга не може бути відділена від виробника чи від обстановки, в якій надається. **(Сазонець О.М.)**

**Невідфактуровані доставки (англ. uninvited deliveries)** – товарно-матеріальні цінності, отримані покупцем без рахунка постачальника. Обліковуються в пасиві балансу покупця за статтею “Розрахунки з кредиторами за товар і послуги”. Покупець може оплатити н. п. платіжним дорученням баніту, не очікуючи надходження від постачальника розрахункових документів. Після їх надходження проводиться перерахунок платежу постачальника. **(Сазонець О.М.)**

**Невідчутність (англ. intangibility)** – специфічна характеристика, яка свідчить, що послугу неможливо побачити, почути, торкнутися до неї до того, як буде прийнято рішення про її купівлю. **(Сазонець О.М.)**

**Негоціант (англ. negotiater)** – великий покупець, що торгує оптом, переважно за межами своєї країни. **(Сазонець О.М.)**

**Недержавні органи управління економікою (англ. Private control elements of economy)** асоціації, об'єднання, спілки (професійні, захисту прав споживачів, молодіжні, екологічні, ветеранів, за професійним спрямуванням тощо). **(Сазонець О.М.)**

**Недиференційований маркетинг (англ. undifferentiated marketing)** – підхід у маркетингу, за якого фірма пропонує один продукт усім споживачам. **(Сазонець О.М.)**

**Нездатність до зберігання (англ. inventory)** – специфічна характеристика, відповідно до якої, якщо постачальник з усім необхідним обладнанням готовий надати послугу, а попит на неї відсутній, то ненадані у період простою послуги втрачені назавжди. **(Сазонець О.М.)**

**Неймінг (англ. name ім'я)** - комплекс робіт, пов'язаних із створенням звукових, тих, що запам'ятовуються, і точних назв для підприємств, проектів та інтернет-сайтів. **(Сазонець О.М.)**

**Неліквідні запаси (англ. illiquid stocks)** – це довгостроково невикористовувані виробничі і товарні запаси. Вони утворюються внаслідок погіршення якості товарів під час їх зберігання, а також в результаті морального зносу. **(Сазонець О.М.)**

#### **Неорганізований туризм (англ. unorganized tourism)**

1)самодіяльні поїздки туристів, які організуються, переважно, власне туристами без допомоги туристичного збутового апарату; оплата послуг зазвичай відбувається по мірі користування ними; 2) туристські подорожі, поїздки, походи, здійснювані туристами без путівок, без участі туристських організацій (фірм), по самостійно вибраних маршрутах. Заснований на принципах самодіяльності і самообслуговування. Різновидом неорганізованого туризму за кордоном є подорож так званим автостопом - з використанням як засібу пересування попутних автомобілів. **(Сазонець О.М.)**

**Непрямі (накладні) витрати (англ. indirect (overhead) costs)** – це витрати, пов'язані з управлінням і обслуговуванням виробництва (надання послуг з перевезення). Їх включають до собівартості пропорційно пробігу автотранспорту. (Сазонець О.М.).

**Номенклатура (лат. nomenclatura - розпис імен, перелік, список)** -1. Систематизований перелік матеріалів, конструкцій і деталей, у якому кожному найменуванню присвоєно постійне позначення (номенклатурний номер). 2. Перелік посад відповідно з організаційною структурою відомства, організації, компанії. 3. Перелік рахунків, товарів і ін. (Сазонець О.М.).

**Норма багажу (англ. baggage allowance)** - максимальна вага або розмір багажу, яку приймає авіакомпанія до безкоштовного перевезення. Норми диференційовані за класами пасажирських місць. (Тесленко Т.В.).

**Нормативи транспортних витрат (англ. standards of transport costs)** – витрати на перевезення одиниці продукції, що регулярно коригуються та рекомендовані для використання закупівельно-торговельними та комерційно-посередницькими організаціями. (Сазонець О.М.).

**Ноу-хау (англ. know-how)** – знання та практичний досвід технічного, комерційного, управлінського, фінансового та іншого характеру, що мають комерційну цінність, застосовуються у виробництві та професійній практиці, але не забезпечені патентним захистом. Включає комерційні таємниці, технологічні процеси та іншу інформацію виробничого і торговельного характеру, недоступну для широкого зору. (Сазонець О.М.).

## О

**Об'єкт логістичних операцій (англ. object of logistics operations)** – матеріальний потік, що являє собою сукупність сировини, матеріалів, складових частин, напівфабрикатів, готових виробів, що рухаються від постачальників через виробничі підрозділи до споживачів. Часто матеріальні потоки ототожнюють з вантажними потоками, оскільки більшість матеріалів переміщуються, як вантаж транспортними засобами. Інформаційний потік відповідає матеріальному потоку і розглядається як сукупність циркулюючих у логістичних системах, між ними та у відносинах із зовнішнім середовищем повідомлень, необхідних для управління та контролю за логістичними операціями. (Сазонець О.М.).

**Обмеження (англ. constraints)** – нестача часу або коштів, що лімітує потенційні рішення і висновки маркетингових досліджень. (Сазонець О.М.).

**Обмеження ціноутворення (англ. pricing constraints)** – чинники, які обмежують свободу компанії у визначенні ціни. (Сазонець О.М.).

**Обмін (англ. exchange)** – взаємовигідна угода між покупцем і продавцем, внаслідок якої кожен з них отримує те, що вважає цінністю. (Сазонець О.М.).

**Оборот автомобіля (англ. car turnover)** – закінчений цикл руху, тобто рух від початкового до кінцевого пункту і назад. (Сазонець О.М.).

**Обслуговування двома офіціантами (віденська система) (англ. Viennese system)** - обидва офіціанти працюють разом і несуть однакову відповідальність. Один подає напої,

зустрічає та розміщує гостей, приймає замовлення та отримує гроші за рахунком, а другий офіціант приносить і подає страви, забирає використаний посуд. Столи готують до зустрічі нових відвідувачів обидва офіціанти. *(Лучанська Ю. Г.)*.

**Обслуговування з блюд** – (англ. *service with dishes*) форма обслуговування на банкетах, званих обідах, коли готова їжа розноситься на великих плоских блюдах і розкладається офіціантом на індивідуальні тарілки кожному гостю. Іноді гостям пропонується власноруч покласти з великого блюда на тарілку бажану для нього кількість їжі. *(Лучанська Ю. Г.)*.

**Обслуговування за столиком** (англ. *Table service*) - звичайна форма обслуговування у ресторані або інших підприємствах харчування: відвідувачі, які сидять за столом, передають офіціанту замовлення, і він за встановленим порядком подає замовлені страви до столу. *(Лучанська Ю. Г.)*.

**Обслуговування на тарілках** (англ. *Service on plates*) - найбільш розповсюджена форма обслуговування в ресторані, коли готова їжа порціями розкладається на індивідуальні тарілки на кухні і у такому вигляді подається офіціантом окремо кожному відвідувачу, який замовив страву. *(Лучанська Ю. Г.)*.

**Овердрафт** (англ. *overdraft*) – форма кредитування, яка здійснюється шляхом списання банком коштів з рахунку клієнта понад залишок коштів на його рахунку. *(Сазонець О.М.)*.

**Оверсолд** (англ. *oversold*) – ситуація на ринку, за якої ціни знизилися до не виправданих меж. *(Сазонець О.М.)*.

**Одержувач замовлення (пасивний продаж) (order taker)** – торговельний представник, який обробляє первинні та повторні замовлення на товари, які вже продавала компанія. *(Сазонець О.М.)*.

**Одиничне виробництво** (англ. *unit production*) – це таке виробництво, при якому виготовляється широка номенклатура виробів різних за призначенням, але близьких за конструктивними ознаками. Випуск цих виробів здійснюється в обмеженій кількості. Прикладом подібного виробництва є виготовлення продукції модельєрами та дизайнерами або ж випуск складського обладнання під замовлення. Але і при виробництві одиничної продукції окремі процеси можуть бути організовані за серійним принципом (складське устаткування, наприклад, товар ексклюзивний, а кріплення для стелажів – серійне). *(Сазонець О.М.)*.

**Октура** (фр. *octroi*) – 1. Внутрішнє мито, що накладається на товари, що ввозяться на певну територію всередині держави (область, місто). 2. Внутрішня митниця, що накладає дане мито, що встановлюється, місцевими органами влади і йде в доход місцевого бюджету. *(Сазонець О.М.)*.

**Оперативне планування** (англ. *operational planning*) є основою для розробки логістичної системи. В оперативних планах розробляються стандарти логістичної діяльності, опис робіт і т. п.; вони вписуються в таку систему, при якій кожен направляє свої зусилля на досягнення загальних і головних цілей логістичної організації. *(Сазонець О.М.)*.

**Операції реекспортні** (англ. *re\_export operations*) – комерційна діяльність, пов'язана з вивезенням за кордон раніше ввезеного в країну товару, який в реекспортуючій країні не

піддавався переробці, або відвантаження товару в іншу країну без ввезення в країну експортера. (*Сазонець О.М.*).

**Операція комісійна зовнішньоторговельна** (англ. *foreign consignment operation*) – експортно-імпортна операція, при якій підприємство доручає зовнішньоторговельній організації здійснити угоду від свого імені і за свій рахунок. (*Сазонець О.М.*).

**Організація робочого місця** (англ. *Work place swap*) — система заходів з оснащення робочого місця засобами і предметами праці та їх розміщення у певному порядку. Робоче місце — це зона, оснащена необхідними технічними засобами, де здійснюється трудова діяльність виконавця або групи виконавців, які спільно виконують одну роботу або операцію. О. р. м. — одна зі складових комплексу заходів, яка забезпечує доцільне використання робочого часу, виробничих навичок та творчих здібностей працівників. Правильна О. р. м. дає змогу з меншими зусиллями виробляти більшу кількість продукції та сприяти збереженню здоров'я персоналу. Раціональна О. р. м. та їх обслуговування залежать від виконуваних технологічних процесів, типу виробництва, характеру праці тощо. Ці специфічні особливості виробництва необхідно враховувати при організації певного робочого місця. Загальними та обов'язковими елементами *О.р.м.* є їх спеціалізація, оснащення, планування та система обслуговування. *Спеціалізація робочого місця* — встановлення раціонального виробничого профілю та закріплення за ним однотипних операцій та робіт. Спеціалізація робочих місць дає змогу оснащувати їх спеціалізованим високопродуктивним обладнанням, удосконалювати прийоми та методи праці, підвищувати продуктивність праці. *Оснащення робочого місця* охоплює основне (машини, апарати, агрегати, верстати), технологічне та допоміжне (підйомні засоби, транспольтувальники, контрольно-вимірювальні пристрої) обладнання, технологічні (інструмент, пристосування) та організаційні (виробничі меблі, засоби для зберігання та розміщення інструментів, допоміжних матеріалів, запасних частин, пакувальних матеріалів тощо) засоби та технічну документацію. *Планування робочого місця* передбачає просторове розміщення в певній зоні обладнання, технологічного та організаційного оснащення, предметів праці, а також окремого працівника або групи працівників. Раціональне планування робочого місця передбачає економію часу і сил працівника, безпеку праці, раціональну робочу позу, економне використання виробничої площі. Економія сил та робочого часу досягається скороченням нахилень, поворотів корпусу, пересування по робочому місцю, уникненням зайвих трудових рухів, пов'язаних із перекладанням та перевертанням сировини, матеріалів, готових виробів. *Обслуговування робочого місця* — забезпечення його засобами, предметами праці та послугами, необхідними для здійснення трудового процесу. На підприємствах можна застосовувати типові проекти О. р. м. Це дає змогу впроваджувати досвід інших підприємств, використовувати стандартні оснащення, меблі, одержувати додаткову економію. Типові проекти О. р. м. розробляють для масових професій, використовуючи певні методи організації праці та види обладнання. *Раціоналізація робочих місць* передбачає розроблення конкретних організаційно-технічних заходів, спрямованих на реалізацію прийнятих рішень та підвищення продуктивності праці. (*Сазонець О.М.*).

**Організація сервісного обслуговування** (англ. *service organization*) — комплекс послуг, пов'язаних із збутом і використанням машин, обладнання, іншої промислової продукції, забезпечення їх постійної готовності до ефективної експлуатації. Сервісне обслуговування відіграє важливу роль у збуті промислової продукції, транспорту, офісної техніки, побутових приладів і часто перетворюється для виробників на основну конкурентну перевагу. Добре організований сервіс допомагає виробнику створити стабільний ринок для своєї продукції, забезпечує високий авторитет і позитивний імідж підприємству, приносить прибутки. *Принципи О. с. о.*; максимальна відповідність вимогам споживачів і характеру продукції; нерозривний зв'язок сервісу із завданнями маркетингу; гнучкість сервісу, його

спрямованість на врахування змін ринку, потреб споживачів, розвитку технологій. У практиці обслуговування застосовуються кілька варіантів О. с. о.: 1. *Організація сервісу підприємством-виробником*. Здійснюється, коли продукція підприємства складна, покупців небагато, а обсяги сервісу значні й можуть виконуватися тільки висококваліфікованими фахівцями. Така стратегія О. с. о. застосовується при виведенні товару на ринок, коли ймовірність недоліків продукції значна і необхідно швидко, без розголосу їх усунути. Крім того, підприємство одержує важливу інформацію про функціонування товарів у реальних умовах експлуатації. 2. *Організація сервісу філіями підприємства -виробника*. Застосовується на стадії достатнього поширення продукції, коли кількість покупців значно збільшується. Ця стратегія О. с. о. має всі переваги першого варіанту і, крім того, максимально наближає підрозділи обслуговування до споживачів. 3. *Організація сервісу виробниками запасних частин*. Застосовується при обслуговуванні складної техніки: літаків, морських суден, електростанцій тощо. Підприємству — виробнику основної продукції не потрібно витратити ресурси на підготовку персоналу сервісних служб за великої кількості напрямів. Спеціалізація виробників запасних частин, вузлів, обладнання для основної продукції дає змогу поліпшити якість сервісних робіт, але поява посередників між виробником і покупцями ускладнює ділові контакти між ними. 4. *Передача сервісу спеціалізованій фірмі*. Застосовується за сервісного обслуговування споживчих товарів масового попиту. У цьому разі з виробника знімаються всі обов'язки щодо організації сервісу, але потрібні значні відрахування на користь посередника. Також ускладнюється зворотний зв'язок підприємства-виробника із споживачами, оперативну первинну інформацію про якість продукції одержувати важко. 5. *Передача сервісу посередникам (агентським фірмам, які несуть повну відповідальність за якість і сервіс*. Такий варіант стратегії організації сервісу використовується при обслуговуванні автотранспорту сільськогосподарської та дорожньо-транспортної техніки. При цьому агентські фірми і дилери добре знають покупців, умови експлуатації техніки, кваліфікацію фахівців-експлуатаційників. Підприємство-виробник встановлює довгострокові ділові взаємовідносини з посередниками і має можливості одержання достовірної оперативної інформації про якість продукції, її недоліки, претензії покупців. 6. *Передача сервісу підприємству-покупцю*. Здійснюється, коли техніку експлуатує підприємство - виробник складного промислового обладнання. Воно має високопідготовлених фахівців, здатних після навчання у постачальника чи на місці експлуатації виконувати всі необхідні сервісні операції. (Сазонець О.М.).

**Організація як функція управління (англ. *organization as a function of management*)** - процес упорядкування діяльності на основі розроблення чітких алгоритмів, постановки завдань і складання графіків виконання робіт. Організація управління передбачає: 1) вирішення організаційних питань: постановка завдань перед менеджерами (делегування відповідальності) та виконавцями; мобілізація підтримки персоналу (керування змінами); пошук необхідних ресурсів; 2) складання детальних планів і графіків виконання робіт: складання планів і графіків у підрозділах; узгодження планів і графіків із загальним графіком; 3) розроблення (модернізація) нормативної бази: відновлення посадових інструкцій, технологічних карт тощо; внесення змін у внутрішні стандарти; перероблення внутрішніх організаційно-методичних документів (положень, рекомендацій тощо); 4) розміщення працівників: внесення змін у штатний розклад; проведення інструктажів, нарад; організація тренінгів на робочих місцях; 5) забезпечення ефективної комунікації як між підрозділами, так і між співробітниками: формування системи обміну інформацією; підтримання активного спілкування між співробітниками; формування системи "відчинених дверей". Здійснення усіх наведених завдань дасть змогу забезпечити своєчасне і якісне виконання планів компанії. (Сазонець О.М.).

**Оренда (англ. lease)** - це угода, згідно з якою орендодавець передає орендарю право користування активом протягом узгодженого періоду в обмін на платіж або серію платежів.

Ключовим у цьому визначенні є передавання права користування активом. Тому будь-яке передавання активу (на зберігання, комісію тощо), яке не передбачає передавання права користування ним, не є орендою.

Поняття "оренда" включає також контракти, пов'язані з найманням рухомого майна (автомобіля, судна тощо), які надають наймачу право придбати цей актив після виконання узгоджених умов. Такі контракти іноді називають контрактами наймання з придбанням в розстрочку.

З метою бухгалтерського обліку оренду поділяють на фінансову (капітальну) та операційну. Ця класифікація ґрунтується на тому, в який спосіб ризику та винагороди, пов'язані з правом власності на актив, розподіляються між орендодавцем і орендарем.

При цьому під ризиками розуміють можливі збитки від простоїв обладнання або застарілої технології та неотримання очікуваних доходів внаслідок зміни економічних умов (кон'юнктури ринку тощо).

Своєю чергою винагороди можуть бути у вигляді очікуваної прибутковості операцій протягом терміну економічного використання активу, прибутку від зростання його вартості (дооцінки) або надходжень від реалізації активу за ліквідаційною вартістю. **(Сазонець О.М.)**.

**Особа з інвалідністю (англ. a person with a disability)** - є особа зі стійким розладом функцій організму, що при взаємодії із зовнішнім середовищем може призводити до обмеження її життєдіяльності. **(Тесленко Т.В.)**.

**Особливі умови (англ. special conditions)** - це умови, створені для людей з особливими потребами, а саме: створення комфортного простору; створення інклюзивного розвивального середовища, яке сприяє гармонійному розвитку особистості; формування толерантного товариства. **(Тесленко Т.В.)**

**Оферта (англ. offer)** – офіційна письмова пропозиція, направлена потенційному покупцю, що містить відомості про продаж партії товару на визначених продавцем умовах. Розрізняють два види: тверду і вільну. **(Сазонець О.М.)**.

**Офіціант, офіціантка (англ. Waiter, waitress)** - службовець ресторану, кафе та інших підприємств громадського харчування, який подає відвідувачам замовлену їжу та обслуговує їх за столиком. **(Лучанська Ю. Г.)**.

## II

**Пабліситі (англ. publicity)** – неособиста, опосередковано оплачувана форма розповсюдження позитивної інформації про компанію та її продукти і послуги. **(Сазонець О.М.)**.

**Пандус (англ. Ramp)** – суцільна похила площина (елемент) споруди, яка об'єднує дві різновисокі горизонтальні поверхні і застосовується для переміщення мало мобільних груп населення на об'єктах транспортної інфраструктури. **(Тесленко Т.В.)**.

**Панель (англ. panel)** – вибірка споживачів чи магазинів, що регулярно підлягають опитуванню для визначення низки показників. **(Сазонець О.М.)**.

**Пан'європейські мультимодальні транспортні зони (англ. Pan-European Multimodal Transport Areas)** представлені морськими басейнами і включають Баренцеву

Євроарктичну, Чорноморську, Середземноморську та Адриатично-Іонічну зони. (Сазонець О.М.).

**Панєвропейські транспортні коридори** (англ. *Pan-European Transport Corridors*) – це система залізничних, автомобільних, водних шляхів у Центральній та Східній Європі. (Сазонець О.М.).

**Пансіонат** (англ. *boarding house*) - засіб розміщення оздоровчого напрямку, розташований у заміській або рекреаційній зоні, призначений для тривалого перебування з регламентованим режимом відпочинку та харчування. (Гакова М.В.).

**Пансіонати з лікуванням** (англ. *boarding houses with treatment*) – лікувально-профілактичні заклади, що обладнані ліжками і надають реабілітаційне лікування, головним чином, на основі цілющих властивостей природних факторів. (Гакова М.В.).

**Партнер** (англ. *partner*) — юридична чи фізична особа, яка є співвласником компанії, фірми або тимчасово співучасником певної операції, угоди. (Сазонець О.М.).

**Партнерство** (англ. *partnership*) — 1) об'єднання двох чи більше осіб (сторін), що діють як співвласники на підставі договору (угоди, домовленості, контракту) відповідно до чинного законодавства; 2) організаційна форма підприємства, що діє на підставі об'єднання (пайового, часткового) майна різних власників. (Сазонець О.М.).

**Партнерство у каналах** (англ. *channel partnership*) – укладання угод й узгодження дій між членами каналу щодо замовлень і дистрибуції товарів виробника. (Сазонець О.М.).

**Партнерство у логістичному ланцюзі** (англ. *partnership in the logistics chain*) – це тісне співробітництво між його учасниками, яке досягається завдяки єдності поглядів щодо цілей, стратегій логістичної діяльності та передбачає розподіл обов'язків, ризиків та прибутків. Такі відносини ґрунтуються на постійних комунікаціях, довірі, суворому виконанні зобов'язань учасниками ланцюга. (Сазонець О.М.).

**Паушальна ціна** (нім. *die pauschale*) - усереднена ціна всього пропонованого до продажу товару, незалежно від його сорту і якості. (Сазонець О.М.).

**Перевірка** (англ. *control*) — фактичне вивчення окремих питань діяльності організації або дій апарату управління на підставі заяв, сигналів, скарг або відповідно до плану роботи суб'єкта, що контролюється. П., як правило, носить тематичний характер і може бути систематичною або періодичною, функціональною та міжфункціональною, суцільною та вибірковою. Основні варіанти П.: 1) *арифметична* — П. документів з метою визначення правильності підрахунків та виявлення зловживань і крадіжок, прихованих за неправильними арифметичними діями; 2) *нормативно-правова* — П. господарських операцій щодо їх відповідності різним нормативним актам, інструкціям, стандартам, положенням; 3) *зустрічна* — П. достовірності та правильності відображених у документах господарських операцій, яка здійснюється шляхом порівняння даних різних документів, що належать до однієї і тієї самої або різних, але взаємопов'язаних господарських операцій та перебувають в різних підрозділах підприємства; 4) *взаємна* – П. різних за характером документів і облікових даних, в яких відображено господарські операції, що перевіряються; 5) *П. дотримання трудової дисципліни* — здійснюється безпосередньо на робочих місцях шляхом вибіркового спостереження, хронометражу та фотографування протягом робочого дня (за допомогою такої П. виявляють запізнення, неявки на роботу, ступінь зайнятості працівників, простої через неефективну організацію виробничого процесу); результати таких

П. використовують надалі при визначенні заробітної плати; 6) *П. виконання прийнятих рішень* — застосовується для вивчення та аналізу дотримання виконавчої дисципліни; передбачає отримання від підлеглих усних чи письмових пояснень і довідок для прийняття подальших рішень керівником; 7) *П. фактів за заключною операцією* ~ застосовується для економії часу, коли можна не здійснювати П. всіх документів і бухгалтерських записів (наприклад, немає необхідності перевіряти виконання операцій по всьому технологічному циклу, а досить перевірити фактичну наявність деталей, за які нараховано заробітну плату за кінцевою операцією). Цей метод фактичного контролю застосовують і для визначення планових витрат і матеріалів за звітний період за даними складського обліку та прийнятої від цехів готової продукції. *(Сазонець О.М.)*.

*Переказ вкладів (англ. transfer of deposits)* — доручення однієї особи, яка попередньо зробила вклад, банкові переказати певну грошову суму іншій особі, що здійснюється банком через свого кореспондента. *(Сазонець О.М.)*.

*Переказ грошовий (англ. money order)* — спосіб переказу грошей одними юридичними та фізичними особами іншим через кредитні установи і підприємства зв'язку. Застосовується для оплати товарів і послуг, сплати податків, страхових платежів тощо на підставі платіжного доручення. *(Сазонець О.М.)*.

*Переконання (англ. conviction)* — 1) метод управління, що здійснюється ненасильницьким шляхом, спрямований на свідоме засвоєння й усвідомлення працівником певних морально-правових принципів та цінностей — визначальних чинників його поведінки, доброчесності та виконання службових, ділових обов'язків; 2) раціональна основа моральної поведінки працівника, що дає можливість йому здійснювати певні дії свідомо, із розумінням необхідності й доцільності поведінки. *(Сазонець О.М.)*.

*Переробка за межами митної території України (англ. processing outside the customs territory of Ukraine)* — це митний режим, відповідно до якого товари, що перебувають у вільному обігу на митній території України, вивозяться без застосування заходів тарифного та нетарифного регулювання з метою їх переробки за межами митної території України та наступного повернення в Україну. *(Сазонець О.М.)*.

*Переробка на митній території України (англ. processing in the customs territory of Ukraine)* — це митний режим, відповідно до якого ввезені на митну територію України товари, що походять з інших країн, піддаються у встановленому законодавством порядку переробці без застосування до них заходів нетарифного регулювання, за умови вивезення за межі митної території України продуктів переробки відповідно до митного режиму експорту. *(Сазонець О.М.)*.

*Переселінг (англ. preselling)* - реклама товару до його появи в продажу; попередня обробка ринку рекламою. *(Сазонець О.М.)*.

*Перехідні запаси (англ. transitional stocks)* — це залишки матеріальних ресурсів на кінець звітного періоду. Вони призначаються для забезпечення безперервності виробництва і споживання у звітному і наступному за звітним періоді до чергової поставки. *(Сазонець О.М.)*.

*Перехресна таблиця (англ. crosstabulation)* — метод групування і подання даних за двома чи кількома змінними, який використовується для виявлення й аналізу зв'язків між різними даними. *(Сазонець О.М.)*.

**Перон** (фр., – букв. кам'яний ганок) – платформа, збудована вздовж залізничної колії, біля якої зупиняється поїзд на залізничній станції. (Тесленко Т.В.).

**Перон** (англ. ramp «рампа», або apron «фартух») – частина аеродрому, яка призначена для розміщення повітряних суден з метою посадки і висадки пасажирів, завантаження і вивантаження багажу, пошти і вантажів. (Тесленко Т.В.).

**Персонал** (англ. staff) — весь особовий склад підприємства, організації або частина цього складу, яка вирізняється за професійними чи іншими ознаками (наприклад, обслуговуючий персонал). (Сазонець О.М.).

**Південно-західна вісь** (англ. southwest axis) – основна транснаціональна вісь, що відповідає напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень і забезпечує зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, що сполучає південно-західні країни ЄС із Швейцарією та Марокко і далі, включаючи Трансмагрибську гілку, що з'єднує Марокко, Алжир, Туніс, Єгипет. Крім того, Іспанія визначила важливість Середземноморського коридору в Іспанії для вантажних потоків між Південно-Західним Середземномор'ям і центром ЄС. (Сазонець О.М.).

**Південно-східна вісь** (англ. south-eastern axis) – основна транснаціональна вісь, що відповідає напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень і забезпечує зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, що представляє собою сполучення ЄС через Балкани і Туреччину з Кавказом і Каспійським морем, а також з Єгиптом і Червоним морем. Також передбачаються сполучення до Балканських країн і до Росії, Ірану, Іраку та Перської затоки, а також від Єгипту на південь до інших африканських країн. Ця вісь включає мультимодальні сполучення Зальцбург – Любляна – Загреб/Будапешт – Белград – Ніш; Софія – Стамбул – Анкара – Грузія/Вірменія – Азербайджан (коридор TRACECA), Скоп'є – Салоніки; Будапешт – Сараєво – Плоче; Барі/Бріндізі (Італія) – Дуррес/Вльора – Тірана – Скоп'є – Софія – Бургас/Варна; внутрішні водні шляхи Дунай і Сава. (Сазонець О.М.).

**Північна вісь** (англ. north axis) – основна транснаціональна вісь, що відповідає напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень і забезпечує зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, що представляє собою сполучення північного ЄС із Норвегією на півночі та Білоруссю і Росією на сході. Передбачається розвиток мультимодальних сполучень: Берлін – Варшава – Мінськ – Москва – Транссиб; від фінськогоросійського кордону через Санкт-Петербург до Москви; від Балтійських портів до Мінська/Москви (Таллінн – Санкт-Петербург – Москва, Вентспілс – Рига – Москва, Клайпеда/Калінінград – Вільнюс – Мінськ – Москва); залізничного вантажного сполучення Санкт-Петербург – Вологда – Москва/Транссиб; мультимодальних сполучень «Скандинавський трикутник» і Санкт-Петербург – Вартіус – Торніо – Хапаранда – Нарвік. (Сазонець О.М.).

**Підготовчі запаси (або запаси буферні)** (англ. preparatory stocks) – це запаси, які виділяються з виробничих запасів при необхідності додаткової їхньої підготовки перед використанням у виробництві (сушка лісу, наприклад). Підготовчі запаси засобів виробництва формуються в разі потреби у підготовці матеріальних ресурсів до відпущення споживачам. (Сазонець О.М.).

**Підсистема підтримки логістичних рішень** (англ. logistics solutions support subsystem) – підсистема логістичної інформаційної системи, що являє собою інтерактивну комп'ютерну інформаційну систему, яка включає бази даних і аналітичні моделі, що реалізують, як правило, оптимізаційні задачі, які виникають у процесі логістичного

менеджменту. Підсистема формує, обновляє і підтримує по-різному структуровані централізовані і розподілені бази даних для чотирьох основних типів файлів:

- базисних файлів, що містять зовнішню і внутрішню інформацію, необхідну для прийняття логістичних рішень;
- критичних факторів, що визначають головні дії, цілі і обмеження при прийнятті рішень;
- параметрів, що містять основні логістичні операційні процедури для ключових областей;
- файлів рішень, що зберігають інформацію про попередні (періодичних) рішеннях для різних логістичних функцій. *(Сазонець О.М.)*.

**Підтримка стандартів обслуговування споживачів** (англ. *support for customer service standards*) – це забезпечення заданого рівня якості продукції, дистриб'юції товарів і післяпродажного сервісу і є першочерговою задачею логістичного менеджменту. Широко поширилася за рубежем ідеологія загального керування якістю, обов'язкова сертифікація товарів і послуг за допомогою серії стандартів. Міжнародні організації по стандартизації вимагають від фірм безупинних зусиль, у тому числі, і використання логістичних підходів по забезпеченню більш високого рівня якості товарів і сервісу в порівнянні з конкурентами. *(Сазонець О.М.)*.

**Пільгові тарифи на транспорті** (англ. *preferential tariffs for transport*) – це тарифи, що застосовуються під час перевезення вантажів для певних потреб, а також вантажів для самих залізниць. *(Сазонець О.М.)*.

**Післяпродажні послуги** (англ. *after-sales services*) – це гарантійне обслуговування, зобов'язання по розгляду претензій покупців, обмін. Створення реєстру проданих товарів дозволяє точно визначити перелік якісних товарів, виявляти постійний брак і робити пропозиції щодо виправлення цього браку. Весь перелік післяпродажних послуг повинні здійснювати спеціалізовані сервісні служби, які мають певний досвід. *(Сазонець О.М.)*.

**Планування закупівель** (англ. *procurement planning*) – це планування процесу придбання продукції і послуг для задоволення потреб фірми. Планування в логістиці передбачає вирішення питання про те, якими мають бути цілі логістичної організації і що повинні робити її члени, щоб досягти цих цілей. По суті, це підготовка сьогодні до визначення того, що потрібно для завтрашнього дня і як цього домогтися. План повинен представляти соціально-економічну модель майбутнього стану логістичної організації. План – це карта шляху, по якому повинна пройти логістична організація за конкретний період часу. *(Сазонець О.М.)*.

**Планування маркетингове** (англ. *marketing planning*) — управлінський процес створення та підтримки відповідності між цілями фірми та її потенційними можливостями у процесах маркетингової діяльності; процес створення практичної генеральної програми дій підприємства. Метою П. м. є визначення найперспективніших напрямів маркетингової діяльності організації через ефективне використання наявних ресурсів. П.м. спрямоване на адаптацію діяльності підприємства (чи організації) до постійно змінних умов зовнішнього середовища та на отримання вигоди від нових можливостей. Покликане ефективно поєднувати виробництво, задоволення потреб споживачів, прибуток та розвиток фірми. П.м. визначає цілі і напрями діяльності фірми; вибір альтернативних варіантів реалізації напрямів її діяльності; координацію різних напрямів діяльності; оцінку сильних і слабких сторін фірми, можливостей і загроз з боку ринку; створення умов для ефективного розподілу продукції фірми; визначення та обґрунтування переліку маркетингових дій; оцінку маркетингової діяльності фірми. *Принципи П. м.*, що забезпечують його ефективність:

взаємоузгодженість із загальнофірмовим плануванням; базування на дослідженні маркетингового середовища; циклічність (П. м. необхідно розглядати і здійснювати як безперервний процес); гнучкість (можливість активної адаптації стратегії згідно зі змінами маркетингового середовища); багатоваріантність (урахування можливих змін навколишнього середовища на етапі формування стратегії); повнота і комплексність (для прийняття рішення мають бути використані всі факти, події та ситуації в їх взаємозв'язку та відповідно до їх значущості); чіткість; економічність (витрати на планування та здійснення стратегії мають відповідати отриманому прибутку). **(Сазонець О.М.)**.

**Платіжна дисципліна** (англ. *repayment discipline*) — дотримання суб'єктами господарської діяльності, фізичними та юридичними особами термінів і порядку виконання грошових зобов'язань при розрахунках за виконані роботи, передані товари і надані послуги. У плановій економіці П. д. досягалася здебільшого адміністративними методами, в соціальній ринковій економіці вона забезпечується правовими нормами, які передбачають відповідні санкції за її порушення аж до банкрутства неспроможного платника. П. д. забезпечує обіг капіталу і дає змогу отримувати кошти за реалізовані товари та надані послуги, пускати їх у господарський обіг. **(Сазонець О.М.)**.

**Плацкарта** (нім. *Platz* – «місце» + *Karte*—«квиток») – одна з частин проїзного документа (квитка), частина вартості проїзду, яка засвідчує право пасажирів на зайняття окремого нумерованого місця в залізничному вагоні, та компенсує витрати на підготовку в рейс та обслуговування вагона. Розмір плацкарти визначається категорією вагона і поїзда. **(Тесленко Т.В.)**.

**Повітряна Конвенція про уніфікацію деяких правил, що стосуються повітряних перевезень (Варшавська конвенція)** (англ. *Convention for the Unification of certain rules relating to international carriage by air (Warsaw Convention)*) – конвенція, прийнята 12 жовтня 1929 р / 13 лютого 1933 р., підготовлена Міжнародним технічним комітетом авіаційних експертів-юристів, що ввійшли до складу Міжнародної організації цивільної авіації, що має всесвітній характер. **(Сазонець О.М.)**.

**Погодинна оплата праці** (англ. *hourly remuneration*) — система заробітної плати, за якої заробіток працівників цілком залежить від кількості відпрацьованих годин. **(Сазонець О.М.)**.

**Податкова база** (*taxable income*) – сума доходу, вартість активу та інші показники, на підставі яких розраховується розмір податку. **(Сазонець О.М.)**.

**Податкова декларація** (англ. *tax declaration*) - офіційна заява платника податку про отримані ним за минулий період доходи, податкові знижки що поширюються на них, і пільги. **(Сазонець О.М.)**.

**Позики іноземні** (англ. *foreign loan*) — передання іноземними позикодавцями позичальнику обумовленої суми грошових коштів (або товарів чи послуг на цю суму) на термін, після завершення якого позичальник зобов'язується повернути кредитору з відсотками або без них взяту суму. Є основною формою міжнародного кредиту. **(Сазонець О.М.)**.

**Позиціонування** (англ. *positioning*) — розміщення на ринку продукції та самої компанії як такої (з погляду споживача), що відрізняється своїми якісними характеристиками від конкурентів. **(Сазонець О.М.)**.

**Позички прострочені (англ. *outstanding debt*)** — позички, не повернені банку у встановлений термін юридичними та фізичними особами. Однією з проблем кредитних зобов'язань є забезпечення повернення кредиту. Необхідно застосовувати визначені законодавством засоби забезпечення виконання зобов'язань. Види забезпечення кредиту (поручництво, гарантія, застава) — спеціальні засоби, що не мають загального значення і призначаються за домовленістю сторін або за законом. Якщо тривалість прострочених позичок перевищує 30 діб, банк може отримувати виручку від реалізації товарів, що належать постачальнику, та інших об'єктів застави безпосередньо на її погашення. (Сазонець О.М.).

**Показники конкурентоспроможності товару (англ. *rates of competitiveness*)** — система одиничних, групових та інтегральних показників, за допомогою яких оцінюється рівень конкурентоспроможності товару. Інтегральний П. к. т. розраховується як відношення групового показника за технічними параметрами до групового показника за економічними параметрами. П. к. т. диференціюються залежно від комерційних (рівень ціни, термін постачання, умови оплати, рівень митних зборів, податків і коштів, витрачених на придбання товарів; ступінь відповідальності продавців за виконання зобов'язань), організаційних (наближення продавців до покупців, доставка продавцями товарів до місць споживання; зручність розрахунків, сервісне обслуговування) та економічних умов (енергоємність та економічність у споживанні сировини на одиницю випущеної продукції; вартість сировини та експлуатаційних матеріалів; безвідходність технологій; надійність, періодичність і витрати на ремонт; чисельність і кваліфікація обслуговуючого персоналу; рівень заробітної плати працівників). (Сазонець О.М.).

**Показники успіху (англ. *measures of success*)** — критерії чи стандарти, що використовуються для оцінювання пропонувань рішень проблеми. (Тесленко Т.В.).

**Політика безпеки (англ. *privacy Policy*)** – це комплекс законів, правил і практичних рекомендацій, на основі яких будується управління, захист і розподіл критичної інформації в системі. Політика безпеки являє собою деякий набір вимог, що пройшли відповідну перевірку і реалізуються за допомогою організаційних заходів і програмно-технічних засобів та визначальної архітектури системи захисту. Для конкретних організацій політика безпеки має бути індивідуальною. Вона залежить від конкретної технології обробки інформації, використовуваних програмних і технічних засобів, розташування організації і т. ін. (Сазонець О.М.).

**Політика "дешевих грошей" (англ. *cheap money policy*)** - зниження облікової ставки, що стимулює попит на кредити та поживлення господарської активності. (Сазонець О.М.).

**Політика "дорогих грошей" (англ. *dear money policy*)** - підвищення облікової ставки, що спричиняє зниження попиту на кредити, стримання економічної діяльності. (Сазонець О.М.).

**Політика прискореної амортизації (англ. *accelerated amortisation policy*)** - різновид амортизаційної політики - зменшення строків служби основного капіталу, списання його вартості на ранніх стадіях експлуатації. (Сазонець О.М.).

**Політико-правові чинники (англ. *regulatory forces*)** — сукупність чинників, які визначають вплив на компанію законодавства та політичної ситуації в країні. (Сазонець О.М.).

**Порт заходу** (англ. *port of call*) - пункт проміжної стоянки морського пасажирського судна, передбачений його маршрутом. (Сазонець О.М.).

**Портовий збір** (англ. *port tax*) – збір, що стягується з пасажирів при їх прибутті в будь-яке місто або країну, при виїзді з будь-якого міста або країни у випадку проходження ними через морський, річний порт або аеропорт. (Сазонець О.М.).

**Портфель державних інвестицій** (англ. *investment portfolio*) сукупність цінних паперів, які належать державі; є ціннісним об'єктом управління, що забезпечує необхідну стійкість доходу за мінімального ризику. (Сазонець О.М.).

**Поручні для інвалідів** (англ. *handrails for the disabled*) - це настінні або підлогові опори, які допомагають маломобільним людям під час пересування, а також при зміні положення тіла під час присідання і вставання. (Тесленко Т.В.).

**Постіндустріальне суспільство** (англ. *post-industrial society*) – це суспільство, що базується на взаємодії між людьми та на обміні інформацією. Основним виробничим ресурсом у цьому суспільстві є інформація. Тип виробничої діяльності – послідовна обробка. Базові технології – наукомісткі. Особливе місце в теорії постіндустріального суспільства займають положення, запозичені з економічних, соціальних і політологічних концепцій ХХ сторіччя. Насамперед, це представлення про трисекторну модель суспільного виробництва (40-і і 50-і роки), що розмежовує всю національну економіку на первинний (сільське господарство і видобувні галузі), вторинний (обробна промисловість) і третинний (сфера послуг) сектори; про стадії економічного росту (50-і і початок 60-х років), що часто ототожнювалися з етапами розвитку самої цивілізації; представлення про можливість формування «єдиного індустріального суспільства», надзвичайно популярні серед технократів у 60-і роки, а також деякі положення теорії конвергенції, що дозволяли розглядати з відносно уніфікованих позицій капіталістичний та соціалістичний блоки. У концепції постіндустріального суспільства найважливіші методологічні принципи почерпнуті з позитивістської філософії й економічних досліджень ХІХ століття, що позначила ознаки індустріальної цивілізації, які поклали в основу періодизації соціального розвитку особливості технологічної організації виробництва, обміну і поділу суспільного продукту. Абстрактна ідея вичленовування стадій технологічного прогресу була згодом доповнена в роботах представників інституціонального напрямку в економічній теорії, що розробили концепцію структуризації секторів громадського виробництва, що дозволило знайти внутрішні закономірності господарського розвитку, які не залежать від соціальної і політичної системи тієї чи іншої країни. Процес переходу до постіндустріального суспільства визначався значним вкладанням коштів в аерокосмічну, електротехнічну, приладобудівну, хімічну промисловість, транспортне машинобудування. У цих галузях зосереджувалось понад 80% вчених, інженерів, техніків. Значна увага приділялася фундаментальним дослідженням. Головне місце в НДДКР належало виготовленню нових видів продукції, поліпшенню їхньої якості. (Сазонець О.М.).

**Послуга** (англ. *service*) — нематеріальний товар : фінансова консультація, телефонна розмова, тощо, яку організація надає споживачу за гроші або інші цінності. (Сазонець О.М.).

**Постійні витрати** (англ. *fixed cost*) Видатки компанії, які залишаються постійними і не змінюються залежно від кількості виробленої та реалізованої продукції. (Сазонець О.М.).

**Потік** (англ. *flow*) являє собою сукупність об'єктів, що сприймаються як єдине ціле, який існує як процес на деякому тимчасовому інтервалі і вимірюється в абсолютних одиницях за визначений період часу. (Сазонець О.М.).

**Поточні (циклічні) запаси (англ. *current (cyclical) stocks*)** – запаси, що утворюються протягом середньостатистичного виробничого періоду, або запаси обсягом в одну партію товарів. Поточний запас відповідає рівню запасу в будь-який момент обліку. Він може співпасти з максимальним бажаним рівнем, граничним рівнем або гарантійним запасом. (Сазонець О.М.).

**Принцип гуманізації усіх функцій і технологічних рішень у логістичних системах (англ. *the principle of humanization of all functions and technological solutions in logistics systems*)** – принцип, що означає відповідність екологічним вимогам по охороні навколишнього середовища, ергономічним, соціальним, етичним вимогам роботи персоналу і т.і. (Сазонець О.М.).

**Принцип глобальної оптимізації в логістиці (англ. *the principle of global optimization in logistics*)** – принцип узгодження локальних цілей функціонування елементів (ланок) системи для досягнення глобального оптимуму. (Сазонець О.М.).

**Принцип загальних витрат в логістиці (англ. *the principle of total costs in logistics*)** – це облік усієї сукупності витрат керування матеріальними і зв'язаними з ними інформаційними і фінансовими потоками в логістичному ланцюгу. Як правило, критерій мінімуму загальних логістичних витрат є одним з основних при оптимізації логістичних систем. (Сазонець О.М.).

**Принцип логістичної координації й інтеграції (англ. *the principle of logistical coordination and integration*)** – принцип досягнення погодженої, інтегральної участі всіх ланок логістичної системи (ланцюга) у керуванні матеріальними (інформаційними, фінансовими) потоками при реалізації цільової функції. (Сазонець О.М.).

**Принцип загального керування якістю в логістиці (англ. *the principle of general quality management in logistics*)** – принцип забезпечення надійності функціонування і високої якості роботи кожного елемента логістичної системи для забезпечення загальної якості товарів і послуг, що поставляються кінцевим споживачам. (Сазонець О.М.).

**Принцип моделювання й інформаційно-комп'ютерної підтримки в логістиці (англ. *the principle of modeling and information and computer support in logistics*)** – це принцип, що використовується при аналізі, проектуванні й оптимізації об'єктів і процесів у логістичних системах і ланцюгах, де широко використовуються різні моделі: математичні, економіко-математичні, графічні, фізичні, імітаційні (на ЕОМ) і ін. (Сазонець О.М.).

**Принцип розробки необхідного комплексу підсистем в логістиці (англ. *the principle of developing the necessary set of subsystems in logistics*)** – це принцип, що забезпечує процес логістичного менеджменту: технічної, економічної, організаційної, правової, кадрової, екологічної підсистем і ін. (Сазонець О.М.).

**Принцип стійкості й адаптивності в логістиці (англ. *the principle of stability and adaptability in logistics*)** – принцип, що означає, що логістична система повинна стійко працювати при припустимих відхиленнях параметрів і факторів зовнішнього середовища (наприклад, при коливаннях ринкового попиту на кінцеву продукцію, змінах умов постачання, закупівлі матеріальних ресурсів, транспортних тарифів і т.і.). При значних коливаннях стохастичних факторів зовнішнього середовища логістична система повинна пристосовуватися до нових умов, змінюючи програму функціонування, параметри і критерії оптимізації. (Сазонець О.М.).

**Причини конфліктів** (англ. *Causes of the conflict*) — фактори, які спричиняють виникнення конфліктних ситуацій в організаціях. Поділяються на організаційні, емоційні та соціально-трудова. (Сазонець О.М.).

**Прогноз** (англ. грецьк. *prognosis*— *просування, передбачення*) — науково обґрунтований висновок про можливий стан об'єкта планування в деякий заздалегідь обумовлений момент майбутнього часу. П. є підсумком первинної, попередньої стадії планування. Обов'язковими характеристиками П. є: часовий інтервал, система основних параметрів очікуваного стану об'єкта й умов, необхідних для досягнення цих параметрів. П., як правило, є елементом системи прогнозування, яка розробляється стосовно всіх сфер і напрямів соціально-економічного розвитку суспільства, а також для фірм, їх об'єднань або окремих частин території. В економічній теорії та практиці існують різні підходи до класифікації П.: 1) залежно від періоду прогнозування — оперативний, або короткостроковий (з інтервалом до одного року), поточний (з інтервалом — 4—5 років), середньостроковий (з інтервалом 10—50 років) і довгостроковий (з інтервалом понад 50 років); 2) залежно від того, задано прогноз одним числом чи інтервалом, в якому перебуває прогнозована величина, — точковий та інтервальний; 3) залежно від урахування настання якої-небудь іншої події або без неї — умовний та безумовний; 4) залежно від кількості об'єктів прогнозування — одиничний та множинний; 5) залежно від рівня агрегування показників — макроекономічні (охоплюють П. ресурсів і народногосподарського комплексу держави в цілому), макроструктурні (складаються за номенклатурою двох-трьох десятків галузей і призначені для уточнення П. суспільного відтворення), галузеві (розробляються для окремих галузей економіки з метою отримання головних показників розвитку галузей, потрібних для переходу до П. міжгалузевих зв'язків). (Сазонець О.М.).

**Прогноз варіантний** (англ. *Variant prediction*) — прогноз, який базується на зіставленні різних варіантів можливого розвитку економічних об'єктів за різних припущень щодо розвитку техніки, застосування економічних заходів тощо. П. в. пов'язаний з імовірнісним характером розвитку економіки. (Сазонець О.М.).

**Прогноз грошового потоку** (англ. *Cash flow forecast*) — фінансовий прогноз руху грошових коштів із визначенням їх джерел і напрямів використання. П. г. п. складаються по роках — для найближчого одного-двох років з розподіленням за місяцями. Прогнозовані величини грошових потоків використовують для оцінки інвестиційних проектів. (Сазонець О.М.).

**Прогноз економічний** (англ. *Economic forecast*) — один з основних інструментів економічного планування, який надає можливість передбачити умови загальної економічної рівноваги протягом певного періоду. За допомогою П. е. можна визначати напрями і готувати конкретні рішення економічної політики, а також оцінювати їх можливі результати. П. е. виконується, як правило, на підставі звітних даних за минулі періоди та з дотриманням визначеної номенклатури і правил проведення національних рахунків. (Сазонець О.М.).

**Прогноз інтервальний** (англ. *Interval prediction*) — прогноз у вигляді інтервалу, що визначає сукупність значень прогнозованої величини. Як правило, визначається на підставі розрахунку довірчих меж прогнозу. Ширина довірчого інтервалу значною мірою залежить від прийнятої довірчої імовірності. Чим вища ця імовірність (надійність прогнозу), тим ширший інтервал, але менша апіорна точність прогнозу. (Сазонець О.М.).

**Продуктивність** (англ. *productivity*) можна визначити як відношення системи виводу до вводу в неї. Для логістики виводу служить здійснення обслуговування

користувачів, а вводу – номенклатура елементів логістики (наприклад, запаси, зберігання та навантаження, розвантаження, транспортування, обробка заказу та т. д.). Підвищення продуктивності вимагає, по-перше, розуміння нинішньої ситуації і, по-друге, виявлення можливостей для вдосконалення цієї ситуації. **(Сазонець О.М.)**

**Пропозиція (оферта) (англ. offer)** – формальна пропозиція укласти комерційну угоду, що містить всі істотні умови домовленості: асортимент, кількість, ціни, терміни, відповідальність сторін. **(Сазонець О.М.)**

**Профілактика (від дав.-гр. πρόφύλακτικός — «запобіжний»)** — попередні заходи для недопущення чого-небудь. Профілактика в медицині — комплекс медичних, санітарно-технічних, гігієнічних, педагогічних та соціально-економічних заходів, спрямованих на попередження захворювань та усунення факторів ризику. Профілактика — попереджувальні заходи для підтримки технічного об'єкта та обладнання у справному або працездатному стані. Профілактика правопорушень — комплексне застосування компетентними суб'єктами загальних і спеціальних заходів, спрямованих на недопущення правопорушень та їх запобігання, ліквідацію причин та умов, що їх викликають. **(Гакова М.В.)**

**Профілакторій (англ. dispensary)** – один з різновидів оздоровчих засобів розміщення. За формою власності відноситься до відомчих установ, що і накладає відбиток на склад відпочиваючих. Такі комплекси можуть мати вузькоспеціалізовану спрямованість – протитуберкульозні, для дітей із захворюванням опорно-рухового апарату, дітей-чорнобильців тощо. **(Гакова М.В.)**

**Протекціонізм (англ. Protectionism) (від фр. protectionisme, від лат. protectio — прикриття)** — соціально-психологічний аспект — корисливе заступництво, що робиться кому-небудь особою або групою осіб, які мають владу. Веде до виникнення привілейованого кола осіб, культивування конформізму, готовності підкорятися авторитарному тиску. Може виявлятися в рамках соціальних спільностей будь-якого масштабу: у великих і малих групах, організаціях і первинних підрозділах.

**П.** — державна політика захисту внутрішнього ринку від іноземної конкуренції через систему певних обмежень. Така політика, з одного боку, сприяє розвитку національного виробництва й захисту вітчизняного виробника, а з іншої, може привести до застійних явищ в економіці, посиленню монополізму й зниженню конкурентоспроможності національних товарів.

**П.** — система обмежень імпорту, коли вводяться високі мита, забороняється ввіз певних продуктів, використовуються інші міри, що перешкоджають конкуренції іноземних виробів з місцевими. Політика протекціонізму заохочує розвиток вітчизняного виробництва, здатного замінити імпортні товари.

Однак протекціонізм має зворотній бік. Завдяки йому підтримується завищений рівень цін на продукти, захищені високими митами. Послабляються спонукальні стимули до технічного прогресу в галузях, відгороджених від іноземної конкуренції. Підсилюється нелегальний ввіз товарів без митного контролю. До того ж відповідні міри країн - торговельних партнерів можуть нанести національному господарству збиток, що перевищує його вираш від митного захисту.

**П.** – економічна політика держави, спрямована на підтримку національної економіки. Здійснюється за допомогою торгово-політичних бар'єрів, які відгороджують внутрішній ринок від ввозу іноземних товарів, знижують їхню конкурентоспроможність у порівнянні з товарами національного виробництва. Для протекціонізму характерне фінансове заохочення національної економіки, стимулювання експорту товарів. **(Сазонець О.М.)**

**Пряме управління інвестиціями (англ. direct investment control)** - складова державного регулювання інвестиційної діяльності, що здійснюється центральними та місцевими органами державної влади, включає: прогнозування, планування та програмування розвитку національної економіки, її окремих елементів; формування бюджету та передбачення в ньому обсягів державного фінансування; планування централізованих державних засобів; розміщення держконтрактів і контроль за їх виконанням; визначення умов реалізації інвестиційних проектів, їх експертизу; проведення інвестиційної діяльності (дії щодо інвестування бюджетних, позабюджетних та інших коштів, призначених для цих цілей). (Сазонець О.М.).

**Прямі витрати (англ. direct costs)** – це витрати, до яких відносяться: оплата праці, соціальні відрахування, витрати на паливно-мастильні матеріали, технічне обслуговування, ремонт автомобілів і т. п. Прямі витрати складаються з двох складових: змінні витрати, що безпосередньо залежать від пробігу автомобіля (витрати на паливо, мастильні матеріали, шини та інші витратні матеріали), і постійні, які не залежать від загального пробігу автомобіля (заробітна плата, амортизаційні відрахування). (Сазонець О.М.).

**Прямі інвестиції (англ. direct investments)** – це капіталовкладення в приймаючій країні, які дозволяють брати участь в управлінні об'єктом вкладення. (Сазонець О.М.).

**Прямі методи (англ. direct GRE methods)** - методи, за допомогою яких держава безпосередньо втручається в економічні процеси (держконтракт, держзамовлення, надання субсидій, дотацій, встановлення державних стандартів, регламентування діяльності суб'єктів економіки тощо). (Сазонець О.М.).

## Р

**Рабат (англ. volume discount)** – зниження ціни товару при закупівлі його великими партіями. (Сазонець О.М.).

**Районний торговельний центр (англ. community shopping center)** - роздрібний торговельний комплекс, розташований у житловому районі, що зазвичай має один основний магазин і кілька торговельних точок меншого розміру. (Сазонець О.М.).

**Реабілітація (англ. rehabilitation)** - це комплекс заходів спрямованих на відновлення здоров'я, функціонального стану і працездатності організму, порушених хворобами, травмами, фізичними, хімічними і соціальними чинниками. (Тесленко Т.В.).

**Ребрендинг (англ. rebranding)** - знаходження нової позиції для бренду і модифікація ідентичності бренду. (Сазонець О.М.).

**Ребрендинг (англ. rebranding)** - змінювання концепції бренду, перепозиціювання його на іншу соціальну або і демографічну групу, зміна цільової ніші. (Лучанська Ю. Г.).

**Регіональна політика держави (англ. regional state policy)** - діяльність держави стосовно забезпечення збалансованого і комплексного розвитку окремих територій країни, виходячи із загальнодержавних та місцевих інтересів, використання абсолютних і відносних переваг регіонів. (Сазонець О.М.).

**Регіональний маркетинг (англ. regional marketing)** Концепція маркетингу, що передбачає врахування специфіки територіальних розбіжностей у смаках, потребах та інтересах споживачів. (Сазонець О.М.).

**Регулювання оперативне (англ. Operational control)** — вид управлінської діяльності, спрямований на усунення відхилень, збоїв, недоліків тощо в керованій системі шляхом розроблення і впровадження керуючою системою відповідних заходів відносно короточасної дії. Р. о. спрямоване на усунення всіх прорахунків, виявлених у процесі контролювання. При цьому регулювальні заходи можуть застосовуватись на всіх попередніх етапах технології менеджменту (планування, мотивація, організація). Для цього вдаються до коригуючих дій, що базуються на виборі таких рішень: усунення відхилень; перегляд стандартів та критеріїв; усунення відхилень з переглядом стандартів і критеріїв. Особливість Р. о. полягає в тому, що, на відміну від функцій планування, організації та мотивації, які вдосконалюються безпосередньо в керуючій системі організації, регулювання, як і контроль, вдосконалюється в керуючій та керованій системах. Залежно від характеру перешкод чи недоліків, виявлених у процесі контролю в керованій системі, Р. о. може спрямовуватися на конкретну проблему, яка виникла під час планування, мотивації або організації. Якщо проблеми виникли при плануванні, розроблені заходи стосуватимуться вдосконалення економічного, соціального чи технологічного планування; виникнення їх в організаційній структурі зумовить необхідність реалізації заходів щодо структури Управління організацією, комунікаційних систем тощо; недоліки щодо матеріального стимулювання працівників керованої системи потрібно буде усувати, вдосконалюючи систему преміювання, дивідендної політики тощо. Успішна діяльність підприємства значною мірою залежить від ефективності та вчасності здійснення Р. о., що покликане усунути недоліки в роботі та запобігти потенційним втратам. **(Сазонець О.М.)**.

**Реекспорт (англ. Reexport)** — вивезення (експорт) з країни товарів раніше ввезених (імпортованих), але не перероблених у країні (з міжнародних товарних аукціонів, товарних бірж, консигнаційних складів тощо), з територій вільних економічних зон, з приписних складів з метою перепродажу їх іншим країнам у тому ж вигляді або після певного перероблення. Такі товари у статистиці називають націоналізованими. Р. є різновидом експорту. Сутність його — отримання прибутку від різниці в ціні. Найвигіднішим є Р. товарів, перевезення яких не потребує значних транспортних витрат, наприклад дорожніх металів, коштовного каміння. В окремих випадках до Р. відносять придбання й перепродаж товарів за кордоном без перероблення їх там та без завезення в країну. **(Сазонець О.М.)**.

**Резервні (страхові, або “буферні”) запаси (англ. backup)** – запаси, створювані на випадок очікуваних змін попиту або пропозиції на ту, або іншу продукцію, наприклад, у зв'язку з трудовими конфліктами, підняттям цін або відкладеного попиту). **(Сазонець О.М.)**.

**Реімпорт (англ. reimport )** – це митний режим, відповідно до якого товари, що походять з України та вивезені за межі митної території України згідно з митним режимом експорту, не пізніше ніж у встановлений законодавством строк ввозяться на митну територію України для вільного обігу на цій території. **(Сазонець О.М.)**.

**Реклама (англ. Advertising)** — платна односпрямована та знеособлена презентація, що здійснюється через засоби масової інформації та інші види зв'язку з метою просування товару чи послуг, а, також агітації на користь марки, фірми. **(Тесленко Т.В.)**.

**Рекламація (лат. reclamatio — несхвалення, протест)**— 1) скарга, нарікання заперечення; 2) у цивільному праві обґрунтована претензія щодо недоброякісного товару або неналежного виконання однією зі сторін взятих на себе зобов'язань (наприклад, покупця до продавця, замовника до підрядника); порядок усунення недоліків обумовлюється завчасно при укладанні угоди, контракту; 3) документ, що спрямовується органом державної

атестаційної служби в акредитовану освітню установу, з констатацією низької якості освітніх послуг, які надаються нею, або невідповідності навчання вимогам відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня вищої освіти. *(Сазонець О.М.)*.

**Рекламне агентство (англ. Advertising agency)** — компанія, фірма, що розробляє, виготовляє і розміщує рекламу для, від імені та за дорученням замовників. *(Сазонець О.М.)*.

**Рекламні агенції з обмеженим набором послуг (англ. limited service agency)** Компанії, що виконують лише певні визначені види рекламних послуг для замовників. *(Сазонець О.М.)*.

**Рекламація (англ. reclamation)**

- претензія; заява однієї сторони про те, що інша сторона не виконала (повністю або частково) своїх обов'язків, та вимога у зв'язку з цим відповідного відшкодування. *(Сазонець О.М.)*.

**Рекламний тур (англ. promotional tour)**

– безоплатний або пільговий тур, що організується для турагентств та (або) співробітників авіакомпанії з метою їхнього ознайомлення з певними туристичними маршрутами та центрами. *(Сазонець О.М.)*.

**Ремаркетинг (англ. remarketing)** - маркетингові дії, що мають мету відновлення попиту, проводяться при зниженні попиту на товар. *(Сазонець О.М.)*.

**Рекреаційна послуга (англ. recreational service)** – це будь-яка діяльність чи вигода, яку надають клієнтові на спеціалізованих територіях поза місцем його постійного проживання, й у вільний від роботи час, щоб відновити його фізичні та психологічні сили, задовольнити спортивні, оздоровчі, пізнавальні інтереси тощо. *(Гакова М.В.)*

**Рестайлінг (від англ. Restyling «модернізація; зміна стилю»)** - змінювання фірмового стилю ресторану і дизайну його різних елементів, включаючи логотип. *(Лучанська Ю. Г.)*.

**Реституція (лат. restitutio — відновлення)** — 1) у цивільному праві повернення сторонами, які уклали угоду, всього отриманого ними за угодою у разі визнання її недійсною. За неможливості повернути отримане в натуральному вигляді відшкодовується його вартість у грошовій формі. Загальним правилом, прийнятим законодавчими актами більшості країн, є подвійна Р., тобто кожна зі сторін повертає іншій все отримане за угодою. У разі, коли одна зі сторін при укладанні угоди навмисно діяла на шкоду іншій, порушуючи її права та законні інтереси, застосовується одностороння Р. — на користь потерпілої сторони; 2) процес повернення будівель житлових будинків, споруд і деяких підприємств попереднім власникам у разі приватизації та денаціоналізації. *(Сазонець О.М.)*.

**Реструктуризації методи (англ. Methods of restructuring)** — методи здійснення організаційно-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на зміну структури, організаційно-правової форми, форми власності підприємства з метою його фінансового оздоровлення, підвищення ефективності та конкурентоспроможності. Можливими Р. м. є: 1) виділення окремих структурних підрозділів для подальшої діяльності або з утворенням нових юридичних осіб; 2) об'єднання (злиття) підприємств з утворенням нової юридичної особи; 3) перепрофілювання підприємства (організації); 4) передання окремих виділених структурних підрозділів у сферу управління іншого органу управління; 5) створення холдингової компанії. Вибір Р. м. залежить від умов та результатів функціонування окремих

підрозділів у складі підприємства і здійснюється на підставі оцінки їх реальних ринкових можливостей, таких, наприклад, як освоєння нових ринків збуту продукції, рівень наукомісткості виробничих технологій тощо. **(Сазонець О.М.)**.

**Розвозочний маршрут (англ. *delivery route*)** – це такий маршрут, при якому продукція завантажується у одного постачальника і розвозиться декільком споживачам. **(Сазонець О.М.)**.

**Розподільна логістика (англ. *distribution logistics*)** – це просування товару в сфері товарного обігу. Сфера її дії починається тоді, коли готовий продукт залишає місце безпосереднього виробництва, і закінчується у споживачів (торговців) або у кінцевих користувачів. Розподільна логістика формує систему розподілу товарів національного споживання. Ця функціональна галузь розглядається в рамках управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management), на макрорівні. **(Сазонець О.М.)**.

**Розширення кордонів ринку (англ. *market expansion*)** – намагання фірм розширити збут товарів за рахунок освоєння нових ринків. **(Сазонець О.М.)**.

**Ротація кадрів (англ. *Staff turnover*)** — процедура кадрового призначення "по горизонталі", за якої посадовий рівень працівника не змінюється, а відбувається його переміщення на рівнозначну посаду в інший підрозділ. **(Сазонець О.М.)**.

**Ротель (англ. *rotel*)**- пересувний засіб розміщення представлений вагоном-трейлером (англ. trailer від trail — тягнути) з одно-, двомісними номерами - спальними відсіками, який як причіп рухається з автомобілем. **(Гакова М.В.)**.

**Роялті (англ. *royalty*— королівська влада, плата за надра, авторський гонорар)** — періодичні поступові виплати пропорційно до певних показників у ході використання ліцензій, патентів та іншої інтелектуальної власності, а також плата за право розробки ресурсів. Термін "Р." виник для позначення прав і привілеїв, дарованих королівською владою, щодо права на землю і розробки природних ресурсів. Р. сплачували функціональні капіталісти власникам землі або надр за право розробки природних ресурсів. Р. встановлюються у вигляді фіксованих ставок, які виплачуються покупцем ліцензії (ліцензіатом) через узгоджені з продавцем (ліцензіаром) періоди протягом дії ліцензійної угоди, як правило, наприкінці кожного року дії ліцензійної угоди, починаючи з моменту випуску готової продукції. Р. здебільшого нараховується з прив'язкою до показників обсягу прибутку, суми продажу, відпускну ціни. У ліцензійних угодах ставка Р. встановлюється у відсотках від вартості чистого продажу ліцензійної продукції, обсягів виробництва, собівартості продукції або в розрахунку на одиницю продукції, що виробляється. **(Сазонець О.М.)**.

**Рух товару (англ. *movement of goods*)** – діяльність стосовно планування, втілення в життя та контролю за фізичним переміщенням матеріалів, готових виробів від місць виробництва до місць використання з метою задоволення потреб споживача та з вигодою для себе. **(Сазонець О.М.)**.

## С

**Санаторій (англ. *sanatorium*)** – санаторій, або лічниця, оздоровниця — лікувально-профілактичний заклад для лікування та оздоровлення за допомогою природних факторів (клімат, мінеральні води, лікувальні грязі, морські купання, сонцелікування тощо) у

сполученні з дієтотерапією, фізіотерапією, медикаментозним лікуванням та іншими заходами. **(Гакова М.В.)**

**Санаторії-профілакторії (англ. prophylactic sanatoriums)** — це медичні заклади санаторного типу для проведення лікувально-оздоровчих заходів без відриву працівників від виробничої діяльності (перебування в санаторії-профілакторії у нічний і вільний від виробничої діяльності час). **(Гакова М.В.)**

**Санаторно-курортні заклади (англ. sanatorium and resort facilities)** - це заклади охорони здоров'я, що розташовані на територіях курортів і забезпечують подання громадянам послуг лікувального, профілактичного та реабілітаційного характеру з використанням природних лікувальних ресурсів. **(Гакова М.В.)**

**Санаторно-курортні заклади. Види. (англ. sanatorium and resort facilities. Kinds).** До санаторно-курортних закладів слід віднести: санаторії, санаторії-профілакторії та пансіонати з лікуванням, тобто підприємства які надають послуги лікування та повинні розміщуватися на території курорту чи лікувально-оздоровчій місцевості. **(Гакова М.В.)**

**Санаторно-курортні (оздоровчі) послуги (англ. sanatorium-resort (health) services)** – послуги з надання профілактичної, лікувальної, реабілітаційної допомоги, проживання, харчування, проведення дозвілля та інші сервісні послуги, що надають на курорті, в лікувально-оздоровчій місцевості та в санаторно-курортних організаціях. Поняття рекреаційної послуги ширше за поняття санаторно-курортної послуги – поняття рекреації частково враховує також дозвіллеву (фізкультура, спорт, індустрія розваг та туристську сфери. Санаторно-курортні послуги входять до рекреаційних. **(Гакова М.В.)**

**Світова організація торгівлі (СОТ) (англ. World Trade Organization (WTO))** Міжнародна організація, яка встановлює правила, що упорядковують торгівлю між її членами.

За останні роки значно розширилася сфера діяльності СОТ, яка на сьогодні далеко виходить за рамки власне торговельних стосунків. СОТ є потужною і впливовою міжнародною структурою, здатною виконувати функції міжнародного економічного регулювання. Членство у СОТ стало на сьогодні практично обов'язковою умовою для будь-якої країни, що прагне інтегруватися у світове господарство.

Процеси створення, становлення і розширення СОТ не були простими та однозначними. Хоча за останні 30 років масив загальних правил СОТ надзвичайно зріс, СОТ усе ще базується на принципі двосторонніх переговорів між членами з метою взаємного відкриття їх ринків. Члени СОТ, формулюючи вимоги до країн-претендентів стосовно доступу до їх ринків, відстоюють інтереси власних підприємств, захищаючи таким чином власне виробництво та робочі місця. Тому переговорний процес є непростим і, як правило, тривалим. Світова організація торгівлі (СОТ) (англ. World Trade Organization, СОТ) – це провідна міжнародна економічна організація, членами якої вже є 153 країни, на долю яких припадає близько 96% обсягів світової торгівлі; її функціями є встановлення правил міжнародної системи торгівлі і вирішення спірних питань між країнами-членами, що підписані під близько 30-ма угодами організації. Після приєднання ряду країн, які зараз є кандидатами на вступ, у рамках СОТ здійснюватиметься майже весь світовий торговельний оборот товарів та послуг. **(Сазонець О.М.)**

**Сегментація ринку (англ. market segmentation)** – розподіл потенційних споживачів на групи за відмінностями в їх потребах, характеристиках і поведінці. **(Сазонець О.М.)**

**Сегменти ринку (англ. market segments)** – групи споживачів, виявлені в процесі

сегментації, які мають подібні потреби і характеристики та однаково реагують на маркетингові зусилля організації. (*Сазонець О.М.*).

**Сезонні запаси** (*англ. seasonal stocks*) – це запаси, що утворюються при сезонному характері виробництва продуктів, споживання або транспортування. Сезонні запаси повинні забезпечити нормальну роботу організації під час сезонної перерви у виробництві, споживанні або в транспортуванні продукції. (*Сазонець О.М.*).

**Селективний розподіл** (*англ. selective distribution*) – розподіл, що являє собою щось середнє між методами інтенсивного й ексклюзивного розподілу. Селективний розподіл дозволяє виробнику домагатися необхідного охоплення ринку при більш твердому контролі і з меншими витратами, чим при організації інтенсивного розподілу. (*Сазонець О.М.*).

**Сервіс у туризмі** (*англ. Service*) - це особливий вид діяльності, який спрямований на задоволення потреб клієнта туристичної компанії шляхом надання послуг, затребуваних окремими людьми або організаціями. Для надання сервісу в туризмі співробітник, який працює у туристичній компанії, повинен володіти багатьма потрібними навичками. Він повинен бути людиною високої культури, знати і виконувати правила етикету, засвоїти загальноприйняті норми міжнародного права, володіти високорозвинутим естетичним смаком, розбиратися в питаннях політики, економіки, культури, вміти на належному рівні прийняти того, хто приїжджає, створити затишок, забезпечити високу якість обслуговування. Крім загальних вимог до людських якостей обслуговуючого персоналу, існують вимоги до його професійних якостей. Ці вимоги виражаються в професійних стандартах для основних працівників сфери обслуговування туристів. (*Сазонець О.М.*).

**Сервісні послуги** (*англ. services*) можуть надаватися, наприклад, одними фірмами-учасницями логістичної системи іншим в процесі просування матеріальних потоків виробника до споживача. (*Сазонець О.М.*).

**Сервісні потоки** (*англ. service flows*) – потоки послуг, які генеруються логістичною системою в цілому або її підсистемою (ланкою, елементом) з метою задоволення зовнішніх або внутрішніх споживачів організації бізнесу. (*Сазонець О.М.*).

**Середземноморська транспортна зона** (*англ. Mediterranean transport area*) охоплює країни узбережжя Середземного моря. (*Сазонець О.М.*).

**Середній дохід** (*англ. average revenue*) Середня сума грошових коштів, які отримано від продажу одиниці товару або ціна товару. (*Сазонець О.М.*).

**Середній клас** (*англ. middle class*) - прошарок суспільства, що характеризується такими ознаками: особиста свобода; самостійна економічна діяльність; наявність власності; досить високий рівень доходів; володіння професією, що передбачає отримання спеціальних знань; адекватні спосіб і якість життя; роль у суспільстві. (*Сазонець О.М.*).

**Середовище організації зовнішнє** (*англ. External environment of organization*) — середовище, що складається з чинників, які впливають на виробничо-господарську діяльність організації ззовні. Фактори *С.о.* зможуть бути прямої дії, безпосередньо впливати на діяльність організації, та непрямої дії, які впливають на діяльність організації опосередковано, через певні взаємовідносини та механізми. Аналізуючи *С. о.* з., враховують такі характеристики: взаємозалежність всіх його факторів; складність та багатокомпонентність; рухливість; динамічність; невизначеність внаслідок обмеження інформації; взаємозалежність факторів внутрішнього та зовнішнього середовищ. Вивчають

загрози та можливості, які має враховувати організація при визначенні базової стратегії. Стратегічне управління розглядає С. о. з. як сукупність макросередовища та безпосереднього середовища організації. Вплив макросередовища залежить від внутрішнього потенціалу організації і позначається на загальних умовах її діяльності у зовнішньому середовищі. При вивченні економічної компоненти макросередовища визначають рівень ризику, ступінь напруженості конкуренції та ділової привабливості бізнесу. Правова компонента макросередовища визначає: ступінь правової захищеності; динамізм правового середовища; рівень контролю суспільства за діяльністю правової системи; допустиму межу взаємодії з іншими суб'єктами права. Політична компонента аналізується з метою визначення можливих змін у законодавстві, можливостей та загроз для бізнесу, які вони можуть спричинити. Соціальна складова макросередовища впливає на інші його компоненти і внутрішнє середовище організації. Найвпливовішими чинниками вважають демографічну структуру, зростання кількості населення, рівень освіти, ставлення людей до роботи та якості життя, релігії, сім'ї тощо. Технологічна компонента макросередовища вивчається при аналізі С. о. з. із метою визначення можливостей використання досягнень техніки та технологій для поточного бізнесу і модернізації виробництва. Система аналізу макросередовища дає позитивний ефект за наявності в аналітичній групі відповідної інформації та тісного зв'язку із системою планування. Аналізуючи безпосереднє середовище організації, вивчають покупців, постачальників, конкурентів, ринок робочої сили. **(Сазонець О.М.)**

**Серійне виробництво (англ. serial production)** являє собою процес, при якому циклічно виготовляється товар щодо обмеженої номенклатури в кількостях, які визначаються партією (серією). Під серією слід розуміти деяку кількість конструктивно однакових виробів. **(Сазонець О.М.)**

**Сертифікат (лат. certifico — засвідчую)** — 1) у загальному контексті — посвідчення, письмове свідоцтво; 2) документ, виданий компетентними державними органами, що дає право на здійснення певного роду діяльності, дій, операцій, які вимагають спеціального дозволу; 3) документ, що засвідчує відповідність якості товару затвердженим стандартам, технічним умовам; 4) документ, який визначає фактичний стан об'єкта, його відповідність стандартам, параметрам якості, визначеним угодами, договорами, контрактами; 5) документ, що засвідчує асортимент, кількість, якість, технічні параметри, експлуатаційні можливості товарів, передбачені міжнародними контрактами або світовими стандартами. У підприємницькій діяльності розрізняють такі основні види С: аварійний, акції, акціонерний, аудиторський, відповідальності, грошового ринку, ощадний, походження, страховий, якості тощо. **(Сазонець О.М.)**

**Сертифікація (англ. Certification)** — 1) документальне підтвердження відповідності продукції визначеним вимогам, конкретним стандартам або технічним умовам; 2) процедура одержання сертифіката. С. продукції — комплекс заходів (дій) з метою підтвердження за допомогою сертифіката відповідності продукції певним стандартам або іншій НТД. С. з'явилася у зв'язку з необхідністю захистити внутрішній ринок від продукції, непридатної для використання. Питання безпеки, захисту здоров'я і навколишнього середовища змушують законодавчу владу, з одного боку, встановлювати відповідальність постачальника (виробника, продавця та ін.) за введення в оборот недоброякісної продукції; з іншого — визначати обов'язкові для виконання мінімальні вимоги, що стосуються характеристик продукції, яка вводиться в оборот. До першого належать такі законодавчі акти, як, наприклад, Закон "Про захист прав споживачів", прийнятий в Україні, або закон про відповідальність за продукцію, прийнятий у країнах ЄС. Закони, що встановлюють мінімальні вимоги до характеристик, можуть належати в цілому до групи продукції або до окремих її параметрів. Прикладом таких законів є закон про іграшки, закон про електромагнітну сумісність тощо. Багато закордонних фірм витрачають великі кошти й час

на доведення споживачеві, що їхня продукція високої якості. Обсяг витрат на ці роботи — до 1 —2 % всіх витрат підприємств-виробників. С. є дуже ефективним засобом розвитку торгово-економічних зв'язків країни, просування продукції підприємства на зовнішній і внутрішній ринки збуту, а також закріплення на них на досить тривалий період часу. Все це зумовило значне поширення С. У деяких випадках витрати на неї порівнянні з витратами на досягнення самої якості. (*Сазонець О.М.*)

*Сили галузі рушійні (англ. Brunch drivers)* — події, які найбільше впливають на характер змін галузевого ринку. Ці сили вказують менеджерам, які основні фактори (процеси, події) максимально впливатимуть на розвиток підприємства в найближчі кілька років. У процесі аналізу рушійних сил змін у галузі необхідно їх класифікувати, виділити головні (як правило, не більше 3—4) та другорядні; визначити ступінь і наслідки впливу на галузевий ринок і підприємство окремо кожної основної рушійної сили, другорядні не розглядати. Варіант стратегії підприємства повинен відповідати спрогнозованому розвитку дій С. г. р. До них належать: зміни динаміки економічного зростання галузі; зміни законодавства і політики уряду, місцевої влади; зміни суспільних цінностей, складу споживачів, їх уподобань, потреб, способів використання товарів; технологічні зміни, поширення ноу-хау, впровадження нової продукції; зміни продуктивності підприємств і структури їх витрат на основні фактори виробництва; поява на ринку чи вихід з нього великих підприємств; зростаюча глобалізація галузевих ринків; зміни в маркетинговій політиці провідних компаній. (*Сазонець О.М.*)

*Синергетика* – (англ. *synergetics*) це наука про процеси нелінійної самоорганізації в природі і суспільстві. Основи синергетики було закладено ще в дослідженнях Аристотеля: «Ціле більше простої суми його частин». (*Сазонець О.М.*)

*Система з синергічними зв'язками (англ. system with synergistic connections)* забезпечує приріст загального ефекту кооперованих дій елементів системи до величини більшої, ніж сума ефектів тих самих елементів, що діють незалежно. (*Сазонець О.М.*)

*Система класифікації готелів. (англ. system of the hotels classification).* За французькою (європейською) системою готелі класифікуються на 5 категорій. Для одержання певної категорії готелі повинні відповідати встановленим вимогам для конкретної категорії: по кількості номерів з певною площею, по наявності ресторану або кафе, стоянки для автомобілів, по наявності різного встаткування (центральне опалення, телефони, водопостачання, ліфти, звукоізоляція), по розмаїтості послуг і кваліфікації службовців.

Французька система заснована на обліку встаткування номерів, окремих елементах комфорту й розмірів загальних приміщень. Французькі готелі не піддаються прийнятним категоріям, таким як у Європі (2-5 зоряні) або в Америці (бюджет-люкс). Їхня класифікація трохи інша: 2\* - готелі з невеликою кількістю номерів, розраховані на мінімум зручностей. У номерах душ і туалет, телевізор. Сніданок складається з булочки, кави, джему й масла. Готелі перебувають, як правило, на відстані 15-30 хвилин ходьби від історичного центра. 3\* - більшість розташовані в центрі. Номери красиво оформлені в традиційному стилі. У кімнатах є всі зручності. Сніданок – булочка, кава, джем, апельсиновий сік, масло, нарізка із сиру, фруктовий салат. Багато цих готелів можна дорівняти до 4\* у Європі. 4\*\*\* - всі готелі зручно розташовані в центрі. Номери із класичним декором. У багатьох, крім душу є ванна й фен. У готелях такої категорії на курортах є басейн і сауна. Бари, ресторани, гарні холи й салони. Сніданок – шведський стіл. Додається максимум зусиль, щоб клієнт проводив в отелі якнайбільше часу. 4\*\* Luxe & Palaces – найвища категорія у Франції. Готелі-палаці, готелі-легенди, кожний зі своєю історією, у якій фігурують багато світових знаменитостей. Просторі номери в традиційному французькому стилі з вишуканим декором і всіма сучасними зручностями. Гастрономічні ресторани, салони краси, чудовий сервіс.

Індійська система класифікації: включає також 5 категорій: "1 зірка", "2 зірки", "3 зірки", "4 зірки", "5 зірок", які привласнює спеціальна комісія на основі бальної оцінки. Комісія може за своїм розсудом дати до 15 балів за будь-які, напередбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для одержання тієї або іншої категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, причому їхня кількість по кожному пункті повинна становити не менш 50% максимальної оцінки.

Наприклад, готель категорії „1 зірка” повинен бути розташований у гарному районі, у споруді придатній для розміщення гостей з усіма необхідними зручностями.

Для отримання відповідної категорії слід набрати мінімальну суму балів:

1 зірка – 100 балів; 2 зірки – 150 балів; 3 зірки – 210 балів; 4 зірки – 260 балів; 5 зірок – 290 балів.

На даний момент у світі діє майже 30 різноманітних систем класифікації готелей. В окремих країнах ця класифікація може бути різнною. Так, наприклад, у США найпоширенішою є класифікація за родом операцій, що здійснюються в готелі, або ж за тим, наскільки обслуговування задовольняє економічні та соціальні потреби туристів. Відповідно до цього готелі підрозділяються на комерційні, мотелі, курортні, і для проведення ділових зустрічей. Окрім того у США готелі класифікують за строком перебування від 1 до 7 днів, для постійного проживання, курортні готелі.

У США єдиної офіційної затвердженої урядом класифікації не існує. Тут, по комфортабельності готелі діляться на 5 категорій. Вищий статус присуджується двома установами: American Automobile Association (ААА, Автомобільна Асоціація Америки), що ділить готелі по так названих "діамантах" й Mobile Travel Guide, асоціація пов'язана з організацією поїздок, по системі - "П'ять зірок". З більш ніж 21 тисячі претендентів вищої категорії, п'ятизіркового статусу визнані гідними тільки 35 готелів.

Готелі США класифікуються по місцю розташування, за цінами, по типах послуг, які вони пропонують, а також залежно від умов використання.

Класифікацією готелів і ресторанів у Великобританії займається Автомобільна Асоціація Великобританії. Обов'язкова класифікація включає п'ять категорій "зірок" чорної й червоної квіток. У Німеччині в рамках класифікації до готельних споруд відносять засоби розміщення, котрі мають не менше 9 місць для розміщення і котрі пропонують не менше двох послуг: ночівля та харчування. Класифікація готелів від 1 до 5 зірок у Німеччині передбачає контроль відповідності послуг в них обов'язковим (їх 22) та додатковим (факультативним) критеріям.

Такі критерії, як зовнішній вигляд споруди, надання додаткових послуг, спортивна і оздоровча інфраструктура, можливості для організації бенкетів, конференцій.

Слід відзначити, що готелі, у яких одностільні номери, мають площу менше 6 кв. м, не підлягають класифікації до проведення реконструкції та приведення площ номерів до нормальних вимог.

Готелі, яким присвоєні зірки, отримали у Німеччині назви:

1 зірка – Tourist (туристичний); 2 зірки – Standart (стандартний); 3 зірки – Komfort (комфортний); 4 зірки – First Class (першого класу); 5 зірок – Luxus (люкс).

В Австрії діє „зіркова” класифікація готельних споруд. Відповідно до неї усі готелі за рівнем комфортності проживання туристів поділяються на п'ять категорій. Ще готелі в Австрії класифікуються за розміром засобів розміщення. Встановлено, що величина споруди впливає на економічні показники її використання. Таким чином, затрати на персонал, витрати на рекламу, аренду, коефіцієнт використання потужностей готелю зростають із збільшенням розміру підприємства готельного бізнесу. Малими вважаються готелі приблизно на 42 місця, з кількістю персоналу – 6 чоловік, річною виручкою -5 млн. шилінгів. Група великих підприємств має в середньому майже 110 місць, чисельність персоналу 42 людини. Річна виручка підприємств цієї групи коливається від 12 до 15 млн. шилінгів.

З точки зору довготи туристського сезону австрійські готелі підрозділяються на: цілорічні, двосезонні, односезонні.

Ще існує розподіл австрійських готелей залежно від їх місця розташування. Таке розмежування робиться через встановлений в країні різний рівень цін за проживання у готелях однієї категорії залежно від того, де вона розташована – у Відні чи інших містах, наприклад, у Зальцбурзі. *(Сазонець О.М.)*.

**Системний підхід** (англ. *system approach*) – це розгляд об'єктів як систем, що дозволяє досліджувати властивості і відносини в об'єктах, що складно спостерігати, передбачає інтеграцію, синтез, розгляд різних сторін явища. *(Сазонець О.М.)*.

**Системний підхід в логістиці** (англ. *system approach in logistics*) – підхід, що виявляється в розгляді всіх елементів логістичної системи як взаємозалежних і взаємодіючих для досягнення єдиної мети керування. Відмінною рисою системного підходу є оптимізація функціонування не окремих елементів, а всієї логістичної системи в цілому. *(Сазонець О.М.)*.

**Системність в логістиці** (англ. *systematization in logistics*) – принцип логістичного управління, при якому діяльність підприємства розглядається у межах єдиної економіко-виробничої системи, і, водночас, із сукупністю відносно самостійних сфер діяльності). *(Сазонець О.М.)*.

**Сільський будинок** (англ. *village house*) - заклад розміщення в окремо розташовані будівлі на території садиби діючого приватного підсобного господарства із забезпеченням умов для приготування їжі переважно з цього господарства. *(Гакова М.В.)*.

**Складування** (англ. *warehousing*) – це визначення кількості, типів і дислокації складів, обсягу зберігання матеріального ресурсу і готової продукції, планування складських площ і т.п. *(Сазонець О.М.)*.

**Служба** (англ. *Employment*) — 1) група підрозділів підприємства, установи, організації, яка виконує спільні специфічні для неї функції (фінансово-економічна С, господарська С. тощо); 2) спеціальна галузь роботи з установами, які до неї належать (С. безпеки України, медична С); 3) робота, зайняття службовця, а також місце його роботи, місце служби. *(Сазонець О.М.)*.

**Служба логістики** (англ. *logistics service*) – це служба організації, яка управляє всіма потоками товарів, а також потоками інформації, що їм належать: до підприємства (від постачальників), в межах підприємства, а також з підприємства (до клієнтів). *(Сазонець О.М.)*.

**Служба (відділ) маркетингу** (англ. *Marketing administration*) — спеціальний підрозділ, що діє на основі принципів і методів маркетингу. Завдання: комплексне вивчення ринку, забезпечення стійкої реалізації товару, ринкова орієнтація виробництва і проектно-конструкторських робіт. *(Сазонець О.М.)*.

**Собівартість транспортних перевезень** (англ. *cost of transportation*) – це виражена в грошовій формі величина експлуатаційних витрат, що припадають на одну транспортну одиницю. На автомобільному транспорті собівартість визначається для кожного виду транспортної роботи, за одиницю якої приймають: для вантажних автомобілів, що працюють за тарифом за кількість перевезеного вантажу, – 1 т км, що працюють за часовим тарифом – 1 авто / год. Також необхідно відзначити, що зі збільшенням вантажопідйомності транспортних засобів собівартість перевезень зменшується. *(Сазонець О.М.)*.

**Сомельє** ( від фр. *sommelier*) - службовець, який відповідає за подачу напоїв у ресторані і надає відвідувачам рекомендації щодо вибору вин та напоїв. (Лучанська Ю. Г.)

**Соціалізація** (англ. *socialization*) — 1) процес становлення особистості, засвоєння індивідом цінностей, норм, установок, зразків поведінки, притаманних певному суспільству, соціальній групі; 2) процес залучення індивіда до системи суспільних відносин, формування його соціального досвіду, становлення й розвиток як цілісної особистості. Розрізняють С: первинну (дитинство, підлітковий вік, юність) і вторинну (зрілий вік). С. передбачає взаємодію людини із соціальним оточенням, яке впливає на формування її певних соціальних якостей та рис, на активне засвоєння й відтворення нею системних суспільних зв'язків. (Сазонець О.М.).

**Соціалізація** (англ. *socialization*) - комплексний процес та результат засвоєння й активного відтворення людиною соціально-культурного досвіду (знань, цінностей, норм, моралі, традицій тощо) на основі її діяльності, спілкування і відносин, обов'язковий фактор розвитку особистості. (Тесленко Т.В.).

**Соціальна активність** (англ. *social activity*) - один з найважливіших чинників соціального розвитку, під час якого людина усвідомлює себе в суспільстві як особистість, що свідомо засвоює соціальні норми та цінності, на основі яких формуються моральні, духовні, інтелектуальні якості людини. (Тесленко Т.В.).

**Соціальна відповідальність** (англ. *social responsibility*) — сприйняття організацією себе як частини суспільства, перед яким вона відповідає за свої дії. (Сазонець О.М.).

**Соціальна інфраструктура** (англ. *social infrastructure*) - система галузей народного господарства, діяльність яких спрямована на задоволення соціально-культурних, духовних та інтелектуальних потреб людини (охорона здоров'я, освіта, культура, мистецтво, спорт, житлово-комунальне та побутове обслуговування, громадське харчування тощо). (Сазонець О.М.).

**Соціальна політика** (англ. *social policy*) - діяльність держави, спрямована на створення та регулювання соціально-економічних умов життя суспільства: підтримка відносин між соціальними групами і всередині їх, забезпечення умов для підвищення добробуту членів суспільства, створення соціальних гарантій, формування ефективних економічних стимулів для участі у виробництві, соціальний захист населення. (Сазонець О.М.).

**Соціальна сфера** (англ. *social sphere*) - підсистема національної економіки, тобто явища, процеси, види діяльності та об'єкти, які пов'язані з забезпеченням життєдіяльності суспільства та людини, задоволенням їхніх потреб та інтересів. (Сазонець О.М.).

**Соціальне партнерство держави, роботодавців та профспілок** (англ. *Social partnership of the state, employers and trade unions*) - основою соціального партнерства є угода, суспільний договір сторін щодо виконання певних умов співіснування на основі узгодження їх інтересів. Вчення про суспільний договір у різні історичні періоди розробляли Т. Гобс, Д. Локк, Б. Спіноза, Д. Дідро, Жан-Жак Руссо, І. Фіхте, А. Сен-Сімон, Р. Оуен та інші. Ініціатором перших добровільних угод виступала держава. Одним з важливих наслідків добровільної угоди є держава. Проблемам державотворення було присвячено праці Платона, Аристотеля, Цицерона та інших стародавніх мислителів. Пізніше з'являється соціальний договір. Соціальний договір – узгодження інтересів різних соціальних груп у найважливіших суспільних сферах: виробництві, обміні, розподілі та споживанні матеріальних і духовних благ. Основними сторонами соціального партнерства у сучасному суспільстві виступають:

держава, наймані працівники в особі профспілок та роботодавці, або власники. Кожна зі сторін соціально-трудових відносин виконує певні функції у соціальному партнерстві. (Сазонець О.М.).

**Соціальний капітал** (англ. *The social capital*) — ресурси, створені вільним і раціональним індивідом для досягнення власних вигод, пов'язані з належністю до групи: мережа мобілізуючих зв'язків, якими не можна скористатися інакше, ніж через відповідні засоби групи, яка має певну владу і здатність зробити "послугу за послугою" (сім'я, друзі, колектив, церква тощо). С. к. — це потенціал взаємної довіри і взаємодопомоги, який цілеспрямовано формується у міжособистісних відносинах. На кшталт фізичному і людському капіталу, втіленому в праці та навчанні через підвищення індивідуальної продуктивності, С. к. виявляється у таких елементах громадської організації, як соціальні мережі, соціальні норми і довіра, що створюють умови для координації та співпраці заради взаємної вигоди. Економічне значення С. к. в тому, що він зменшує витрати на координацію спільної діяльності, замінюючи контракти, формальні правила і бюрократичні процедури на відносини довіри, засвоєні професійними стандартами, етикою спілкування. Отже, С. к. є атрибутом індивіда, даючи йому суттєві переваги в реалізації життєвих цілей, у т. ч. здобутті освіти, професії, кар'єри, у захисті майна, доступі до інформації. На індивідуальному рівні до отриманих вигод С. к. дослідники відносять рівень здоров'я, виховання і навчання дітей, особисті плідні зв'язки з "потрібними людьми", можливості ефективного пошуку й отримання роботи, задоволеність життям, вивільнення часу, відсутність необхідності самостійно вирішувати всі проблеми, ширшу соціальну ідентифікацію тощо. На організаційному рівні — зниження плинності кадрів, спадковість персоналу, неформальні можливості підвищення кваліфікації, колективне здобуття знань. На рівні суспільства — полегшення соціального контролю і передання соціального досвіду, соціальну солідарність, здешевлення бюрократичної машини. (Сазонець О.М.).

**Соціальні стандарти** (англ. *social standards*) - офіційно встановлені державою у сфері соціальних відносин нормативи (мінімальна чи середня заробітна плата, мінімальна пенсія, рівень прожиткового мінімуму, тривалість робочого тижня, відпустки, умови праці тощо). (Сазонець О.М.).

**Соціально-економічне партнерство** (англ. *socio-economic partnership*) - перехід до ринкової економіки для більшості суб'єктів господарювання, корпорацій, підприємств і організацій, органів державного управління, підприємницьких структур є досить складним в економічних, соціальних, правових, соціально-психологічних та інших відносинах.

Це пов'язано, насамперед, з тим, що при формуванні нової економічної системи більшою мірою переважають особисті або групові інтереси над державними й суспільними, відокремлення кожного з них у системі народного господарства й відносин. Тому очевидною необхідністю стає налагодження між суб'єктами господарювання відносин взаєморозуміння, довіри один до одного, взаємодія у розв'язанні загальних і особистих проблем економічного й соціального розвитку, формування соціально-економічного партнерства.

Відносини соціально-економічного партнерства, як і сама категорія соціально-економічного партнерства, є, у повсякденній свідомості людини, трудового колективу, представників органів управління, корпорацій, держави, профспілок та інших громадських організацій явищем досить новим.

В економічній науці ця категорія є новою для перехідного періоду від централізованих форм управління економікою до економічної системи ринкового типу. Деякою мірою «централізм» у вирішенні абсолютної більшості питань економічного розвитку виключає можливості соціально-економічного партнерства суб'єктів господарювання.

У сучасних умовах, з урахуванням делегування державою повноважень в управлінні економікою органам територіального управління й підприємствам, розподілу рівнів і ступеня вирішення питань суспільного розвитку, соціальне партнерство стає найважливішим елементом економічної системи.

Відносини соціально-економічного партнерства є інтегруючими

Нова економічна система ринкового типу, що формується в Україні, заснована на розширенні самостійності суб'єктів господарювання, повної відповідальності за результати своєї роботи, припускає й новий підхід до соціально-економічного партнерства, що справляє прямий і соціальний вплив на весь хід перетворення в системі суспільних відносин.

Особливо привертає увагу партнерство між:

- колегами в процесі виконання виробничих завдань;
- керівниками та підлеглими;
- власниками засобів виробництва і власниками робочої сили.

Останнє постає у вигляді партнерства між двома соціальними групами людей – роботодавцями і найманими працівниками й тому назване соціальним, яке можна визначити як ідеологію, форму та методи узгодження їхніх соціально-трудомих інтересів. Найбільш поширені в світі моделі соціального партнерства – трипартизм і біпартизм. **(Сазонець О.М.)**.

**Соціально-економічний статус (англ. SES) (англ. socioeconomic status)** - характеристика положення індивіда у стратифікованому суспільстві, що засноване на ряді соціальних (наприклад, батьківська сім'я, соціальний клас, освіта батьків, утворення самої людини, цінності, род занять і т.д.) і економічних (дохід родини, власний дохід) показників. **(Сазонець О.М.)**.

**Соціально-інституціональний напрямок (інституціоналізм) (англ. Socio-institutional direction)** - теорія, яка пояснює економічний розвиток дією не тільки економічних, а й соціально-психологічних, політичних та інших факторів ("інститутів") - профспілок, корпорацій, держави, а також правових, морально-етичних, психологічних явищ (звичаїв, норм поведінки, звичок, національних традицій, релігії, менталітету тощо). **(Сазонець О.М.)**.

**Спекуляція (англ. Speculation)** — скуповування товарів або інших речей, на які встановлено державні роздрібні ціни, в підприємствах (організаціях) торгівлі, а так само інших підприємствах, що здійснюють реалізацію товарів або інших речей населенню, та їх перепродаж з метою наживи. **(Сазонець О.М.)**.

**Спеціальна митна зона (англ. special customs zone)** – це митний режим, відповідно до якого до товарів, які ввозяться на території відповідних типів спеціальних (вільних) економічних зон із-за меж митної території України, а також до товарів, які вивозяться з територій зазначених зон за межі митної території України, не застосовуються заходи тарифного і нетарифного регулювання, якщо інше не передбачено законом. **(Сазонець О.М.)**.

**Спеціальний аудит запасів (англ. special inventory audit)** – аудит, що застосовується для контролю ефективності управління запасами. За допомогою систем контролю запасів відслідковуються рівні запасів для оцінки попиту, поповнення, повернення на завод-виготовлювач, обліку наднормативних і застарілих запасів. Крім того проводиться інвентаризація запасів на складах (ручний підрахунок кількості товарів на складі). **(Сазонець О.М.)**.

**Спеціальний метод постачання – електронно-інформаційний метод (англ. special method of delivery - electronic information method)** – це метод комунікації клієнта і постачальника, що працює на основі передачі необхідної інформації. Запит надходить у

вигляді замовлення, а дані про постачання і транспортування уточнюються при прямому онлайн-контакті. (Сазонець О.М.).

**Спеціальний метод постачання «канбан» (англ. *special delivery method "kanban"*)** – метод, що розроблений в Японії. Цей метод враховує потребу, яка виникає на кінцевому етапі виробництва. (Сазонець О.М.).

**Спеціальний метод постачання «система запитів» (англ. *special delivery method "request system"*)** – метод, при якому з постачальниками вкладаються типові контракти на тривалий період, а дані про фактичні потреби запитуються на основі поетапного уточнення. (Сазонець О.М.).

**Спеціальний метод постачання «точно в строк» (англ. *special delivery method «Just-in-Time»*)** – метод, за допомогою якого в результаті частих поставок різко скорочуються виробничі запаси. Використовується при виробництві автомобілів «Мерседес» в Німеччині. Запасу комплектуючих вистачає на кілька годин роботи конвеєра. Склади на території заводу відсутні. (Сазонець О.М.).

**Спеціальний функціональний аудит (англ. *special functional audit*)** здійснюється сторонніми консультантами і топ-менеджментом компанії з метою оцінити: 1) відповідність логістичної стратегії компанії корпоративної (маркетингової) стратегії; 2) ступінь задоволення вимог споживачів до якості логістичного сервісу; 3) відповідність характеристики логістичного сервісу запитам і очікуванням покупців; 4) рівень логістичних витрат і їх складових. (Сазонець О.М.).

**Співдіяльність (англ. *Cooperation*)** — форма відносин між діяльностями, в якій акцентується увага на збереженні повної самостійності кожної з них за способом буття та егоцентричності обліку буття іншої діяльності за змістом. За С. немає взаємних зобов'язань, але враховується буття інших діяльностей. (Сазонець О.М.).

**Спілкування (англ. *intercourse*)** — сукупність зв'язків і взаємодій людей, суспільств, суб'єктів (класів, груп, осіб), через які відбувається обмін інформацією, досвідом, умінням, навичками та результатами діяльності. С. класифікують на міжособистісне (взаємодія між кількома людьми); мовленнєве і немовленнєве; фактичне і формальне тощо. (Сазонець О.М.).

**Спонсорство (англ. *Sponsorship*)** — матеріальна підтримка суспільно корисних проєктів, організацій, осіб з метою досягнення власних маркетингових цілей. Існує кілька варіантів С: 1) С. у сфері формування громадської думки (Демонструє надійність, стабільний фінансовий стан, формує прихильність широких верств населення до суспільно корисної діяльності спонсора); 2) С. на цільових клієнтурних ринках (його завданнями є надання інформації про підприємство-спонсора, створення його позитивного іміджу, залучення постійних клієнтів); 3) внутрішнє С. (має на меті підвищення мотивації персоналу, згуртування колективу фірми). Основні види С: спортивне, С. культури, соціальне, екологічне. (Сазонець О.М.).

**Спортивно - оздоровчий комплекс (англ. *sports and recreation complex*)** - один з різновидів оздоровчих засобів розміщення, надає послуги розміщення, харчування, оздоровлення, занять спортом, відпочинку, дозвілля. Розташовують в рекреаційній або курортній зоні. Складається з: спортивних споруд, споруд громадського призначення, засобів розміщення різної місткості: багатоповерхові корпуси, будиночки, бунгало. (Гакова М.В.).

**Спосіб «система, що тягне»** (англ. *"pulling system" method*) – спосіб, за допомогою якого може здійснюватися управління матеріальними потоками в рамках внутрішньовиробничих логістичних систем, що контролює запаси незавершеного виробництва і контролює випуск продукції. (Сазонець О.М.).

**Спосіб «система, що штовхає»** (англ. *"pushing system" method*) – спосіб, за допомогою якого може здійснюватися управління матеріальними потоками в рамках внутрішньовиробничих логістичних систем, що являє собою систему організації виробництва, в якій предмети праці, що надходять на виробничу ділянку, безпосередньо цією ділянкою в попередньої технологічної ланки не замовляються. Матеріальний потік «виштовхується» одержувачу по команді, що надходить на передавальну ланку з центральної системи управління виробництвом. Система, що штовхає, контролює випуск продукції через основний план виробництва і в залежності від нього послідовно визначає обсяги запасів незавершеного виробництва. (Сазонець О.М.).

**Стандарт** (від англ. *standart* - норма, зразок) - Офіційний державний або нормативно-технічний документ компанії, фірми, що встановлює вимоги до якісних характеристик, яким повинен задовольняти товар, продукція, зразок, еталон, використовуваний для порівняння. (Сазонець О.М.).

**Стандарт з пасажирських перевезень** (англ. *passenger transportation standard*) – гарантує користувачам залізниць, що знаходяться у відрядженні, туристичній подорожі, з інших обставин – обслуговування у вокзалах й поїздах таким, що відповідає нормативно-правовим актам як європейських держав, так і внутрішньодержавним. (Тесленко Т.В.).

**Стандарти безбар'єрності** (англ. *accessibility standards*) - Національна стратегія передбачає створення безбар'єрного простору в Україні за шістьма основними напрямками: фізична, інформаційна, суспільна, економічна, цифрова та освітня безбар'єрність. (Тесленко Т.В.).

**Стандарти якості ISO** (англ. *International Organization for Standardization*) — міжнародні стандарти реєстрації та сертифікації системи управління якістю, що розроблені Міжнародною організацією зі стандартизації (ISO). (Сазонець О.М.).

**Статичне меню** (англ. *Static menu*) - застосовують у ресторанах при готелях. Його склад не змінюється кожного дня. Зміни можливі через включення до нього сезонних продуктів або заміни страв, що не користуються популярністю. (Лучанська Ю. Г.)

**Стохастичний метод при плануванні закупівель** (англ. *stochastic method in procurement planning*) – метод, при якому основою для розрахунку служать математично-статистичні методи, за допомогою яких розраховують очікувану потребу. Він заснований на прогнозуванні (Сазонець О.М.).

**Стратегія збуту** (англ. *Sales policy*) — важливий елемент маркетингової стратегії, комплекс заходів із забезпечення фізичного розподілу товарної маси в ринковому просторі, доведення товарів до споживачів, організації їх ефективного споживання (експлуатації). Практика маркетингу підтверджує, що збут продукції є важливим елементом довгострокової стратегії підприємства. Роль збуту в маркетинговій діяльності зумовлена такими обставинами: 1) у сфері збуту остаточно визначається результат всіх зусиль підприємства, спрямованих на розвиток виробництва і одержання прибутку; 2) на основі пристосування збутової мережі до запитів покупців, створення їм зручних умов придбання і споживання товарів виробники одержують значні конкурентні переваги; 3) збутова мережа виконує

важливі функції з фізичного розподілу виготовленої продукції у ринковому просторі, доведення товарів до споживачів, організації їх ефективного споживання (експлуатації); 4) під час збуту найефективніше відбувається вивчення смаків і уподобань споживачів; 5) за результатами збуту формується прибуток підприємства. Критеріями ефективності формування збутової стратегії є швидкість товароруку, рівень витрат обігу, обсяги реалізації продукції та одержаний прибуток. При розробленні С. з. підприємству необхідно враховувати багато факторів, основними з яких є: 1) характеристика і особливості ринку — місткість, стадія розвитку, торговельна практика, цільність розподілу покупців; 2) особливості кінцевих споживачів — їх кількість, концентрація, розмір середньої разової купівлі, рівень прибутків, ступінь конкуренції; 3) особливості збутової політики конкурентів — їх кількість, концентрація, збутова стратегія і тактика, взаємовідносини в системі збуту; 4) порівняльна вартість різних збутових систем; 5) можливості самого підприємства — його фінансовий стан, конкурентоспроможність, основні напрями ринкової стратегії, обсяги виробництва; 6) характеристики товару — функції, рівень якості, ціна, сезонність виробництва і попиту, вимоги до технічного обслуговування, терміни зберігання тощо. З урахуванням перелічених факторів підприємства застосовують різні варіанти С. з. *Стратегія прямого збуту* передбачає, що виробник продукції відмовляється від послуг незалежних посередників, створює власну торговельну мережу і бере на себе всі функції з розподілу, просування і продажу товару кінцевим споживачам. Ця стратегія є доцільною за таких умов: 1) підприємство має фінансові та організаційні можливості здійснювати самостійний збут продукції (мережу власних складських приміщень, транспортні, сервісні підрозділи тощо); 2) кількість продукції, що продається, достатньо велика, щоб компенсувати витрати на організацію торговельної мережі; 3) кількість споживачів незначна, і вони розташовані на відносно невеликій території; 4) продукція підприємства потребує спеціалізованого сервісного обслуговування; 5) обсяг кожної партії товару, що постачається, достатній для повного завантаження вагонних контейнерів, у цьому разі відсутні витрати на перевалку вантажів на складах, базах; 6) ціна продукції на ринку часто змінюється, що потребує від виробника оперативного внесення змін у цінову політику без узгодження з посередниками; 7) продажна ціна значно перевищує витрати на виробництво продукції, що компенсує високі інвестиції у створення власної збутової мережі; 8) постачається вузькоспеціалізована за призначенням, складна технологічна продукція, яка потребує монтажу, налагодження і сервісного обслуговування силами підприємства-виробника. Стратегія прямого збуту має значні переваги, головна з яких — спроможність підприємства-виробника контролювати процес збуту і швидко реагувати на зміни потреб ринку. Проте така стратегія стає неефективною, якщо споживачів продукції багато, а створення власної збутової мережі для їх обслуговування потребує непропорційно великих витрат порівняно з обсягами продажу і прибутків. *Стратегія непрямого збуту* передбачає, що підприємство-виробник користується послугами посередників, які створюють канали розподілу продукції і беруть на себе всі функції із просування товарів до кінцевих споживачів. Непрямий збут через посередників застосовується переважно на ринках споживчих товарів. Він є ефективним за таких умов: 1) ринки збуту розосереджені географічно і за галузями економіки, а обсяги збуту в кожній географічній зоні недостатні для забезпечення прибутковості; 2) підприємство не має достатньої кількості ресурсів для створення і ефективного розвитку власної збутової мережі; 3) кількість оптовиків (посередників) значно перевищує кількість власних регіональних базових складів виробника; 4) споживачі купують товари дрібними партіями, незручними для складської та транзитної обробки; 5) різниця між продажною ціною і собівартістю виготовлення продукції надто мала для створення власної збутової мережі виробником. Крім того, посередники (наприклад, оптові торгівці) мають значні переваги для покупців порівняно з підприємствами-виробниками. Оптові торгівці можуть постачати продукцію споживачам швидше, ніж виробники; їх більше, ніж підприємств-виробників; вони розташовані ближче до споживачів; пропонують послуги, які дають змогу покупцям скоротити витрати на матеріально-технічне забезпечення і облікову

документацію; споживачам простіше вирішувати проблеми і непорозуміння із посередниками, ніж з виробниками. *Стратегія змішаного збуту* передбачає використання підприємством прямого і непрямого збуту на різних ринках, наприклад за значної концентрації споживачів в одному районі та їх розосередженні в іншому. У першому випадку доцільна стратегія прямого збуту, в другому — робота через посередників. Особливості потреб споживачів також можуть впливати на застосування стратегії змішаного збуту. Наприклад, підприємство-виробник постачає стандартні вироби одним споживачам (через посередників) і модифікує продукцію відповідно до потреб інших споживачів (своїми силами, прямий збут). Прямі поставки виробів крупним споживачам і використання послуг посередників для виконання дрібних замовлень — також приклад стратегії змішаного збуту.

Залежно від кількості посередників на кожному рівні каналу просування виділяють три варіанти С. з. продукції підприємства: інтенсивний, ексклюзивний та селективний. (Сазонець О.М.).

*Стратегічне логістичне планування* (англ. *strategic logistics planning*) представляє собою набір дій, рішень керівництва, які призводять до розробки логістичних стратегій. воно є важливою складовою стратегічного управління логістикою. (Сазонець О.М.).

*Стратегічне планування (вищий рівень)* (англ. *strategic planning*) – це спроба глянути в довгострокову перспективу, оцінити тенденції, що розвиваються як в середині організації, так і в зовнішньому оточенні. (Сазонець О.М.).

*Стратегічне планування логістики* (англ. *strategic logistics planning*) – це систематизовані та більш-менш формалізовані зусилля усієї організації, спрямовані на розробку стратегій, оформлення їх у вигляді стратегічних планових документів різного типу, організацію виконання цих стратегічних планів, проектів і програм. Стратегічне планування логістики здійснюється в контексті загальних цілей і планів підприємства. (Сазонець О.М.).

*Стратегічне управління логістикою* (англ. *strategic logistics management*) – це діяльність, яка пов'язана з постановкою довгострокових цілей, розробкою та реалізацією завдань логістичної системи підприємства, які дають можливість підприємству досягти своїх цілей, відповідають його внутрішнім можливостям та факторам зовнішнього середовища. Стратегічне управління логістикою включає стратегічне планування, передбачає розробку та реалізацію системи стратегій (стратегічного набору). (Сазонець О.М.).

*Стратегія виробництва* (англ. *manufacturing strategy*) — 1) стратегічний план, що визначає вимоги до якості й обсягів випущеної продукції; 2) план використання виробничих потужностей, ключові пріоритети в асортименті продукції, вимоги до якості сировини, матеріалів і комплектуючих. (Сазонець О.М.).

*Стратегія глобальна* (англ. *Global strategy*) — варіант міжнародної стратегії, за якого весь світ розглядається як єдиний ринок без національних кордонів і національних відмінностей між покупцями; передбачає стандартний підхід до розроблення товарної, цінової, збутової, комунікаційної політики для всіх країн, в яких діє міжнародна компанія. С. г. ґрунтується на припущенні, що споживачі значної кількості країн віддають перевагу відносно дешевим стандартним товарам порівняно з дорогими диференційованими. Тому компанія, що реалізує С. г., весь світ розглядає як єдиний ринок без національних кордонів і національних відмінностей між покупцями. Прикладами здійснення С. г. є компанії Coca-Cola, McDonalds, Sony та інші транснаціональні корпорації. Способи реалізації С. г. — експорт товарів, продаж ліцензій, франчайзинг, створення спільних підприємств. *Особливості С. г.*: сферою стратегії є країни різних регіонів (можливо, по всьому світу); застосування аналогічної базової стратегії у всьому світі, за необхідності допускаються

невеликі відхилення з урахуванням особливостей різних країн (глобально-локальна стратегія, в межах якої мають місце стандартизація основних елементів і локалізація інших); прийняття основних стратегічних рішень у координації з вищим керівництвом компанії. Компанія має глобальну організаційну структуру управління, яка забезпечує уніфікацію стратегічних дій у всіх країнах; збут по всьому світу максимально стандартизованої продукції, властивості якої відповідають спільним потребам споживачів різних країн; заводи компанії з метою одержання конкурентних переваг розташовані в країнах з низькими витратами, близько до джерел необхідних ресурсів і ринків збуту; використовуються постачальники з будь-якої країни світу; маркетингова і збутова діяльність скоординовані у світовому масштабі; за необхідності здійснюється адаптація до умов країни, де компанія реалізує свою стратегію. Застосування С. г. надає компаніям такі переваги: економія на масштабах виробництва за рахунок стандартизації товарів; доступ до дешевих ресурсів за рахунок розміщення виробництва у країнах з низькими витратами; можливість концентрування ресурсів для досягнення стратегічних цілей (наприклад, прибуток, одержаний в одній країні чи в регіоні, може бути використаний для конкурентної боротьби на інших ринках); одержання пільг від урядів країн, які зацікавлені в залученні іноземних інвестицій (пільги можуть надаватися у формі безкоштовного користування землею, податкових канікул, позик під низький відсоток, субсидій тощо); подолання торгових бар'єрів; забезпечення доступу до стратегічно важливих ринків в силу їх перспективності, розмірів, потенціалу, наявності необхідних ресурсів, високих технологій; можливість на рівних вести конкурентну боротьбу з компаніями, які уже застосовують С. г. (**Сазонець О.М.**).

**Стратегія маркетингова (англ. Marketing strategy)** — напрям діяльності фірми на ринку і відповідних принципових рішень перспективного характеру: визначення цільових ринків; формування стратегій у сфері продуктової, цінової, збутової, комунікаційної політики; розроблення заходів щодо зміцнення конкурентоспроможності фірми, а також технічного, фінансового, інформаційного, правового та кадрового забезпечення обраної стратегії. С. м. є елементом загальної стратегії фірми, тобто однією з її функціональних стратегій разом з фінансовою, виробничою, кадровою, інноваційною стратегіями. В орієнтованому на ринок підприємстві вона посідає чільне місце в його стратегічному плані. Всі менеджери вищого рівня (а не тільки менеджери з маркетингу) мають бути залучені до її розроблення. Підприємство планує свою С. м. за допомогою маркетингової інформаційної системи, маркетингових досліджень і з'ясування поведінки покупців. Планування С. м. означає вибір цільового ринку (особливої групи споживачів, потреби яких підприємство прагне задовольнити) і визначення оптимальної структури елементів комплексу маркетингу. До них належать: *товарна політика* (рішення щодо рівня якості, характеристик продукції, марочної назви, номенклатури та асортименту, дизайну, упаковки); *цінова політика* (рішення щодо загального рівня цін, зв'язку ціни і якості продукції, діапазону цін, методів ціноутворення, реакції на зміни цін конкурентами та ін.); *збутова політика* (рішення щодо методу розподілу товару, вибору типу каналу товароруху, вибору посередників, організації оптової та роздрібно-торгівлі, сервісного обслуговування тощо); *комунікаційна політика* (рішення щодо застосування реклами, заходів комерційної пропаганди, участі у виставках, здійснення спонсорської діяльності, стимулювання збуту, організація особистого продажу). В компанії, яка займається кількома видами бізнесу, С. м. розробляються на таких рівнях: корпоративному (на рівні компанії), стратегічної бізнес-одиниці, товару. У невеликих фірмах, сфера діяльності яких обмежується одним товарним ринком, маркетингове стратегічне планування здійснюється на одному рівні. Для досягнення маркетингових цілей застосовують різноманітні варіанти стратегій. *Стратегії управління ринковим попитом*: конверсійного маркетингу; стимулюючого маркетингу; розвиваючого маркетингу; підтримуючого маркетингу; синхромаркетингу; ремаркетингу; демаркетингу; протидіючого маркетингу. *Товарні стратегії*: маркетингові залежно від типу товару; стратегії управління

товарним асортиментом; маркетингові на різних етапах життєвого циклу товару; марочні. *Цінові стратегії*: «витрати плюс надбавка»; забезпечення цільової норми прибутку на вкладений капітал; визначення цін на нові товари; визначення цін на наявні товари; конкурентні цінові стратегії; цінові в межах товарної номенклатури; стратегії цінових знижок і зарахувань; цінової дискримінації; визначення цін за географічною ознакою. *Збутові стратегії*: організація збуту, розподілу продукції, сервісу. *Комунікаційні стратегії*: залежно від маркетингових комунікаційних цілей; за елементами системи маркетингових комунікацій; за об'єктами комунікаційного впливу; за ступенем інтенсивності та розподілом за часом маркетингового впливу. (Сазонець О.М.).

**Стратегія операційна (англ. Operating strategy)** — стратегія, яка визначає способи забезпечення виконання важливих оперативних завдань (закупівля матеріалів, управління запасами, ремонт, транспортування, рекламні кампанії та ін.) у межах функціональних, ділових і корпоративних стратегій підприємства. С. о. належать до конкретних стратегічних ініціатив і підходів в управлінні ключовими операційними одиницями (підприємствами, відділами продажу, центрами розподілу) при вирішенні поточних оперативних завдань, які мають стратегічне значення. С. о. доповнюють і завершують загальний бізнес-план роботи компанії. Відповідальність за їх розроблення покладено на менеджерів середньої ланки, пропозиції яких повинні бути розглянуті та, затверджені їх керівниками. Приклади С. о.: виробничі — стратегії постачання, управління запасами, організації виробничого процесу; фінансові — формування активів, структури капіталу, управління грошовими потоками, фінансовими ризиками, та ін.; маркетингові — стратегії управління попитом, сервісні, рекламні тощо. (Сазонець О.М.).

**Стратегія організаційна (англ. Organizational strategy)** – стратегічний план, що фіксує майбутню організаційну структуру управління, напрями вдосконалення господарського механізму, принципову схему відносин підприємства з акціонерним капіталом, а також різного роду інтеграції фірми із зовнішніми структурами (або дезінтеграції з внутрішніми), якщо в цьому є необхідність. (Сазонець О.М.).

**Стратегія розвитку ринку (англ. Market development strategy)** — один із можливих варіантів стратегії розвитку підприємства, запропонований в матриці відомого фахівця стратегічного менеджменту І. Ансоффа. С. р. р. (ринкової експансії) спрямована на пошук нових ринків (нових сегментів ринку) для уже освоєних товарів. Прибуток забезпечується завдяки розширенню ринку збуту як у межах географічного регіону, так і поза ними. Така стратегія пов'язана із значними витратами і ризиком, але у перспективі є прибутковою. Проте вийти напряму на нові географічні ринки досить складно, оскільки вони вже зайняті фірмами-конкурентами. Можливі такі альтернативи: освоєння нових сегментів на тому ж ринку, вихід на нові ринки всередині країни та в інших країнах. С. р. р. ґрунтується переважно на системі збуту продукції та ноу-хау у сфері маркетингу. (Сазонець О.М.).

**Структура економіки (англ. Economy structure)** - співвідношення різних елементів економічної системи, що відбивають національногосподарські пропорції та стан суспільного поділу праці (галузєва, відтворювальна, територіальна, соціальна, зовнішньоекономічна структура). (Сазонець О.М.).

**Структура консульських представництв (англ. Structure consular missions)** визначається в цілому змістом основних напрямів зовнішньополітичної діяльності держави.

У великих генеральних консульствах, крім їхніх глав, у складі установ окремими ділянками роботи можуть керувати консул, іноді декілька віце-консулів. Серед інших консульських посадових осіб можуть бути аташе, секретар консульської установи,

прикомандировані до консульської установи стажери, а також адміністративно-технічний і обслуговуючий персонал. Остання категорія іменується як «працівники консульської установи». До них належать, зокрема, водії, обслуга, садівник та інші особи, що виконують обов'язки по обслуговуванню консульства. Таким чином, особовий склад (**персонал**) консульських установ складається із двох категорій: а) консульські посадові особи (включаючи главу консульства); б) співробітники консульства. (*Сазонець О.М.*)

**Структурна політика держави** (англ. *structural state policy*) передбачає формування прогресивної та ефективної структури національної економіки шляхом врахування сучасних тенденцій світового науково-технічного та соціально-економічного розвитку і використання конкурентних переваг країни. (*Сазонець О.М.*)

**Суб'єкти ДРЕ** (англ. *GRE subjects*) - суб'єкти виконання (державна та її інституційні органи в особі законодавчих, виконавчих та судових органів різних рівнів) та суб'єкти впливу на прийняття управлінських рішень (громадські та політичні об'єднання, засоби масової інформації, окремі особистості тощо). (*Сазонець О.М.*)

**Суспільні товари і блага** (англ. *public goods*) - товари та послуги, призначені для задоволення колективних потреб, які неможливо визначити у грошовій формі, отже, їх не може забезпечити ринок, але які не можна вилучити зі споживання. Мають нульові граничні витрати - при збільшенні кількості споживачів зростання витрат не відбувається (національна оборона, охорона громадського порядку, єдина енергетична система, національна система комунікацій, державне управління, загальна освіта, охорона здоров'я, фундаментальні науки тощо), відрізняються від квазісуспільних благ. (*Сазонець О.М.*)

**Сучасне світове господарство** (англ. *Modern world economy*) - це глобальний економічний організм, сукупність національних економік в тісній взаємодії і взаємозалежності, що підкоряється об'єктивним законам ринкової економіки. (*Сазонець О.М.*)

## Т

**Табло́** (від фр. *tableau* – «дошка») – контрольна дошка або щит з різними умовними знаками, світловими та іншими сигнальними пристроями, використовується у вокзалах та аеропортах для оперативної інформації про рух рухомого складу. (*Тесленко Т.В.*)

**Табір** (англ. *camp*) – засіб розміщення сезонного характеру. Припускає активний відпочинок і оздоровлення. Розташовується в рекреаційній або курортній зоні. Складається з будівель різної місткості: багатоповерхові корпуси, будиночки, бунгало, намети. В свою чергу існують наступні типи таборів:

- табір дитячий – призначений для відпочинку і оздоровлення дітей під час канікул. Під засоби розміщення найчастіше використовують одноповерхові приміщення типу павільйонів, що пояснюється сезонністю роботи більшості дитячих таборів;
- табір палатковий – майданчик, призначений для розміщення наметів. Палатковий табір призначений для активного відпочинку;
- табір праці і відпочинку - такий табір є цільовим і припускає (нарівні з відпочинком) ведення будя-якої трудової діяльності;
- табір альпіністський – спортивна база, що має в своєму розпорядженні все необхідне устаткування для навчання альпіністів і вдосконалення їх майстерності;
- табір молодіжний – спеціалізоване рекреаційне підприємство, призначене для активного відпочинку молоді.

- табір туристський – спеціалізоване рекреаційне підприємство, призначене для активного відпочинку в природному середовищі (*Гакова М.В.*).

**Таємна (дженгльменська) угода (англ. Collusion)** — один з методів нечесної або недобросовісної конкуренції, який передбачає угоди між підприємствами про поділ ринків збуту, рівень цін, координацію їх діяльності та ін. У разі укладання угод (офіційних і неофіційних) про рівень цін, ринки збуту тощо виникають картелі (відкриті й таємні), що призводить до формування олігопольних ринків, із притаманними ним бар'єрами входження на ринки конкурентів. Для учасників Т. у. завжди є спокуса порушити угоду, особливо про ціни, з метою отримання цінових конкурентних переваг. Найбільш поширені такі Т. у: 1) про ціни (обмін ціновою інформацією; домовленості про методи обчислення ціни, про однакові ціни на готові вироби і проміжну продукцію, про узгодження дій щодо зміни цін, про формування цін у безпосередньому виробництві, їх встановлення у процесі реалізації товарів та ін.); 2) розподіл ринків збуту (розподіл квот на продаж, ринків за територіальною ознакою, за споживачами, за асортиментом товарів, розподіл постачальників та ін.); 3) колективні дії на підтримку домовленостей (колективний бойкот підприємств-аутсайдерів і підприємств-постачальників, колективна відмова від реалізації товарів певній групі споживачів тощо); 4) про координацію торговельної політики та ін. (*Сазонець О.М.*).

**Таємниця вкладу (англ. Privacy of deposit)** — збереження у таємниці відомостей про вкладників. (*Сазонець О.М.*).

**Тайм – менеджмент (англ. time management)** - ефективно планування робочого часу для досягнення цілей, знаходження часових ресурсів, розстановка пріоритетів і контроль виконання запланованого (управління часом). (*Сазонець О.М.*).

**Такс-фрі (англ. tax free)** - система часткового повернення мита на додаткову вартість в ряді країн при купівлі та вивезенні товару іноземцями. Зазвичай, використовується в великих магазинах при купівлі товару дорожче певної суми. Гроші можуть повертатися при перетині межі або в країні постійного перебування. (*Сазонець О.М.*).

**Тактика переговорів (англ. Tactics)** — перелік заходів і прийомів при підготовці та проведенні ділових переговорів з метою одержання бажаних результатів. Переговори призначені переважно для того, щоб за допомогою взаємного обміну думками у формі пропозицій про вирішення поставлених проблем укласти угоду і одержати результати, що відповідають інтересам ділових партнерів. Успіх переговорів цілком залежить від якісної підготовки до їх проведення. Перед початком переговорів необхідно мати розроблену їх модель: чітко уявляти предмет і проблему переговорів, розробити приблизну програму, сценарій ходу переговорів (може бути кілька варіантів розвитку подій), визначити питання, з яких можливо зробити поступки, а також вищий і нижчий рівні компромісів. Підготовка до проведення ділових переговорів передбачає: 1) збирання необхідної інформації про фірму, з якою вирішено співпрацювати (коли і ким була заснована, в яких галузях і на яких ринках здійснює бізнес, дані про фінансовий стан, обсяги операцій тощо); 2) визначення часу і місця зустрічі; 3) формування кількісного і якісного складу групи учасників у переговорах; 4) визначення основного змісту переговорів (формування загального підходу до переговорів, цілей, завдань і власної позиції на них; 5) розроблення можливих варіантів рішення; підготовка пропозицій та їх аргументація; 6) розроблення необхідних матеріалів і документів (проектів угод, протоколів, договорів, резолюцій, контрактів). Проведення ділових переговорів передбачає: взаємне уточнення інтересів, точок зору, концепцій і позицій учасників переговорного процесу; обговорення і захист позицій і поглядів; узгодження позицій. Аналіз результатів ділових переговорів має такі завдання: порівняння цілей переговорів з їх результатами; визначення заходів і дій з виконання досягнутих

домовленостей; вивчення можливостей проведення наступних ділових переговорів; Аналіз результатів здійснюється за трьома напрямками: 1) попередній аналіз відразу після закінчення переговорів, який допомагає оцінити їх перебіг і результати, обмінятися враженнями, визначити основні заходи і терміни їх виконання, призначити виконавців; 2) аналіз на вищому рівні керівництва організації — обговорення звіту про результати переговорів, визначення відхилень від розроблених планів, оцінка інформації про вжиті заходи і відповідальних; визначення обґрунтованості пропозицій ділових партнерів, одержання про них додаткової інформації; 3) індивідуальний аналіз ділових переговорів — оцінка відповідального ставлення кожного учасника переговорів до виконання власних завдань і реалізації інтересів організації.

Тактика здійснення переговорів безпосередньо реалізується за допомогою певних прийомів, які дають змогу досягти бажаних цілей. Універсальні тактичні прийоми можна застосувати на будь-якій стадії комерційних переговорів. До них належать: 1) *прийом ухиляння від боротьби* (застосовується у разі вирішення питань, небажаних для обговорення, коли переговори зайшли в глухий кут, коли потрібно обміркувати пропозицію ділових партнерів з переговорів, порадитися із керівництвом; у таких випадках партнерам пропонують відкласти розгляд проблеми, перенести її на інший час, перейти до наступних питань, оголосити перерву); 2) *прийом затягування часу* (полягає у «витягуванні» з партнера максимальної кількості інформації для того, щоб на її підставі прийняти обґрунтованіше власне рішення); 3) *прийом «салямів»* (повільне, поступове відкриття власної позиції, точки зору щодо проблеми; мета — одержати максимально можливу інформацію від партнера, сформулювати і забезпечити прийняття вигідного для себе варіанту вирішення проблеми, затягнути переговори в разі неготовності до її розв'язання); 4) *прийом «пакування»* (для обговорення пропонується не одне питання чи пропозиція, а кілька; при цьому вирішуються два завдання: в «пакет» поєднуються привабливі й не зовсім прийнятні для партнерів пропозиції; забезпечується прийняття основних пропозицій шляхом поступок щодо незначних); 5) *прийоми демонстрування згоди чи незгоди* (підкреслення спільності чи, навпаки, повної розбіжності поглядів); 6) *прийоми завищення вимог* (до списку проблем для обговорення вводять пункти із пропозиціями, неприйнятними для партнерів; потім під виглядом значних поступок вони пом'якшуються або знімаються зовсім, а від партнерів з переговорів вимагаються аналогічні кроки); 7) *прийом відвернення уваги партнерів* (демонстрування партнерам крайньої зацікавленості у вирішенні певного питання, яке насправді є другорядним; застосовується для того, щоб після зняття його з обговорення одержати необхідні рішення з іншого, важливішого питання); 8) *прийом «висування вимог в останню хвилину»* (наприкінці переговорів, коли залишається тільки підписати угоду, один із партнерів висуває нові вимоги; якщо інша сторона зацікавлена в угоді, вона прийме їх, але інколи буває, що підписання угоди переноситься з цієї причини або взагалі зривається); 9) *прийом поступового підвищення складності питань* (переговори починаються з найлегших, незначних питань, вирішення яких демонструє можливість досягнення домовленостей, що позитивно впливає на психологічний стан партнерів; далі пропонуються для обговорення складніші питання).

На етапах обговорення, уточнення і узгодження пропозицій сторін застосовують такі прийоми: 1) *прийом «прямого відкриття позицій»* (добровільне і повне розкриття своїх потреб, інтересів і пропозицій з подальшим обґрунтуванням необхідності та важливості їх задоволення); 2) *прийом прийняття першої пропозиції партнера* (застосовується, коли ця пропозиція цілком прийнятна, але існує загроза, що надалі друга сторона не піде на поступки); 3) *прийом заперечення партнеру* — звернення уваги на слабку аргументацію і невідповідність пропозицій іншої сторони); 4) *прийом «ультиматуму»* (ультиматум, або останнє слово, висувається відразу: приймаються пропозиції сторони, чи вона йде із переговорів; вважається ризикованим, але інколи ефективним засобом); 5) *прийом подвійного тлумачення* (у зміст розробленого в ході обговорення документа одна зі сторін вкладає подвійне тлумачення, яке не помічається партнерами, щоб у майбутньому використати його

у власних інтересах, формально не порушуючи текст угоди); б) «сюрприз»(прийняття пропозицій, які за розрахунками іншої сторони не могли бути прийняті; мета — перехопити ініціативу, викликати розгубленість у партнерів); 7) *пошук спільної зони рішення* (вислухати точку зору партнерів з переговорів, порівняти із власними пропозиціями, спробувати знайти спільні моменти, інтереси, використати це в переговорах).

Нерідко при здійсненні комерційних переговорів необхідно реагувати на неетичну, маніпулятивну лінію поведінки ділових партнерів. Для цього пропонуються такі прийоми; 1) *реакція на обман* (партнери ідуть на обман, наводять дані, які не відповідають дійсності; якщо висловити сумніви щодо їх доводів, вони демонструють образи і навіть обурення; переговори можуть тривати, але уже без довіри іншій стороні; непотрібно намагатися відразу ловити партнерів на брехні: необхідно в коректній формі з відповідними вибаченнями заявити, що переговори триватимуть незалежно від наявності довіри до іншої сторони, а також про намір перевірити всі фактичні заяви, оскільки це принципова позиція на переговорах; реакція на сумнівні наміри: якщо наміри іншої сторони щодо виконання угоди сумнівні, необхідно внести в договір пункти, що забезпечують виконання зобов'язань і містять жорсткі санкції в разі недотримання умов угоди; для дотримання пристойності необхідно при цьому висловити впевненість у порядності, чесності іншої сторони, малій вірогідності до порушень нею умов договору); 2) *реакція на неясні повноваження* (у той момент, коли одна зі сторін вважає, що досягнуто домовленості, інша повідомляє про відсутність у неї повноважень на прийняття остаточних рішень і необхідність одержання схвалення власного керівництва; в такому разі рекомендують перед початком переговорів з'ясувати рівень повноважень іншої сторони і за неконкретної, ухильної відповіді залишити за собою право перегляду будь-якого пункту переговорів або вимагати зустрічі з повноважними особами); 3) *реакція на вибір незручного місця проведення переговорів* (якщо сторона відчуває, що незручне приміщення вибрано спеціально для того, щоб вона прагла швидше закінчити переговори і була готовою йти на поступки, необхідно обговорити ці відчуття з іншою стороною, запропонувати зробити перерву і перейти в інше, зручніше приміщення або домовитися про перенесення зустрічі на інший час). (Сазонець О.М.).

***Тактичне планування (англ. tactical planning)***. Тактичним плануванням займаються на середньому рівні управління, тобто визначаються проміжні цілі на шляху досягнення стратегічних цілей і завдань в логістичній системі (Сазонець О.М.).

***Таргетинг (англ. target - ціль)*** - механізм, що дозволяє виділити зі всієї аудиторії ту частину, яка відповідає заданим критеріям (цільову аудиторію), і показати рекламу саме їй, що веде до підвищення ефективності рекламного повідомлення. (Сазонець О.М.).

***Таргетинг-карти (англ. targetingmaps)*** – карта позиціонування продукції за обраними критеріями. (Сазонець О.М.).

***Тариф (англ. Tariff)*** — система ставок плати за різні виробничі та невиробничі послуги, надані об'єднанням, підприємствам, організаціям, установам і населенню; різновид державних планових цін. (Сазонець О.М.).

***Тарифи авіаквитків (англ. airfare rates)*** – диференційована система сплати авіаперевезення в залежності від рівня запропонованих послуг, умов використання, обміну та повернення авіаквитків. Деякі види тарифів: екскурсійний – бронювання в будь-який день, зворотня дата може бути відкритою в межах терміну дії тарифу, повернення квитка в будь-який момент з втратою невеликої суми. Молодіжний – знижка біля 20% від екскурсійного тарифу. Груповий пільговий тариф для групи від 6-10 чоловік на термін перебування від 6 днів до 1 місяця. АРЕХ - бронювання не менш, ніж за 7 днів, дата вильоту туди і зворотньо чітко фіксовані, штраф при поверненні квитків за 7 днів - 50%, при більш пізньому терміні

повернення квитків гроші не повертаються. РЕХ – бронювання в будь-який час, дата вильоту чітко фіксується, штраф 50% при поверненні білету до реєстрації вильоту. *(Сазонець О.М.)*.

**Телемаркетинг** (англ. *telemarketing*) – використання телефону і телевізора для взаємодії зі споживачами та здійснення прямого продажу. *(Сазонець О.М.)*.

**Технічний експерт відділу збуту** (англ. *sales engineer*) – працівник відділу збуту, який спеціалізується на виявленні, аналізі та вирішенні проблем клієнтів, але не займається безпосереднім продажем. *(Сазонець О.М.)*.

**Технологія Piggy-back traffic** – англійська технологія комбінованого автомобільно-залізничного перевезення з навантаженням автотранспортних засобів на спеціальні залізничні платформи. *(Сазонець О.М.)*.

**Технологія «Шосе, що котиться» (Rolling road) або «Шосе, що біжить» (rolling motorway)** – європейська технологія перевезення навантажених автотранспортних засобів з використанням горизонтального методу навантаження і вивантаження на залізничних платформах зі зниженою підлогою. *(Сазонець О.М.)*.

**Технологічні «перехідні» запаси** (англ. *technological "transitional" stocks*) – запаси, що рухаються з однієї частини логістичної системи в іншу. *(Сазонець О.М.)*.

**Технологічні чинники** (англ. *technological forces*) — сукупність чинників, які характеризують науково-технічний прогрес та його вплив на компанію. *(Сазонець О.М.)*.

**Тимчасове ввезення (вивезення)** (англ. *temporary import (export)*) – це митний режим, відповідно до якого товари можуть ввозитися на митну територію України чи вивозитися за межі митної території України з обов'язковим наступним поверненням цих товарів без будь-яких змін, крім природного зношення чи втрат за нормальних умов транспортування. *(Сазонець О.М.)*.

**Тип виробництва** (англ. *type of production*) являє собою комплексну характеристику технічних, організаційних та економічних особливостей виробництва, обумовлених ступенем спеціалізації, складністю і стійкістю виготовленої номенклатури виробів, розміром і повторюваністю випуску продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Тіместер** (від англ. *tea – чай та tester – дегустація*) - це чайний сомельє, який дегустує чай за кольором, запахом, смаком, визначає регіон, де він вирощений, сорт, сезон збору, спосіб зберігання і переробки. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Товар** (англ. *goods*) — продукт, послуга чи ідея, що складається із сукупності матеріальних і нематеріальних характеристик, які задовольняють споживачів і купуються ними в обмін на гроші чи інші цінності. *(Сазонець О.М.)*.

**Товарна лінія** (англ. *product line*) — група товарів, тісно пов'язаних між собою функціональним призначенням, спільним використанням, продажем одним і тим самим групам споживачів, розповсюдженням через ті самі канали збуту, що належать до визначеного діапазону цін. *(Сазонець О.М.)*.

**Товарні запаси** (англ. *inventories*) – це запаси, необхідні для безперебійного забезпечення споживачів матеріальними ресурсами. *(Сазонець О.М.)*.

**Товарно-транспортна накладна (англ. consignment note)** є транспортним документом при доставці автомобільним транспортом, це по своїй суті договір з перевізником товару. Найбільш поширена практика оформлення цього документа в чотирьох примірниках. Перший і другий примірники залишаються у вантажовідправника. Третій і четвертий екземпляри надходять разом з товаром до вантажоодержувача. Коли товар відвантажується транспортом постачальника, то допускається складання товарно-транспортної накладної в трьох примірниках. *(Сазонець О.М.)*.

**Топ – менеджер (англ. top-manager)** - менеджер вищої ланки управління. *(Сазонець О.М.)*.

**Торгівля (англ. Trade)** — галузь народного господарства, що спеціалізується на товарно-грошовому обміні та відіграє роль посередника між виробництвом і споживанням, у т. ч. особистим. Т. покликана активно впливати на товарну пропозицію через систему замовлень і господарських договорів, а також на купівельний попит через асортиментну політику, ціни, рекламу тощо. Т. виконує важливі соціально-економічні функції: купівля товарів у виробників, що забезпечує збут продукції народного споживання і відшкодування витрат на виробництво товарів; концентрування і зберігання товарів; розподіл товарних ресурсів за призначенням; продаж товарів споживачам, у т. ч. населенню, тобто задоволення купівельного попиту. До Т. як галузі народного господарства належить громадське харчування, кінцевим результатом якого є продаж виготовленої продукції. *(Сазонець О.М.)*.

**Торгова марка (англ. Trade mark)** — оригінально оформлений відмінний знак, який торговельні підприємства мають право розміщати на виробках що реалізуються ними, виготовлених на їх замовлення: графічне зображення, оригінальна назва, особливе поєднання цифр, букв або слів, оригінальна упаковка. *(Сазонець О.М.)*.

**Торговельна знижка (англ. Trade discount)** - 1) частина роздрібної ціни товару, призначена для відшкодування витрат обігу й утворення прибутку різних торговельних організацій і підприємств; 2) знижка з ціни товару, надана продавцем покупцеві відповідно до умов угоди та поточної кон'юнктури ринку. *(Сазонець О.М.)*.

**Торговець незалежний роздрібний (англ. Retailer)** — продавець, який купує на правах власності продукцію і потім від свого імені продає її кінцевим споживачам. *(Сазонець О.М.)*.

**Торгові представництва (англ. Trade Mission).** Торговельні представництва (місії) характеризуються як зарубіжні органи зовнішніх зносин держави, які представляють та захищають її економічні інтереси у державі перебування. Основними оперативними функціями торговельно-економічних місій у складі дипломатичного представництва України за кордоном вважаються такі: здійснення заходів щодо забезпечення інтересів України, дотримання правил міжнародної торгівлі суб'єктами підприємницької діяльності України при здійсненні ними зовнішньоекономічних операцій; участь у роботі міжнародних економічних організацій та їхніх органів із питань торговельно-економічного і науково-технічного співробітництва; надання допомоги суб'єктам підприємницької діяльності України в державі перебування, тощо. *(Сазонець О.М.)*.

**Трампове судноплавство (англ. tramp shipping)** – це нерегулярний рух за вимогою і згідно з договірними цінами. Типи кораблів, що використовуються у міжнародних морських перевезеннях товарів, включають загально вантажні контейнеровози, типу "ро-ро", ліхтери. *(Сазонець О.М.)*.

**Транзит** (англ. *transit*) – це митний режим, відповідно до якого товари і транспортні засоби переміщуються під митним контролем між двома митними органами або в межах зони діяльності одного митного органу без будь-якого використання таких товарів і транспортних засобів на митній території України. (Сазонець О.М.).

**Транзитний пасажир** (англ. *Transit passenger*) – пасажир, який тимчасово знаходиться у пункті пересадки (вокзалі) та прямує далі потягом за єдиним квитком. (Тесленко Т.В.).

**Транснаціоналізація** (англ. *Transnationalization*). Ключовою сучасною тенденцією інтернаціоналізації є транснаціоналізація. Деякі вчені вважають, що **транснаціоналізація** — це якісно новий етап інтернаціоналізації господарського життя, який характеризується різким зростанням ролі зовнішніх факторів розвитку всіх держав і створенням транснаціонального капіталу. Інші трактують транснаціоналізацію як більш вузьку категорію — лише одну, хоча й найважливішу, форму загального процесу інтернаціоналізації господарського життя. Транснаціоналізація має багато проявів. (Сазонець О.М.).

**Транснаціоналізація людського ресурсу** знаходить свій прояв у концентрації інтернаціональних контингентів робочої сили на підприємствах ТНК, диверсифікації міграційних процесів у сучасному світі, формуванні глобальних стандартів щодо якості та структури людського ресурсу та інституціоналізації світового ринку праці і здійснюється на мікро-, державному, регіональному та глобальному рівнях. (Сазонець О.М.).

**Транснаціоналізація виробництва та капіталів** (англ. *transnationalization of production and capital*) є головною сферою транснаціоналізації, яка має вплив на всі сучасні світові економічні процеси. Транснаціональні структури об'єднують національні економіки не за географічним принципом, а на основі глибоких відтворювальних зв'язків, в тій або іншій сфері або галузі господарства. Транснаціоналізація — це міждержавна інтеграція, що реалізовується на рівні окремих інститутів глобального і регіонального характеру. Термін «транс націоналізація», з одного боку, співзвучний і об'єднує такі терміни, як «транснаціональна корпорація» і «транснаціональний банк», а з іншої — вдало відображає таку загальну межу міжнародних економічних відносин, як інтернаціоналізація. «Транснаціоналізація» — порівняно новий термін, що отримав в останнє десятиліття широке розповсюдження в економічній літературі. Термін «транснаціоналізація» вперше був використаний в «Govard business review» Т. Левіттом в 1993 р., який позначив феномен злиття ринків окремих продуктів, що вироблялись, найбільшими транснаціональними корпораціями. Розширене трактування цього терміну було сформульовано Гарвардською школою бізнесу, і зокрема К. Оме, що опублікував в 1990 р. монографію «Світ без меж», який стверджував, що економічний націоналізм окремих держав став безглуздим з огляду на те, що в ролі сильних акторів на економічному полі виступають глобальні фірми. Використання цього поняття покликане підкреслити ту обставину, що транснаціональні корпорації, так само як і транснаціональні банки, перетворилися разом з національними державами в реальних суб'єктів економічних відносин. На сучасному етапі їм властиві наступні риси:

- високі темпи зовнішньої експансії;
- перебудова організаційної і виробничої структур з урахуванням сучасних вимог розвитку науки і техніки;
- формування системи міжфірмових зв'язків;
- нарощування участі в спекулятивних операціях на міжнародних фінансових ринках.

Розвиток процесів транснаціоналізації особливо характерний для таких галузевих ринків, як ринки харчових продуктів та напоїв, автомобілів, електротехнічних виробів та електроніки, машинобудування, а у сфері послуг — ринків інформаційних, транспортних,

банківських, страхових, туристичних та інших послуг. Як свідчить досвід останніх глобальних фінансових криз, інвестиції у виробничий сектор є більш стабільною формою вкладення грошей і ресурсів, ніж банківські позики і портфельні інвестиції.

Одне з найвідоміших досліджень мотивів інвестування іноземними компаніями в Україні було здійснене консорціумом Fleming/SARS. Воно охоплює 34 крупні компанії з передовою світовою практикою розвитку міжнародного бізнесу, що мали штаб-квартири в США, Канаді, Японії, Європі. **(Сазонець О.М.)**.

**Транснаціоналізація туристичної сфери (англ. transnationalization of the tourism sector)**. Досліджуючи тенденції транснаціоналізації туризму в сучасному світі, можна виділити загальносвітові чинники, що сприяють його поширенню і які також можна побачити і в Україні.

Перш за все, це чинник глобалізації. Глобалізація означає взаємозв'язок та взаємозалежність країн, що постійно зростають внаслідок відкритості кордонів та збільшення масштабів міжнародної торгівлі, а також послуг і капіталу. При цьому глобалізація забезпечує стандартизацію ділових процесів, різноманітність способів виробництва, форм і способів передачі інформації, появу нового цифрового простору. Також слід зазначити, що глобалізація сприяє руйнуванню осілості сучасної людини і одночасно розширює життєві перспективи населення, і при цьому саме туризм дозволяє розширювати міжнародні контакти, більш повно обмінюватися культурною спадщиною.

По-друге, чинник інформатизації суспільства. Він не тільки визначає основу діяльності туристських організацій, але й дає можливість отримання оперативної, глибокої, наочної туристської інформації. Бронювання турпослуг за допомогою Інтернету стає типовою соціальною практикою для мільйонів людей у всьому світі. Цьому сприяє зростання користуванням Інтернету та безпроводних технологій, удосконалення платіжних систем і механізмів захисту сайтів електронної комерції. Зараз європейський туристичний on-line ринок складається з наступних основних сегментів: сайти авіаліній (28%), туроператори (27%), он-лайн агентства подорожей (26%), залізниці (9%), компанії по оренді автомобілів (3%) тощо. Завдяки надзвичайно бурхливому впровадженню комп'ютерних технологій у туризм можна говорити про початок так званої дигітальної революції в туристському секторі. Під впливом чинника інформатизації розвивається новий вид туризму — віртуальний.

Третій чинник - технологізація. Розвиток науки, техніки і технологій, їх впровадження і використання в туристській сфері, приводять до мобільності туристичних потоків, а також до виникнення нових специфічних видів туризму, наприклад космічного. Подорожі перших космічних туристів Деніса Тіто і Марка Шаттлуорта можна кваліфікувати як «соціальний винахід», який, мабуть, буде поступово ставати звичним та типовим.

Отже, туризм є важливим чинником позитивної транснаціоналізації сучасного суспільства, який сприяє перетворенню протистояння культур в їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини, створює нові зони соціальної зайнятості та, за самою своєю природою, має більший, ніж інші суспільні феномени, потенціал щодо створення атмосфери взаєморозуміння та довіри між народами. В даний час туризм разом з глобальними інформаційними технологіями (наприклад, Інтернет-ресурсами) виконує роль каталізатора і детермінанта в процесах глобалізації і затвердження цінностей демократії і цивільного суспільства, тим самим відбувається розповсюдження прогресивних досягнень людської цивілізації по всьому світу. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспорт (англ. transport)** – це галузь матеріального виробництва, що здійснює перевезення людей і вантажів. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспорт загального користування (англ. public transport)** – галузь національного господарства, яка задовольняє потреби всіх галузей національного господарства і населення у перевезеннях вантажів та пасажирів. Його часто називають магістральним. Поняття

транспорту загального користування охоплює залізничний транспорт, водний транспорт (морський і річковий), автомобільний, повітряний транспорт і трубопровідний. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспортна логістика (англ. *transport logistics*)** – функціональна сфера логістики, що оптимізує логістичні операції на шляху матеріального потоку від постачальника до кінцевого споживача, що здійснюється з застосуванням транспортних засобів. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспорт незагального користування (англ. *non-public transport*)** – внутрішньовиробничий транспорт, а також транспортні засоби всіх видів, що належать нетранспортним підприємствам, є, як правило, частиною яких-небудь виробничих систем і має бути органічно в них вписаний. Відповідно, організація його роботи є одним із завдань організації логістики на підприємстві в цілому і здійснюється разом із вирішенням завдань виробництва, закупівель і розподілу. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспортні задачі (англ. *transport tasks*)** – це задачі вибору оптимального варіанта логістики товарів від пунктів виробництва до пунктів споживання з урахуванням усіх реальних можливостей. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспортні системи з прямими зв'язками (англ. *transport systems with direct connections*)** – це логістичні системи, в яких матеріальний потік доводиться до споживача без участі посередників. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспортні тарифи (англ. *transport tariffs*)** як економічна категорія є формою ціни на продукцію транспорту. Транспортні тарифи мають забезпечувати:

- транспортному підприємству – відшкодування експлуатаційних витрат та можливість отримання прибутку;
- транспортним послугам – можливість покриття транспортних витрат. **(Сазонець О.М.)**.

**Транспортування (англ. *transportation*)** – це сукупність процесів перевезення, навантаження-розвантаження, експедирування й інших супутніх логістичних операцій. Важливість транспортування пояснюється тим, що витрати на нього досягають у деяких галузях економіки 2/3 сумарних логістичних витрат. Керування транспортуванням звичайно припускає вирішення таких задач, як вибір перевізника й експедитора, вибір виду транспорту, визначення раціональних маршрутів, підбір транспортного засобу під визначений вид вантажу і т.і.

Транспортування – це ключова комплексна активність, пов'язана з переміщенням матеріальних ресурсів, незавершеного виробництва або готової продукції певним транспортним засобом у логістичному ланцюзі, яка складається, у свою чергу, з комплексних та елементарних активностей, що охоплюють експедирування, вантажопереробку, упакування, передачу прав власності на вантаж, страхування і т. ін. **(Сазонець О.М.)**.

**Трансфер (англ. *transfer*)** – будь-яке перевезення туриста всередині туристичного центру (доставка с вокзалу, аеропорту або морського порту в готель та зворотньо; з одного вокзалу, аеро- або морського порту на інший; з готелю в театр та зворотньо). **(Сазонець О.М.)**.

**Трансферний пасажир (англ. *Transfer passenger*)** – згідно з договором міжнародного повітряного сполучення направляється в пункт трансферу (пересадки) одним рейсом,

тимчасово перебуває в аеропорту, а далі перевозиться іншим рейсом того самого або іншого перевізника. *(Тесленко Т.В.)*.

**Транширування (англ. *Transferring*)** - це нарізання на порції засмажених або зварених цілком курей, індиків, гусей, поросят, окісту або сідла баранчика, риби та подача кожному з відвідувачів тієї частини, яку він забажає. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Трейд - маркетинг (від англ. *trade – торгувати*)** - діяльність, спрямована на вивчення і задоволення потреб проміжних покупців - оптових і роздрібних торговців. *(Сазонець О.М.)*.

**Туризм (англ. *tourism*)** - тимчасові виїзди громадян з постійного місця проживання в оздоровчих, пізнавальних, професійно-ділових, спортивних, релігійних і інших цілях без заняття оплачуваною діяльністю в країні або місці тимчасового перебування. Розвиток туризму залежить від багатьох чинників політичного, соціально-економічного, демографічного та культурологічного характеру. Тому прогнозувати процеси в туристській галузі на віддалену перспективу надзвичайно важко. В наші дні неможливо уявити собі крупне європейське місто без іноземних туристів. Сьогодні туризм перетворився на індустрію, яка відіграє помітну роль в економіці багатьох країн, на розвиток туризму виділяються значні кошти. Будуються туристичні центри - цілі міста для відпочинку з розвагами. В таких містах тисячі людей зайняті обслуговуванням відпочиваючих. Зростає зайнятість місцевого населення, багато сільських мешканців отримують "другу спеціальність", збільшуються доходи, покращуються умови їх проживання. *(Сазонець О.М.)*.

**Туризм внутрішній (англ. *domestic tourism*)** - внутрішній туризм являє собою міграційні потоки людей у межах країни постійного проживання з туристичними цілями. Національна грошова одиниця, яка використовується повсякденно, продовжує залишатися засобом платежу, а рідна туристу мова- засобом спілкування. Такі подорожі порівняно легко організувати. За деякими оцінками, на частку внутрішнього туризму припадає 80-90 % усіх туристичних поїздок, а загальний обсяг витрат на внутрішній туризм є 5-10 разів перевищує витрати туристів на міжнародні поїздки. *(Тесленко Т.В.)*.

**Туризм виїзний (англ. *outbound tourism*)** - подорожі осіб, які постійно проживаючих в одній країні, в іншу країну з аналогічними цілями без заняття оплачуваною діяльністю у відвідуваній країні. *(Тесленко Т.В.)*.

**Туризм в'їзний (англ. *entrance tourism*)** - подорожі в межах країни осіб, що не проживають у ній постійно, з туристичними цілями без заняття оплачуваною діяльністю. *(Тесленко Т.В.)*.

**Туризм гастрономічний (англ. *gastronomic tourism*)** - це подорожі в країні або особливі місця для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями з метою дегустації унікальних страв та продуктів, властивих тільки для цієї країни або місцевості. *(Тесленко Т.В.)*.

**Туризм доступний, безбар'єрний (англ. *Tourism is accessible, barrier-free*)**. Доступний туризм – це сучасна концепція розвитку туризму, яка дозволяє включати у туристичну діяльність будь-яку людину, незалежно від її фізичних можливостей, з урахуванням особливостей її психологічного і фізичного та стану. Доступний туризм має стати насамперед потужним засобом активної реабілітації осіб з інвалідністю, оскільки

структурно він включає в себе різні види відновлення: медичне, психологічне, педагогічне, професійне, трудове, фізичне і соціальне. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм екзотичний** (англ. *tourism is exotic*) – це подорож в якісь незвичайні райони, отримання нових гострих відчуттів, а іноді навіть деякий екстрим. Відпочинок в екзотичних країнах – це дієвий спосіб уникнути повсякденності, зробити повне перезавантаження та випробувати радість життя. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм екстремальний** (англ. *tourism is extreme*) — різновид туризму, який пов'язаний із певним ступенем ризику або з позамежними фізичними або психічними навантаженнями в надважких умовах. Різноманіття видів екстремального туризму в наш час просто захоплює. Кожний вигадає щось особливо нове, аби лиш привабити туристів та просто любителів гострого відчуття. Турист вже змагається з природою: переборює гірські річки, гостює в небезпечних печерах, підкорює води океанів та морів, дізнається про небо за допомогою різноманітних пристроїв, і може злітати на декілька днів у космос. Цей вид туризму відкриває найпрекрасніші куточки світу, пропонує неймовірні можливості, але завжди пов'язаний з небезпекою, тому вимагає хорошої фізичної та психологічної підготовки. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм елітарний** (англ. *elite tourism*) - розрахований на заможну клієнтуру. Для цієї категорії споживачів рівень цін на ринку не має особливого значення, але вони пред'являють підвищені вимоги до якості пропонованих товарів і послуг. У зв'язку з цим не можна не відзначити ту роль, яку елітарний туризм відіграє в розвитку туристичного бізнесу в цілому. Тут задається імпульс розвитку всієї туристичної індустрії. Він сприяє утвердженню і розповсюдженню нових вищих стандартів обслуговування і, зрештою, сприяє поліпшенню якості життя населення. Тому елітарний туризм нерідко називають "туристичним локомотивом". *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм заохочувальний (інсентив-туризм)** (англ. *Tourism is encouraged*) - це туристичні подорожі, що організуються підприємствами та фірмами для своїх співробітників м як засіб заохочення та як винагорода за сумлінну працю. Особливістю таких турів є цікаві програми перебування, що передбачають, поряд із відпочинком та екскурсіями, заходи соціального змісту: професійні зустрічі, відвідування підприємств і установ, проживання в сім'ях, організація розваг тощо. Бурхливе зростання заохочувального туризму в світі привело до створення ряду асоціацій цього профілю, проведення конференцій, організації виставок і видання спеціальних каталогів. У світі витрати на організацію інсентив-туризму становлять 5-6 млрд \$ США. У діловому туризмі виділяються два великі сегменти: індивідуали або групи, мандрівники з діловими цілями, і співробітники різних компаній, яким часто доводиться їздити в справах компанії. Останній є так званим корпоративним туризмом. На світовому туристичному ринку працюють три найбільші транснаціональні компанії, що спеціалізуються на корпоративному туризмі: "American Express" (від виникнення якої в 1850 р. і ведеться історія цього бізнесу), "ВІЧ" і "Carlson Wagonlit Travel". *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм клубний** (англ. *club tourism*) - це відпочинок людей, яких поєднують спільні заняття, інтереси й захоплення. Місцем організації такого відпочинку, як правило, є туристичні містечка або круїзні судна, на яких вони відправляються, наприклад на острови, вивчати життя пташок чи риб і слухати лекції спеціалістів, організують зустрічі філателістів, любителів джазової музики тощо. Таким спільним заняттям може бути просто активний відпочинок, бо передбачає обслуговування за принципом "all inclusive" (все включено). *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм лікувально-оздоровчий** (англ. *health tourism*) – це подорож до курортних

місцевостей з метою оздоровлення та лікування. Мета лікувально-оздоровчого туризму – комплексне використання природних лікувальних факторів і рухової діяльності в лікувально-профілактичних цілях. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм міжнародний** (англ. *international tourism*) є відображенням розвитку виробничих сил (наприклад, виникнення нових видів транспортних засобів, які відкривають можливість переходу до організації масових туристичних поїздок), а також зміцнення міжнародних економічних і культурних зв'язків.

Міжнародний туризм у своєму розвитку пройшов від стадії "аристократичного" туризму XIX - початку XX століття, коли туристичні поїздки здійснювались в індивідуальному порядку представниками високозабезпечених соціальних прошарків з метою ознайомлення з пам'ятками історії, культури і архітектури, до стадії «масового» туризму середини і кінця XX століття.

На I Конференції ООН по туризму і подорожах, яка відбувалася в Римі в 1963 році, було вироблено визначення міжнародного туризму. Іноземний турист - це тимчасовий відвідувач, будь-яка особа, яка відвідує іншу країну з будь-якою метою, крім здійснення професійної діяльності, яка оплачується країною, яку відвідують.

До іноземних туристів належать всі тимчасові відвідувачі, які прибули в дану країну не менше як на 24 години на відпочинок, лікування, з навчальними, релігійними або спортивними цілями, а також у відрядження, для участі в конференціях, з діловою метою або за сімейними обставинами. В залежності від мети подорожі можна виділити наступні види міжнародного туризму: рекреаційний, екскурсійний, науковий, діловий, етнічний.

У другій половині XX століття змінився сам стереотип людини. На зміну тому, який можна було назвати як статичний, коли переважна частина населення роками не покидала свого постійного місця проживання, приходить новий - динамічний стереотип життя. Потреба в зміні обставин перетворилась у сучасних умовах напруженого міського ритму життя в першу необхідність. Причому чим більше місто, тим гостріше відчувається ця потреба. Люди, які проживають у великих містах, і жителі малих містечок володіють різними життєвими ритмами. Жителі великих міських центрів схожі на людей, які не здатні розподілити свій час: термінові ділові зустрічі, зібрання, наради примушують змінювати свої плани. Відпочинок за місцем постійного проживання мало що дає. Гостро відчувається необхідність у зміні обставин для відновлення затрат фізичних і, особливо, духовних сил.

При сучасних темпах роботи і життя витрати на відпочинок, особливо пов'язаних з подорожами, швидко переходять в розряд першочергових, життєво необхідних. За даними опитувань, проведених Всесвітньою туристичною організацією, туризм і потреба в їжі відносяться до розряду тих, від яких найважче відмовитись: люди віддають перевагу тому, щоб краще відпочити, здійснивши цікаву туристичну подорож, відмовившись від купівлі нового холодильника, телевізора чи одяжі.

Позитивно діє на розвиток міжнародних туристичних зв'язків і зміна у співвідношенні робочого і неробочого часу, що зробило туризм доступним широким прошаркам населення. «Оплачувані відпустки щорічно викидають на туристичний ринок все більший контингент людей», - відмічається в матеріалах Всесвітньої конференції по туризму, яка відбувалася в Манілі (Філіппіни) 1980 року.

Розвитку туризму сприяє також регулювання віку виходу на пенсію, що з врахуванням збільшення тривалості життя привело до появи туристів так званого «третього віку». Деякі туристичні фірми починають спеціалізуватися на організації поїздок для осіб «третього віку», в програму яких входять екскурсії з поєднанням відпочинку на природі. *(Сазонець О.М.)*

**Туризм науковий** (англ. *scientific tourism*). Його ще називають конгресний туризм (Conference Travel). Мета конгресного туризму полягає в проведенні науково-практичних семінарів, конференцій, з'їздів. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм національний (англ. *tourism is national*)** - Національний туризм включає внутрішній і виїзний туризм і співвідноситься з категорією (ВНП). Подорожі з метою розваг і відпочинку складають основу міжнародного туристичного обміну. На їх частку доводиться близько 70 % світового туризму. Вони об'єднують оздоровчі, пізнавальні, любительські спортивні поїздки і т. і. **(Тесленко Т.В.)**.

**Туризм ностальгійний (англ. *tourism is nostalgic*)**. Даний вид туризму заснований на потребі людей у відвідуванні родичів, місць народження і проживання близьких і займає важливе місце в міжнародному туристичному обміні. **(Тесленко Т.В.)**.

**Туризм організований (англ. *tourism is organized*)** - це подорожі індивідуалів чи групи туристів, організовані турпідприємством. Організовані туристи здобувають право на тур шляхом купівлі туристичної путівки. При цьому кількість послуг може бути різною. Наприклад, туристи можуть придбати лише курс на харчування чи комплекс послуг, включаючи транспортні послуги, харчування, проживання, трансфер, екскурсійне обслуговування і т. і. Усі туристичні поїздки залежно від особливостей особистості, характеру туриста і його бюджету відбуваються на груповій чи індивідуальній основі. Індивідуальні поїздки надають споживачу більше незалежності і самостійності, але вони дорожчі і тому малодоступні масовому туристу. Групові поїздки, навпаки, дешевші, доступні масовому туристу, проте в таких поїздках кожен учасник зобов'язаний підкорятися встановленому для групи порядку подорожі.

Частка індивідуальних поїздок іноземних туристів у нашу країну в складі організованого туризму становить близько 10 %. Інші 90 % припадають на групові поїздки. Порівняно із закордонною практикою частка індивідуального туризму в нашій країні незначна. Збільшитися вона може в разі поліпшення якості обслуговування, що може бути досягнуто за рахунок розвитку інфраструктури індивідуального обслуговування і відповідної підготовки обслуговуючого персоналу. Крім того, організація індивідуальних поїздок є трудомістким процесом, що потребує максимального використання комп'ютерної технології для бронювання, проведення розрахунків та інших операцій, а також високої кваліфікації персоналу турфірм.

З іншого боку, індивідуальний туризм з економічної точки зору дуже вигідний для туристичних фірм, тому що дає вищі валютні надходження в розрахунку на одного туриста порівняно з доходами від групових турів. Тому в стратегії маркетингу необхідно знайти належне місце заходам для розвитку індивідуального туризму, провівши в цьому напрямі відповідні дослідження та необхідні організаційно-технічні заходи. **(Тесленко Т.В.)**

**Туризм пізнавальний (екскурсійний) (англ. *cognitive tourism*)**. Цей вид туризму виключає в себе подорожі і поїздки з пізнавальними цілями. Екскурсія як форма пізнання і вид дозвілля виконує функції розширення кругозору й інтелекту. Однієї з різновидів пізнавальних поїздок є автомобільний туризм. Порівняно з подорожами на інших видах транспортних засобів, поїздки на автомашинах і автобусах надають туристам набагато більшу пізнавальну можливість. **(Тесленко Т.В.)**.

**Туризм пригодницький (англ. *adventure tourism*)** - є своєрідним видом відпочинку і забезпечує не тільки перебування туристів у привабливому для них місці, а й заняття незвичайним видом діяльності ("царське полювання", "пошуки піратських скарбів" і т. д.). Пригодницький туризм поділяється на кілька видів: 1) похідні експедиції; 2) сафарі-тури (полювання, риболовля, лов метеликів і т. д.); 3) морські подорожі (яхтинг). Географія і тематика пригодницьких турів досить велика і різноманітна. Звичайно це групові тури. Специфічною рисою такого туризму є одержання різних ліцензій, що дозволяють полювання, риболовлю, вивіз трофеїв. Пригодницький туризм пов'язаний з визначеним ризиком, тому для забезпечення безпеки таких турів необхідні висококваліфіковані

інструктори. Цей вид туризму має досить високу вартість, і його можна віднести до розряду елітарного відпочинку. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм професійно-діловий** (англ. *professional business tourism*). До цього виду туризму відносяться поїздки з діловими цілями. Життя в сучасному цивілізованому суспільстві викликає необхідність міжнародних контактів. Поїздки представників ділових кіл останнім часом стали носити масовий характер. Ряд туристичних фірм спеціалізується на організації групових поїздок бізнесменів з різними цілями. Великою перевагою ділового туризму є можливість його організації в ненапружений сезон. При цьому турфірми можуть надавати як чисто туристичні послуги (транспортні, розміщення, харчування, екскурсійне обслуговування), так і специфічні (вивчення інформації, збір даних про можливих торгових партнерів, переклади, надання необхідних економічних матеріалів, організація ділових зустрічей і т. д.). Спеціально для цього створюються великі конгрес-центри, що мають зали для засідань і засоби для розміщення відвідувачів. Відмінною рисою цього виду туризму є те, що учасники ділових зустрічей витрачають під час перебування в країні значно більше грошей, ніж звичайний турист. Тому багато держав прагнуть до проведення в себе міжнародних форумів та інших подібних заходів. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм рекреаційний** (англ. *recreational tourism*) - туризм із метою відпочинку для ряду держав є найбільш масовою формою. оїздки іноземних туристів в Іспанію, Італію, Францію, Австрію переслідують насамперед саме цю мету. Рекреаційний туризм характеризується тривалістю подорожі, невеликою кількістю міст, що входять у маршрут, широким використанням авіаційного транспорту і насамперед чартерних рейсів.

Поїздки з метою відпочинку відрізняються великою розмаїтістю і можуть включати видовищно-розважальні програми (театр, кіно, фестивалі і т. д.), заняття по інтересах (полювання, музична і художня творчість), етнічні походи, пов'язані з вивченням національної культури країни перебування. До рекреаційного туризму відносяться різні різновиди туризму з метою відпочинку, знайомства з визначними пам'ятками (Excursions), занять спортом (Skiing, Diving, Fishing), здійснення походів (Activity & Adventure), екзотичний відпочинок (Exotic Travel), тематичні поїздки (Theme Trips, based around cultural themes in arts, history, archaeology, etc.). *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм релігійний (паломницький)** (англ. *tourism is religious*). У туризмі з релігійними цілями можна виділити кілька видів: 1) паломництво (відвідування святих місць для поклоніння реліквіям); 2) пізнавальні поїздки (ознайомлення з релігійними пам'ятками, історією релігії, культурою релігії); 3) наукові поїздки (поїздки істориків та інших фахівців, що займаються питаннями релігії, та ін.). Серйозною проблемою в цьому виді туризму є питання про підготовку висококваліфікованих кадрів. Важливо, щоб вони могли не тільки показати історичні й архітектурні визначні пам'ятки, але й були знайомі з духовними та релігійними цінностями. *(Тесленко Т.В.)*

**Туризм соціальний** (англ. *social tourism*) - це подорожі, субсидовані із засобів, які виділяє держава на соціальні потреби. Метою соціального туризму є не отримання прибутку, а підтримка людей з низьким рівнем доходу для реалізації їхнього права на відпочинок. Концепція соціального туризму побудована за трьома принципами: забезпечення відпочинку всіх і кожного члена суспільства шляхом широкого залучення до сфери туризму людей з низьким рівнем доходів; субсидування туризму для малозабезпечених; активна участь центральних урядових, муніципальних, суспільних і комерційних структур в його розвитку.

Ця концепція була реалізована на практиці в Швейцарії і Франції завдяки системі відпускних чеків. Головним її елементом є чек - платіжно-розрахунковий засіб, що вводиться в обіг для надання адресної допомоги туристам і забезпечення доступності відпочинку всім верствам населення.

У колишньому СРСР цей вид туризму також був популярний, на його частку приходилося майже 80 % внутрішнього туризму і 50 % міжнародного. Держава направляла величезні кошти на зміцнення матеріально-технічної бази туризму. У даний час відсутність бюджетних засобів на дотації в соціальний туризм України призвело до відчуження більшої маси населення, особливо слабо захищених прошарків від подорожей. **(Тесленко Т.В.)**

**Туризм спортивний (англ. sports tourism).** Головне завдання цих турів- забезпечення можливості туристам займатися обраним видом спорту. Спортивний туризм вимагає наявності необхідної бази: різноманітний інвентар, спеціальні траси, підйомники, спортивні площадки, спорудження. Одним з основних вимог, що пред'являються до спортивних тур, є забезпечення безпеки відпочиваючих. Спортивні тури залежно від мети подорожі поділяють на два види: активний і пасивний. У першому випадку основою є заняття яким-небудь видом спорту, у другому- інтерес до спорту, наприклад, відвідування змагань. **(Тесленко Т.В.)**

**Туристська станція (англ. tourist station)** – засіб розміщення, яке створюється в проміжних пунктах туристських маршрутів для перебування в них від 3-х до 5-ти діб в малонаселених місцевостях. Надає послуги з харчування і відпочинку, культурно-побутового і спортивного обслуговування туристів. **(Гакова М.В.)**

**Туристський притулок (англ. tourist shelter)** – різновид туристської станції, що розрахований на спрощене обслуговування, надання тільки основних послуг до 2 діб з опалювальним приміщенням, яке придатне для відпочинку або стаціонарного намету. Кількість місць в туристському притулку коливається від 20 до 100. **(Гакова М.В.)**

## У

**Угода (англ. Agreement)** — дія громадянина чи організації, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків. Розрізняють угоди односторонні та дво- і багатосторонні (договори). В угодах акцентують увагу на певних умовах взаємовідносин, правах чи зобов'язаннях сторін. **(Сазонець О.М.)**

**Угода СОТ за правилами походження (англ. WTO agreement on rules of origin)** – визначає принципи походження товарів. **(Сазонець О.М.)**

**Угода СОТ з інвестиційних заходів, пов'язаних з торгівлею (англ. WTO Agreement on Trade-Related Investment Measures)** – містить обмеження застосування заходів, що заохочують споживання вітчизняних товарів у зв'язку з капіталовкладенням **(Сазонець О.М.)**.

**Угода СОТ про державні закупки (англ. WTO Agreement on Government Procurement)** – плюрілатеральна угода (з обмеженою участю, тобто необов'язкова для всіх членів СОТ) – встановлює процедури допуску іноземних компаній до національних систем закупівель для державних потреб). **(Сазонець О.М.)**

**Угода СОТ про довантажну інспекцію (англ. WTO agreement on transshipment inspection)** – визначає умови проведення довантажних інспекцій. **(Сазонець О.М.)**

**Угода СОТ про застосування санітарних та фітосанітарних норм (англ. WTO Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Standards)** – визначає умови застосування заходів санітарного та фітосанітарного контролю. **(Сазонець О.М.)**

*Угода СОТ про застосування Статті VI ГАТТ 1994 року (антидемпінг) (англ. WTO Agreement on the Application of Article VI of the GATT 1994 (anti-dumping))* – визначає умови і процедури застосування заходів для протидії демпінгу. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про застосування статті VII ГАТТ 1994 року (митна оцінка товарів) (англ. WTO Agreement on Application of Article VII of the GATT 1994)* – визначає правила оцінки митної вартості товарів. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про захисні заходи (англ. WTO Agreement on Safeguards)* – визначає умови і процедури застосування заходів для протидії зростаючому імпорту. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про процедури ліцензування імпорту (англ. WTO Agreement on Import Licensing Procedures)* – встановлює процедури та форми ліцензування імпорту. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про сільське господарство (англ. WTO Agreement on Agriculture)* – визначає особливості регулювання торгівлі сільськогосподарськими товарами і механізми застосування заходів державної підтримки виробництва і торгівлі в цьому секторі. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про субсидії та компенсційні заходи (англ. WTO Agreement on Subsidies and Countervailing Measures)* – визначає умови і процедури застосування субсидій і заходів, спрямованих на боротьбу із субсидуванням. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про текстиль та одяг (англ. WTO Agreement on Textiles and Clothing)* – визначає особливості регулювання торгівлі текстилем і одягом. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про технічні бар'єри в торгівлі (англ. WTO Agreement on Technical Barriers to Trade)* – визначає умови застосування стандартів, технічних регламентів, процедур сертифікації. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (англ. WTO Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights)* – визначає права і зобов'язання членів СОТ в області захисту інтелектуальної власності. (Сазонець О.М.).

*Угода СОТ про торгівлю цивільною авіатехнікою (англ. WTO Agreement on Trade in Civil Aircraft)* – плурілатеральна угода (з обмеженою участю, тобто необов'язкова для всіх членів СОТ) – визначає зобов'язання сторін по лібералізації торгівлі в цьому секторі). (Сазонець О.М.).

*Угода трудова (англ. Labor agreement)* — угода між працівником і власником підприємства, установи, організації або уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за якою працівник зобов'язується виконувати роботу, визначену цією угодою, з підляганням внутрішньому трудовому розпорядкові, а власник підприємства, установи, організації або уповноважений ним орган чи фізична особа зобов'язується виплачувати працівникові заробітну плату і забезпечувати умови праці, необхідні для виконання роботи, передбачені законодавством про працю, колективним договором і угодою сторін. (Сазонець О.М.).

*Узанс, узанція (фр. usance від лат. usus – звичай)* - торговий звичай, умови якого іноді включаються в текст договору. (Сазонець О.М.).

**Умови праці на робочому місці (англ. *Conditions of service*)** — сукупність факторів, що впливають на працездатність і здоров'я працівника, наприклад виробничо-технічні, санітарно-гігієнічні, побутові фактори на робочому місці. **(Сазонець О.М.)**.

**Умовний продаж (англ. *Conditional sale*)** — продаж, за якого право власності переходить до покупця тільки після повної оплати покупки. **(Сазонець О.М.)**.

**Універсальні агенти (англ. *universal agents*)** — агенти, які роблять будь-як юридичні дії від імені іншої особи. **(Сазонець О.М.)**.

**Унімодальне перевезення (англ. *unimodal transportation*)** — це коли товар весь шлях від продавця до покупця їде одним видом транспорту. Найчастіше в унімодальному способі задіяна автомобільна доставка, яка найманевреніша з існуючих на сьогоднішній день. Єдиним видом переміщення товару може бути також морське або залізничне сполучення. Але випадки, коли постачальник та покупець знаходяться в безпосередній близькості до річкового або морського порту, досить рідкісні. **(Сазонець О.М.)**.

**Упаковка (англ. *packaging*)** Тара, в якій продукт пропонується на продаж і на якій міститься інформація про товар. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління економікою (англ. *management of the economy*)** - свідомий вплив держави на об'єкти і процеси з метою цілеспрямування господарської діяльності, узгодження дій суб'єктів національної економіки й отримання бажаних результатів. Включає макроекономічний аналіз, прогнозування, планування та програмування соціально-економічного розвитку країни, організацію, регламентацію, стимулювання та оперативне регулювання діяльності суб'єктів господарювання, контроль за дотриманням ними правил і норм економічної поведінки. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління запасами (англ. *inventory management*)** являє собою процес створення, контролю і регулювання рівнів запасів у закупівлях, виробництві і реалізації продукції. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління інвестиційний портфелем (англ. *Investment portfolio management*)** — комплекс управлінських рішень, які визначають основні напрями, джерела та обсяги використання капітальних вкладень у цінні папери. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління конкурентоспроможністю (англ. *management of competitiveness*)** — процес адаптації підприємства, його можливостей (потенціалу) для прийняття гнучких управлінських рішень згідно зі змінами, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищах. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління маркетингом (англ. *marketing management*)** — аналіз, планування, перетворення в життя і контроль за проведенням заходів, розрахованих на встановлення, закріплення, підтримку вигідних обмінів з цільовим покупцем задля досягнення цілей організації. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління міжнародною логістикою на підприємстві (англ. *management of international logistics at the enterprise*)** — це діяльність, що спрямована на створення оптимальної логістичної системи для кожного цільового ринку та забезпечення її ефективного функціонування. **(Сазонець О.М.)**.

**Управління продажем/збутом (англ. *sales management*)** — планування, організація і

контроль збутової діяльності компанії. (Сазонець О.М.).

**Управління процедурами замовлень** (англ. *order procedure management*) визначає процедури отримання та обробки замовлень, часу отримання готової продукції та іншого. Значення цієї функції дуже велике в сучасному бізнесі, так як безпосередньо визначає якість обслуговування споживачів. (Сазонець О.М.).

**Управління товарним асортиментом** (англ. *Product range management*) — управління сукупністю виробів, що пропонується підприємством покупцям. Товарний асортимент складається із товарних груп (товарних ліній). *Товарна група (лінія)* — група товарів, пов'язаних між собою схожими функціями, призначенням для одних і тих самих груп споживачів, реалізацією через одні й ті самі місця продажу в межах одного цінового діапазону. *Завдання У. т. а.: 1)* визначення поточних і перспективних потреб покупців, аналіз способів використання певної продукції; 2) оцінка товарного асортименту конкурентів, прийняття рішень: яку продукцію необхідно додати до асортименту, а яку вилучити з нього; 3) оцінка необхідності диверсифікувати товарний асортимент; 4) вивчення пропозицій щодо створення нових продуктів, удосконалення існуючих, а також нових способів і сфер застосування товарів; 5) розроблення специфікацій нових чи модифікованих продуктів відповідно до вимог споживачів; 6) розроблення рекомендацій для виробничих підрозділів (підрозділів закупівель) стосовно якості, ціни, найменування, упаковки, необхідного сервісного обслуговування товару; 7) оцінка і перегляд товарного асортименту. Вирішальне слово у формуванні товарного асортименту підприємства повинно належати фахівцям і керівникам відділів маркетингу і продажу, а не виробничим підрозділам. *Стратегії У. т. а.: 1. Витягування товарної лінії. 2. Наповнення товарної лінії. 3. Поновлення товарної лінії. 4. Скорочення товарної лінії.* (Сазонець О.М.).

**Уругвайський раунд багатосторонніх торговельних переговорів** (англ. *Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*) – це Восьмий раунд багатосторонніх торговельних переговорів, що офіційно відкрився в Пунта-дель-Есте (Уругвай) у вересні 1986 року, тому і отримав назву «Уругвайський раунд». Це були найширші за кількістю учасників і з проектами рішень керівництва переговори в історії ГАТТ. У переговорах брало участь рекордно високе число держав –125. Переговори охоплювали 15 груп питань. Мета цих переговорів, як вона була сформульована в Декларації міністрів країн-учасниць ГАТТ, полягала в лібералізації і розвитку міжнародної торгівлі; зміцненні ролі ГАТТ; У поліпшенні міжнародної торгової системи, заснованої на принципах ГАТТ; у збільшенні частки світової торгівлі, що ведеться на основі узгодженої обов'язкової багатосторонньої дисципліни. (Сазонець О.М.).

**Урядові покупки** (англ. *government units*) Уряд, держава й органи місцевого самоврядування, які купують продукти й послуги для здійснення своїх функцій. (Сазонець О.М.).

**Уряд як орган загального політичного і оперативного керівництва зовнішніми зносинами держави** (англ. *Government as a body of general political and operational management of the state foreign relations*)

Уряд перш за все представлений головою уряду (або прем'єр-міністром), який представляє свою країну з усіх питань зовнішніх зносин як офіційно (за посадою). Він в рамках своїх повноважень здійснює повсякденну оперативну діяльність у цій сфері. Він може без будь-яких додаткових повноважень брати участь у засіданнях Генеральної Асамблеї ООН, її спец. установ та інших міжнародних організаціях. Звичайно, прем'єр-міністр і уряд в цілому не тільки намічають основні напрями зовнішньої політики і вносять відповідні пропозиції на

розгляд і затвердження парламенту і глави держави, а й організують виконання прийнятих зовнішньо-політичних рішень, контролюють цей процес.

Так, згідно з п.1 ст.166 Конституції України Кабмін України «забезпечує державний суверенітет і економічну самостійність України, здійснення внутрішньої і зовнішньої політики держави, виконання Конституції і законів України, актів президента України».

Безпосередньо керівництво зовнішньополітичною діяльністю та дипломатичною службою держави уряд здійснює через МЗС, керівникові якого уряд дає прямі доручення і слідкує за їх виконанням. **(Сазонець О.М.).**

## Ф

**Фандрайзінг (від англ. Fundraising)** - залучення спонсорських фінансових коштів на здійснення конкретної програми, систематична і спрямована діяльність організацій, що включає такі способи залучення коштів, як звернення за грантами, організація благодійних заходів, збір пожертвувань і т.д. **(Сазонець О.М.).**

**Фермерський будинок (англ. farm house)** - засіб розміщення в окремо розташованій будівлі на території садиби фермерського сільського господарства із забезпеченням умов для приготування їжі переважно з продуктів фермерського господарства. **(Гакова М.В.).**

**Фізичний розподіл (англ. physical distribution)** – це комплексна логістична функція, що є складовою частиною процесу дистрибуції, і включає всі логістичні операції, пов'язані з фізичним переміщенням і збереженням готової продукції в товаропровідних структурах виробників і (чи) логістичних посередників. **(Сазонець О.М.).**

**Фінанси (англ. finances )** – це система економічних відношень, які функціонують у сфері товарно-грошового обігу, мають розподільчий характер, що пов'язані з формуванням та використанням доходів та фондів фінансових ресурсів у процесі руху вартості ВВП. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансова логістика (англ. financial logistics)** – це окремий напрямок логістики, що розглядає управління грошовими потоками. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансова політика держави (англ. financial state policy)** - заходи держави щодо мобілізації фінансових ресурсів, їх розподілу та використання на базі фінансового законодавства для реалізації соціально-економічних цілей розвитку суспільства. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансова система (англ. financial system)** – це сукупність економічних відношень та окремих різних фондів фінансових ресурсів, що утворюються та використовуються у місцях їх акумулювання з визначеними намірами економічного та соціального розвитку а також сукупність органів управління фінансами у країні. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансовий аудит (англ. financial audit)** – аудит, що проводиться сторонніми аудиторами з використанням традиційних методів. У процесі даної роботи виділяються спеціальні розділи, пов'язані з перевіркою фінансових результатів роботи логістичного менеджменту. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансовий механізм (англ. financial mechanism)** – це спосіб організації фінансових відносин. **(Сазонець О.М.).**

**Фінансовий потік у логістиці (англ. *financial flow in logistics*)** – це спрямований рух фінансових засобів, що циркулюють у логістичній системі, а також між логістичною системою і зовнішнім середовищем, що є необхідними для забезпечення ефективного руху визначеного товарного потоку. (Сазонець О.М.).

**Фінансові потоки (англ. *financial flows*)** – це спрямований рух фінансових ресурсів, пов'язаний з матеріальними, інформаційними та іншими потоками як в рамках логістичної системи, так і поза нею. (Сазонець О.М.).

**Фінансово-промислова група (англ. *financian productive group*)** – сукупність юридичних осіб, які діють як основні та дочірні товариства або повністю чи частково об'єднують свої матеріальні й нематеріальні активи (система участі) на основі угоди про створення фінансово-промислової групи з метою технологічної або економічної інтеграції для реалізації інтеграційних та інших проектів і програм, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності й розширення ринків збуту товарів і послуг, зростання ефективності виробництва, створення нових робочих місць. До складу ФПГ можуть входити комерційні й некомерційні організації, за винятком громадських і релігійних організацій. Обов'язковою є участь організацій, що діють у сфері виробництва товарів і послуг, а також банків та інших кредитних організацій. (Сазонець О.М.).

**Фірмова марка (англ. *trade name*)** Офіційно зареєстрована фірмова назва, під якою компанія проводить свою економічну діяльність. (Сазонець О.М.).

**Флайтель (англ. *flytel*)** - засіб розміщення готельного типу, розрахований на короткий термін перебування власників літаків. Флайтели разом з аеродромами, ангарами, ремонтними майстернями, ресторанами, концертними залами та іншими закладами утворюють туристські комплекси для ночівлі, заняття спортом із стрибків на парашуті, прогулянки на повітряній кулі, проведення концертів, конференцій та інших заходів. Обладнання: злітно-посадкова смуга, зв'язок з метеостанцією, ангари. Можлива наявність технічної і диспетчерської служби. (Гакова М.В.).

**Фламбірування (від фр. *flambage* – прогинання)** - підпалювання десертної страви, облитой спиртом або коньяком. (Лучанська Ю. Г.).

**Флотель (англ. *flotel*)** - плаваючий готель значних розмірів, що розміщений на спеціально обладнаному судні для обслуговування туристів, які подорожують по воді. Флотелі складаються з плавучих корпусів різного функціонального призначення, що за обсягом послуг інколи називають «курортом на воді». Місткість флотелів може коливатись в межах 100–3000 осіб, конструкція зручна у використанні, може розташовуватись на дебаркадері. Флотелі функціонують у цілорічному режимі, змінюючи при цьому дислокацію в залежності від сезону: літом перебувають у місцях масового відпочинку, зимою - в межах міста і використовуються як стаціонарний готель. У флотелях туристам пропонуються комфортабельні номери, значний обсяг додаткових послуг активного відпочинку: басейн, тренажерні зали, водні лижі, засоби рибної ловлі, оснащення для підводного плавання і полювання, зали для проведення конгресів і концертів, ресторан, бібліотека, приміщення для тимчасових офісів, засоби оперативного зв'язку та ін. Сьогодні готелі на воді часто використовуються для організації спеціалізованих подорожей і круїзів, зокрема бізнес-турів, конгрес-турів, тури з навчанням та ін. Норма житлової площі у флотелях у порівнянні з готелями нижча і становить для одномісного номера 7 м<sup>2</sup>, двомісного - 9 м<sup>2</sup>, тримісного - 14 м<sup>2</sup>. (Гакова М.В.).

**Флотокемпінги (англ. *flotation camps*)** – засоби розміщення туристів у наплавних

засобах, що розташовані у проміжних пунктах через 20–25 км туристського водного маршруту. Особливість флотокемпінгів стосується забезпечення туристів, які рухаються індивідуальним водним транспортом (яхта, катер, човен) або круїзним судном житлом, водними видами спорту, стоянкою та технічного обслуговування прогулочних суден. У структурі функціональної зони флотокемпінга виділяється надводна частина - корпус для обслуговування туристів, їдальня, пункт технічного обслуговування суден, причал для плавальних засобів та суходільну - пляж, будинки, намети для проживання, окремі споруди для побутового обслуговування та розваг. **(Гакова М.В.).**

**ФОБ (англ. Free On Board - франко борт, буквально - безкоштовно на борт судна)** - умова поставки товару, при якому продавець оплачує витрати по транспортуванню, страхуванню, а також митні витрати до моменту доставки товару на борт судна. Покупець фрахтує судно, страхує вантаж, несе ризик його загибелі або псування. **(Сазонець О.М.).**

**Форма власності (англ. Ownership)** — економічна категорія, яка визначає належність засобів виробництва, робочої сили, частки доходу та інших об'єктів власності певній юридичній або фізичній особі. В Україні згідно з Господарським кодексом від 16 січня 2003 р. № 436-ІУ існують такі форми власності: *приватна, колективна, державна, комунальна.* **(Сазонець О.М.).**

**Форми комунікації організаційні (англ. Communication form)** — ділова розмова, спір, дискусія, ділова бесіда, торги, наради, ділові переговори тощо. **(Сазонець О.М.).**

**Форс-мажор (англ. force major)** - обставини непереборної сили, при виникненні яких виконання зобов'язань з поставки товарів і надання послуг виявляються повністю або частково неможливим (стихійні лиха, воєнні дії і т. п.). **(Сазонець О.М.).**

**Франко (англ. franco)** – вид торговельної угоди, за якою продавець бере на себе зобов'язання доставити товар у певне, обумовлене місце за власний рахунок, навіть ризикуючи. Це означає, що до ціни товару включаються витрати, пов'язані з доставкою товару у місце призначення та його страхування. За вимогою й за рахунок покупця продавець зобов'язаний надати йому допомогу в одержанні документів, необхідних для оформлення, вивезення чи ввезення товару. Покупець зобов'язаний прийняти товар негайно після його прибуття до місця призначення й нести всі наступні витрати, пов'язані з його розвантаженням, транспортуванням, зберіганням та інше, зокрема, пов'язаний із цим ризик. **(Сазонець О.М.).**

**Франчайзинг (англ. franchising)** - угода про умови спільної діяльності між компанією та дилером, відповідно до якого дилер отримує право діяльності з використанням товарного знаку компанії, її ноу-хау, маркетингових прийомів, технології, рекламних можливостей, напівфабрикатів і т.д., розплачуючись за це відрахуванням певного відсотка з обороту або від прибутку. **(Сазонець О.М.).**

**Франшиза (англ. Franchise)** — передбачене умовами страхування звільнення страхувальника від відшкодування збитків, що не перевищують певного розміру. Розрізняють два види Ф.: умовна (що не вираховується) і безумовна (що вираховується). Встановлюється або у відсотках до суми страховки, або в абсолютному розмірі. За умовної Ф. страхувальник звільняється від відповідальності за збиток, що не перевищує певну суму Ф., і повинен відшкодувати збиток повністю, якщо він перевищує встановлену суму Ф. За безумовної Ф. збиток у всіх випадках відшкодовується за вирахуванням встановленої Ф. **(Сазонець О.М.).**

**Фрапірування** (англ. *Fraping*). - це система охолодження вин у спеціальному охолоджувачі з водою, льодом і сіллю. (Лучанська Ю. Г.).

**Фумельє** (англ. *Foumelier*) - спеціаліст із сигар (сигарний сомельє, дегустатор). Добирає сигари і вміло поєднує з алкогольними напоями. (Лучанська Ю. Г.).

**Функціональний рівень** (англ. *functional level*) Рівень організації, на якому групи фахівців, сформовані за функціональним принципом (фінанси, виробництво, маркетинг тощо), створюють цінність для організації. (Сазонець О.М.).

**Фушет** (від фр. *fourchette* — *виделка*) - форма обслуговування в ресторанах, на прийомах, вечірках, коли присутні їдять та випивають стоячи, самостійно накладаючи на свої тарілки їжу або наливаючи у келих напої, що виставлені на великому спільному столі. (Лучанська Ю. Г.)

## X

**Хайринг** (англ. *hiring*) – 1. середньострокова оренда машин, обладнання, транспортних засобів та ін. (див.: Лізинг). Оренда машин і обладнання дає змогу орендареві використати дорогу техніку без великих початкових витрат і капіталовкладень та виплачувати орендні платежі в міру одержання прибутку від експлуатації орендованого обладнання, а орендареві – розширити збут при відносному зниженні витрат від платоспроможності замовника. 2. середньострокова оренда майна у формі лізингу. (Сазонець О.М.).

**Хартія** (англ. *carta*) – 1. матеріал (папірус або пергамент), на якому написано рукопис, а також сам рукопис. За середньовіччя документ, що засвідчував якісь права або привілеї. 2. у сучасному вживанні – назва деяких документів, декларацій суспільно-політичного значення. (Сазонець О.М.).

**Харчові стандарти** (англ. *food standarts*) - встановлені державою вимоги щодо якості продуктів харчування. Наприклад, допустимі види харчових добавок (консерванти, барвники тощо), не шкідливих для здоров'я людини. (Сазонець О.М.).

**Хеджування** (англ. *hedging*) – 1. валютна угода, що укладається при страхуванні від можливого падіння цін при здійсненні довгострокових угод. 2. термін, що використовується в банківській, біржовій та комерційній практиці для визначення різних методів страхування валютного ринку. (Сазонець О.М.).

**Хедхантер** (англ. *Headhunter* - сленг, дослівно: "мисливець за головами") – процес підбору керівного персоналу для компаній, які в цьому зацікавлені. (Сазонець О.М.).

**Хол-тест** (англ. *hall-test*) - метод дослідження, в ході якого потенційна група споживачів (до 100-400 чоловік) запрошується в «хол» - приміщення, обладнане для проб товарів і перегляду реклами, де їм надається можливість продемонструвати свою реакцію на тестований матеріал (товар та / або його елементи-упаковку, рекламний ролик і т. п.) і пояснити причину свого вибору. Виділяють такі типи тестування: «сліпе» (без оголошення марки продукту) і «відкрите» тестування; «оціночне» (один товар) і «порівняльне» (кілька аналогічних товарів). (Сазонець О.М.).

**Хоум-тест (англ. home-test)** - метод дослідження, в ході якого група споживачів тестує знеособлений продукт і групу продуктів в домашніх умовах (використовуючи його за призначенням). Через 2-3 дні учасник (респондент) відповідає на питання анкети, що характеризують його ставлення до протестированному продукту, порівнює продукт з аналогами і дає оцінку прийнятності цінового діапазону. Розмір цільової вибірки становить в середньому 100-400 чоловік, що визначається завданням дослідження, а також часток досліджуваної категорії населення в генеральній сукупності. *(Сазонець О.М.)*

## Ц

**Централізоване управління логістичною діяльністю (англ. centralized management of logistics activities)** – це управління, при якому створюється логістична служба, що підпорядковується безпосередньо керівнику підприємства через заступника директора з логістики або начальника цієї служби. *(Сазонець О.М.)*

**Циклічне меню (англ. Cyclic menu)** – меню, яке повторюється через деякий період. *(Лучанська Ю. Г.)*

**Центральна вісь (англ. central axis)** – основна транснаціональна вісь, що відповідає напрямкам найбільш інтенсивних міжнародних перевезень і забезпечує зв'язки між ЄС і сусідніми країнами та регіонами, що сполучає центр ЄС із Україною і Чорним морем і далі з Центральною Азією та Кавказом. Передбачене пряме сполучення з Транссибірською залізницею і внутрішній водний шлях між Каспійським і Чорним морями. Центральна вісь включає мультимодальні сполучення Дрезден – Катовіце – Львів – Київ; Будапешт – Львів; Москва – Київ – Одеса; Мінськ – Київ; Київ – Харків – Транссіб/Кавказ і внутрішні водні шляхи р. Дніпро та шляхи Дон/Волга зі сполученнями Каспійське море – Чорне море і Волга – Балтійське море. Крім вказаних сполучень, Польща і Україна визначили важливість сполучення їх столиць мультимодальною віссю, а Словаччина, Австрія і Чехія – необхідність включення відгалуження від українського кордону до промислового району Жіліна. *(Сазонець О.М.)*

**Центральний діловий район (англ. central business district)** – традиційне місце розташування точок роздрібною торгівлі; ділова частина населеного пункту. *(Сазонець О.М.)*

**Центр маркетингових досліджень (англ. marketing research center)** – організаційна форма управління по розробці, створенню банку ринкових даних і наданню клієнтам послуг у галузі ринкових досліджень, аналізу маркетингової діяльності фірм-конкурентів, рекламних послуг та ін. Серйозним напрямом у діяльності центрів є розробка поточних і перспективних прогнозів стану попиту та пропозиції на різних ринках збуту конкретних видів товарів. *(Сазонець О.М.)*

**Цілісність компонента (ресурсу) (англ. Integrity Component)** — це властивість компонента бути незмінним (у семантичному, змістовному розумінні) у процесі функціонування системи. *(Сазонець О.М.)*

**Цільовий ринок (англ. target market)** – коло покупців, на які організація спрямовує маркетингову програму. *(Сазонець О.М.)*

**Ціна (англ. price)** Гроші чи інша форма компенсації, які обмінюються на право володіти чи користуватися продуктом або послугою. *(Сазонець О.М.)*

**Ціна демпінгова (від англ. *Dumping* - скидання)** - ціна на товар, штучно занижена в порівнянні з цінами, діючими на аналогічні товари на даному ринку, з метою захоплення товарної ніші. *(Сазонець О.М.)*.

**Ціна договірна (англ. *agreed price*)** – ціна, що встановлюється між виробником і споживачем. Забезпечує гнучкість і встановлюється на продукцію виробничо(технічного) призначення, що виготовлена за разовим або індивідуальним замовленням, на нові або непродовольчі товари масового споживання, а також окремі види продовольчих товарів, що реалізуються за домовленістю з торговельними організаціями. *(Сазонець О.М.)*.

## Ч

**Чартер (англ. *charter*)** - договір між власниками транспортного засобу (теплоходу, літаку, автобусу тощо) та фрахтователем (наймачем) на оренду всього транспортного засобу або його частини на певний рейс або термін. *(Сазонець О.М.)*.

**Частка ринку (англ. *market share*)** – відношення доходів від реалізації продукції певної компанії до сукупних доходів від реалізації продукції усіх компаній на товарному ринку (включно із самою компанією). *(Сазонець О.М.)*.

**Частковий аутсорсинг (англ. *partial outsourcing*)** означає, що вузькофункціональні логістичні посередники: транспортні компанії, експедитори, митні агенти, страхові компанії, склади і вантажні термінали виконують окремі логістичні функції. *(Сазонець О.М.)*.

**Частота реклами (англ. *frequency*)** Середня кількість контактів представників цільової аудиторії з рекламним зверненням протягом певного часу. *(Сазонець О.М.)*.

**Частота угоди (англ. *Conversation ratio*)** -1. Відношення числа покупців чого-небудь до числа відвідувачів. 2. У відношенні банера - відношення кількості покупців до кількості користувачів, що бачили баннер. Частота угоди визначає доцільність партнерської програми. *(Сазонець О.М.)*.

**Чек покупця (фр. *chèque*, англ. *Cheque / check*)** - квитанція каси про прийом грошей від покупця в роздрібній торгівлі. *(Сазонець О.М.)*.

**Черговий по вокзалу (залу) (англ. *Regular at the station*)** – змінний працівник, що оперативно вживає заходів щодо створення максимальних зручностей пасажиром, дотримання безпеки знаходження на території вокзального комплексу, підтримання чистоти і порядку у залах очікування, контролює роботу обладнання, що використовуються під час обслуговування пасажирів. *(Тесленко Т.В.)*.

**Чинники попиту (англ. *demand factors*)** Чинники, які визначають міру готовності та здатності споживачів платити за продукти і послуги. *(Сазонець О.М.)*.

**Чиста конкуренція (pure competition)** Конкурентна ситуація, коли багато продавців пропонують на ринку схожі товари. *(Сазонець О.М.)*.

**Чиста монополія (англ. *Complete monopoly*)** – монополія, за якою одна фірма виступає єдиним виробником продукту, на який по суті диктує ціну. До того ж, як правило, цей продукт не має аналогів. Нецінова конкуренція не ведеться. *(Сазонець О.М.)*.

**Чистий актив** (англ. *net asset*) – сукупність активів підприємства після вирахування всіх боргів. Чистий актив є основою оцінки фінансової стабільності балансу й вартості акціонерного товариства. (Сазонець О.М.).

**Чисті витрати обігу** (англ. *net circulation costs*) – витрати обігу, пов'язані зі зміною форми вартості (з товарної на грошову, і навпаки) в процесі купівлі та продажу. (Сазонець О.М.).

**Чорноморська зона** (англ. *Black Sea area*) забезпечує транспортні зв'язки причорноморських держав із західноєвропейськими країнами (через Панєвропейські транспортні коридори і Середземноморську транспортну зону на заході) та з Центральною Азією (через Кавказький перешийок коридором TRASECA). (Сазонець О.М.).

### III

**Шведський стіл** (англ. *buffet breakfast*) - накритий стіл, з якого їжа та напої беруться за вибором, без замовлення. Завчасно оплачено. (Лучанська Ю. Г.).

**Шенгенська віза** (англ. *Shengen visa*) - єдина віза терміном до трьох місяців, яка надає можливість безперешкодно рухатися по території країн Шенгенської групи країн. (Сазонець О.М.).

**Ширина товарної лінії** (англ. *breadth of product line*) – різноманітність товарних ліній в асортименті магазину. (Сазонець О.М.).

**Широкий асортимент** (англ. *wide*) – кількісна і якісна характеристика товарної пропозиції, яка відображає різноманітний набір товарів (послуг), їх видів, типів, гатунків тощо, об'єднаних за певною ознакою. (Сазонець О.М.).

**«Шість сигм»** (англ. *Six Sigma*) Це підхід до вдосконалення бізнесу, який намагається знайти і виключити причини помилок і недоліків у бізнес-процесах за допомогою зосередження на вихідних вимірах. (Сазонець О.М.).

**Шкала відчутності послуг** (англ. *service continuum*) Діапазон структури комплексної пропозиції компаній: від переважання матеріальних продуктів до переважання нематеріальних послуг. (Сазонець О.М.).

**Шкала цін** (англ. *Price scale*) - діапазон цін на товари однієї продуктової лінії. (Сазонець О.М.).

**Шовінг повний** (англ. *complete showing*) – повний показ у рекламі на транспорті – розміщення рекламного оголошення на автобусах чи інших засобах транспорту, а також на зупинках. (Сазонець О.М.).

**Штандарт** (англ. *standsart*) – термін, яким позначають найвигідніше місце розташування підприємств. (Сазонець О.М.).

**Штраф** (від нім. *Strafe* — *покарання*) – покарання (плата) за порушення однією зі сторін договірних зобов'язань. Має за мету зміцнення договірної дисципліни і відшкодування збитків потерпілій стороні. III. накладають у твердій сумі чи у відсотках до суми невиконаного

зобов'язання. Отримані або заплачені Ш. зараховують до фінансових результатів господарської діяльності (прибутків або втрат) підприємства. *(Сазонець О.М.)*.

**Штрихове кодування товару** (англ. *Line coding*) – кодування споживчих властивостей товару, належності до певної товарної групи, його якості за допомогою штрихових міток, автоматична ідентифікація. *(Сазонець О.М.)*.

## Ю

**ЮНІДО** (англ. *UNIDO*) – організація ООН, створена в 1966 р. для сприяння індустріалізації країн, що розвиваються, а також для координації діяльності ООН у сфері промислового розвитку. *(Сазонець О.М.)*.

**Юридична служба підприємства** (англ. *legal department of the firm*) – служба підприємства, установи, організації, яка здійснює контроль за законністю наказів та розпоряджень, що видаються керівництвом. Бере участь в укладенні угод та погоджень з іншими підприємствами та установами. Служба інформує робітників та службовців про поточне законодавство, надає їм правову допомогу, веде в судах та арбітражах справи, за якими підприємство (установа) виступає як позивач або відповідач і т.д. *(Сазонець О.М.)*.

**Юрисдикція** (англ. *jurisdiction*) – повноваження судових, адміністративних та інших органів вирішувати певні категорії кримінальних, цивільних, трудових, адміністративних справ, закріплених у законодавстві. *(Сазонець О.М.)*.

## Я

**Якість** (англ. *quality*) — сукупність властивостей і характеристик товару та послуги, які зумовлюють його здатність задовольняти потреби споживачів. *(Сазонець О.М.)*.

**Ярлик** (англ. *Label*) - товарний знак, етикетка, клеймо на товарі з позначенням кількості, ціни та інших даних. *(Сазонець О.М.)*.

**Ярмарок** (пол. *jarmark*) - періодично діючий ринок, що збирається регулярно в одних і тих же місцях, в певну пору року і встановлений термін для демонстрації зразків товарів та укладання комерційних угод. *(Сазонець О.М.)*.

**Ясельний виробничий комплекс** (англ. *creche production complex*) – комплекс дрібних майстерень, який надається в короткострокову оренду для тих підприємців, хто починає власну справу. *(Сазонець О.М.)*.

## ТЕРМІНИ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ

**BritishRailSystem** – система пільгових тарифів на англійських залізницях для туристів і гостей. *(Тесленко Т.В.)*.

**Chartercoach** – чартерна послуга транспортним засобом, кількість місць в якому відповідає заброньованій кількості туристів. *(Тесленко Т.В.)*.

**COVAX.** Світова ініціатива задля імунізації проти COVID-19 та подолання гострої фази пандемії. Її створено на платформі Глобального альянсу із вакцин та імунізації (ГАВІ) за участі таких партнерів, як СЕРІ — Коаліція інновацій із готовності до епідемії, та ВООЗ — Всесвітня організація охорони здоров'я. Наразі ініціативу підтримали 183 країни, включно з Україною[18]. В економічній сфері також реалізуються спільні програми країн щодо виходу з кризи. Яскравим приклад такої спільної політики є діяльність ЄС.

Переваги COVAX: Забезпечення дозами вакцин як мінімум 20% населення країн; різноманітний та оперативно коригований портфель вакцин; швидке постачання вакцин у міру їх появи; припинення гострої фази пандемії; відновлення економіки. *(Гакова М.В.).*

**COVID-19.** Коронавірусна інфекція (COVID-19) – інфекційне захворювання, що викликається вірусом SARS-CoV-2.

Більшість людей, інфікованих вірусом, відчувають легкі та помірні симптоми респіраторного захворювання та одужують без необхідності спеціального лікування. При цьому в деяких людей воно протікає у тяжкій формі, яка потребує медичного втручання. Тяжка форма захворювання частіше розвивається у людей похилого віку та осіб з фоновими патологіями, зокрема серцево-судинними, хронічними респіраторними, онкологічними захворюваннями та діабетом. Ризик зараження COVID-19, тяжкого перебігу хвороби або смерті від неї загрожують будь-якій людині незалежно від віку.

Найкращим способом попередження та уповільнення передачі вірусу є інформування людей про хворобу та механізми поширення її збудника. Для захисту себе та інших людей від зараження слід триматися на відстані не менше 1 м від оточуючих, носити щільно прилеглу маску і часто мити руки або обробляти їх спиртом антисептиком. Зробіть щеплення, як тільки настане ваша черга, і дотримуйтесь вказівок місцевих органів влади.

Джерелом поширення вірусу може стати рот або ніс зараженої людини, звідки вірус викидається з найдрібнішими частинками рідини під час кашлю, чхання, розмови, співу чи дихання. Розмір цих частинок варіюється від більших респіраторних крапель до дрібнішого аерозольного пилу. Важливо дотримуватись респіраторного етикету, зокрема прикривати рот згином ліктя при кашлі, а при поганому самопочутті залишатися вдома та ізолюватися від оточуючих до моменту одужання. *(Гакова М.В.).*

**COVID-19. Вплив на туристичну сферу.** Майже тотальне призупинення міжнародних подорожей стало одним з основних елементів карантину, запровадженого під час пандемії коронавірусу COVID-19 по цілому світу. Станом на 20 квітня 2020 року 100% туристичних дестинацій застосовували різного роду карантинні обмеження. Хоча це спричинило відчуття дискомфорту для тих, хто любить подорожувати, для туристичних агентів, операторів, готельно-ресторанних підприємств та авіакомпаній це стало справжньою катастрофою. За підрахунками UNWTO, туристична галузь зазнала втрат в експортних доходах у розмірі 1,3 трлн. дол. США, що більш ніж у 11 разів перевищує втрати, зафіксовані під час світової економічної кризи 2009 року.

Останнє опитування групи експертів UNWTO показує неоднозначні перспективи на 2021 рік. Майже половина респондентів (45%) передбачали кращі перспективи на 2021 рік порівняно з минулим роком, тоді як 25% очікують таких самих результатів, а 30% передбачають погіршення результатів. Втім, експерти передбачають зростаючий попит на туристичну діяльність під відкритим небом та на природі, причому все більший інтерес викликає внутрішній і регіональний туризм.

Розширені сценарії UNWTO на 2021-2024 роки вказують на те, що для повернення міжнародного туризму до рівня 2019 року може знадобитися від двох з половиною до чотирьох років. Очікується, що поступове розповсюдження вакцини проти COVID-19 допоможе відновити довіру споживачів, полегшить обмеження на поїздки та повільно нормалізує подорожі упродовж наступних років. *(Гакова М.В.).*

***Interrail*** – система узгоджених пільгових тарифів на залізницях для туристів , що діє у 27 країнах Європи і Африки. (***Тесленко Т.В.***).

***Interregio (IR)*** – мережа швидких міжрегіональних поїздів, що зупиняються тільки у великих і середніх містах, можуть перетинати всю країну й навіть кілька країн. (***Тесленко Т.В.***).

***Eurailpass*** – система знижок і пільг, що діє на залізницях 33 держав Європи. (***Тесленко Т.В.***)

***EuroCity (EC) EuroCity (EC)*** – тип міжнародних експрес-поїздів європейської залізничної мережі, що курсують переважно вдень. (***Тесленко Т.В.***).

***EuroNight (EN)*** – тип внутрішньодержавних та міжнародних нічних поїздів європейської залізничної мережі. (***Тесленко Т.В.***).

***Regionalbahn (RB в Німеччині, раніше RegionalBahn)*** – категорія залізничних поїздів для зв'язку великих міст регіону між собою, що зупиняються на всіх зупинках на шляху прямування і є потягом місцевого сполучення. (***Тесленко Т.В.***).

***Regional-Express (RE в Німеччині, REX в Австрії, RegioExpress у Швейцарії, Diretto в Італії, у Чехії та Словаччині – Spesny)*** – категорія залізничних поїздів для зв'язку великих міст регіону між собою та забезпечення його зв'язку з мережею потягів далекого прямування. Від Regionalbahn потяги даної категорії відрізняються більшою швидкістю і збільшеною відстанню між зупинками, однак не досягають швидкості InterCity. (***Тесленко Т.В.***).

## ПІСЛЯМОВА

Головна мета представленого понятійно-термінологічного словника «Економіка гостинності» – сприяти формуванню професійному способу мислення та економічної поведінки адекватно реаліям сучасного світу. Таке сприяння відповідає задачам забезпечення підготовки в Україні фахівців з готельно-ресторанної справи та туризму. Сучасні фахівці в сфері гостинності повинні усвідомлювати, що потрібно робити, щоб досягти успіху у світовому економічному просторі. Фахівці з гостинності повинні знати закони сучасної економіки, принципи конкуренції, перспективні сфери і форми взаємодії економіки України зі світовою економікою, вони повинні вміти адаптувати західний досвід до умов України та реалізувати намір інтегруватися до світового туристичного ринку.

Висвітлені у понятійно-термінологічному словнику «Економіка гостинності» теоретичні, методичні та практичні матеріали є взаємозв'язаними та становлять єдиний комплекс методичного забезпечення дисциплін «Основи готельно-ресторанного бізнесу», «Менеджмент в готельно-ресторанному бізнесі», «Маркетинг в готельно-ресторанному бізнесі», «Аналіз діяльності підприємств готельно-ресторанного та туристичного бізнесу» та сприяють засвоєнню інших дисциплін, що викладаються для студентів спеціальності «Готельно-ресторанна справа». Представлена термінологія може бути корисною для ефективної адаптації студентів в колективи гостинних та готельно-ресторанних комплексів.

Позитивними особливостями комплексу методологічних та методичних положень, поданих у понятійно-термінологічному словнику, є узгоджене врахування соціальної і інтернаціональної природи управління сферою гостинності, висвітлення економічного підґрунтя економічної політики в туристичній сфері, взаємодії наднаціональних структур, міжнародних організацій з національними виробниками та перевізниками, державними та приватними компаніями.

Понятійно-термінологічний словник вирішує завдання генерування активності творчої молоді на пошуки вирішення завдань держави з позиції інтеграції у фахове співтовариство із метою відстоювання національних інтересів, розширення транзитного потенціалу країни, ефективного використання рекреаційного потенціалу країни.

Високий науковий рівень словника дає підстави рекомендувати його широкому колу фахівців з туризму та гостинності, міжнародної логістики та суміжних галузей наук – економіки, менеджменту, політології, соціології, історії – науковцям, викладачам і студентам, управлінцям-практикам, а також усім, хто цікавиться питаннями створення сучасної системи управління сферою гостинності та одного з її головних елементів – готельно-ресторанного бізнесу.

Автори внесли вагомий вклад в утвердження української мови у науковій термінології з питань туризму та сфери гостинності, що, без сумніву, надасть поштовх до подальшого широкого використання української мови в науці економіки та менеджменту. Необхідно побажати авторам не зупинятися на досягнутому і, у перспективі, розширяти і доповнювати свій словник новою термінологією, яка по мірі розвитку науки та сфери послуг, буде все більше включатися у науковий та педагогічний процес.

# АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК СТАТЕЙ І ТЕРМІНІВ

## А

*Абсолютна ефективність* (англ. *absolute efficiency*) (Сазонець О.М.).

*Авансова закупівля* (фр. *avance- рухати вперед, просувати*) (Сазонець О.М.).

*Авіаброкер* (від лат. *avis – птах; від англ. broker - посередник*) (англ. *airbroker*) (Сазонець О.М.).

*Авіатариф* (від лат. *avis – птах; від араб. tariff- оголошення*) (англ. *airfare*) (Сазонець О.М.).

*Автономна логістика* (англ. *autonomous logistics*) (Сазонець О.М.).

*Авторизовані дилери* (англ. *authorized dealers*) (Сазонець О.М.).

*Автотранспортні засоби* (від фр. *transport чи transporter- переносити*) (англ. *means of motor transport*) (Сазонець О.М.).

*Авуари* (від франц. *avoir — майно*) (Сазонець О.М.).

*Агенда* (англ. *agenda*) (Сазонець О.М.).

*Агент* (від лат. *agens-діючий, agere-робити*) (англ. *agent*) (Сазонець О.М.).

*Агенти* (від лат. *agens-діючий, agere-робити*) (англ. *agents*) (Сазонець О.М.).

*Агентський договір* (від лат. *agens-діючий; від лат. transactio - договір*) (англ. *agent agreement*) (Сазонець О.М.).

*Агроготель* (англ. *agrohôtel*) (Гакова М.В.).

*Адаптація* (англ. *adaptation*) (Тесленко Т.В.).

*Адаптація до ринку* (англ. *adaptation to market*) (Сазонець О.М.).

*Адаптивний продаж* (англ. *adaptive selling*) (Сазонець О.М.).

*Адаптованість логістичної системи* (англ. *adaptability of the logistics system*) (Сазонець О.М.).

*Адміністративні методи* (англ. *administrative methods*) (Сазонець О.М.).

*Адріатично-Іонічна транспортна зона* (англ. *Adriatic-Ionian transport zone*) (Сазонець О.М.).

*Аеропорт* (від грец. *aer – повітря; від лат. port – пристань, гавань*) (англ. *airport*) - (Сазонець О.М.).

*Акватель* (англ. *Aquatel*) (Гакова М.В.).

*Активний туризм* (від лат. *activas; від фр. tour – прогулянка, поїздка*) (англ. *active tourism*) (Сазонець О.М.).

*Актуарій* (англ. *actuary*) (Сазонець О.М.).

*Актуарні розрахунки* (англ. *actuarial calculations*) (Сазонець О.М.).

*Акцепт* (англ. *acceptance*) (Сазонець О.М.).

*Акциз* (від лат. *accidere — обрізую*) (Сазонець О.М.).

*Аналіз беззбитковості* (англ. *breakeven analysis*) (Сазонець О.М.).

*Аналіз рентабельності* (англ. *profitability analysis*) (Сазонець О.М.).

*Аналіз складників збуту* (англ. *sales component analysis*) (Сазонець О.М.).

*Аналогічний товар* (ομοειδούς προϊόντος грец. «відповідний») (Сазонець О.М.).

*Анулювання* (від лат. *ad – до; nullus - ніякий*) (англ. *cancellation*) (Сазонець О.М.).

*Апарт – готель* (англ. *apartment - hotel*) (Гакова М.В.).

*Апгрейд готельного номеру* (від англ. *up-grade- підйом*) (англ. *upgrading*) (Сазонець О.М.).

*Аперитив* (фр. *Apéritif, від лат. aperire «відкривати»*) (Лучанська Ю. Г.)

*Асортимент* (англ. *Range*) (Сазонець О.М.).

*Атака* (англ. *Attack*) (Сазонець О.М.).

*Аудит* (англ. *audit*) (Сазонець О.М.).

*Аудит за технологією LFA (Logistics Field Audit) (Сазонець О.М.).*

*Аудит маркетинговий (від лат. audit - слухає) (Сазонець О.М.).*

*Аудит товарно-транспортної документації та розрахунків за операції транспортування (англ. audit of goods and transport documentation and settlements for transportation operations) (Сазонець О.М.).*

## Б

*Багажна квитанція (від фр. baggage < bague – клунок, пакунок; від італ. quitanza) (англ. baggage check) (Сазонець О.М.).*

*Багатоканальний маркетинг (англ. multichannel marketing) (Сазонець О.М.).*

*Багатоканальні торговельні організації (англ. multichannel retailers) (Сазонець О.М.).*

*Багатомарочна стратегія (англ. multibranding) (Сазонець О.М.).*

*Багаторинкова маркетингова стратегія (англ. multidomestic marketing strategy) (Сазонець О.М.).*

*Багаторівневий маркетинг (англ. multilevel marketing) (Сазонець О.М.).*

*Базисна умова поставок (англ. Basic conditions of supply) (Сазонець О.М.).*

*Базисний аналіз (англ. basic analysis) (Сазонець О.М.).*

*Базисні умови (англ. Basic conditions) (Сазонець О.М.).*

*Базові компетенції (англ. Core Competences) (Сазонець О.М.).*

*Банер (англ. banner - прапор, транспарант) (Тесленко Т.В.).*

*Баренцева Євроарктична транспортна зона (англ. Barents Euro-Arctic Transport Area) (Сазонець О.М.).*

*Бариста (італ. barista) (Лучанська Ю. Г.)*

*Бартерна угода (англ. barter) (Сазонець О.М.).*

*Бачення стратегічне (англ. Strategic vision) (Сазонець О.М.).*

*Бездонна чашка (англ. a bottomless cup) (Лучанська Ю. Г.).*

*Безпека туризму (від фр. tourisme < tour – прогулянка, поїздка) (англ. tourism security) (Сазонець О.М.).*

*Бенчмаркінг (англ. Benchmarking) (Сазонець О.М.).*

*Бернські вантажні конвенції (англ. Berne Cargo Conventions) (Сазонець О.М.).*

*Бізнес (англ. business). (Сазонець О.М.).*

*Бізнес-аналіз (англ. business analysis) (Сазонець О.М.).*

*Бізнес-готель (від англ. business – діло, підприємницька діяльність; від фр. hotel, від ср.-в. –лат. hospitalis – місце для зустрічі гостей) (англ. business hotel) (Сазонець О.М.).*

*Бізнес-інкубатор (англ. Business Incubator) (Сазонець О.М.).*

*Бізнесова та геомаркетингова стратегія фірми (англ. Berne Cargo Conventions) (Сазонець О.М.).*

*Бізнес-план (англ. business plan) (Сазонець О.М.).*

*Біла книга з європейської транспортної політики (англ. White Paper on European Transport Policy) (Сазонець О.М.).*

*Білборди (англ. billboard) (Сазонець О.М.).*

*Благодійність (англ. charity) (Тесленко Т.В.)*

*Бонусні знижки (від лат. bonus - хороший) (англ. bonus discounts) (Сазонець О.М.).*

*Ботель (англ. botel) (Гакова М.В.).*

*Ботокемпінг (англ. botocamping) (Гакова М.В.).*

*Бренд (Бренд походить від англ. brand - клеймо, тавро або від скандинавського brand - палити, випалювати.) (Сазонець О.М.).*

*Брокер (англ. Broker) (Сазонець О.М.).*

*Бронювання (англ. reservation) (Сазонець О.М.).*  
*Будинок відпочинку (англ. rest house) (Гакова М.В.)*  
*Будинок рибалки (мисливця) (англ. fisherman's (hunter's) house) (Гакова М.В.)*  
*Буклет (від англ. booklet – книжечка < book - книга) (англ. booklet) (Сазонець О.М.).*

## **В**

*Валовий дохід (англ. total revenue) (Сазонець О.М.).*  
*Валові витрати (total cost) (Сазонець О.М.).*  
*Валютний курс (англ. currency rate) (Сазонець О.М.).*  
*Вантажне судноплавство (англ. cargo shipping) (Сазонець О.М.).*  
*Вантажопереробка (обробка вантажів) (англ. cargo handling) (Сазонець О.М.).*  
*Варіофікація (від лат. Verificatio - доказ, підтвердження) (Сазонець О.М.).*  
*Вартість (англ. Value) (Сазонець О.М.).*  
*Вартість на тисячу (англ. cost per thousand) (Сазонець О.М.).*  
*Ваучер (від фр. voucher, англ. voucher) (англ. voucher) (Сазонець О.М.).*  
*Вебспільноти (англ. web communities) (Сазонець О.М.).*  
*Вендор (від англ. Vendor - букв. лоточник, торговець) (Тесленко Т.В.).*  
*Венселлінг (від англ. Van Selling - буквально - «продаж з коліс») (Сазонець О.М.).*  
*Венчурний капітал (англ. venture capital) (Сазонець О.М.).*  
*Венчурні підприємства (англ. venture enterprises) (Сазонець О.М.).*  
*Вертикальна інтеграція (англ. vertical integration) (Сазонець О.М.).*  
*Вертикальна координація (англ. vertical coordination) (Сазонець О.М.).*  
*Взаємодія (англ. interaction) (Сазонець О.М.).*  
*Вид базисних умов поставки CIF (Cost, Insurance, Freight) (Сазонець О.М.).*  
*Вид базисних умов поставки DAF (Delivered At Frontiers) (Сазонець О.М.).*  
*Вид базисних умов поставки DDF/P (Delivered Duty Free/Paid) (Сазонець О.М.).*  
*Вид базисних умов поставки FOB (Free On Board) (Сазонець О.М.).*  
*Виняткові тарифи на транспорті (англ. exceptional transport tariffs) (Сазонець О.М.).*  
*Виробник (від producer - виробник, товаровиробник) (Сазонець О.М.).*  
*Виробнича логістика (англ. production logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Виробничі запаси (англ. inventories) (Сазонець О.М.).*  
*Виручка маржинальна (total revenue) (Сазонець О.М.).*  
*Висновок для маломобільних груп населення (англ. conclusion for low-mobility population groups) (Тесленко Т.В.).*  
*Високі технології - (англ. high-tech) (Сазонець О.М.).*  
*Виставка (англ. exhibition) (Сазонець О.М.).*  
*Відносини дистантного типу (англ. relationships of the distant type) (Сазонець О.М.).*  
*Віза (від лат. visa – побачена, переглянена) (англ. visa) (Сазонець О.М.).*  
*Візитна картка (англ. visiting card - відвідувати) (Сазонець О.М.).*  
*Вільні економічні зони (англ. free economic zones) (Сазонець О.М.).*  
*Віртуальний ринок (англ. Marketspace) (Сазонець О.М.).*  
*Вітольє (англ. Vittoile) (Лучанська Ю. Г.)*  
*Внутрішній матеріальний потік в логістиці (англ. internal material flow in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Внутрішньовиробничі логістичні системи (англ. in-house logistics systems) (Сазонець О.М.).*  
*Волонтерство (англ. volunteering) (Тесленко Т.В.).*

Вокзал (від англ. *Vauxhall* прізвище хазяїна Дж. Вокс(*Vauxh*) + *hall* зал) (англ. *station*) (Сазонець О.М.).

Всесвітня митна організація, ВМО (англ. *World Customs Organization, WCO*) (Сазонець О.М.).

Всесвітня туристична організація (англ. *World Tourism Organization, UNWTO*) (Гакова М.В.).

Всесвітня туристична організація. Функції (англ. *World Tourism Organization, UNWTO. Functions*) (Гакова М.В.).

Всесвітня туристична організація. Членство України. (англ. *World Tourism Organization, UNWTO. Membership of Ukraine.*). (Гакова М.В.).

## Г

Гаазький протокол (англ. *The Hague Protocol*) (Сазонець О.М.).

“Газелі” (англ. *Gazelles*) (Сазонець О.М.).

Галузеві логістичні системи (англ. *sectoral logistics systems*) (Сазонець О.М.).

Гарантійні запаси (або запаси страхові) (англ. *warranty stocks*) (Сазонець О.М.).

Гарантія (англ. *Guarantee*) (Сазонець О.М.).

Гендерна економіка (англ. *Gender economics*) (Сазонець О.М.).

Генеральна угода з тарифів і торгівлі, ГАТТ (англ. *General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)*) (Сазонець О.М.).

Генеральна угода СОТ про торгівлю послугами (англ. *WTO General Agreement on Trade in Services*) (Сазонець О.М.).

Генеральні агенти (англ. *general agents*) (Сазонець О.М.).

Генерування ідей (*idea generation*) (Сазонець О.М.).

ГЕП (англ. *GAP* - розрив, розходження) (Сазонець О.М.).

Глибина товарної лінії (англ. *depth of product line*) (Сазонець О.М.).

Глобалізація (англ. *globalization*) (Сазонець О.М.).

Глобалізація діяльності фірми (англ. *globalization of a firm activity*) (Сазонець О.М.).

Глобальна логістика (англ. *global logistics*) (Сазонець О.М.).

Глобальна маркетингова стратегія (англ. *global marketing strategy*) (Сазонець О.М.).

Глобальні корпорації (англ. *global corporations*) (Сазонець О.М.).

Головна задача логістики (англ. *the main task of logistics*) (Сазонець О.М.).

Гостьовий будинок (англ. *guest house*) (Гакова М.В.).

Гостьовий двір (англ. *guest yard*) (Гакова М.В.).

Гостьові кімнати (англ. *guest rooms*) (Гакова М.В.).

Готель (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitālis* – місце для зустрічі гостей) (англ. *hotel*) (Сазонець О.М.).

Готелі-казино (англ. *casino-hotel*). (Гакова М.В.).

Готель курортний (англ. *resort hotel*) (Гакова М.В.).

Готель-клуб (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitālis* – місце для зустрічі гостей; від англ. *club*) (англ. *hotel club*) (Сазонець О.М.).

Готель - лідо (від фр. *hotel lido*) (Гакова М.В.).

Готель-люкс (англ. *Luxury hotel*) (Гакова М.В.).

Готель молодіжний, хостел (англ. *youth hostel*) (Гакова М.В.).

Готель-палац (англ. *palace hotel*) - готель, розташований в будівлі – історико-архітектурному пам'ятнику палацової, замкової архітектури. (Гакова М.В.).

Готель - шато (від фр. *hotel chateau*) (Гакова М.В.).

Готель-SPA (англ. *hotel-SPA*). (Гакова М.В.).

Готельні мережі (від фр. *hotel*, від ср.-в. –лат. *hospitalis* – місце для зустрічі гостей) (англ. *hotel chains*) (Сазонець О.М.).

Готельно-офісний центр (англ. *hotel-office center*) (Гакова М.В.).

Граничний рівень запасу (англ. *marginal stock level*) (Сазонець О.М.).

Грантіс (англ. *free of charge, gratis*) (Сазонець О.М.).

Гуртожиток – (англ. *hostel*) (Гакова М.В.).

## Д

Даунсайзинг (англ. *downsizing*) (Сазонець О.М.).

Дача (англ. *cottage*) (Гакова М.В.).

Дегустаційне меню (англ. *Tasting menu*) (Лучанська Ю. Г.)

Дегустація (фр. *degustation* і від лат. *degustare* — спробувати на смак) (Лучанська Ю. Г.)

Декантація (англ. *decantation, elutriation, desliming*) (Лучанська Ю. Г.)

Декантер (англ. *decanter*, від *to decant* — «зливати з осаду») (Лучанська Ю. Г.)

Демпінг (англ. *dumping*) (Сазонець О.М.).

Депозит (вклад) (англ. *deposit*) (Сазонець О.М.).

Дерегуляція економіки (англ. *Economics deregulation*) (Сазонець О.М.).

Державне підприємництво (англ. *Government (state-run) enterprise*) (Сазонець О.М.).

Державне регулювання економіки (англ. *Government regulation of economy*): (Сазонець О.М.).

Державне регулювання перехідної економіки (англ. *Government regulation of transition economy*) (Сазонець О.М.).

Державний бюджет (англ. *national (state) budget*) (Сазонець О.М.).

Державний сектор економіки (специфічний інструмент ДРЕ) (англ. *state sector of economy (specific tool of GRE)*) (Сазонець О.М.).

Державні корпорації (англ. *state corporations*) (Сазонець О.М.).

Державні підприємства (англ. *government facilities*) (Сазонець О.М.).

Державні стандарти і нормативи (англ. *government standards and guidelines*) (Сазонець О.М.).

Державні фінанси (англ. *government finance*) (Сазонець О.М.).

Держконтракт і держзамовлення (англ. *State contract and state order*) (Сазонець О.М.).

Детермінований метод планування закупівель (англ. *deterministic method of procurement planning*) (Сазонець О.М.).

Дефіцит (лат. *deficit* - «не вистачає») (Сазонець О.М.).

Дефіцит державного бюджету (англ. *government deficit*) (Сазонець О.М.).

Децентралізоване управління логістичною діяльністю (англ. *decentralized management of logistics activities*) (Сазонець О.М.).

Дигестів (фр. *digestif*, діжестів; дослівно — «те, що сприяє травленню») (Лучанська Ю. Г.)

Дилери (англ. *dealers*) – (Сазонець О.М.).

Директивне планування (англ. *directive planning*) (Сазонець О.М.).

Директ-мейл (англ. *direct mail*) - пряма поштова реклама, розсилка потенційним споживачам рекламних матеріалів поштою. (Сазонець О.М.).

Дисконт (англ. *discount*): (Сазонець О.М.).

Дисконтування (англ. *discounting*) (Сазонець О.М.).

Дистрибуція (запозичення з англ. *Distribution* - розподіл) (Сазонець О.М.).

Дистриб'ютори (англ. *distributors*) (Сазонець О.М.).

Диференціація товару (англ. *product differentiation*) (Сазонець О.М.).  
Ділова культура (лат. *Culture* — «обробіток», «обробляти») (Тесленко Т.В.).  
Довжина їздки з вантажем (англ. *length of ride with cargo*) (Сазонець О.М.).  
Довжина маршруту (англ. *the length of the route*) (Сазонець О.М.).  
Доларизація (англ. *dollarization*) (Сазонець О.М.).  
Доларовий стандарт (англ. *dollar standard*) (Сазонець О.М.).  
Домовленість СОТ про правила і процедури врегулювання суперечок (англ. *WTO agreement on dispute settlement rules and procedures*) (Сазонець О.М.).  
Дорожній чек (англ. *travel cheque*) (Сазонець О.М.).  
Дуополя (англ. *duopoly-продаю*) (Сазонець О.М.).  
Дьюті-фрі (англ. *duty free*) (Тесленко Т.В.).

## Е

Евристичний метод планування закупівель (англ. *Heuristic method of procurement planning*)  
Екологічні стандарти (англ. *Environmental standards*) (Сазонець О.М.).  
Екологія (англ. *ecology*) (Сазонець О.М.).  
Економіка (грец. *οικονομία* - «управління домогосподарством». Від *οικος* - «дім» + *νόμος* - «звичай» чи «право») (Сазонець О.М.).  
Економіка країни (англ. *Country economics*) (Сазонець О.М.).  
Економіко-математичне моделювання (англ. *econometric methods of modeling*) (Сазонець О.М.).  
Економічна політика держави (англ. *Country's economic policy*) (Сазонець О.М.).  
Економічна (господарська) система (англ. *economic system*) (Сазонець О.М.).  
Економічна прогностика (англ. *economic prognostics*) (Сазонець О.М.).  
Економічний дирижізм (англ. *economic dirigism*) (Сазонець О.М.).  
Економічний лібералізм (англ. *economic liberalism*) (Сазонець О.М.).  
Економічні методи ДРЕ (англ. *Economic methods of GRE*) (Сазонець О.М.).  
Економічні стандарти і нормативи (англ. *Economic standards and guidelines*) (Сазонець О.М.).  
Економічні чинники (англ. *economic forces*) (Сазонець О.М.).  
Економічне шпигунство (англ. *economic espionage*) (Сазонець О.М.).  
Ексклюзивний розподіл (англ. *exclusive distribution*) (Сазонець О.М.).  
Ексклюзивні дилери (англ. *exclusive dealers*) (Сазонець О.М.).  
Експедиція (від лат. *excursio* - поїздка) (англ. *excursion*) (Тесленко Т.В.).  
Експорт (лат. *Exporto*) (Сазонець О.М.).  
Експортна діяльність (англ. *export activity*) (Сазонець О.М.).  
Експортна квота (англ. *export quota*) (Сазонець О.М.).  
Експортний лізинг (англ. *export lising*) (Сазонець О.М.).  
Експортні пакувальники (Сазонець О.М.).  
Електронний бізнес (англ. *electronic business, e-business*) (Сазонець О.М.).  
Ембарго (англ. *embargo*) (Сазонець О.М.).  
Еногастрономія (*Enogastronomy*) (Лучанська Ю. Г.)  
Енологія (від грец. *οἶνος* — вино та суфіксу грец. *-λογία* — наука) (Лучанська Ю. Г.)  
Етика (лат. *ethica*, від грец. *ἠθος* - звичай) (Сазонець О.М.).  
Етика маркетингу (англ. *marketing ethics*) (Сазонець О.М.).  
Етичні норми корпоративної відповідальності (англ. *ethical standards in the corporate responsibility*) (Сазонець О.М.).  
«Ефект бичачого батога» (*The Bull Whip Effect*) (Сазонець О.М.).

## Є

- Євро* (англ. *euro*) (Сазонець О.М.).  
*Євролайн* (англ. *euroline*) (Сазонець О.М.).  
*Єврологістика* (англ. *Eurologistics*) (Сазонець О.М.).  
*Європейський план* (від лат. *planum* – площина) (англ. *European plan*) (Сазонець О.М.).  
*Європейський Союз (ЄС)* (англ. *European Union (EU)*) (Сазонець О.М.).  
*Єдність диференціації й інтеграції* (англ. *unity of differentiation and integration*) (Сазонець О.М.).  
*Єдність команди* (лат. *Unitas*) (Сазонець О.М.).  
*Ємність ринку* (англ. *market size*) (Сазонець О.М.).

## Ж

- Жестова мова* (англ. *sign language*) (Тесленко Т.В.)  
*Життєвий цикл продукту* (англ. *product life cycle*) (Сазонець О.М.).  
*Життєвий цикл сім'ї* (англ. *family life cycle*) (Сазонець О.М.).  
*Життєвий цикл торгівлі* (англ. *retail life cycle*) (Сазонець О.М.).  
*Життєвий цикл фірми (ЖЦФ)* (англ. *life cycle of firm*) (Сазонець О.М.).  
*Жорсткі елементи управління* (англ. *hard elements of a management*) (Сазонець О.М.).

## З

- Забезпечення повернення товарів, забезпечення запасними частинами і сервісне обслуговування* (англ. *ensuring the return of goods, providing spare parts and service*) (Сазонець О.М.).  
*Загальна бізнес-стратегія* (англ. *generic business strategy*) (Сазонець О.М.).  
*Загальний функціональний аудит* (*general functional audit*) (Сазонець О.М.).  
*Загальні залізничні тарифи* (англ. *general railway tariffs*) (Сазонець О.М.).  
*Загальні тарифи на транспорті* (англ. *general tariffs for transport*) (Сазонець О.М.).  
*Загальні транспортні витрати* (англ. *general transport costs*) (Сазонець О.М.).  
*Задачі виробничої логістики* (англ. *tasks of production logistics*) (Сазонець О.М.).  
*Заключне тестування реклами* (англ. *posttests*) (Сазонець О.М.).  
*Закон синергії* (англ. *the law of synergy*) (Сазонець О.М.).  
*Закупівля матеріального ресурсу для забезпечення виробництва* (*purchase of material resources to ensure production*) (Сазонець О.М.).  
*Закріплення цін* (англ. *pricemaking*) (Сазонець О.М.).  
*Зал очікування* (англ. *Waiting hall*) (Тесленко Т.В.).  
*Замінники* (англ. *substitute*) (Сазонець О.М.).  
*Запас* (англ. *stock*) (Сазонець О.М.).  
*Запит* (англ. *request*) (Сазонець О.М.).  
*Захисне упакування* (англ. *protective packaging*) (Сазонець О.М.).  
*Замовлення* (англ. *order*) (Сазонець О.М.).  
*Зароблена премія* (англ. *earned premium*) (Сазонець О.М.).  
*Засоби розміщення* (англ. *means of placement*) (Сазонець О.М.).  
*Збірний маршрут* (англ. *collective route*) (Сазонець О.М.).  
*Збутова логістика* (англ. *sales logistics*) (Сазонець О.М.).

*Збутова логістика чи логістика розподілу (англ. sales logistics or distribution logistics) (Сазонець О.М.).*

*Звіт про доступність приміщення для маломобільних груп населення (англ. report on the availability of premises for groups of people with limited mobility) (Тесленко Т.В.).*

*Зворотний маркетинг (англ. reverse marketing) (Сазонець О.М.).*

*Зворотня логістика (англ. reverse logistics) (Сазонець О.М.).*

*Зелений коридор (від нім. korridor < від фр. corridor < від лат. currere – бігти, проходити) (англ. green corridor) (Сазонець О.М.).*

*Змішане управління національною економікою (англ. joint management of national economy) (Сазонець О.М.).*

*Знак марочний (англ. Sign, mark; token, symbol) (Сазонець О.М.).*

*Знищення або руйнування (англ. destruction or demolishing) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішнє логістичне середовище (англ. external logistics environment) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішній матеріальний потік в логістиці (англ. external material flow in logistics) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішньоекономічна політика (англ. foreign-economic policy) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішньоторгова квота (англ. foreign-trade quota) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішньоторговельна угода (англ. foreign trade agreement) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішньоторговельні операції (англ. foreign trade operations) (Сазонець О.М.).*

*Зовнішня торгівля (англ. foreign trade) (Сазонець О.М.).*

*Зони вільної торгівлі (англ. free trade zones), (порто – франко. італ. porto franco) (Сазонець О.М.).*

*Зустрічна торгівля (англ. countertrade) (Сазонець О.М.).*

## I

*Імідж (англ. Image) (Сазонець О.М.).*

*Імідж торговельної точки (англ. image of a retail outlet) (Сазонець О.М.).*

*Імперативні методи регулювання (англ. Imperative methods of regulation) (Сазонець О.М.).*

*Імпорт (від лат. Importo - ввозити, привозити, впроваджувати) (Сазонець О.М.).*

*Інвестиції (англ. investments) (Сазонець О.М.).*

*Інвестиційна політика держави (англ. investment policy of country) (Сазонець О.М.).*

*Інвестор (англ. investor) (Сазонець О.М.).*

*Індекс якості життя (англ. index of life quality) (Сазонець О.М.).*

*Індивідуальний тур (від фр. individuel < від лат. individuum - неподільне; від фр. tour – прогулянка, поїздка) (англ. solo tour) (Сазонець О.М.).*

*Індикативне планування (англ. indicative planning) (Сазонець О.М.).*

*Індикативні методи (англ. indicative methods) (Сазонець О.М.).*

*Індустрія здоров'я (англ. health industry) (Гакова М.В.).*

*Інженіринг (англ. engineering) (Сазонець О.М.).*

*Інклюзивне рекреаційне середовище (англ. inclusive recreational environment) (Тесленко Т.В.).*

*Інклюзивне середовище (англ. inclusive environment) (Тесленко Т.В.).*

*Інкотермс (англ. Incoterms, International commerce terms) (Сазонець О.М.).*

*Інновація (англ. innovation) (Сазонець О.М.).*

*Іноземні інвестиції (англ. foreign investment) (Сазонець О.М.).*

*Інститути соціалізації (англ. institutes of socialization) (Тесленко Т.В.).*

*Інтегровані маркетингові комунікації (ІМК) (англ. integrated marketing communications) (Сазонець О.М.).*

*Інтероперабельність (англ. Interoperability) (Тесленко Т.В.).*

*Інтероперативність (інтеропераційність) (англ. Interoperability (interoperability) (Тесленко Т.В.).*

*Інтерсіті (ІС), (англ. InterCity) (Тесленко Т.В.).*

*Інтерсіті+ (ІС+), (англ. InterCity) (Тесленко Т.В.).*

*Інтенсивний розподіл (англ. intensive distribution) (Сазонець О.М.).*

*Інтенсивність споживання (англ. intensive consumption) (Сазонець О.М.).*

*Інтермодальні перевезення (англ. intermodal transportation) (Сазонець О.М.).*

*Інтер-райл (від лат. inter - між) (англ. Inter-Rily) (Сазонець О.М.).*

*Інфляція (англ. inflation) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційна безпека (англ. information security) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційна система (англ. data system, information system) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційне суспільство (англ. information society) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційний процес (англ. information process) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційні потоки (англ. information flows) (Сазонець О.М.).*

*Інформаційно-комп'ютерна підтримка в логістиці (англ. information and computer support in logistics) (Сазонець О.М.).*

*Інформація (англ. Information) (Сазонець О.М.).*

## І

*Їзда (англ. ride) (Сазонець О.М.).*

## К

*Календарний план (англ. action item plan) (Сазонець О.М.).*

*Канал комунікації (англ. channel of communication) (Сазонець О.М.).*

*Канал розподілу (англ. distribution channel) (Сазонець О.М.).*

*Кан-тестер (від англ. cup – чашка та taster - дегустатор) (Лучанська Ю. Г.)*

*Караван (англ. caravan) (Гакова М.В.).*

*Караван-будиночок (англ. caravan house) (Гакова М.В.).*

*Карáфа (від араб. غرافة, «гаррафа» через італ. caraffa і пол. karafa) або графі́н (від фр. carafine — зменил. від carafe) (Лучанська Ю. Г.)*

*Квота (англ. quota) (Сазонець О.М.).*

*Квотування (англ. quota system) (Сазонець О.М.).*

*Кейтиринг (від англ. catering – громадське харчування, cater – поставляти продукцію, обслуговувати споживача) (Лучанська Ю. Г.)*

*Кемпінг (від англ. camping, to camp - розташовуватись табором) (англ. camping) (Сазонець О.М.).*

*Керування виробничими процедурами (англ. management of production procedures) (Сазонець О.М.).*

*Керування закупівлями (англ. procurement management) (Сазонець О.М.).*

*Керування запасами (англ. inventory management) (Сазонець О.М.).*

*Керування процедурами замовлень (англ. management of order procedures) (Сазонець О.М.).*

*Кімнати відпочинку у вокзалі (англ. Rest rooms at the station) (Тесленко Т.В.).*

*Кластер (англ. Cluster) (Сазонець О.М.).*

*Комбіноване перевезення (англ. combined transportation) (Сазонець О.М.).*

*Комбінований квиток (від лат. combinare - з'єднувати; від фр. billet) (англ. combined ticket) (Сазонець О.М.).*

*Комівояжер (англ. travelling salesman) (Сазонець О.М.).*

*Комісіонер (англ. Commission agent) (Сазонець О.М.).*

*Компрадор (від ісп. Comprador) (Сазонець О.М.).*

*Компонента видів транспорту (англ. component of modes of transport ) (Сазонець О.М.).*

*Компонента інфраструктури міжнародних перевезень вантажів (англ. component of the infrastructure of international cargo transportation) (Сазонець О.М.).*

*Комунікаційне суспільство (англ. communication society) (Сазонець О.М.).*

*Комунікація (англ. communication) (від лат. communicatio — спілкування) (Сазонець О.М.).*

*Конвенція ООН про відповідальність операторів транспортних терміналів у міжнародній торгівлі (англ. United Nations Convention on the Liability of Operators of Transport Terminals in International Trade) – (Сазонець О.М.).*

*Конвенція про договір міжнародного автомобільного перевезення вантажів (фр. Convention relative au contrat de transport international de Marchandises par Route (CMR)) (Сазонець О.М.).*

*Конвенція про міжнародні залізничні перевезення (фр. Convention relative aux transports internationaux ferroviaires или сокращённо - COTIF) (Сазонець О.М.).*

*Конвенція ООН про міжнародні змішані перевезення вантажів (англ. United Nations Convention on the Mixed International Carriage of Goods of 24 May 1980) (Сазонець О.М.).*

*Конвенція ООН про морське перевезення вантажів (1978 з.) (Гамбурзькі правила) (United Nations Convention on the Carriage of Goods by Sea (1978) (Hamburg Rules)) (Сазонець О.М.).*

*Конкурс (англ. concourse) (Тесленко Т.В.).*

*Конкуренція (англ. competition) (від пізньолат. concurentia — зіштовхуватися) (Сазонець О.М.).*

*Коносамент (англ. bill of lading) (Сазонець О.М.).*

*Контрагенту (англ. counterparty) (Сазонець О.М.).*

*Контрактна або проєктна логістика (3PL-логістика) (англ. contract or project logistics (3PL-logistics) (Сазонець О.М.).*

*Контрейлерне перевезення (англ. piggybacked) (Сазонець О.М.).*

*Контроль (англ. control) (Сазонець О.М.).*

*Конфлікти (на споживчому ринку)(англ. conflicts on consumers' market) (Сазонець О.М.).*

*Конфлікти (англ. міжнародні економічні)(англ. conflict (international economic). (Сазонець О.М.).*

*Конформізм (англ. conformism) (від пізньолат. conformis — подібний, схожий) (Сазонець О.М.).*

*Конфронтація (англ. confrontation) (від лат. con — проти і frons (frontis) — лоб, фронт) (Сазонець О.М.).*

*Концепція рівності результату (англ. Equal result conception) (Сазонець О.М.).*

*Концепція «Широкої Європи» (англ. «Wider Europe») – це розширення Єдиного європейського простору на схід, включаючи насамперед Україну, що передбачає в якості невід'ємної її частини нашу країну. (Сазонець О.М.).*

*Концепція маркетингу (англ. Concept of marketing) (Сазонець О.М.).*

*Концепція партисипативного управління (англ. concept of participatory governance) (Сазонець О.М.).*

*Коркидж ( від англ. corkage - пробка) (Лучанська Ю. Г.)*

*Корпорація (англ. corporation) (Сазонець О.М.).*  
*Корпус (виробничий) (англ. building) (Сазонець О.М.).*  
*Круїзне судно (англ. cruise ship) (Гакова М.В.).*  
*Куверт (від фр. couvert, покритий) (Лучанська Ю. Г.)*  
*Культура (лат. culture - «обробіток», «обробляти») (Тесленко Т.В.).*  
*Курорт (англ.resort)(ГаковаМ.В.)*  
*Курортна інфраструктура (англ. resort infrastructure ) (Гакова М.В.).*  
*Курортна справа (англ. resort business) (Гакова М.В.).*  
*Курортна справа. Завдання. (англ. resort business. Task.). (Гакова М.В.).*  
*Курортна справа. Принципи державної політики (англ. resort business. Principles of state policy ). (Гакова М.В.).*  
*Курортне господарство (анг. resort management) (Гакова М.В.).*

## Л

*Ланцюг постачань (supply chain) (Сазонець О.М.).*  
*Лeverіджиз (англ. leveriges) (Сазонець О.М.).*  
*Лейбл (англ. label) (Сазонець О.М.).*  
*Лізинг (англ. leasing) (Сазонець О.М.).*  
*Лізинговий кредит (англ. leasing credit ) (Сазонець О.М.).*  
*Ліквідність ринку (англ. market liquidity) (Сазонець О.М.).*  
*Лікувально - оздоровчий комплекс (англ. medical - health resort complex) (Гакова М.В.).*  
*Лікування (англ. treatment). (Гакова М.В.).*  
*Лінійні посадки (англ. line positions) (Сазонець О.М.).*  
*Ліцензійна торгівля (від лат. licentia - право, дозвіл) (Сазонець О.М.).*  
*Ліцензія (лат. licentia — свобода, право) (Сазонець О.М.).*  
*Ліцензування (англ. licensing) (Сазонець О.М.).*  
*Ліцензування господарської діяльності (англ. Licensing of the business activities) (Сазонець О.М.).*  
*Логіст (англ. logist) (Сазонець О.М.).*  
*Логістизація процесу митної переробки вантажів (англ. logisticization of the process of mitigation of vantages) (Сазонець О.М.).*  
*Логістика (англ. logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Логістика закупівель (постачання) (англ. logistics procurement (ongoing)) (Сазонець О.М.).*  
*Логістика міжнародного туризму (англ. logistics of international tourism) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична організація процесу митної переробки вантажів (англ. logistic organization of the process of mitnoy recycling of vantages) (Сазонець О.М.).*  
*Логістика виробництва (англ. logistic virobnitstva) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична інформаційна система (англ. logistic information system ) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична координація (англ. logistic coordination) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична місія (англ. logistic message) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична операція (англ. logistic operation) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична система (англ. logistic system) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична система гнучка (англ. logistic system noun ) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична система ешелонована, або багаторівнева (англ. the logistic system is echelonovana, bagatorivneva) (Сазонець О.М.).*  
*Логістична стратегія (англ. logistic strategy) (Сазонець О.М.).*

Логістична функція (англ. *logistic function*) (Сазонець О.М.).  
Логістичне макросередовище (англ. *logistic macrorevenge*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний аудит (англ. *logistic audit*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний канал (англ. *logistic channel*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний ланцюг (англ. *logistic lanceuig*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний менеджмент (англ. *logistic management*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний потенціал міжнародного туризму (англ. *logistic potential of international tourism*) (Сазонець О.М.).  
Логістичний провайдер (англ. *to provide* -забезпечувати, надавати доступ) (Сазонець О.М.).  
Логістичні системи просторово-територіальних рівнів (англ. *logistic systems and spacious territorial equipments*) (Сазонець О.М.).  
Локо (англ. *locko*) (Сазонець О.М.).  
Лот (від англ. *lot* — частка) (Сазонець О.М.).  
Лотель (англ. *lotel*) (Гакова М.В.)  
Лояльність покупця (фр. *loyal* - вірний) (Сазонець О.М.).  
Людина з особливими потребами (англ. *a person with special needs*) (Тесленко Т.В.)

## М

Магазин безмитної торгівлі (англ. *shop of unlimited trade*) (Сазонець О.М.).  
Макрологістика (англ. *macrology*) (Сазонець О.М.).  
Макрологістична система (англ. *macrological system*) (Сазонець О.М.).  
Макромаркетингове середовище (англ. *macromarketing environment*) (Сазонець О.М.).  
Максимальний бажаний запас (англ. *maximum bazaniy stock*) (Сазонець О.М.).  
Маніфест (англ. *manifesto*) (Сазонець О.М.).  
Маржинальний аналіз (англ. *marginal analysis*) (Сазонець О.М.).  
Маржинальний дохід (англ. *marginal revenue*) (Сазонець О.М.).  
Маржинальні витрати (англ. *marginal cost*) (Сазонець О.М.).  
Марка (англ. *brand*) (Сазонець О.М.).  
Марка торгова (англ. *Trademark*) (Сазонець О.М.).  
Маркетинг (англ. *marketing*) (Сазонець О.М.).  
Маркетинг недиференційований (англ. *Undifferentiated marketing*) (Сазонець О.М.).  
Маркетинг персоналу (англ. *Marketing staff*) (Сазонець О.М.).  
Маркетинг пробний (англ. *test marketing*) (Сазонець О.М.).  
Маркетинг стратегічний (англ. *Strategic marketing*) (Сазонець О.М.).  
Маркетингові дослідження (англ. *Marketing research*) (Сазонець О.М.).  
Маркування (від нім. *Markieren*, від фр. *Marquer*, англ. *Marking* - відзначати, ставити знак) (Сазонець О.М.).  
Маршрут руху (англ. *traffic route*) (Сазонець О.М.).  
Масове виробництво (англ. *Repetition work*) (Сазонець О.М.).  
Матеріальний потік (англ. *material flow*) (Сазонець О.М.).  
Маятниковий маршрут (англ. *pendulum route*) (Сазонець О.М.).  
Медіабайнг (англ. *media Buying*) (Тесленко Т.В.).  
Межа малозабезпеченості (англ. *underprovision line*) (Сазонець О.М.).  
Менеджмент інноваційний (англ. *innovation management*) (Сазонець О.М.).  
Менеджмент кадровий (англ. *personnel management*) (Сазонець О.М.).  
Менеджмент маркетинговий (англ. *marketing management*) (Сазонець О.М.).  
Менеджмент мотиваційний (англ. *motivational management*) (Сазонець О.М.).  
Меню (від лат. *menu*) (Лучанська Ю. Г.).

*Меню «а ля карт» (від фр. à la carte — відповідно до меню) (Лучанська Ю. Г.).*  
*Меню «дю жур» ( від фр. du jour – дня) (Лучанська Ю. Г.).*  
*Меню «Табльдот» ( від фр. table d'hôte — господарський стіл) (Лучанська Ю. Г.).*  
*Меню «Prix Fixe» ( від фр. prix fixe – фіксована ціна)*  
*Мережа «свіжої логістики» (англ. "fresh logistics" network) (Сазонець О.М.).*  
*Механізм оглядів торговельної політики СОТ (англ. WTO trade policy review mechanism) (Сазонець О.М.).*  
*Митна вартість товару, що переміщується через кордон (англ. customs value of goods moving across the border) (Сазонець О.М.).*  
*Митна логістика (англ. customs logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Митний брокер (англ. customs broker) (Сазонець О.М.).*  
*Митний перевізник (англ. customs carrier) (Сазонець О.М.).*  
*Митний склад (англ. customs warehouse) (Сазонець О.М.).*  
*Митні режими (англ. customs regimes) (Сазонець О.М.).*  
*Методи нетарифного регулювання (англ. nontariff regulation methods) (Сазонець О.М.).*  
*Методи прогнозу екстраполяції (англ. prognostic extrapolation methods) (Сазонець О.М.).*  
*Методи розв'язання конфліктів (англ. methods of conflicts solution) (Сазонець О.М.).*  
*Методи управління персоналом (англ. Methods of personnel management) (Сазонець О.М.).*  
*Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД) (англ. Control state mechanism of foreign-economic activity) (Сазонець О.М.).*  
*Механізм забезпечення конкурентоспроможності підприємства (англ. Mechanism to ensure the competitiveness of enterprises) (Сазонець О.М.).*  
*Милиці (англ. crutches) (Тесленко Т.В.).*  
*Митна декларація (англ. customs declaration) (Сазонець О.М.).*  
*Митна політика (англ. customs policy) (Сазонець О.М.).*  
*Митниця (англ. customs) (Сазонець О.М.).*  
*Митні пільги (англ. customs privileges) (Сазонець О.М.).*  
*Митні тарифи (англ. customs tariffs) (Сазонець О.М.).*  
*Мито (англ. customs duty) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна інвестиційна діяльність (англ. international investment activity) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна конвенція про залізничне перевезення вантажів (англ. International Convention concerning the Carriage of Goods by Rail) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна конвенція про уніфікацію деяких норм права, що стосуються коносаментів (Гаазькі правила) (англ. International Convention for the Unification of Certain Rules of Law Concerning Bills of Lading (Hague Rules)) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна логістика (англ. international logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна конкуренція (англ. international competition) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародна торгівля (англ. international trade ) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародний бізнес (англ. International Business) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародне залізничне сполучення (англ. International railway connection) (Тесленко Т.В.).*  
*Міжнародний маркетинговий комплекс (international marketing mix) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародний студентський квиток (англ. International student ID) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародний транспортний коридор (англ. international transport corridor) (Сазонець О.М.).*

*Міжнародний туризм (англ. international tourism) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародний фінансовий менеджмент (англ. international financial management) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародні валютні ресурси (англ. international currency resources) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародні економічні відносини (англ. world economic relations) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародні інвестиції (англ. international investment) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародні логістичні системи (англ. international logistics systems) (Сазонець О.М.).*  
*Міжнародні транспортно-експедиторські фірми (англ. international freight forwarding companies) (Сазонець О.М.).*  
*Міжорганізаційна логістична координація (англ. inter-organizational logistical coordination) (Сазонець О.М.).*  
*Міжфункціональна логістична координація (англ. interfunctional logistic coordination) (Сазонець О.М.).*  
*Мікроліфт (англ. microlift) (Тесленко Т.В.).*  
*Мікрологістика (англ. micrologistics) (Сазонець О.М.).*  
*Мікрологістичне середовище підприємства (англ. micrologistic environment of the enterprise) (Сазонець О.М.).*  
*Мікрологістичні системи (англ. micrologistics systems) (Сазонець О.М.).*  
*Місцеві тарифи на транспорті (англ. local transport tariffs) (Сазонець О.М.).*  
*"Мозкова атака (мозковий штурм)" (англ. Brainstorming) (Сазонець О.М.).*  
*Моніторинг GPS (англ. GPS monitoring) (Сазонець О.М.).*  
*Монреальський протокол № 4 (англ. Montreal Protocol № 4) (Сазонець О.М.).*  
*«Морські магістралі» (англ. «Sea routes») (Сазонець О.М.).*

## Н

*Надійність обслуговування (англ. reliability of service) (Сазонець О.М.).*  
*Науково-технічний потенціал країни (англ. scientific and technical potential of country) (Сазонець О.М.).*  
*Національна економіка (англ. national economy) (Сазонець О.М.).*  
*Національна туристична організація України (англ. National Tourist Organization of Ukraine) (Гакова М.В.).*  
*Національна туристична організація України. Структура та членство (англ. National Tourist Organization of Ukraine. Structure and membership) (Гакова М.В.).*  
*Національний характер (англ. national character) (Сазонець О.М.).*  
*Невіддільність від постачальника (англ. inseparability) (Сазонець О.М.).*  
*Невідфактуровані доставки (англ. uninvited deliveries) (Сазонець О.М.).*  
*Невідчутність (англ. intangibility) (Сазонець О.М.).*  
*Негоціант (англ. negotiator) (Сазонець О.М.).*  
*Недержавні органи управління економікою (англ. Private control elements of economy) (Сазонець О.М.).*  
*Недиференційований маркетинг (англ. undifferentiated marketing) (Сазонець О.М.).*  
*Нездатність до зберігання (англ. inventory) (Сазонець О.М.).*  
*Неймінг (англ. name ім'я) (Сазонець О.М.).*  
*Неліквідні запаси (англ. illiquid stocks) (Сазонець О.М.).*  
*Неорганізований туризм (англ. unorganized tourism) (Сазонець О.М.).*  
*Непрямі (накладні) витрати (англ. indirect (overhead) costs) (Сазонець О.М.).*  
*Номенклатура (лат. nomenclatura - розпис імен, перелік, список) (Сазонець О.М.).*  
*Норма багажу (англ. baggage allowance) (Тесленко Т.В.).*

*Нормативи транспортних витрат (англ. standards of transport costs) (Сазонець О.М.).*

*Ноу-хау (англ. know\_how) (Сазонець О.М.).*

## О

*Об'єкт логістичних операцій (англ. object of logistics operations) (Сазонець О.М.).*

*Обмеження (англ. constraints) (Сазонець О.М.).*

*Обмеження ціноутворення (англ. pricing constraints) (Сазонець О.М.).*

*Обмін (англ. exchange) (Сазонець О.М.).*

*Оборот автомобіля (англ. car turnover) (Сазонець О.М.).*

*Обслуговування двома офіціантами (віденська система) (англ. Viennese system) (Лучанська Ю. Г.).*

*Обслуговування з блюд – (англ. service with dishes) (Лучанська Ю. Г.).*

*Обслуговування за столиком (англ. Table service) (Лучанська Ю. Г.).*

*Обслуговування на тарілках (англ. Service on plates) (Лучанська Ю. Г.).*

*Овердрафт (англ. overdraft) (Сазонець О.М.).*

*Оверсолд (англ. oversold) (Сазонець О.М.).*

*Одержувач замовлення (пасивний продаж) (order taker) (Сазонець О.М.).*

*Одиничне виробництво (англ. unit production) (Сазонець О.М.).*

*Октура (фр. ostroi) (Сазонець О.М.).*

*Оперативне планування (англ. operational planning) (Сазонець О.М.).*

*Операції реекспортні (англ. re\_export operations) (Сазонець О.М.).*

*Операція комісійна зовнішньоторговельна (англ. foreign consignment operation) (Сазонець О.М.).*

*Організація робочого місця (англ. Work place swap) (Сазонець О.М.).*

*Організація сервісного обслуговування (англ. service organization) (Сазонець О.М.).*

*Організація як функція управління (англ. organization as a function of management) (Сазонець О.М.).*

*Оренда (англ. lease) (Сазонець О.М.).*

*Особа з інвалідністю (англ. a person with a disability) (Тесленко Т.В.).*

*Особливі умови (англ. ) (Тесленко Т.В.)*

*Оферта (англ. offer) (Сазонець О.М.).*

*Офіціант, офіціантка (англ. Waiter, waitress) (Лучанська Ю. Г.).*

## П

*Пабліситі (англ. publicity) (Сазонець О.М.).*

*Пандус (англ. Ramp) (Тесленко Т.В.).*

*Панель (англ. panel) (Сазонець О.М.).*

*Пан'європейські мультимодальні транспортні зони (англ. Pan-European Multimodal Transport Areas) (Сазонець О.М.).*

*Пан'європейські транспортні коридори (англ. Pan-European Transport Corridors) (Сазонець О.М.).*

*Пансіонат (англ. boarding house) (Гакова М.В.).*

*Пансіонати з лікуванням (англ. boarding houses with treatment) (Гакова М.В.).*

*Партнер (англ. partner) (Сазонець О.М.).*

*Партнерство (англ. partnership) (Сазонець О.М.).*

*Партнерство у каналах (англ. channel partnership) (Сазонець О.М.).*

*Партнерство у логістичному ланцюзі (англ. partnership in the logistics chain) (Сазонець О.М.).*

*Паушальна ціна (нім. die pauschale) (Сазонець О.М.).*

*Перевірка (англ. control) (Сазонець О.М.).*

*Переказ вкладів (англ. transfer of deposits) (Сазонець О.М.).*

*Переказ грошовий (англ. money order) (Сазонець О.М.).*

*Переконання (англ. conviction) (Сазонець О.М.).*

*Переробка за межами митної території України (англ. processing outside the customs territory of Ukraine) (Сазонець О.М.).*

*Переробка на митній території України (англ. processing in the customs territory of Ukraine) (Сазонець О.М.).*

*Переселінг (англ. preselling) (Сазонець О.М.).*

*Перехідні запаси (англ. transitional stocks) (Сазонець О.М.).*

*Перехресна таблиця (англ. crosstabulation) (Сазонець О.М.).*

*Перон (фр., – букв. кам'яний ганок) (Тесленко Т.В.).*

*Перон (англ. ramp «рампа», або apron «фартух») (Тесленко Т.В.).*

*Персонал (англ. staff) (Сазонець О.М.).*

*Південно-західна вісь (англ. southwest axis) (Сазонець О.М.).*

*Південно-східна вісь (англ. south-eastern axis) (Сазонець О.М.).*

*Північна вісь (англ. north axis) (Сазонець О.М.).*

*Підготовчі запаси (або запаси буферні) (англ. preparatory stocks) (Сазонець О.М.).*

*Підсистема підтримки логістичних рішень (англ. logistics solutions support subsystem) (Сазонець О.М.).*

*Підтримка стандартів обслуговування споживачів (англ. support for customer service standards) (Сазонець О.М.).*

*Пільгові тарифи на транспорті (англ. preferential tariffs for transport) (Сазонець О.М.).*

*Післяпродажні послуги (англ. after-sales services) (Сазонець О.М.).*

*Планування закупівель (англ. procurement planning) (Сазонець О.М.).*

*Планування маркетингове (англ. marketing planning) (Сазонець О.М.).*

*латіжна дисципліна (англ. repayment discipline) (Сазонець О.М.).*

*Плацкарта (нім. Platz – «місце» + Karte – «квиток») (Тесленко Т.В.).*

*Повітряна Конвенція про уніфікацію деяких правил, що стосуються повітряних перевезень (Варшавська конвенція) (англ. Convention for the Unification of certain rules relating to international carriage by air (Warsaw Convention) (Сазонець О.М.).*

*Погодинна оплата праці (англ. hourly remuneration) (Сазонець О.М.).*

*Податкова база (taxable income) (Сазонець О.М.).*

*Податкова декларація (англ. tax declaration) (Сазонець О.М.).*

*Позики іноземні (англ. foreign loan) (Сазонець О.М.).*

*Позиціювання (англ. positioning) (Сазонець О.М.).*

*Позички прострочені (англ. outstanding debt) (Сазонець О.М.).*

*Показники конкурентоспроможності товару (англ. rates of competitiveness) (Сазонець О.М.).*

*Показники успіху (англ. measures of success) (Тесленко Т.В.).*

*Політика безпеки (англ. privacy Policy) (Сазонець О.М.).*

*Політика "дешевих грошей" (англ. cheap money policy) (Сазонець О.М.).*

*Політика "дорогих грошей" (англ. dear money policy) (Сазонець О.М.).*

*Політика прискореної амортизації (англ. accelerated amortisation policy) (Сазонець О.М.).*

*Політико-правові чинники (англ. regulatory forces) (Сазонець О.М.).*

*Порт заходу (англ. port of call) (Сазонець О.М.).*

*Портовий збір (англ. port tax) (Сазонець О.М.).*

*Портфель державних інвестицій (англ. investment portfolio) (Сазонець О.М.).*  
*Поручні для інвалідів (англ. handrails for the disabled) (Тесленко Т.В.).*  
*Постіндустріальне суспільство (англ. post-industrial society) (Сазонець О.М.).*  
*Послуга (англ. service) (Сазонець О.М.).*  
*Постійні витрати (англ. fixed cost) (Сазонець О.М.).*  
*Потік (англ. flow) (Сазонець О.М.).*  
*Поточні (циклічні) запаси (англ. current (cyclical) stocks) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип гуманізації усіх функцій і технологічних рішень у логістичних системах (англ. the principle of humanization of all functions and technological solutions in logistics systems) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип глобальної оптимізації в логістиці (англ. the principle of global optimization in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип загальних витрат в логістиці (англ. the principle of total costs in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип логістичної координації й інтеграції (англ. the principle of logistical coordination and integration) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип загального керування якістю в логістиці (англ. the principle of general quality management in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип моделювання й інформаційно-комп'ютерної підтримки в логістиці (англ. the principle of modeling and information and computer support in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип розробки необхідного комплексу підсистем в логістиці (англ. the principle of developing the necessary set of subsystems in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Принцип стійкості й адаптивності в логістиці (англ. the principle of stability and adaptability in logistics) (Сазонець О.М.).*  
*Причини конфліктів (англ. Causes of the conflict) (Сазонець О.М.).*  
*Прогноз (англ. грецьк. prognosis— просування, передбачення) (Сазонець О.М.).*  
*Прогноз варіантний (англ. Variant prediction) (Сазонець О.М.).*  
*Прогноз грошового потоку (англ. Cash flow forecast) (Сазонець О.М.).*  
*Прогноз економічний (англ. Economic forecast) (Сазонець О.М.).*  
*Прогноз інтервальний (англ. Interval prediction) (Сазонець О.М.).*  
*Продуктивність (англ. productivity) (Сазонець О.М.).*  
*Пропозиція (оферта) (англ. offer) (Сазонець О.М.).*  
*Профілактика (від дав.-гр. πρόφύλακτικός — «запобіжний») (Гакова М.В.).*  
*Профілаторій (англ. dispensary) (Гакова М.В.).*  
*Протекціонізм (англ. Protectionism) (від фр. protectionnisme, від лат. ptotectio — прикриття) (Сазонець О.М.).*  
*Пряме управління інвестиціями (англ. direct investment control) (Сазонець О.М.).*  
*Прямі витрати (англ. direct costs) (Сазонець О.М.).*  
*Прямі інвестиції (англ. direct investments) (Сазонець О.М.).*  
*Прямі методи (англ. direct GRE methods) (Сазонець О.М.).*

## Р

*Рабат (англ. volume discount) (Сазонець О.М.).*  
*Районний торговельний центр (англ. community shopping center) (Сазонець О.М.).*  
*Реабілітація (англ. rehabilitation) (Тесленко Т.В.).*  
*Ребрендинг (англ. rebranding) (Сазонець О.М.).*  
*Ребрендинг (англ. rebranding) (Лучанська Ю. Г.).*  
*Регіональна політика держави (англ. regional state policy) (Сазонець О.М.).*  
*Регіональний маркетинг (англ. regional marketing) (Сазонець О.М.).*  
*Регулювання оперативне (англ. Operational control) (Сазонець О.М.).*

*Реекспорт* (англ. *Reexport*) (Сазонець О.М.).  
*Резервні* (страхові, або “буферні”) *запаси* (англ. *backup*) (Сазонець О.М.).  
*Реїмпорт* (англ. *reimport*) (Сазонець О.М.).  
*Реклама* (англ. *Advertising*) (Тесленко Т.В.).  
*Рекламація* (лат. *reclamatio* — несхвалення, протест) (Сазонець О.М.).  
*Рекламне агентство* (англ. *Advertising agency*) (Сазонець О.М.).  
*Рекламні агенції з обмеженим набором послуг* (англ. *limited service agency*) (Сазонець О.М.).  
*Рекламація* (англ. *reclamation*) (Сазонець О.М.).  
*Рекламний тур* (англ. *promotional tour*) (Сазонець О.М.).  
*Ремаркетинг* (англ. *remarketing*) (Сазонець О.М.).  
*Рекреаційна послуга* (англ. *recreational service*) (Гакова М.В.).  
*Рестайлінг* (від англ. *Restyling* «модернізація; зміна стилю») (Лучанська Ю. Г.).  
*Реституція* (лат. *restitutio* — відновлення) (Сазонець О.М.).  
*Реструктуризації методи* (англ. *Methods of restructuring*) (Сазонець О.М.).  
*Розвозочний маршрут* (англ. *delivery route*) (Сазонець О.М.).  
*Розподільна логістика* (англ. *distribution logistics*) (Сазонець О.М.).  
*Розширення кордонів ринку* (англ. *market expansion*) (Сазонець О.М.).  
*Ротація кадрів* (англ. *Staff turnover*) (Сазонець О.М.).  
*Ротель* (англ. *rotel*) (Гакова М.В.).  
*Роялті* (англ. *royalty*— королівська влада, плата за надра, авторський гонорар) (Сазонець О.М.).  
*Рух товару* (англ. *movement of goods*) (Сазонець О.М.).

## С

*Санаторій* (англ. *sanatorium*) (Гакова М.В.).  
*Санаторії-профілакторії* (англ. *prophylactic sanatoriums*) (Гакова М.В.).  
*Санаторно-курортні заклади* (англ. *sanatorium and resort facilities*) (Гакова М.В.).  
*Санаторно-курортні заклади. Види.* (англ. *sanatorium and resort facilities. Kinds*). (Гакова М.В.).  
*Санаторно-курортні (оздоровчі) послуги* (англ. *sanatorium-resort (health) services*) (Гакова М.В.).  
*Світова організація торгівлі (СОТ)* (англ. *World Trade Organization (WTO)*) (Сазонець О.М.).  
*Сегментація ринку* (англ. *market segmentation*) (Сазонець О.М.).  
*Сегменти ринку* (англ. *market segments*) (Сазонець О.М.).  
*Сезонні запаси* (англ. *seasonal stocks*) (Сазонець О.М.).  
*Селективний розподіл* (англ. *selective distribution*) (Сазонець О.М.).  
*Сервіс у туризмі* (англ. *Service*) (Сазонець О.М.).  
*Сервісні послуги* (англ. *services*) (Сазонець О.М.).  
*Сервісні потоки* (англ. *service flows*) (Сазонець О.М.).  
*Середземноморська транспортна зона* (англ. *Mediterranean transport area*) (Сазонець О.М.).  
*Середній дохід* (англ. *average revenue*) (Сазонець О.М.).  
*Середній клас* (англ. *middle class*) (Сазонець О.М.).  
*Середовище організації зовнішнє* (англ. *External environment of organization*) (Сазонець О.М.).  
*Серійне виробництво* (англ. *serial production*) (Сазонець О.М.).  
*Сертифікат* (лат. *certifico* — засвідчую) (Сазонець О.М.).

Сертифікація (англ. *Certification*) (Сазонець О.М.).  
Сили галузі рушійні (англ. *Brunch drivers*) (Сазонець О.М.).  
Синергетика – (англ. *synergetics*) (Сазонець О.М.).  
Система з синергічними зв'язками (англ. *system with synergistic connections*) (Сазонець О.М.).  
Система класифікації готелів. (англ. *system of the hotels classification*). (Сазонець О.М.).  
Системний підхід (англ. *system approach*) (Сазонець О.М.).  
Системний підхід в логістиці (англ. *system approach in logistics*) (Сазонець О.М.).  
Системність в логістиці (англ. *systematization in logistics*) (Сазонець О.М.).  
Сільський будинок (англ. *village house*) (Гакова М.В.).  
Складування (англ. *warehousing*) (Сазонець О.М.).  
Служба (англ. *Employment*) (Сазонець О.М.).  
Служба логістики (англ. *logistics service*) (Сазонець О.М.).  
Служба (відділ) маркетингу (англ. *Marketing administration*) (Сазонець О.М.).  
Собівартість транспортних перевезень (англ. *cost of transportation*) (Сазонець О.М.).  
Сомельє (від фр. *sommelier*) (Лучанська Ю. Г.)  
Соціалізація (англ. *socialization*) (Сазонець О.М.).  
Соціалізація (англ. *socialization*) (Тесленко Т.В.).  
Соціальна активність (англ. *social activity*) (Тесленко Т.В.).  
Соціальна відповідальність (англ. *social responsibility*) (Сазонець О.М.).  
Соціальна інфраструктура (англ. *social infrastructure*) (Сазонець О.М.).  
Соціальна політика (англ. *social policy*) (Сазонець О.М.).  
Соціальна сфера (англ. *social sphere*) (Сазонець О.М.).  
Соціальне партнерство держави, роботодавців та профспілок (англ. *Social partnership of the state, employers and trade unions*) (Сазонець О.М.).  
Соціальний капітал (англ. *The social capital*) (Сазонець О.М.).  
Соціальні стандарти (англ. *social standards*) (Сазонець О.М.).  
Соціально-економічне партнерство (англ. *socio-economic partnership*) (Сазонець О.М.).  
Соціально-економічний статус (англ. *SEC*) (англ. *socioeconomic status*) (Сазонець О.М.).  
Соціально-інституціональний напрямок (інституціоналізм) (англ. *Socio-institutional direction*) (Сазонець О.М.).  
Спекуляція (англ. *Speculation*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальна митна зона (англ. *special customs zone*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний аудит запасів (англ. *special inventory audit*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний метод постачання – електронно-інформаційний метод (англ. *special method of delivery - electronic information method*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний метод постачання «канбан» (англ. *special delivery method "kanban"*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний метод постачання «система запитів» (англ. *special delivery method "request system"*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний метод постачання «точно в строк» (англ. *special delivery method «Just-in-Time»*) (Сазонець О.М.).  
Спеціальний функціональний аудит (англ. *special functional audit*) (Сазонець О.М.).  
Співдіяльність (англ. *Cooperation*) (Сазонець О.М.).  
Спілкування (англ. *intercourse*) (Сазонець О.М.).  
Спонсорство (англ. *Sponsorship*) (Сазонець О.М.).  
Спортивно - оздоровчий комплекс (англ. *sports and recreation complex*) (Гакова М.В.).

*Спосіб «система, що тягне»* (англ. "pulling system" method) (Сазонець О.М.).  
*Спосіб «система, що штовхає»* (англ. "pushing system" method) (Сазонець О.М.).  
*Стандарт* (від англ. standart - норма, зразок) (Сазонець О.М.).  
*Стандарт з пасажирських перевезень* (англ. passenger transportation standard) (Тесленко Т.В.).  
*Стандарти безбар'єрності* (англ. accessibility standards) (Тесленко Т.В.).  
*Стандарти якості ISO* (англ. International Organization for Standardization) (Сазонець О.М.).  
*Статичне меню* (англ. Static menu) (Лучанська Ю. Г.)  
*Стохастичний метод при плануванні закупівель* (англ. stochastic method in procurement planning) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія збуту* (англ. Sales policy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегічне логістичне планування* (англ. strategic logistics planning) (Сазонець О.М.).  
*Стратегічне планування (вищий рівень)* (англ. strategic planning) (Сазонець О.М.).  
*Стратегічне планування логістики* (англ. strategic logistics planning) (Сазонець О.М.).  
*Стратегічне управління логістикою* (англ. strategic logistics management) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія виробництва* (англ. manufacturing strategy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія глобальна* (англ. Global strategy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія маркетингова* (англ. Marketing strategy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія операційна* (англ. Operating strategy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія організаційна* (англ. Organizational strategy) (Сазонець О.М.).  
*Стратегія розвитку ринку* (англ. Market development strategy) (Сазонець О.М.).  
*Структура економіки* (англ. Economy structure) (Сазонець О.М.).  
*Структура консульських представництв* (англ. Structure consular missions) (Сазонець О.М.).  
*Структурна політика держави* (англ. structural state policy) (Сазонець О.М.).  
*Суб'єкти ДРЕ* (англ. GRE subjects) (Сазонець О.М.).  
*Суспільні товари і блага* (англ. public goods) (Сазонець О.М.).  
*Сучасне світове господарство* (англ. Modern world economy) (Сазонець О.М.).

## Т

*Табло́* (від фр. tableau – «дошка») (Тесленко Т.В.).  
*Табір* (англ. camp) (Гакова М.В.).  
*Таємна (дженгльменська) угода* (англ. Collusion) (Сазонець О.М.).  
*Таємниця вкладу* (англ. Privacy of deposit) (Сазонець О.М.).  
*Тайм – менеджмент* (англ. time management) (Сазонець О.М.).  
*Такс-фрі* (англ. tax free) (Сазонець О.М.).  
*Тактика переговорів* (англ. Tactics) (Сазонець О.М.).  
*Тактичне планування* (англ. tactical planning). (Сазонець О.М.).  
*Таргетинг* (англ. target - ціль) (Сазонець О.М.).  
*Таргетинг-карти* (англ. targetingmaps) (Сазонець О.М.).  
*Тариф* (англ. Tariff) (Сазонець О.М.).  
*Тарифи авіаквитків* (англ. airfare rates) (Сазонець О.М.).  
*Телемаркетинг* (англ. telemarketing) (Сазонець О.М.).  
*Технічний експерт відділу збуту* (англ. sales engineer) (Сазонець О.М.).  
*Технологія Piggy-back traffic* (Сазонець О.М.).  
*Технологія «Шосе, що котиться»* (Rolling road) або «Шосе, що біжить» (rolling motorway) (Сазонець О.М.).

Технологічні «перехідні» запаси (англ. *technological "transitional" stocks*) (Сазонець О.М.).

Технологічні чинники (англ. *technological forces*) (Сазонець О.М.).

Тимчасове ввезення (вивезення) (англ. *temporary import (export)*) (Сазонець О.М.).

Тип виробництва (англ. *type of production*) (Сазонець О.М.).

Тімесстер (від англ. *tea* – чай та *tester* – дегустація) (Лучанська Ю. Г.)

Товар (англ. *goods*) (Сазонець О.М.).

Товарна лінія (англ. *product line*) (Сазонець О.М.).

Товарні запаси (англ. *inventories*) (Сазонець О.М.).

Товарно-транспортна накладна (англ. *consignment note*) (Сазонець О.М.).

Топ – менеджер (англ. *top-manager*) (Сазонець О.М.).

Торгівля (англ. *Trade*) (Сазонець О.М.).

Торгова марка (англ. *Trade mark*) (Сазонець О.М.).

Торговельна знижка (англ. *Trade discount*) (Сазонець О.М.).

Торговець незалежний роздрібний (англ. *Retailer*) (Сазонець О.М.).

Торгові представництва (англ. *Trade Mission*). (Сазонець О.М.).

Трампове судноплавство (англ. *tramp shipping*) (Сазонець О.М.).

Транзит (англ. *transit*) (Сазонець О.М.).

Транзитний пасажир (англ. *Transit passenger*) (Тесленко Т.В.).

Транснаціоналізація (англ. *Transnationalization*). (Сазонець О.М.).

Транснаціоналізація туристичної сфери (англ. *transnationalization of the tourism sector*). (Сазонець О.М.).

Транспорт (англ. *transport*) (Сазонець О.М.).

Транспорт загального користування (англ. *public transport*) (Сазонець О.М.).

Транспортна логістика (англ. *transport logistics*) (Сазонець О.М.).

Транспорт незагального користування (англ. *non-public transport*) (Сазонець О.М.).

Транспортні задачі (англ. *transport tasks*) (Сазонець О.М.).

Транспортні системи з прямими зв'язками (англ. *transport systems with direct connections*) (Сазонець О.М.).

Транспортні тарифи (англ. *transport tariffs*) (Сазонець О.М.).

Транспортування (англ. *transportation*) (Сазонець О.М.).

Трансфер (англ. *transfer*) (Сазонець О.М.).

Трансферний пасажир (англ. *Transfer passenger*) (Тесленко Т.В.).

Транширування (англ. *Transferring*) (Лучанська Ю. Г.).

Трейд - маркетинг (від англ. *trade* – торгувати) (Сазонець О.М.).

Туризм (англ. *tourism*) (Сазонець О.М.).

Туризм внутрішній (англ. *domestic tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм виїзний (англ. *outbound tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм в'їзний (англ. *entrance tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм гастрономічний (англ. *gastronomic tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм доступний, безбар'єрний (англ. *Tourism is accessible, barrier-free*). (Тесленко Т.В.).

Туризм екзотичний (англ. *tourism is exotic*) (Тесленко Т.В.).

Туризм екстремальний (англ. *tourism is extreme*) (Тесленко Т.В.).

Туризм елітарний (англ. *elite tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм заохочувальний (інсензив-туризм) (англ. *Tourism is encouraged*) (Тесленко

Т.В.).

Туризм клубний (англ. *club tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм лікувально-оздоровчий (англ. *health tourism*) (Тесленко Т.В.).

Туризм міжнародний (англ. *international tourism*) (Сазонець О.М.).

Туризм науковий (англ. *scientific tourism*). (Тесленко Т.В.).

Туризм національний (англ. *tourism is national*) (Тесленко Т.В.).

Туризм ностальгичний (англ. *tourism is nostalgic*). (Тесленко Т.В.).  
Туризм організований (англ. *tourism is organized*) (Тесленко Т.В.)  
Туризм пізнавальний (екскурсійний) (англ. *cognitive tourism*). (Тесленко Т.В.).  
Туризм пригодницький (англ. *adventure tourism*) (Тесленко Т.В.)  
Туризм професійно-діловий (англ. *professional business tourism*). (Тесленко Т.В.).  
Туризм рекреаційний (англ. *recreational tourism*) (Тесленко Т.В.).  
Туризм релігійний (паломницький) (англ. *tourism is religious* ). (Тесленко Т.В.)  
Туризм соціальний (англ. *social tourism*) (Тесленко Т.В. ).  
Туризм спортивний (англ. *sports tourism*). (Тесленко Т.В.)  
Туристська станція (англ. *tourist station*) (Гакова М.В.).  
Туристський притулок (англ. *tourist shelter*) (Гакова М.В.).

## У

Угода (англ. *Agreement*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ за правилами походження (англ. *WTO agreement on rules of origin*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ з інвестиційних заходів, пов'язаних з торгівлею (англ. *WTO Agreement on Trade-Related Investment Measures*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про державні закупки (англ. *WTO Agreement on Government Procurement*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про довантажну інспекцію (англ. *WTO agreement on transshipment inspection*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про застосування санітарних та фітосанітарних норм (англ. *WTO Agreement on the Application of Sanitary and Phytosanitary Standards*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про застосування Статті VI ГАТТ 1994 року (антидемпінг) (англ. *WTO Agreement on the Application of Article VI of the GATT 1994 (anti-dumping)*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про застосування статті VII ГАТТ 1994 року (митна оцінка товарів) (англ. *WTO Agreement on Application of Article VII of the GATT 1994*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про захисні заходи (англ. *WTO Agreement on Safeguards*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про процедури ліцензування імпорту (англ. *WTO Agreement on Import Licensing Procedures*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про сільське господарство (англ. *WTO Agreement on Agriculture*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про субсидії та компенсаторні заходи (англ. *WTO Agreement on Subsidies and Countervailing Measures*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про текстиль та одяг (англ. *WTO Agreement on Textiles and Clothing*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про технічні бар'єри в торгівлі (англ. *WTO Agreement on Technical Barriers to Trade*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (англ. *WTO Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights*) (Сазонець О.М.).  
Угода СОТ про торгівлю цивільною авіатехнікою (англ. *WTO Agreement on Trade in Civil Aircraft*) (Сазонець О.М.).  
Угода трудова (англ. *Labor agreement*) (Сазонець О.М.).  
Узанс, узанція (фр. *usance* від лат. *usus* – звичай) (Сазонець О.М.).  
Умови праці на робочому місці (англ. *Conditions of service*) (Сазонець О.М.).  
Умовний продаж (англ. *Conditional sale*) (Сазонець О.М.).  
Універсальні агенти (англ. *universal agents*) (Сазонець О.М.).  
Унімодальне перевезення (англ. *unimodal transportation*) (Сазонець О.М.).

Упаковка (англ. *packaging*) (Сазонець О.М.).  
Управління економікою (англ. *management of the economy*) (Сазонець О.М.).  
Управління запасами (англ. *inventory management*) (Сазонець О.М.).  
Управління інвестиційний портфелем (англ. *Investment portfolio management*) (Сазонець О.М.).  
Управління конкурентоспроможністю (англ. *management of competitiveness*) (Сазонець О.М.).  
Управління маркетингом (англ. *marketing management*) (Сазонець О.М.).  
Управління міжнародною логістикою на підприємстві (англ. *management of international logistics at the enterprise*) (Сазонець О.М.).  
Управління продажем/збутом (англ. *sales management*) (Сазонець О.М.).  
Управління процедурами замовлень (англ. *order procedure management*) (Сазонець О.М.).  
Управління товарним асортиментом (англ. *Product range management*) (Сазонець О.М.).  
Уругвайський раунд багатосторонніх торговельних переговорів (англ. *Uruguay Round of Multilateral Trade Negotiations*) (Сазонець О.М.).  
Урядові покупці (англ. *government units*) (Сазонець О.М.).  
Уряд як орган загального політичного і оперативного керівництва зовнішніми зносинами держави (англ. *Government as a body of general political and operational management of the state foreign relations*) (Сазонець О.М.).

## Ф

Фандрайзінг (від англ. *Fundraising*) (Сазонець О.М.).  
Фермерський будинок (англ. *farm house*) (Гакова М.В.).  
Фізичний розподіл (англ. *physical distribution*) (Сазонець О.М.).  
Фінанси (англ. *finances*) (Сазонець О.М.).  
Фінансова логістика (англ. *financial logistics*) (Сазонець О.М.).  
Фінансова політика держави (англ. *financial state policy*) (Сазонець О.М.).  
Фінансова система (англ. *financial system*) (Сазонець О.М.).  
Фінансовий аудит (англ. *financial audit*) (Сазонець О.М.).  
Фінансовий механізм (англ. *financial mechanism*) (Сазонець О.М.).  
Фінансовий потік у логістиці (англ. *financial flow in logistics*) (Сазонець О.М.).  
Фінансові потоки (англ. *financial flows*) (Сазонець О.М.).  
Фінансово-промислова група (англ. *financial productive group*) (Сазонець О.М.).  
Фірмова марка (англ. *trade name*) (Сазонець О.М.).  
Флайтель (англ. *flytel*) (Гакова М.В.).  
Фламбірування (від фр. *flambage* – прогинання) (Лучанська Ю. Г.).  
Флотель (англ. *flotel*) (Гакова М.В.).  
Флотокемпінги (англ. *flotation camps*) (Гакова М.В.).  
ФОБ (англ. *Free On Board* - франко борт, буквально - безкоштовно на борт судна) (Сазонець О.М.).  
Форма власності (англ. *Ownership*) (Сазонець О.М.).  
Форми комунікації організаційні (англ. *Communication form*) (Сазонець О.М.).  
Форс-мажор (англ. *force major*) (Сазонець О.М.).  
Франко (англ. *franco*) (Сазонець О.М.).  
Франчайзинг (англ. *franchising*) (Сазонець О.М.).  
Франшиза (англ. *Franchise*) (Сазонець О.М.).  
Фрапірування (англ. *Frapping*) (Лучанська Ю. Г.).  
Фумельє (англ. *Foumelier*) (Лучанська Ю. Г.).

Функціональний рівень (англ. *functional level*) (Сазонець О.М.).  
Фуришет (від фр. *fourchette* — виделка) (Лучанська Ю. Г.)

## Х

Хайринг (англ. *hiring*) (Сазонець О.М.).  
Хартія (англ. *carta*) (Сазонець О.М.).  
Харчові стандарти (англ. *food standarts*) (Сазонець О.М.).  
Хеджування (англ. *hedging*) (Сазонець О.М.).  
Хедхантер (англ. *Headhunter* - сленг, дослівно: "мисливець за головами") (Сазонець О.М.).  
Хол-тест (англ. *hall-test*) (Сазонець О.М.).  
Хоум-тест (англ. *home-test*) (Сазонець О.М.).

## Ц

Централізоване управління логістичною діяльністю (англ. *centralized management of logistics activities*) (Сазонець О.М.).  
Циклічне меню (англ. *Cyclic menu*) (Лучанська Ю. Г.).  
Центральна вісь (англ. *central axis*) (Сазонець О.М.).  
Центральний діловий район (англ. *central business district*) (Сазонець О.М.).  
Центр маркетингових досліджень (англ. *marketing research center*) (Сазонець О.М.).  
Цілісність компонента (ресурсу) (англ. *Integrity Component*) (Сазонець О.М.).  
Цільовий ринок (англ. *target market*) (Сазонець О.М.).  
Ціна (англ. *price*) (Сазонець О.М.).  
Ціна демпінгова (від англ. *Dumping* - скидання) (Сазонець О.М.).  
Ціна договірна (англ. *agreed price*) (Сазонець О.М.).

## Ч

Чартер (англ. *charter*) (Сазонець О.М.).  
Частка ринку (англ. *market share*) (Сазонець О.М.).  
Частковий аутсорсинг (англ. *partial outsourcing*) (Сазонець О.М.).  
Частота реклами (англ. *frequency*) (Сазонець О.М.).  
Частота угоди (англ. *Conversation ratio*) (Сазонець О.М.).  
Чек покупця (фр. *chèque*, англ. *Cheque / check*) (Сазонець О.М.).  
Черговий по вокзалу (залу) (англ. *Regular at the station*). (Тесленко Т.В.).  
Чинники попиту (англ. *demand factors*) (Сазонець О.М.).  
Чиста конкуренція (*pure competition*) (Сазонець О.М.).  
Чиста монополія (англ. *Complete monopoly*) (Сазонець О.М.).  
Чистий актив (англ. *net asset*) (Сазонець О.М.).  
Чисті витрати обігу (англ. *net circulation costs*) (Сазонець О.М.).  
Чорноморська зона (англ. *Black Sea area*) (Сазонець О.М.).

## Ш

Шведський стіл (англ. *buffet breakfast*) (Лучанська Ю. Г.).  
Шенгенська віза (англ. *Shengen visa*). (Сазонець О.М.).

*Ширина товарної лінії (англ. breadth of product line) (Сазонець О.М.).*  
*Широкий асортимент (англ. wide) (Сазонець О.М.).*  
*«Шість сигм» (англ. Six Sigma) (Сазонець О.М.).*  
*Шкала відчутності послуг (англ. service continuum) (Сазонець О.М.).*  
*Шкала цін (англ. Price scale) (Сазонець О.М.).*  
*Шовінг повний (англ. complete showing) (Сазонець О.М.).*  
*Штандарт (англ. standsart) (Сазонець О.М.).*  
*Штраф (від нім. Strafe — покарання) (Сазонець О.М.).*  
*Штрихове кодування товару (англ. Line coding) (Сазонець О.М.).*

## Ю

*ЮНІДО (англ. UNIDO) (Сазонець О.М.).*  
*Юридична служба підприємства (англ. legal department of the firm) (Сазонець О.М.).*  
*Юрисдикція (англ. jurisdiction) (Сазонець О.М.).*

## Я

*Якість (англ. quality) (Сазонець О.М.).*  
*Ярлик (англ. Label) (Сазонець О.М.).*  
*Ярмарок (пол. jarmark) (Сазонець О.М.).*  
*Ясельний виробничий комплекс (англ. creche production complex) (Сазонець О.М.).*

## ТЕРМІНИ ІНОЗЕМНИМИ МОВАМИ

*BritishRailSystem (Тесленко Т.В.).*  
*Chartercoach (Тесленко Т.В.).*  
*COVAX. (Гакова М.В.).*  
*COVID-19. (Гакова М.В.).*  
*COVID-19. Влив на туристичну сферу. (Гакова М.В.).*  
*Interrail (Тесленко Т.В.).*  
*Interregio (IR) (Тесленко Т.В.).*  
*Eurailpass. (Тесленко Т.В.).*  
*EuroCity (EC) EuroCity (EC) (Тесленко Т.В.).*  
*EuroNight (EN) (Тесленко Т.В.).*  
*Regionalbahn (RB в Німеччині, раніше RegionalBahn) (Тесленко Т.В.).*  
*Regional-Express (Тесленко Т.В.).*

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

## Закони України та нормативні документи

1. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>. (дата звернення 12.12.2024 р.);
2. Закон України «Про курорти». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2026-14#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
3. Указ Президента України «Про день туризму». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1047/98#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
4. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 No 168-р "Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
5. Постанова Кабінету Міністрів України від 02.12.2015 No 997 "Про внесення змін до Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання) та Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/997-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
6. Постанова Кабінету Міністрів України від 14.05.2015 No 388 "Про утворення Координаційної ради з питань туристичної діяльності". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/388-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
7. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.03.2015 No 200-р "Про схвалення розробленого Міністерством інфраструктури плану імплементації Директиви Ради ЄС від 13 червня 1990 р. 90/314/ЄЕС про організовані туристичні подорожі, відпочинок з повним комплексом послуг та комплексні турне". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/843-2013-%D1%80#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
8. Постанова Кабінету Міністрів України від 03.07.2013 No 470 "Про затвердження Порядку доведення до споживачів інформації про вид об'єкта туристичної інфраструктури та його категорію". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/470-2013-%D0%BF#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
9. Постанова Кабінету Міністрів України від 29.07.2009 No 803 "Про затвердження Порядку встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання)". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/803-2009-%D0%BF#Text> (дата звернення 12.12.2024 р.);
10. Методичні Рекомендації з питань перетворення закладів охорони здоров'я з бюджетних установ у комунальні некомерційні підприємства. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/n0001282-17#Text>. (дата звернення 12.12.2024 р.);

## Монографії

1. Вівсяник О.М. Значення та функції міжнародних організацій в інституційній системі державного регулювання охорони здоров'я. Рівне. Волин.обереги, 2021. 212 с.
2. Джинджоян В.В. Базисні детермінанти розвитку туристичних підприємств на основі їх соціальної діяльності : монографія. Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. 248 с.
3. Джинджоян В.В. Детермінанти функціонування туристичних підприємств на основі розвитку їх соціальної діяльності : монографія. Рівне : Волинськи обереги, 2020. 264 с.

4. Джинджоян В.В., Саленко А.С., Сазонець І.Л. Соціальні детермінанти розвитку сфери послуг в концепції формування постіндустріального суспільства : монографія. Рівне. Волин. обереги, 2021. 208 с.
5. Ефективне управління розвитком індустрії туризму та гостинності у конкурентному середовищі : колективна монографія / За загальною редакцією доктора економічних наук, доцента В.В. Джинджояна. – Дніпро : ЛІРА, 2022. – 246 с.
6. Управління розвитком туризму та гостинності на основі співпраці з міжнародними організаціями / За загальною редакцією доктора економічних наук, професора Сазонця І.Л.- Дніпро : ВНПЗ ДГУ. – 2023. – 213 с.
7. Зима І.Я., Обуховська Л.І. Механізми забезпечення діяльності комунальних підприємств – закладів охорони здоров'я в умовах децентралізації. Рівне. Волинські обереги, 2020, 168 с.
8. Інституційна трансформація державного управління охороною здоров'я: Україна та іноземний досвід : колективна монографія / І. Л. Сазонець, В. І. Саричев [та ін.] ; за наук. ред. д. е. н., проф. І. Л. Сазонця. Рівне : Волин. обереги, 2019. 396 с.
9. Наукові основи та імплементація світових практик місцевого самоврядування та об'єднання територіальних громад : монографія / І. Л. Сазонець, О. І. Алейнікова [та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. н., проф. І. Л. Сазонця. Рівне : Волин. обереги, 2017. 216 с.
10. Сазонець І. Л., Зима І.Я. Соціальні інститути в трансформації державної системи управління охороною здоров'я : монографія. Рівне : Волин. обереги, 2018. 168 с.
11. Сазонець О.М., Теремій А.А. Запровадження маркетингової цінової політики на торговому підприємстві. *30 років Незалежності: здобутки та перспективи розвитку маркетингу в Україні: монографія* / за заг ред. А.О. Старостіної. Київ : Інтерсервіс, 2022. 339 с.

### **Підручники та навчальні посібники**

1. Джинджоян В.В., Горожанкіна Н.А., Бойко З.В. Основи туризмознавства: навч. посіб. Київ: Видвець ФОП Піча Ю.В., 2022. 246 с.
2. Джинджоян В.В., Тесленко Т.В., Горб К.М. Інноваційні технології в туризмі та гостинності: навч. посіб. К.: Видав. «Каравела», 2022. 340 с.
3. Торяник В.М. Джинджоян В.В. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні (ліцензування, сертифікація, стандартизація). Словник-довідник: навч. посіб. Д. : ВНПЗ «ДГУ», 2020. 182 с.
4. Торяник В.М., Сардак С.Е., Джинджоян В.В. Туризмологія: піручник. Д. : ДГУ – «Інновація», 2022. 306 с.
5. Сазонець О.М., Сазонець І.Л. Міжнародний бізнес і логістика. Понятійно-термінологічний словник. Київ, Центр учбової літератури, 2021, 288 с.
6. Сазонець І.Л., Ковшун Н.Е. Управління науковими проектами. Навчальний посібник. Київ, Центр учбової літератури, 2021, 208 с.
7. Сазонець І.Л., Сазонець О.М. Управління проектами та ризиками в туризмі. Навчальний посібник. Київ, Центр учбової літератури, 2023, 220 с.
8. Сазонець О.М. Управління міжнародним бізнесом. Рівне : НУВГП, 2019 р. 338 с.

### **Статті у фахових виданнях**

1. Гакова М.В. Міжнародні готельні мережі: сутність та особливості в умовах глобалізації. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2023. Вип. 2 (72). С. 42-47.
2. Гакова М.В. Роль маркетингу відносин в системі інтерактивного середовища. *Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор»*. 2022. Вип. 3 (70). С. 51-55.
3. Гакова М. В. HR-менеджмент в контексті поведінкового аспекту. *Науковий журнал «Причорноморські економічні студії»*. 2021. Вип. 71. С. 94-100.

4. Гакова М. В. Рівні управлінського впливу в контексті регулювання поведінкових подій персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства. *Фаховий збірник наукових праць Національного авіаційного університету «Проблеми системного підходу в економіці»*. 2019. Вип. 3 (71). Ч.1. С. 172-178.
5. Гакова М. В. Роль інституціонального середовища в контексті управління поведінкою персоналу підприємств готельно-ресторанного господарства. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2019. № 1 (70). С. 86-95.
6. Гакова М. В. Сучасні підходи щодо визначення сутності стратегічного управління персоналом підприємств. «Торгівля і ринок України». *Збірник наукових праць Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг*. 2019. № 1 (45). С. 95-103.
7. Баб'як О.В. Державне управління профілактикою та реабілітацією в умовах трансформації діяльності санаторно-курортних підприємств. *Держава та регіони. Серія: Публічне управління і адміністрування*. 2022 р., № 2 (76). С. 25 -29.
8. Мамонтова Н.А., Сазонець І.Л., Тімченко О.О. Економічний стан туристичного бізнесу України в умовах пандемії COVID-19. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія» серія Економіка*. 2022 р. № 24(52). С. 48 -52.
9. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Соціальний потенціал та перспективи функціонування санаторно-курортних підприємств. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. пр.* Рівне : НУВГП, 2020. Вип. 1(89). С. 188–209.
10. Сазонець О.М., Альшаафі Мохамед Алі. Іноземний досвід управління медичними закладами в інформаційно-комунікативному середовищі. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 18. С. 19–23.
11. Сазонець О. М., Вацішин А.О. Використання об'єктів критичної інфраструктури для забезпечення продовольчої безпеки та санітарних норм. *Стратегія і тактика державного управління : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2020. №1-2. С. 115-128.
12. Сазонець І. Л. Концептуальні основи державного регулювання розвитку рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 6. С. 5–8.
13. Сазонець І. Л. Оціночні параметри якості рекреаційної діяльності санаторно-курортних підприємств. *Інвестиції: практика та досвід*. 2017. № 7. С. 15–18.
14. Сазонець І. Л., Саленко А. С. Знання та інновації як визначальні детермінанти формування та розвитку постіндустріального суспільства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 11. С. 5–10.
15. Сазонець І. Л., Саленко А. С. Зміни в суспільному характері праці та напрями трансформації соціальної структури в постіндустріальному суспільстві. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 10. С. 22–27.
16. Сазонець І.Л., Вівсянник О.М. Стратегічні пріоритети Всесвітньої організації охорони здоров'я в інституційному механізмі державного управління системою охорони здоров'я. *Вісник НУЦЗУ. Серія: державне управління*. 2020. № 1. С. 275–284.
17. Сазонець І. Л., Джинджоян В. В. Науково-методичні підходи до визначення функцій туристичних підприємств та напрямів реалізації їх соціальної складової. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7372> (дата звернення: 25.02.2023).
18. Сазонець І.Л., Джинджоян В.В. Соціальний потенціал та перспективи

функціонування санаторно-курортних підприємств. *Вісник НУВГП. Економічні науки : зб. наук. праць*. Рівне : НУВГП, 2020. Вип. 1(89). С. 295-306.

19. Сазонець І.Л., Філоненко А.С. Організаційні засади функціонування готельної індустрії України та вплив на неї пандемії COVID-19. *Інвестиції: практика та досвід*. 2023. № 49. С. 48–53.

20. Сазонець І.Л., Волошина Д.М. Поняття економічного потенціалу та формування потенціалу туристичної галузі України. *Ефективна економіка*. 2023. № 2 URL: <https://nauka.com.ua/index.php/ee/article/view/1138> (дата звернення 19.01.2023 р.).

21. Сазонець І.Л., Потьомкіна В.А. Державно-інституційне регулювання розвитку курортної справи в Україні. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2023, № 2 URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/dy/article/view/1116> (дата звернення: 23.01.2023 р.).

22. Сазонець О. М., Теремій А.А. Екологічна оптимізація транспортування вантажів підприємства з використанням інформаційних систем. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2022. 6(41). С. 486–493.

23. Сазонець О. М., Теремій А. А. Формування концепції корпоративної соціальної відповідальності на основі Глобального договору ООН. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 21. С. 44–52.

24. Sazonets O. M., Terebii A. A. Development of the System of Social Responsibility Based On the Transformation of Corporate Entrepreneurship, *Стратегія і тактика державного управління*. № 3–4, 2020 р., с. 104-116.

25. Вівсянник О.М., Сазонець І.Л. Передумови формування державою безбар'єрного простору в санаторно-курортних закладах. *Інвестиції: практика та досвід*. 2024. № 6. С. 208 – 212.

26. Вівсянник О.М., Сазонець І.Л. Формування безбар'єрного простору в санаторно-курортних закладах на основі реалізації принципів охорони здоров'я. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2024. № 3. – URL: <https://www.nauka.com.ua/index.php/dy/article/view/3230> (дата звернення: 12.12.2022).

27. Марценюк М. В., Тесленко Т. В. Адаптація системи сервісного обслуговування пасажирів на залізничному транспорті до європейських вимог. *Зб. наук. пр. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна «Проблеми економіки транспорту»*. Дніпро, 2017. Вип. 14. С. 67–75.

28. Тесленко Т.В. Інформаційна (цифрова) економіка як чинник конкурентоспроможності в умовах адаптації до змін. *Humanities Studies: зб-к наук. пр. Запоріжжя: Видав. дім "Гельветика"*, 2021. Вип. 8 (85). С. 57-69.

29. Тесленко Т.В. Еволюція концепцій економіки від промислової революції до цифрової. *Humanities studies: зб-к наук. пр. Запоріжжя: Видав. дім "Гельветика"*, 2022. Вип. 11 (88). С. 66-78.

## **ЗМІСТ**

<b>1. ВСТУП</b>	<b>3</b>
<b>2. ТЕРМІНОЛОГІЧНА ЧАСТИНА СЛОВНИКА</b>	<b>5</b>
<b>3. ПІСЛЯМОВА</b>	<b>137</b>
<b>4. АЛФАВІТНИЙ ПОКАЖЧИК СТАТЕЙ І ТЕРМІНІВ</b>	<b>138</b>
<b>5. СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	<b>163</b>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

**О.М. Сазонець**

**Т.В. Тесленко**

**М.В. Гакова**

**Ю.Г. Лучанська**

# **Економіка гостинності:**

**понятійно-термінологічний словник**

Керівник видавничих проєктів Ю. Піча

Підписано до друку 22.06.2024 р.  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура Times  
Ум. друк. арк. 19,75. Обл.-вид. арк. 20,25

Віддруковано у Видавництві “Каравела”,  
проспект М. Рокоссовського, 8 А, м. Київ, 04201  
тел. (044) 592-39-36, (050) 355-77-75  
E-mail: [caravela@ukr.net](mailto:caravela@ukr.net)  
Web-site: [caravela.com.net](http://caravela.com.net)

Свідоцтво  
про внесення суб’єкта видавничої справи  
до Державного реєстру видавців,  
виготівників і розповсюджувачів  
видавничої продукції  
ДК № 2035 від 16.12.2014 року