

формування попиту та стимулювання збуту [8]. Великого значення набирає процес передачі інформації споживачеві про продукт, як такий що є більш корисним для здоров'я людини і нешкідливим для довкілля. Як приклад, дієвим засобом, який сприяє реалізації обох факторів (унікальності продукту та гармонізації життя є екологічне маркування).

Важливо позиціонувати себе таким чином, щоб викликати прихильність значної кількості споживачів. Найчастіше на упаковках є позначка "еко", "біо", "екологічно безпечний", "екологічно чистий". Однак позначка "еко" ще не означає, що продукт є саме екологічно чистим. Громадська організація "Жива планета" ввела національний знак для екологічного маркування товарів та послуг "Екологічна якість та безпека", але він ще мало відомий серед громадськості [9-12].

У механізмі природокористування важливу роль відіграла система стандартів та послуг з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, так Міжнародною організацією зі стандартизації прийнято перші міжнародні стандарти ISO 14000 "Управління якістю навколишнього середовища", яких дотримуються підприємці нашої країни, але робиться це здебільшого не з власних свідомих переконань, а для того, щоб бути конкурентоспроможними. Стандарт ISO 14001 є найвпливовішим у світі, оскільки, порівняно з іншими він вимагає проведення аудиту. Зокрема, у США екологічна відповідальність за "зелений маркетинг" є чільною вимогою для роздрібних торговців та їх постачальників, які прагнуть забезпечити споживачів екологічно чистими товарами. А в Україні є Державний комітет стандартизації, метрології та сертифікації, де проведення аудиту за стандартом ISO 14001 вимагає значних коштів від підприємців. Тому на державному рівні необхідно створити нормативно-правову базу та систему стандартизації, сертифікації та ліцензування способів проведення природоохоронної роботи й оцінки результатів різних видів господарської діяльності, зорієнтованих на досягнення цілей екологічно безпечного розвитку суспільства. Основи цього закладено в проекті Закону "Про екологічний аудит", де екологічний аудит – це документально оформлений системний незалежний процес оцінювання об'єкта екологічного аудиту, що включає збирання і об'єктивне оцінювання доказів для встановлення відповідності визначених видів діяльності, заходів, умов, системи екологічного управління та інформації з цих питань вимогам законодавства України про охорону навколишнього природного середовища та іншим критеріям екологічного аудиту.

Таким чином, перелічені інструменти маркетингового комплексу підвели нас до того, що підприємствам у ринкових умовах важко працювати через високу конкуренцію, постійні зміни в економічному середовищі країни. Тому для того, щоб вижити розробляється стратегічний план маркетингу. План маркетингу допоможе підприємству розкрити можливості та виграти конкурентну боротьбу, а також пристосуватися до ринку і відчувати себе більш впевнено.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Запропоновано концепцію розроблення екоспецифічних товарів і послуг на українському ринку.

Література

1. **Польовська В.І.** Екологізація планування маркетингу на підприємстві / В.Т. Польовська, Ю.Ю. Туниця // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. – Львів : РВВ НЛТУ України. – 2005. – Вип. 15.7. – С 196-205.
2. **Гаркавенко С.С.** Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К. : Вид-во "Лібра", 1996. – 384.
3. **Храбовченко В.В.** Экологический туризм : учебн.-метод. пособ. / В.В. Храбовченко. – М. : Изд-во "Финансы и статистика", 2003. – 208 с.
4. **Екологічний маркетинг** : навч. посібн. / А.М. Вічевич, Г.В. Вайданич, І.І. Дідович, А.П. Дідович. – Львів : Вид-во УкрДЛТУ, 2002. – 248 с.
5. **Садченко О.В.** Теоретико-методологічні засади екологічного маркетингу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.08.01 "Економіка природокористування і охорони навколишнього середовища" / О.В. Садченко; НАН України. Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса, 2005. – 39 с.
6. **Зелений маркетинг** // Жива планета. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ecolabel.org.ua/index.php>
7. **Нові технології** // Жива планета. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ecolabel.org.ua/index.php>
8. **Зелений еще?** // Жива планета. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ecolabel.org.ua/index.php>
9. **Перспективы "зеленого" дифференцирования** // Жива планета. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ecolabel.org.ua/index.php>
10. **Маркетинговий менеджмент** : навч. посібн. / за ред. д-р екон. наук І.М. Комарницький. – Львів : Вид-во "Апріорі", 2007. – 1032 с.
11. **Белявцев М.І.** Маркетинговий менеджмент : навч. посібн. / М.І. Белявцев, В.Н. Воробйов. – К. : Центр навч. літ-ри, 2006. – 407 с.
12. **Бублик М.І.** екологічний маркетинг як складова механізму управління ринком техногенної небезпеки / М.І. Бублик // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : зб. тез доп. Четвертої Міжнар. наук.-практ. конф. (Суми, 29 вересня -1 жовтня, 2010 р.) / Сумський державний університет. – Суми : ТОВ Друкарський дім "Папірус", 2010. – С. 239-241.
13. **Бублик М.І.** Перспективи розроблення концепції формування екологічного ринку / Мирослава Бублик, Христина Желізка // Наука молоді. – 2009. – № 11. – С. 143-146.

Бублик М.І., Самборская А.И. Теоретические основы экологического маркетинга

Исследованы теоретико-методологические основы формирования экологического маркетинга как инструмента природопользования в Украине. Рассмотрены факторы экологизации бизнеса. Предложена концепция производства экоспецифичных товаров и услуг на украинском рынке.

Ключевые слова: экологически чистый продукт, экологический маркетинг, экобренд, экологизация бизнеса, экологическая необходимость, экологическая услуга.

Bublyk M.I., Samborska O.I. Theoretical and methodological foundations of environmental marketing

Theoretical and methodological guidelines for the development of environmental marketing as a tool for wildlife management in Ukraine were researched. Factors of greening business considered. A concept of ecoproduction of goods and services on the Ukrainian market was proposed.

Keywords: environmentally friendly products, environmental marketing, eco-brand greening of business, environmental needs, environmental services.

УДК 339.92

Магістр Н.М. Гоцій;

проф. Л.А. Яремко, д-р екон. наук – Львівська КА

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Проаналізовано глобальну та регіональну конкурентоспроможність України в галузі туризму. Розглянуто проблеми і перспективи розвитку туристичних послуг в умовах глобалізації. Головними факторами, які стримують розвиток туризму в Укра-

їні, є несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного бізнесу.

Суспільно-економічна ситуація у світі на початку ХХІ ст. змушує нас розглядати соціально-культурний феномен туризму як один із вирішальних чинників розвитку суспільства. Адже значення туризму полягає не тільки в тому, що він є однією з найпотужніших галузей економіки, а й у тому, що він є сферою людської життєдіяльності світоглядного значення. На сьогодні туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети.

У багатьох країнах і регіонах туризм є основним джерелом прибутків. Надходження з туристичних подорожей у світовому масштабі становлять понад 500 млрд дол. США щорічно. Найбільші прибутки отримують країни Західної Європи та США. Кожний десятий – працівник у сфері туризму.

Метою дослідження є аналіз сучасного стану розвитку туристичної індустрії, визначення та вивчення перспектив розвитку туристичних послуг в умовах глобалізації.

Дослідження цієї проблематики є особливо актуальним з огляду на те, що за розрахунками Всесвітньої туристської організації, туризм вийшов на перше місце серед галузей світового господарського комплексу за обсягом експорту товарів і послуг [11]. Вагомий внесок у вивчення туристичної галузі зробили такі вітчизняні та зарубіжні вчені, як Н.І. Кабушкин, В.А. Квартальнов, Г.А. Папірян, А.Д. Чудновський, І.М. Школа, Дж. Уокер.

Туристична галузь є важливим чинником стабільного й динамічного збільшення надходжень до бюджету, істотного позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях економіки (транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство тощо). Туризм сприяє підвищенню зайнятості населення, розвитку ринкових відносин, міжнародному співробітництву, залученню громадян до пізнання багатой природної та історико-культурної спадщини краю, збереженню екологічної рівноваги. За два останні роки в нашій державі тривають бурхливі процеси перетворення туристичної галузі в одну з провідних галузей економіки України. Це насамперед пов'язано з прийняттям Державної Програми розвитку туризму в Україні на 2004-2010 рр., Закону України "Про внесення змін до Закону України Про туризм", низки Указів Президента України та Постанов Кабінету Міністрів України про підтримку розвитку туризму [1].

На тлі розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль нашої країни на світовому ринку туристичних послуг. Необхідно зазначити, що об'єктивно Україна має всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього та іноземного туризму: особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалів.

На жаль, на тлі розвитку світового туризму, який набирає потужностей швидкими темпами, Україна виглядає доволі скромно. На сьогодні українські громадяни є своєрідними інвесторами зарубіжних країн, що є одним з найбільш актуальних питань всієї туристичної галузі. Адже туризм, за розрахунка-

ми фахівців, лише у вигляді податків міг би щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд дол. [9, с. 34]. Безумовно, причини такого становища треба шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, в невідрегульованості механізмів стимулювання туристичної індустрії, відсутності ефективної стратегії розвитку цієї галузі як на національному, так і регіональному рівнях. Але проблема, на нашу думку, є значно ширшою. Питання стосується не лише туристичної галузі України, а взагалі шляхів залучення країн з перехідною економікою до потужних інтеграційних процесів та конкурентоспроможності таких економік на світовому ринку. Вплив туризму на ділову активність та на сам стан туристичної індустрії зацікавили авторитетний форум у Давосі, який, починаючи з 2007 р., щороку оприлюднює аналітичну записку Travel & Tourism Competitiveness Report ("Доповідь про конкурентність у сфері туризму і подорожей") [13]. Україна посіла 85 місце в рейтингу серед 139 країн світу, який був опублікований у 2011 р., а в 2008 р. Україна займала 77 позицію. Тому за останні роки конкурентоспроможність туристичного ринку України погіршилася. Експерти Давоського форуму оцінювали 14 основних параметрів країн, серед яких: політика влади в галузі туризму; здатність влади гарантувати безпеку; санітарні умови; вартість відпочинку; розвиток транспортної інфраструктури; національний колорит; наявність комфортабельних готелів; екологію; кадровий потенціал тощо.

Незважаючи на широку "географію" туристів, які приїжджають до нашої країни, протягом 2010 р. Україну відвідали 21,1 млн в'їзних (іноземних) туристів, що на 2 % або майже на 381,2 тис. осіб більше, ніж у 2009 р., більшість яких є громадянами країн СНД, а третина приїжджає з ЄС (табл. 1).

Табл. 1. Структура в'їзного туристичного потоку за країнами походження

Країни СНД	15,4 млн осіб	73 % потоку	збільшення на 5 % або на 747,9 тис. осіб
Країни ЄС	5,3 млн осіб	25 % потоку	зменшення на 7 % або на 393,4 тис. осіб
Інші країни	458,1 тис. осіб	2 % потоку	збільшення на 6 % або на 26,6 тис. осіб

Джерело: за [12].

Більшість громадян, яких за існуючою класифікацією, розглядаємо як іноземних туристів, фактично такими не є, а відвідують Україну зі службовою або приватною метою (зокрема – для провадження приватного бізнесу). Це водночас є яскравим свідченням недостатності розвитку в Україні організованого туризму (табл. 2).

Табл. 2. Структура в'їзного туристичного потоку за мотивацією

Службова поїздка	0,7 млн осіб	4 % потоку	зменшення на 10 % або на 84,5 тис. осіб
Організований туризм	1,2 млн осіб	6 % потоку	зменшення на 17 % або на 234,7 тис. осіб
Приватний туризм	19,2 млн осіб	90 % потоку	збільшення на 4 % або на 700,4 тис. осіб

Джерело: за [12].

Хоча практично вся територія нашої країни має достатній потенціал для розвитку туризму, все ж інтенсивність відвідувань іноземними туристами

її окремих регіонів дуже різняться. За доволі значних, а часом і унікальних природно-лікувальних ресурсів України, лікувальний туризм (поряд із спеціалізованим та зеленим) ще не отримав тут достатнього розвитку. Такі види туризму приваблюють лише менш як 2 % туристів. Як свідчить здійснений порівняльний аналіз, в Україні туристична інфраструктура є недостатньо розвиненою і водночас раціональною, що в поєднанні з низькою якістю сервісу зумовлює її низьку привабливість, і, відповідно, прибутковість на тлі аналогічних показників інших країн Європи.

Фактори, що спричиняють перевагу розвитку іноземного туризму над вітчизняним не відповідають природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України, знаходяться як у суті внутрішній, галузевій, так і в зовнішній (переважно загальноекономічній) площинах.

Основними галузевими факторами є:

- Недостатній рівень розвиненості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам. Виробнича база галузі формувалася переважно за радянських часів з орієнтацією на невибагливого туриста, тому серед об'єктів інфраструктури переважають великі (порівняно з аналогічними закордонними) комплекси, зі значною концентрацією місць та низьким рівнем комфортності. Потрібно також відзначити, що в Україні лише близько 10 % готелів відповідають міжнародним стандартам, станом на 2010 р. в Україні працює 1731 готель [3]. Але до стабілізації ситуації ще далеко. Усвідомлення цього як важливої проблеми галузі вже існує у державі. Про стан українських шляхів говорити взагалі не доводиться. Одним із дієвих засобів прискорення розвитку туризму в Україні є розвиток туристичної інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів. За оцінками експертів, вона має найвищий в Європі коефіцієнт транзитності (з 13 тис. км автомобільних шляхів державного значення понад 9 тис. км є магістралями, зв'язаними з міжнародними транспортними коридорами [7, с. 4]. У зв'язку з потужним туристичним потенціалом нашої країни, цей факт може стати важливим фактором розвитку вітчизняної економіки.
- Відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій з впровадження туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати. Проблеми виникають насамперед з рекламою вітчизняних курортів. Тому абсолютно зрозуміло, що за кордоном дуже важко отримати інформацію як про саму Україну, так і про туристичні послуги, що в ній надаються. Важливо, щоб надана інформація несла не тільки комерційно-інформаційний, але й іміджевий характер.
- Технологічна відсталість галузі. В Україні практично не застосовуються туристичні технології, які в розвинених країнах набули ознак повсякденної ужитковості: електронні інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які ними надаються; у світі практично всі довідники з туризму випускаються в електронному, а більшість в Internet-форматах, що дає їх користувачам можливість бронювати місця в готелях і на транспорті у режимі реального часу – "on-line"). Останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне поживлення. Тому потрібно також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів.

- Низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. На сьогодні в Україні практично відсутня відповідна система в галузі туризму для підготовки і перепідготовки кадрів, а також чіткі та адекватні світовим стандартам кваліфікаційні вимоги. В нашій державі також поступово виникають відповідні навчальні заклади, хоча вони вже зробили перші кроки у цьому напрямку, але ще не мають відповідного досвіду.

Отже, головними факторами, які стримують розвиток туризму в Україні, є несприятливість існуючих умов для підприємництва взагалі та туристичного бізнесу зокрема, недосконалість і навіть певна агресивність нормативно-правового поля (зокрема – правил і умов перетинання кордонів іноземцями) і, як наслідок, відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних. З огляду на проведення Євро-2012 в Україні та Польщі, особлива увага звертається на залучення інвестицій до міст та регіонів, задіяних у цьому процесі. Це позитивно вплине на розвиток туристичної інфраструктури і на конкурентоспроможність туризму України загалом. У разі правильно сформованого іміджу України як туристичної держави, навіть після закінчення Євро-2012, будуть значні туристичні потоки не тільки з країн-сусідів, але й з інших країн Європи та Америки.

Література

1. Закон України "Про внесення змін до Закону України про туризм. – Від 01.2004 р., № 324/95-ВР // Урядовий портал. – 11 вересня. – 2004 р.
2. Указ Президента України "Про підтримку розвитку туризму в Україні". – Від 2.03.2001 р., № 127-2001 // Статистичний щорічник України. – 2010 р.
3. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления / В.А. Квартальнов. – М.: Изд-во "Финансы и статистика". – 1999 г.
4. Нечаюк Л.І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент / Л.І. Нечаюк, Н.О. Телеш. – К.: Центр навч. літ-ри. – 2003. – 348 с.
5. Охріменко А.Г. Проблеми та перспективи залучення інвестицій в туристичну сферу в рамках Європейської інтеграції України / А.Г. Охріменко, І.Я. Антоненко // Фондовий ринок". – 2010. – № 16. – С. 28-32.
6. Подорожний Г. Шляхом чи стежиною піде український туризм після ухвалення нового закону про нього / Г. Подорожний // Дзеркало тижня. – 24 січня. – 2004. – № 3.
7. Туризм у 21 столітті: глобальні тенденції і регіональні особливості. – К.: Вид-во КУТЕП. – 2002. – 235 с.
8. Цибух В. Туризм в Україні / В. Цибух // Економіст. – 2000. – № 6. – С. 34-35.
9. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібн. / І.М. Школа та ін. – Чернівці: Вид-во "Буковина", 2003. – 662 с.
10. Підведення підсумків розвитку туристичної галузі. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.day.kiev.ua>
11. Довідка про динаміку туристичних потоків в Україні за 2010 рік. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.tourism.gov.ua>
12. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. [Electronic resource]. – Mode of access <http://www.weforum.org/issues/travel-and-tourism-competitiveness>

Гоций Н.М., Яремко Л.А. Проблемы и перспективы развития туристических услуг Украины в условиях глобализации

Проанализирована глобальная и региональная конкурентоспособность Украины в отрасли туризма. Рассмотрены проблемы и перспективы развития туристических услуг в условиях глобализации. Главными факторами, которые сдерживают развитие туризма в Украине, является неблагоприятность существующих условий для предпринимательства вообще и туристического бизнеса.

Gociy N.M., Yaremko L.A. Problems and prospects of development of tourist services of Ukraine are in the conditions of globalization

The global and regional competitiveness of Ukraine is analysed in tourism industry. Problems and prospects of development of tourist services are considered in the conditions of globalization. Main factors which restrain development of tourism in Ukraine is unfavourableness of existent terms for an enterprise in general and tourist business.

УДК 504*[38.327+33:34]

Доц. І.А. Дубовіч¹, канд. геогр. наук;
магістр права М.Г. Булгакова²

**ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОБІГАННЯ ЗМІНАМ КЛІМАТУ В УКРАЇНІ:
ЕКОЛОГО-ПОЛІТИЧНІ ТА ЕКОНОМІКО-ПРАВОВІ АСПЕКТИ**

Звернено увагу на глобальні проблеми зі зміни клімату. Проаналізовано еколого-політичні та економіко-правові аспекти щодо запобігання негативним впливам внаслідок змін клімату в Україні. Розглянуто головні міжнародні угоди з питань зміни клімату. Подано інформацію про інституційні спроможності України у вирішенні проблем зі зміни клімату. Охарактеризовано еколого-економіко-політичні й правові заходи щодо запобігання змінам клімату.

Ключові слова: зміни клімату, парникові гази, глобальні екологічні проблеми, екологічна політика, економічне право, Рамкова конвенція ООН зі зміни клімату, Кіотський протокол.

Однією з найбільш актуальних проблем людства в наш час є глобальні зміни клімату. Міжнародні наукові центри з дослідження клімату обґрунтовують, що впродовж ХХІ ст. температура на Землі підвищиться на 2-5°C. Такі темпи глобального потепління спричинять серйозні кліматичні зміни, внаслідок чого різні екосистеми опиняться під загрозою зникнення. Найбільш помітними наслідками зміни клімату буде не поступове потепління, а надзвичайні природні явища, такі як сильні засухи, повені, урагани тощо.

Науково доведено, що основною причиною зміни клімату є діяльність людини. Через спалювання викопних палив відбувається накопичення парникових газів в атмосфері, що впливає на підвищення температури на Землі. Для уникнення глобальної катастрофи внаслідок підвищення температури на Землі у Звітах Міжурядової групи експертів ООН зі зміни клімату [3] і результатах багатьох наукових досліджень звернено увагу на необхідність термінових та всеосяжних заходів спрямованих на зниження викидів парникових газів у всьому світі.

Варто зазначити, що процес глобального потепління відбувається нерівномірно на Землі. У деяких регіонах температура змінюється швидше, в інших – повільніше, внаслідок чого у деяких частинах світу виникають різні кліматичні аномальні явища (засухи, буревії, повені, танення льодовиків тощо). Ці явища призводять до порушення геоекологічної системи планети. Висока швидкість глобального потепління є надто складною для адаптації багатьох екосистем Землі. Ця складність виявлятиметься у неможливості адап-

туватися до змін, у значних економічних втратах унаслідок аномальних стихійних явищ, у великій кількості екологічних біженців, порушенні прав людини на життя, прав на безпечне для життя та здоров'я довкілля та ін.

Досліджуючи зміни клімату, потрібно розуміти, що природний комплекс кожної країни нерозривно пов'язаний з природним комплексом інших країн. Тому вирішення проблем, пов'язаних із викидами парникових газів в атмосферу, неможливе без активної й ефективної міжнародної еколого-економіко-політичної та правової співпраці.

Отже, актуальність досліджень змін геоекологічної ситуації полягає насамперед у тім, що держави перебувають в екологічній взаємозалежності. Глобальне потепління не може бути обмеженим державними кордонами, а це означає, що довкілля треба приймати як єдину цілісну систему.

Провідною міжнародною організацією у вирішенні глобальних проблем з охорони довкілля, екологічного забезпечення та раціонального використання і відтворення природних ресурсів є ООН. Під егідою ООН було підписано багато угод у сфері охорони довкілля, організовано та проведено велику кількість важливих міжнародних конференцій, які визначили нові цілі та завдання світової екологічної та економічної політики, міжнародного екологічного права та еколого-економічного співробітництва [1].

Оскільки глобальне потепління є однією з найбільш актуальних проблем сучасності, то на рівні ООН було підписано Рамкову конвенцію ООН про зміну клімату (1992 р.) та Кіотський протокол до неї (1997 р.). Мета цих міжнародно-правових документів полягає у тому, щоб досягти відповідного рівня щодо стабілізації концентрацій парникових газів в атмосфері на такому рівні, який унеможливував би небезпечний антропогенний вплив на кліматичну систему.

Аналізуючи діяльність ООН у міжнародних еколого-економіко-політичних та правових відносинах, помітні чималі зусилля цієї світової організації у вирішенні глобальних екологічних проблем, зокрема зміни клімату. Але, як свідчить досвід, підписані міжнародні документи щодо змін клімату, і взагалі в екологічній сфері, не реалізуються належним чином, не завжди вдається досягти поставленої мети. Це пояснюється тим, що відсутній чіткий механізм практичної реалізації підписаних міжнародних договорів та контролю за їх виконанням як на міжнародному, так і на національному рівнях.

Зазначимо, що Україна заявила про свою занепокоєність щодо проблем зміни клімату. Про це свідчить підписана (1992 р.) та ратифікована (1996 р.) Україною Рамкова конвенція ООН про зміну клімату, а також підписаний (1997 р.) та ратифікований (1999 р.) Кіотський протокол. Україна, яка підписала й ратифікувала ці міжнародні документи (Рамкову конвенцію ООН про зміну клімату та Кіотський протокол), зобов'язана їх виконувати. Підписання та ратифікація наведених угод для України є першим позитивним кроком у вирішенні проблем зміни клімату. Кіотський протокол є стимулом для реалізації концепції сталого розвитку, джерелом інвестицій у природоохоронні проекти та сучасні технології для модернізації промисловості.

¹ НЛТУ України, м. Львів;

² Експертно-дорадчий центр "Правова аналітика"