

*А.В. Грідіна,
студентка НТУ «ХПІ»*

*М.Ю. Глізнуца,
канд. екон.наук, доцент кафедри менеджменту інноваційного
підприємництва та міжнародних економічних відносин НТУ «ХПІ»*

*П.Г. Перерва
доктор екон.наук, професор, завідувач кафедри менеджменту
інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин
НТУ «ХПІ»*

ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ТА ЗНАЧЕННЯ ТУРИЗМУ В НАЦІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Визначення «туризм» зайняв особливу роль в житті будь-якої людини. Щорічно мільйони людей подорожують як і всередині країни, так і за її межами завдяки розвитку туристичної індустрії, яка включає в себе мільйони галузей і чинників, одним з яких є економічна діяльність в країні. В даний час на економіку країни туризм надає позитивний вплив так як дана індустрія з кожним днем прогресує і займає відмінне місце серед інших галузей країни, що дає особливу перевагу подальшому розвитку туристичної діяльності та її особливого внеску в економіку. Саме за туризмом, як основою туристичної індустрії і туристичного бізнесу, майбутнє. Якраз туризм в багатьох країнах привносить суттєвий вклад в ВВП країни, надає робочі місця значній частці працездатного населення (табл.1).

Таблиця 1

Внесок туризму у формування ВВП і забезпечення зайнятості

Країни	Вклад туризму у ВВП, %			Зайнятість в сфері туризму, %		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Грузія	27,4	32,1	33,7	6,8	8,1	8,6
Греція	19,1	20,0	20,6	11,8	12,2	12,7
Португалія	17,7	17,9	19,1	7,1	7,8	8,1
Австрія	15,2	15,2	15,4	8,5	8,6	8,7
Естонія	15,5	15,4	15,2	4,1	4,0	4,0
Туреччина	11,3	11,2	12,1	1,6	1,7	1,8
Болгарія	11,2	11,5	11,7	2,8	2,9	2,9
Великобританія	10,5	11,0	11,0	4,6	4,8	4,8
Франція	9,3	9,4	9,5	4,4	4,5	4,6
Угорщина	8,0	8,3	8,5	4,5	4,7	4,9
США	7,7	7,9	7,8	3,8	3,7	3,7
Єгипет	7,4	10,9	11,9	3,0	3,9	4,4
Японія	7,1	7,2	7,4	1,8	1,8	1,8
Білорусь	6,4	6,2	6,4	1,9	1,9	2,0
Україна	5,4	5,6	5,4	1,3	1,3	1,3
Бельгія	5,4	5,4	5,3	2,4	2,4	2,4
Нідерланди	5,2	5,0	5,0	5,6	5,6	5,6

Продовження табл.1

Російська Федерація	4,8	4,7	4,8	1,1	1,1	1,2
Польща	4,4	4,5	4,5	1,9	2,0	2,0
Молдова	3,1	3,2	3,2	0,8	0,8	0,8

Джерело: складено авторами на основі [1, 3]

Дані табл.1 дозволяють зробити висновок про те, що внесок туристичної індустрії у ВВП України становить 5,4%. Звичайно, це значно менше, ніж внесок у формування ВВП України інших галузей і сфер економіки, але все ж досить істотне значення в порівнянні з іншими видами економічної діяльності. Якщо ж здійснювати порівняння з іншими країнами світу, то констатуємо низьке місце України в рейтингу країн світу за вкладом галузі «туризм» в ВВП. Так, з представлених в рейтингу 175 країн світу Україна займає за критерієм відсотка туризму в ВВП лише 146 місце. Основною проблемою для стабілізації економіки і політики в туризмі є збільшення обсягу туризму, одним з вирішення яких є корінні зміни в наданні сервісних послуг, зміна в сервісному обслуговуванні, зміна в ціноутворенні. За даними табл.1 частка туризму у ВВП України становить 5,4%, що значно відрізняється від середньої частки туріндустрії в інших країнах (порядку 10% ВВП). Потенціал подальшого зростання ролі туризму далеко не вичерпаний. Необхідно просувати і підвищувати доступність споживчих властивостей вітчизняних турпродуктів, розвивати інфраструктуру, підвищувати інформованість туристів, диверсифікувати ринок і багато іншого, що дозволить подальшому розвитку туристичної індустрії та підвищення рівня економічного добробуту країни.

Список використаних джерел

1. Туризм, общий вклад в ВВП (доля, %). URL: <https://knoema.ru/>
2. Перерва П.Г. Маркетинг туристичної діяльності: конспект лекцій / П.Г.Перерва.– Харків : НТУ «ХП», 2020.- 32 с.
3. Туризм, прямой вклад в занятость (доля, %). URL: <https://knoema.ru/>
4. Перерва П.Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи / П.Г.Перерва // Вісник Нац. техн. ун-ту «ХП» : зб. наук. пр.- Сер. : Економічні науки. – Харків : НТУ "ХП", 2017.– № 24 (1246).– С. 153-158.
5. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.
6. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
7. Перерва П.Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии / Учеб.пособие.- Харьков : «Основа», 1993.- 288с.
8. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.

9. Ткачова Н.П., Перерва П.Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // Економіка розвитку. – 2011. – № 4. – С. 116-120.
10. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : Фактор, 2009. – 480 с.
11. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д: Феникс, 2003. - 592 с.
12. Pererva P.G. Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
13. Гончарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. К.: Наукова думка, 1989.- 176с.

Д.П. Гринько,

здобувач вищої освіти магістерського рівня

С.Ю. Боліла

*кандидат с-г наук, доцент кафедри менеджменту
Херсонський державний аграрний університет*

ЗАГРОЗИ ТА МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ ЗА СИТУАЦІЇ ПАНДЕМІЇ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Глобалізаційні процеси, що охопили світову соціально-економічну систему і є реаліями сьогодення, мають як позитивні, так і негативні наслідки для суспільства. В якості таких негативних наслідків є загрози для людства під час виникнення та поширення тяжких вірусних інфекцій, що набуває характеру пандемії.

Це впливає на здоров'я населення планети та призводить до кризи у багатьох взаємопов'язаних сферах промисловості та економіки взагалі. Тоді для протидії поширення захворюваності запроваджуються карантинні заходи, що передбачають ряд заборон для здійснення діяльності суб'єктами економіки. Так наприклад, як свідчить світова практика, під час карантину під заборону потрапляє: діяльність театрів, кінотеатрів, музеїв, інших культурних і розважальних установ; діяльність з проведення масових заходів (концерти, виступи, спортивні змагання; діяльність спортклубів і фітнес-центрів; діяльність закладів громадського харчування (крім роботи на винос і / або доставку); діяльність ринків (продовольчих, господарчих і будь-яких інших); робота торговельно-роздрібною мережі (окрім торгівлі зі списку дозволених); припиняється діяльність агентів туристичної сфери, значно обмежується пасажиропотік та припиняються окремі логістичні потоки. Невизначеність часу зупинки та значні економічні втрати дуже болісно впливають на ці сфери діяльності.