

Олімпійських Ігор. Інтереси і фінансові можливості європейського державного мовлення представлені Європейським Союзом Телемовлення, що володіє правами на трансляцію в Європі.

2. Створення спортивно-ділового медіа-альянсу, який характеризується появою і торгівлею спонсорськими правами та здійсненням телетрансляції таких заходів з метою отримання прибутку.

3. Істотний фінансовий попит на проекти типу Олімпійські Ігри чи Чемпіонати з футболу приводить до деяких постійних змін у міському середовищі, особливо це стосується постіндустріальних міст, де мега-заходи часто пов'язані з внутрішнім відновленням поряд із комерціалізацією розваг, як новою основою центрально-міського життя [2, с.157 – 162]. З огляду на це, фахівці відзначають зростання значення так званих “міських розважальних дестинацій” з 1980-х рр. як одного із найзначніших напрямів трансформування міст у світі [3, с. 101]. Вчені вважають, що “міста-ілюзії” кінця XX ст. – початку XXI ст. сформовані за допомогою конвергенції 3 напрямів:

– застосуванні чотирьох принципів: 1) ефективності; 2) калькуляції; 3) передбачуваності; і 4) контролю (або “Макдональдинізації”) [4, с. 51], за допомогою яких відбувається раціоналізація операцій розважальної індустрії, безпосередньо задіяної у процесі проведення міжнародних спортивних мега-заходів;

– використанні конкретної тематики (або “Діснейзейшн”) [5, с. 44], яка продукує нові можливості для розвитку локальної комерційної діяльності у зв'язку із використанням географічних та історичних образів у туристично-привабливих місцях під час організації масштабних спортивних подій у всьому світі;

– супровідній синергетиці між попередньо дискретними діями, такими як шопінг, харчування за межами дому, розвагами, знайомством з іншими культурами і відпочинком під час відвідування міжнародних спортивних мега-заходів.

Відтак, сучасні міжнародні спортивні мега-заходи характеризуються такими основними властивостями, що відображають їх туристичну приналежність:

- демонструють конвергенцію інтересів туризму, спорту і підприємницької діяльності;
- окреслюють глобальність спортивного туризму;
- мають великі ефекти для приймаючого міста, регіону чи країни, де відбуваються;
- стимулюють розвиток національної економіки;
- охоплюють подорожі, пов'язані з різними видами спорту;
- приваблюють значне медіа покриття;
- спрямовані на промоцію міста/країни їх проведення.

Література

1. Horne J. *An introduction to the sociology of sports mega-events* / J. Horne, W. Manzenreiter. – Blackwell Publishing Ltd., 2006. – P.1-24. – (The Editorial Board of the Sociological Review).
2. Hughes H. L. *Olympic tourism and urban regeneration* / H. L. Hughes // *Festival Management and Event Tourism: An International Journal*. – 1993. – №1. – P. 157 – 162.
3. Hannigan J. *Fantasy city* / J. Hannigan. – London: Routledge, 1998. – 239 p.
4. Ritzer G. *The McDonaldization of Society* / G. Ritzer. – Newbury Park, Ca: Pine Forge, 2000. – 278 p.
5. 24. Bryman A. *The Disneyization of Society* / A. Bryman. – London: Sage, 2004. – 199 p.

Наталія СТРЕЛЬБИЦЬКА

Тернопільський національний економічний університет

РОЛЬ ТА МІСЦЕ ТНК НА СВІТОВОМУ РИНКУ НАФТИ

З поглибленням глобалізаційних процесів, посилюються позиції транснаціональних корпорацій (ТНК). Досить часто доходи провідних світових ТНК перевищують дохідну частину багатьох країн світу, особливо це стосується корпорацій, що працюють у видобувних та

переробних галузях [1]. За рахунок значних фінансових ресурсів дані суб'єкти господарювання виступають основним джерелом прямих іноземних інвестицій.

Необхідно зазначити, що з середини 1940-х р. до 1970- р. провідними світовими виробниками нафти були такі англосаксонські компанії як British Petroleum, Exxon, Gulf Oil, Mobil, Royal Dutch Shell, Chevron та Техасо.компанії. Дані компанії експерти відносили до категорії "сім сестер". Термін "сім сестер" був введений у 1950 р. бізнесменом Е. Маттей для визначення вказаних вище провідних нафтових компаній світу.

В 1973 р. "Сім сестер" контролювали 85% світових запасів нафти, однак в останнє десятиріччя домінування даних компаній зменшилось внаслідок зростання впливу ОПЕК та національних (державних) нафтових компаній.

Financial Times разом з іншими експертами визначили нову сімку лідерів, куди входять державні нафтогазові корпорації: Aramco (Саудівська Аравія), Газпром (Російська Федерація), CNPC (Китай), NIOC (Іран), PDVSA (Венесуела), Petrobras (Бразилія) та Petronas (Малайзія).

Цікавим є той факт, що експерти наголошують на необхідності існування "семи сестер", незважаючи на те, які компанії входять до даної категорії. Це можна пояснити тим, що саме лідери нафтового ринку контролюють галузь і ринки та визначають правила гри для інших учасників [2].

Безперечно, приватним корпораціям дуже важко конкурувати з державними (національними), адже останні мають доступ до ресурсів, однак і приватні компанії активно використовують різні важелі впливу на національні уряди для лобювання власних інтересів, пільгового оподаткування та послаблення екологічних вимог [3].

У 2011 році журнал Forbes прорейтингував провідні нафтові корпорації світу за обсягами видобутку нафти [4]. На основі даних даного рейтингу та статистики по світовому обсягу видобутку нафти було визначено індекс галузевої концентрації. Значення даного індексу (0,218) говорить про те, що на ринку присутня велика кількість учасників, відповідно значна концентрація ринкової влади окремими гравцями відсутня.

Підсумовуючи наведених матеріал необхідно зазначити, що ТНК відіграють важливу роль на світовому нафтовому ринку. Даний ринок характеризується присутністю великої кількості гравців та наявністю чітко визначених лідерів, які встановлюють правила гри для інших учасників. Однак, необхідно зазначити, що склад лідерів світового ринку нафти за кілька останніх десятиріч змінився. На зміну приватним корпораціям прийшли потужні національні (державні), які нині визначають цінову ситуацію на ринку.

Література

1. *Budget revenues* // NationMaster.com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nationmaster.com/graph/eco_bud_rev-economy-budget-revenues

2. Боровский Ю. Политизация мировой энергетики // *Международные процессы. Журнал теории международных отношений и мировой политики* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intertrends.ru/sixteenth/002.htm>

3. *Big 5 companies going for the gold* // *Climate progress* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://thinkprogress.org/climate/2012/07/31/615661/big-5-oil-companies-going-for-the-gold/?mobile=nc>.

4. Helman C. *The world's biggest oil companies* // *Forbes* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.forbes.com/sites/christopherhelman/2012/07/16/the-worlds-25-biggest-oil-companies.

Олександр СУЩЕНКО

Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСУВАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СУСПІЛЬНОГО БЛАГА

Однією з причин існування держави та наддержавних утворень є наявність певних потреб у суспільстві, які не можуть бути задоволені ринковими товарами чи послугами. Також існує певний