



THE ACADEMY OF MANAGEMENT  
AND ADMINISTRATION IN OPOLE

CONCEPTUAL BASES AND  
TRENDS FOR DEVELOPMENT  
OF SOCIAL-ECONOMIC  
PROCESSES

---

**КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ  
ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ  
ПРОЦЕСІВ**

---

KONCEPTUALNE PODSTAWY  
I TENDENCJE W ZAKRESIE  
ROZWOJU PROCESÓW  
SPOŁECZNO-EKONOMICZNYCH

THE ACADEMY OF MANAGEMENT AND ADMINISTRATION IN OPOLE

***KONCEPTUALNE PODSTAWY I TENDENCJE W ZAKRESIE  
ROZWOJU PROCESÓW SPOŁECZNO-EKONOMICZNYCH***

***CONCEPTUAL BASES AND TRENDS FOR DEVELOPMENT OF  
SOCIAL-ECONOMIC PROCESSES***

***КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ***

*Monograph*

*Edited by Alona Ohienko*

*Tadeusz Pokusa*

Opole 2019

**ISBN 978-83-946765-2-0**

*Conceptual bases and trends for development of social-economic processes. Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2019; ISBN 978-83-946765-2-0; pp.330, illus., tabs., bibls.*

**Editorial Office:**

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu  
45-085 Polska, Opole, ul. Niedziałkowskiego 18 tel.  
77 402-19-00/01 E-mail: info@poczta.wszia.opole.pl

Recommended for publication  
by the Academic Council Faculty of Economics Mykolaiv V.O.Sukhomlynskyi  
national university (Protocol No. 5 of December 5, 2018)

**Reviewers**

*prof. dr hab. Marian Duczmal, prof. dr hab. Volodymyr Lagodienko*

**Editorial Board**

*Wojciech Duczmal, Alona Ohiienko, Tadeusz Pokusa, Mykola Ohiienko,  
Ivan Rogovskii, Ivan Kischak, Ruslan Skupskyi, Sławomir Śliwa, Alona Obozna.*

**Publishing House:**

Wyższa Szkoła Zarządzania i Administracji w Opolu  
45-085 Polska, Opole, ul. Niedziałkowskiego 18 tel. 77  
402-19-00/01

200 copies

Authors are responsible for content of the materials.

ISBN 978-83-946765-2-0

© Authors of articles, 2019  
© Publishing House WSZiA, 2019

# TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	
ВСТУП.....	8
PART 1	
<b>SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF REGIONS IN THE CONTEXT OF INTERNATIONAL INTEGRATION PROCESSES</b>	
<b>СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК РЕГІОНІВ В УМОВАХ МІЖНАРОДНИХ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ</b>	
1.1. Improving assessment of education quality management in higher school of Ukraine Удосконалення оцінки управління якості освіти у вищій школі України ( <i>Hanna Burdelna, Boiko Grygorii</i> ).....	11
1.2. The research of the efficiency of management of hotel and restaurant businesses in Vinnitsa region Дослідження ефективності управління закладами готельно-ресторанного бізнесу Вінниччини ( <i>Iryna Mazurkevych</i> ).....	19
1.3. The Regional market of educational services in the conditions of transgression: general sociological aspect Регіональний ринок освітніх послуг в умовах трансгресивності: загально-соціологічний аспект ( <i>Nataliia Miroshkina, Valentyna Mazur, Jadwiga Ratajczak</i> ).....	29
1.4. Development trends of social responsibility of business in Ukraine and Poland ( <i>Liubov Melnychuk</i> ).....	37
1.5. Need for the development of the socio-cultural sphere in the system of socio-economic development of the region Необхідність розвитку соціокультурної сфери у системі соціально-економічного розвитку регіону ( <i>Liudmyla Nazarova, Anna Fedosova</i> ).....	43

1.6.	Basis for sustainable development in road transportation. Zasada zrównoważonego rozwoju w transporcie drogowym ( <i>Adam Walawender, Andrii Ohienko</i> ).....	51
1.7.	Global supply chain in context of new model of economic growth Глобальні ланцюги постачань в контексті нової моделі зростання економіки ( <i>Oleg Zagurskiy, Mykola Ohienko, Svitlana Rogach, Tadeusz Pokusa, Ivan Rogovskii, Lyudmyla Titova</i> ).....	64
1.8.	Сучасний стан людського потенціалу України: регіональний розріз The current state of human potential of Ukraine: the regional section ( <i>Mykola Ohienko, Alona Ohienko, Anna Porudieieva</i> ).....	74
1.9.	Globalization and competitiveness of the national economy Глобалізація і конкурентоспроможність національної економіки ( <i>Anna Pinchuk, Józef Kaczmarek, Alona Sushko, Vladylena Hyliuk, Natalia Brudkova</i> ) .....	86

PART 2

**MODERN INNOVATION AND INVESTMENT POLICY IN THE TOURIST AND  
HOTEL-RESTAURANT SPHERES OF THE ECONOMY**

**СУЧАСНА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА В ТУРИСТИЧНІЙ  
ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННІЙ СФЕРАХ ЕКОНОМІКИ**

2.1.	Personnel management is an integral part of hotel management Управління персоналом, як складова частина менеджменту готелю ( <i>Anna Pinchuk, Witold Potwora, Olena Atanasevich, Alona Boiko</i> ).....	97
2.2.	Trends in modern cultural tourism as an export strategy for tourism development Тенденції сучасного культурного туризму як експортної стратегії розвитку туризму ( <i>Iryna Bondarchuk-Chugina, Filip Pokusa, Aleksandra Chuyko</i> ).....	104
2.3.	Tendencies and strategies of cultural tourism development in Ukraine ( <i>Iryna Bondarchuk-Chugina, Nataliia Boicheva</i> ).....	113
2.4.	Innovative activities in the field of cultural and historical tourism Інноваційна діяльність у сфері культурно-історичного туризму ( <i>Olena Havrylova, Iwona Mstowska</i> ).....	123

2.5. Socio-economic development and tourism: a theoretical approach ( <i>Daleep Kumar, Rajeev Sharma</i> ).....	133
2.6. The socio-economic development of regions in terms of international integration processes ( <i>Mansour Malik</i> ).....	143
2.7. Formation of the product quality system at the hotel-restaurant type enterprise Формування системи якості продукції на підприємствах готельно- ресторанного типу ( <i>Mykola Ohiienko, Artem Melnyk, Kristina Kravchenko</i> ).....	155
2.8. Smoke as a commodity: prospects for the hookah industry in Ukraine Дим як товар: перспективи розвитку кальянної індустрії в Україні ( <i>Mykola Ohiienko, Pavlo Mykhailov, Katarzyna Syrytczyk</i> ).....	164
2.9. Directions of improvement of organization of tourist activity of Ukraine on the example of foreign countries Напрями удосконалення організації туристичної діяльності України на прикладі зарубіжних країн ( <i>Mykola Ohiienko, Alona Ohiienko, Dmytro Chumachok, Mustafa Madadov</i> ).....	172
2.10. Forecasting and managing the development of the regional excursion network of the Mykolaiv region Прогнозування та управління розвитком регіональної екскурсійної мережі Миколаївської області ( <i>Yana Yatsenko</i> ).....	182
2.11. Global factors and development prospects hotel and restaurant business Глобальні фактори і перспективи розвитку готельно- ресторанного бізнесу ( <i>Alona Obozna, Nataliia Shabelnik, Kateryna Ruban, Tatyana Alekseeva</i> ).....	194
2.12. Trends and development of modern tourism: world and national experience Можливості та розвиток сучасного туризму: світовий та національний досвід ( <i>Alona Obozna, Irina Mogilevich, Olena Havrylova</i> ).....	202

- 2.13. Modern Internet technologies in the management of the efficiency of the restaurant and tourism industry  
Сучасні інтернет-технології в управлінні ефективністю ресторанного та туристичного господарства  
(Alona Obozna, Hanna Burdelna, Marina Didur, Evelina Knyazeva)..... 208
- 2.14. Analysis and dynamics of infrastructure development tourist industry of the region  
Аналіз та динаміка розвитку інфраструктури туристичної галузі регіону  
(Alona Obozna, Nelya Tsysnetskaya, Nadia Zaharchenko)..... 212

PART 3

**EUROINTEGRATION PROCESSES IN THE MODERN EDUCATIONAL SPACE:  
PSYCHOLOGICAL AND PEDAGOGICAL ASPECTS**

**ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ  
ПРОСТОРІ: ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНІ АСПЕКТИ**

- 3.1. Peculiarities of the functioning of persons with special needs: system approach  
Особливості функціонування осіб із особливими потребами: системний підхід  
(Irina Kuchmanych ).....218
- 3.2. Variability of the future educators training for conducting musical classes in the preschool education establishment as a vocational, pedagogical and methodical phenomenon  
Варіативність підготовки майбутніх вчителів к проведенню музичальних занять в установі дошкільного освіти як професійно-педагогічний і методичний феномен  
(Tatyana Lisovskaya, Slawomir Sliva)..... 226
- 3.3. Social - pedagogical aspect of the productive professional training of the students' agrarian  
Соціально-педагогічні аспекти продуктивного навчання студентів-аграріїв  
(Svitlana Litvinchuk, Katerina Taikhryb)..... 237
- 3.4. Functions of information competence of the person  
Функції інформаційної компетентності особистості  
(Liudmyla Matokhniuk)..... 244

3.5.	Forming of spiritual culture of future teachers in educational process high school Формування духовної культури в здобувачів початкової освіти в освітньому просторі вищої школи ( <i>Svitlana Parshuk, Svitlana Titova</i> ).....	252
3.6.	The newest stage of reforming higher education in Poland and its influence on the training of a foreign language teacher Новітній етап реформування вищої освіти в Польщі та його вплив на підготовку вчителя іноземної мови ( <i>Mariia Rakovska, Wojciech Duczmal</i> ).....	260
3.7.	Psychological problems of development and socialization of person with special needs Психологічні проблеми розвитку та соціалізації особистості з особливими потребами ( <i>Volodymyr Shevchenko</i> ) .....	269
3.8.	Professional training of the specialists of informational, library and archival affairs in the context of realization of dual education Професійна підготовка фахівців інформаційної, бібліотечної та архівної справи у контексті реалізації дуальної освіти ( <i>Svitlana Shuliak</i> ).....	276
3.9.	The peculiarities of the influence of virtual space on the communication of student youth Особливості впливу віртуального середовища на спілкування серед студентської молоді ( <i>Olha Serha, Liudmyla Komisarova</i> ).....	282
3.10.	Peculiarities of professional selection and training of a penitentiary psychologist. Особливості профвідбору та підготовки пенітенціарного психолога. ( <i>Anna Venger</i> ).....	291
3.11.	Leadership in the Armed Forces of Ukraine in the context of European integration Лідерство у Збройних Силах України в контексті євроінтеграції ( <i>Natalia Ruda</i> ) .....	300
	ANNOTATION АНОТАЦІЇ .....	310
	ABOUT OF AUTHORS ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ.....	321



Таким чином, формування власної корпоративної культури готелю є завданням сьогодення, яке повинне опиратися на наступні принципи позиції як орієнтація на споживача, увага до лідерства керівника, профільне залучення працівників, системний підхід до управління готелем, ввічливість, компетентність, комунікабельність, доступність і найголовніше, це підхід до системи якості як процесу.

## **2.8. Smoke as a commodity: prospects for the hookah industry in Ukraine**

### **Дим як товар: перспективи розвитку кальянної індустрії в Україні**

В останні роки в нашій країні набуло широкого поширення куріння кальяну. З кожним днем популярність кальяну набирає обертів, хоча ще зовсім недавно кальян вважався екзотикою Сходу. Сьогодні кальян є для всіх звичним явищем. Зростає число людей, для яких кальянопаління є не просто засобом розслаблення, а способом життя і частиною їх культури, для них неможливо уявити заклад громадського харчування без надання послуги куріння кальяну. За допомогою цієї соціальної практики люди визначають свою приналежність до певної соціальної групи в суспільстві, а також виникає питання: як же кальян може допомогти людям підтримувати їх статус і чому це так важливо для них? Чому люди готові нехтувати законом заради задоволення такого роду потреб?

При підготовці даної роботи в якості об'єкта дослідження нами були обрані кальянні заклади, в тому числі приватні кальянні. Предметом дослідження виступають соціально-економічні фактори, що впливають на причини відвідування кальяну закладів, а також були вивчені тонкощі роботи в сфері кальянного бізнесу, необхідні закони України, а також тіньовий ринок кальянної індустрії. Вибір обумовлений: а) прагненням автора глибше розібратися в суті тих явищ і процесів, які відбуваються в близькому йому соціокультурному середовищі; б) розумінням значущості статусу, а також сучасною модою, соціальною роллю і бізнес розвитку кальяну закладів і кальянів в цілому, специфіки їх культурного, масового розвитку і дохідного рівня для визначення перспектив майбутнього стану розвитку кальянної індустрії в Україні.

До України кальянна індустрія прийшла відносно недавно, в 2013-2014 роках, перша кальянна, саме заклад, який позиціонував себе як

кальянна, а не як заклад з кальянами в Україні була в місті Києві, під назвою «Smoky Face», нині відома під назвою «Титан», кальянна відкрилася в середині 2014 року, офіційне відкриття було 13 грудня 2014 року [4].

У Миколаєві перша кальянна під назвою «Dream Bar» була відкрита 31 січня 2015 року, тоді ще мало хто про неї знав, тому що вона розташовувалася і розташовується у наш час в підвальному приміщенні, за рогом на перетині вулиць з непримітною вивіскою. Гості тоді мали невелику уяву про кальяни і просили показувати, як правильно курити кальян. Можна вважати, що саме з відкриття цього закладу розпочалася історія кальянів в Миколаєві. Другим кальянним закладом була кальянна «Дим», яка відкрилася в грудні 2015 року. Однак, кальян як незаконне доповнення в закладах громадського харчування або закладі з кухнею і напоями можна було зустріти ще в кінці 2014 - на початку 2015 року в деяких закладах Миколаєва.

Кількість кальянних в Миколаєві збільшилась, конкуренція зростала. В основному заклади дотримувалися деяких легких головних правил: тематичний інтер'єр був зроблений так, щоб, прийшовши в цей заклад, гість відчував затишок і спокій, хороша музика допомагала розслабитися, а запах якісно зробленого кальяну вабив звичайних відвідувачів стати постійними клієнтами.

Тож не дивно, що на сьогоднішній день кальян можна замовити в більшості ресторанів, адже його популярність зростає з кожним днем, особливо в колах сучасної молоді. Куріння кальяну стало модним рухом, часто буває так, що некурящі люди не можуть відмовити собі в задоволенні насолодитися ароматом тютюну, сидячи в приємній компанії.

Вартість кальяну в Миколаєві варіюється від 120 до 280 гривень. Ціни залежать від наповнення (вода, молоко або алкогольні напої) і сортів тютюну (смаку і якості) [5].

Неформальна і тіньова економіка для кальянної індустрії на нашому ринку щільно існує поряд з офіційною стороною.

Визначення неформальної економіки в сфері кальянної індустрії являє собою діяльність, яка не відображена в статистичній та податковій звітності. Таким чином, її виділення пов'язується не з характером організаційних структур (розміром закладів), а саме з формами обліку цієї тій чи іншій діяльності. Невихід господарських процесів в формальну звітність і виникнення невидимої економіки може бути пов'язано з різними

мотивами, за якими учасники ринку не подають відомостей про свою діяльність. Розглядаючи діяльність кальянних закладів, з упевненістю можна сказати, що ця частина ринку свідомо приховується від статистичних та податкових органів. Існують три напрямки до вивчення неформальної економіки, а саме: статистичне, структурне та інституційне, але ми не будемо детально розбирати кожен з них в даній темі, а перейдемо до тіньової економіки.

Тіньова економіка має на увазі під собою економічне явище, що характеризується як економічна діяльність, яка ховається від суспільства і держави, і знаходиться поза зоною державного обліку і регулювання. Є неформальною частиною класичної економіки.

В рамках даної роботи під тіньовою економікою розуміється економічна діяльність, яка ховається з метою ухилення від податків або через її протизаконного характеру.

Тіньова економіка є стихійним і закономірним явищем, яке виникає в зв'язку з тим, що суб'єкти ринку прагнуть максимізувати свій прибуток в обхід існуючих державних законів, крім того знизити витрати виробництва і обсяг податків. Саме до таких суб'єктів ринку відносяться кальянні заклади, так як даний вид економічної діяльності приховується від органів державного регулювання, спрямований на приховування істинного рівня доходів і ухилення від сплати податків.

Тіньова економіка як явище виникла з давніх часів і відмінно функціонує і на сьогоднішній день. Якщо вивчити загальні закономірності економіки, то можна помітити, що економічна теорія майже ніколи не приділяла великої уваги проблемам тіньової економіки: вона або їй нехтувала, або вважала, що тіньова економіка функціонує з використанням тих же економічних механізмів, що і легальна [9].

Спираючись на загальноприйняте розуміння, можна зробити висновок, що тіньова економіка використовує ті ж ресурси і ринки, що і легальна, єдиною відмінністю є те, що все це відбувається без відома держави. Це максимально просте розуміння тіньової економіки призвело до того, що навіть сучасні економісти не можуть чітко зрозуміти механізм тіньової економіки. Тіньову економіку можна розбити на три великі блоки:

1) неофіційна економіка, в яку входять всі легально дозволені види економічної діяльності, в рамках яких мають місце не враховуватися

офіційною статистикою виробництво послуг, товарів, приховування цієї діяльності від оподаткування;

2) фіктивна економіка - тобто приписки, розкрадання, спекулятивні угоди, хабарництво і шахрайства всякого роду, пов'язані з отриманням і передачею грошей;

3) підпільна економіка, під якою розуміються заборонені законом види економічної діяльності. Для «відмивання» грошей зазвичай вибираються країни, кредитно-фінансовій системі яких притаманні такі ознаки: нестабільна правова база; таємниця комерційних або банківських операцій і невизначені закони про їх реєстрацію; відсутність перешкод (або мінімальні обмеження) щодо обміну іноземної валюти і відкриття анонімних (номерних) банківських рахунків; відсутність податків або низьке оподаткування доходів іноземних корпорацій [6].

Тепер, кажучи про перспективи розвитку кальянної індустрії в Україні, необхідно уважно вивчити закони України і методи, за допомогою яких ми могли б стабілізувати кальянний ринок. Як відомо, відповідно до п. 9 ч. 2 ст. 13 Закону № 2899 куріння кальянів в приміщеннях закладів ресторанного господарства заборонено. Давайте розглянемо ці законодавчі рядки уважніше.

Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» від 22.09.2005 р № 2899-IV По-перше, зверніть увагу на формулювання. Заборонено куріння саме в приміщеннях закладів. Відповідно до п. 2 Національного стандарту № 2 «Оцінка нерухомого майна», затвердженого постановою КМУ від 28.10.2004 р № 1442, приміщення - це частина внутрішнього об'єму будівлі, обмежена будівельними елементами, з можливістю входу і виходу. Тому приходимо до висновку, що куріння кальяну за межами приміщення під заборону не потрапляє. Тобто допускається, наприклад, щоб ваші відвідувачі використовували цей «агрегат» на літньому майданчику.

Єдине, про що потрібно пам'ятати, - це інші обмеження, передбачені Законом № 2899. Так, ваша літній майданчик не повинен перебувати на території: закладів охорони здоров'я; учбових закладів; дитячих майданчиків; спортивних і фізкультурно-оздоровчих споруд та закладів фізичної культури і спорту; на стаціонарно обладнаних зупинках маршрутних транспортних засобів.

По-друге, продаж послуги з куріння кальяну і його безпосереднє паління – це різні речі. Той факт, що у вас у відповідному преїскуранті вказані послуги з куріння кальяну, ще не означає однозначного порушення положень Закону № 2899 (пор. 025069200). Цей висновок підтверджується судовою практикою (див., Наприклад, ухвалу Апеляційного суду Сумської області від 30.03.2016 у справі № 591/5791/15-ц; Дніпропетровського апеляційного адміністративного суду від 07.10.2014 у справі № 808/8491 / 13-а) [7].

Однак це не означає, що ви не повинні дотримуватися інші вимоги Закону № 2899. Зокрема, розміщувати у відповідних приміщеннях графічний знак про заборону куріння з написом «Куріння заборонено!». Крім того, ні в якому разі не дозволяти вашим відвідувачам користуватися кальяном в приміщеннях закладу.

По-третє, заборона поширюється на куріння будь-яких кальяну «заправок» - як з вмістом тютюну, так і без нього. Адже законодавець явно відокремлює куріння тютюнових виробів від куріння кальяну. І для підтвердження цього висновку достатньо подивитися на формулювання ч. 2 ст. 13 Закону № 2899 .: «Забороняється куріння тютюнових виробів, а також ... кальянів».

Ліцензія на роздрібну торгівлю. Якщо говорити виключно про кальяни як про предмет без наповнення, то він причиною ліцензування не стане. Але оскільки в більшості випадків «заправка» для кальяну все-таки містить тютюн (код УКТ ЗЕД 2403 11 00 00), то ліцензія буде необхідна. Адже згідно з ч. 13 ст. 15 Закону № 481 [8] роздрібна торгівля тютюновими виробами може здійснюватися суб'єктами господарювання, в тому числі їх виробниками, за наявності у них ліцензій. Тютюн для кальяну відноситься до тютюнових виробів. Ми, по суті, продаємо тютюн для кальяну, який покупець курить, використовуючи наш кальян. Тому і виходить тут роздрібна торгівля тютюновими виробами, яка і передбачає отримання відповідної ліцензії на роздрібну торгівлю. Подібні висновки формулюють і податківці в консультації з категорії 115.03 ЗІР.

«Роздрібний» акциз, єдиний податок. Чи оподатковуються кальян і тютюн до нього акцизним податком? Сам кальян не є підакцизним товаром, так як має код 9614 00 90 00. А ось тютюн для кальяну (суміш з вмістом тютюну) туди цілком вписується, так як потрапляє в позицію 2403 (код 2403 11 00 00). І саме цей код є серед зазначених в п.п. 215.3.2 ПКУ

Також декілька слів про акцизний тютюн. З перевірених мною джерел, які побажали залишитися в тіні, на жаль, реалізацію акцизного тютюну узурпували дві компанії-монополісти, такі як: «Маріленд Україна» (тютюн Tangiers, Afzal, Haze) і «Фортуна» (тютюн Al Fakher, Fumari, Fantasia, Mazaya) - інший тютюн реалізують абсолютно нелегально - через що підприємцям доводиться працювати на, так званих, «чорних», безакцизних тютюнах, які закупаються в 3,5-4 рази дешевше і реалізуються переважною більшістю закладів.

Як підсумок, нестабільна економічна ситуація в Україні, закони, які виступають проти будь-якого роду куріння в громадських місцях, і монополія на акцизний тютюн для кальяну стали причиною занепаду кальяної культури як для пропозиції так і для попиту. Так само негативний вплив мають скачки іноземної валюти по відношенню до гривні і загальні кризові явища в економіці. Були часи, коли кальянна була дуже прибутковим бізнесом і швидко окупалася, так як не мала особливих законодавчих обмежень і ставилася до категорії преміум-споживання. На сьогоднішній день важливим фактором прибутковості даної галузі є наявність ліцензії на продаж алкоголю, а також сертифіката на реалізацію тютюнових та курильних сумішей, а також наявність акцизного тютюну, тому в слідстві її не наявності, закладам доводиться йти в тінь або придумувати нові схеми по типу: приносять свій алкоголь та їжу, оплачують час знаходження. Негативний вплив на розвиток ринку кальянних налічує кілька факторів. По-перше, мова йде про курс валют, через коливання якого знижується доступність до якісного тютюну та обладнання для його куріння, оскільки воно пов'язано з імпортом і акцизним оподаткуванням. Другий понижуючий фактор - зниження купівельної спроможності населення. Через зростання безробіття, зниження доходів і зростання витрат на щоденні покупки продуктів і послуг сума потенційних наявних витрат на дозвілля і розваги у громадян падає, що є знижувальним фактором для ринку кальянних барів. Нарешті, третій негативний фактор - обмеження держави. Введено нове законодавство, яке висуває суворі вимоги до обладнання кальяну, що веде до відходу таких закладів в тінь, а саме в приватні клуби.

В ході роботи, було з'ясовано, що в Україні паралельно легальній економіці, існує ще й тіньова, яка на сьогоднішній день набирає обертів і іноді навіть перевершує за масштабами легальну.

Проаналізувавши зміст явища тіньової економіки, був зроблений висновок, що під цим явищем мається на увазі будь-яка економічна діяльність, яка ховається з метою ухилення від податків або через її протизаконного характеру, саме сюди відносяться кальянні заклади, так як даний вид економічної діяльності переходить від органів державного регулювання, спрямовані на приховування істинного рівня доходів і ухилення від сплати податків. Такі економічні відносини, які складаються в суспільстві всупереч законам і формальними правилами господарського життя і знаходяться поза рамками правового поля як не дивно залучають людей і створюють сприятливі умови для прояву демонстративної поведінки. Щоб розвивати кальяну індустрію в Україні необхідно враховувати закони України і методи реалізації надання послуг законним або тіньовим шляхом, а також вести облік доходів і витрати при побудові кальянного бізнесу, однак, також хотілося б відзначити, що вже зараз на просторах нашої країни влаштовують грандіозні фестивалі, які на момент листопада 2018 року збирають по 4 000 любителів кальяну, заклади йдуть вперед великими кроками і з завзяттям наввипередки пропонують гостям все більш і більш якісні і незвичні послуги у кальянному бізнесі; також необхідно пам'ятати, що кальян має незвичайний зовнішній вигляд, престижний, має високу вартість і ексклюзивність, а значить товар стає придатним для демонстративного споживання. Велика увага відвідувачі приділяють якості кальяну, тематичним інтер'єру і привабливій обстановці. Для самого кальяну найважливішим критерієм стає його ексклюзивність. Гості готові долати труднощі попадання в приватні (тіньові) заклади в зв'язку з бажанням стати частиною кальянної спільноти. Потрапивши в такі заклади, любителі кальяну всіляко намагаються продемонструвати свою причетність до даного закритого суспільства, демонструючи це в соціальних мережах. Так само в таких закладах їх приваблює особлива загадкова і приваблива атмосфера. Завищена ж вартість кальяну не насторожує, а тільки приваблює відвідувачів, що пов'язано з тим, що вони готові платити більше, знаючи, що в очах оточуючих, вони будуть виглядати статусніше. Кальянні приватного типу також йдуть на різні привабливі уловки, наприклад, щотижневі пропозиції, спеціальні пропозиції та покращують рівень своїх закладів, що не може не радувати в умовах швидкого розвитку кальянного ринку в Україні.

**Список використаних джерел:**

1. Кальян: історія виникнення «димної» моди. URL: <http://vladi-room.ru/kalyan-istoriya-vozniknoveniya-dymnoj-mody-59787/> (дата звернення: 09.10.18)
2. Сучасний кальян. URL: <http://xn--80atei8esa.xn--p1ai/kalian/vybor-kalyana/sovremennuj-kalyan.html> (дата звернення: 15.10.18).
3. Кальян: історія виникнення «димної» моди. URL: <http://vladi-room.ru/kalyan-istoriya-vozniknoveniya-dymnoj-mody-59787/> (дата звернення: 09.10.18)
4. Офіційний сайт закладу Smokey Face в місті Києві  
<https://ru.foursquare.com/v/smokyface/5473ae5d498e92bfb283a25b?tipsPage=5&tipsSort=recent> (дата звернення: 18.10.18)
5. Всі про куріння. URL: <http://kurinekuri.ru/kalian/istoriya-vozniknoveniya-kalyana.html> (дата звернення: 18.10.18)
6. Головні С.Д. Про класифікацію тіншової економіки // Вісник Московського ун-ту. 1992. №1. С.11-19.
7. Ухвала Апеляційного суду Сумської області від 30.03.2016 у справі № 591/5791/15-ц; Дніпропетровського апеляційного адміністративного суду від 07.10.2014 у справі № 808/8491/13-а  
<http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/56968045> і  
<http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/40911841> (дата звернення: 19.10.18)
8. Закон України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19.12.95 р № 481/95-ВР.
9. Стаття «Тіншова економіка в сучасній інтерпретації: порівняльний аналіз». URL: <http://refleader.ru/jgemerrnaqasjge.html> (дата звернення: 20.10.18).
10. Лейбенстайн Х. Ефект приєднання до більшості, ефект сноба і ефект Веблена в теорії купівельного попиту, 1999. С.25.
11. «Мережеві зовнішні ефекти». URL: <http://economy-ru.com/mikroekonomika-kniga/setevyie-vneshnie-effektyi-19037.html>