

підприємства студентами. Вони, на наш погляд, мають спиратися на повноцінні й якісні знання й думки, оскільки ще не мають повноцінно сформованого світогляду щодо бізнес-середовища, що створить певні перешкоди на шляху розвитку проекту і в майбутньому призведе до його занепаду, так і не досягнувши стадії зростання.

Як і будь-яка діяльність, ведення інноваційного бізнесу має свої позитивні і негативні сторони, а також, передбачає вирішення деяких складних організаційних і операційних питань, які у подальшому сприяють формуванню певних знань і навичок. У таблиці 1 наведені можливості, які надає ведення стартап-діяльності студентам, та труднощі, з якими доводиться зустрічатися під час цього процесу.

Слід зазначити, що питанню розвитку стартап-діяльності, а особливо студентської, необхідно приділяти велику увагу, оскільки студентство – це постійний генератор, йому не потрібно казати «що?», йому лише необхідно трохи підтримки, підказавши «яким чином правильно поступити?». Збільшення кількості працювати зі своїми ідеями і розвивати їх сприятиме покращенню бізнес-клімату в країні; підвищенню конкурентоспроможності як окремих галузей, так і національного господарства в цілому; залученню інвестицій з боку іноземних інвесторів.

Література:

1. Гришко Н. Є., Маслак М. В., Азізова Н. Н., Сорока А. О. Інноваційне підприємництво та особливості реалізації стартапів в Україні. Вісник НТУ "ХПІ" (економічні науки). 2020. №5. С. 35–38.
2. Маслак О.І., Данилко В. К., Гришко Н.Є., Скрипнюк К.О. Економіка знань: еволюція наукових уявлень, складові та чинники формування в новітніх умовах. Ефективна економіка. № 12. 2020. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?op=1&z=8457>
3. Маслак О. І., Гришко Н. Є., Іщенко С.В., Шевчук Ю. В. Управління людським капіталом: знання як основа забезпечення інноваційного розвитку економіки. Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки). 2019. Випуск 2. С. 47-56.
4. Vorobiova K. The university international competitiveness management as a factor of the Ukrainian national economy development. Вісник Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського. Кременчук: КрНУ. 2017. Випуск 3/2017 (104). Частина 2. С.40-46.
5. Maslak O. I., Grishko N. Ye., Hlazunova O. O., Vorobiova K. O. Approaches to the management of the costs of innovation activity of mining enterprises: aspects of economic security. Науковий вісник НГУ. 2017. № 5. С. 137–145.

ТУРИСТИЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ УКРАЇНИ

Свистунова Карина Русланівна, студентка

Проскурня Олена Михайлівна,

к.т.н., доцент

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Стрімкий розвиток інноваційних технологій зачіпає всі сфери діяльності, включаючи і індустрію туризму і гостинності. Впровадження нового не тільки

допомагає країні мати провідну позицію на світовому ринку, а й є чи не необхідністю для постіндустріального суспільства, яке націлене на споживання продуктів і послуг. Це не залишило і готельну сферу: впровадження інновацій приваблює клієнтів, що веде до зростання індустрії туризму та гостинності.

На даному етапі часу туризм в Україні досить розвинений, але все ж таки є чинники, які ускладнюють його зростання і розвиток. Якщо розглядати Україну і її територію в цілому, то вона досить багата ресурсами.

В Україні багато корисних копалин, величезна кількість водойм, як прісних, так і не прісноводних. Так само безліч місць історичного характеру. Однією з проблем внутрішнього туризму в нашій країні є транспортна інфраструктура. Україна дуже велика країна, і щоб оглянути всі її пам'ятки потрібно багато часу, пересування з одного історичного місця в інше може займати досить багато часу. Також транспортні послуги досить дорогі. Старі залізничні потяги, вкрай великі ціни на послуги авіа перельотів, погані дороги або ж взагалі їх відсутність. Ще одна не про незначну проблема, це проблема поганої інформованості про визначних місцях. Не всі українці знають про історичні місця, які є в Україні, що вже можна сказати про іноземних туристів. Велика кількість цікавих і значущих місць погано розрекламовані і тому не затребувані. Відсутність фінансування регіонального туризму. Існує величезна кількість затишних сіл, сіл, в яких би напевно цей вид туризму був би затребуваний. Так, як у всьому світі вже практикують такий туризм. Історичні села і невеликі міста, які не мають такої популярності, наприклад, як Київ чи Львів, мають досить цікавих місць, історичних, так і природних. Іноземні туристи могли б проводити там свій час, адже не всі люди люблять мегаполіси і суєту, як раз провести свій відпочинок в тихому місці, насолодитися українською природою, а заодно і дізнатися історію великої держави. Відсутність профільного туризму, це ще одна проблема туризму в Україні. Як показує практика, в Україні існує всього лише один вид туризму, це туризм з метою відпочинку. Слід розвивати і інші галузі. У нашій величезній країні стільки потенціалу, можна розвинути абсолютно різні види туристської діяльності. Наприклад, екотуризм, екстремальний туризм і багато іншого. Проблема оснащення і цінової політики готелів України. Готелі в Україні діляться на два типи: або занадто дорогі і розкішні, або зовсім не комфортні і потребують ремонту. Тільки з недавнього часу почалася реконструкція готелів Києва та інших великих міст. Високі ціни на проживання в готелях відштовхують іноземних гостей, ну а якщо говорити про тих готелях, які знаходяться в центрі міста, то там ціни в 3 рази дорожче, ніж, наприклад, в тій же Чехії. Пропаганда і недолік інформації про саму Україну. У багатьох країнах люди думають, що всі українці невиховані, люблять випити, неосвічені і взагалі, що Хрещатиком гуляють ведмеді. Такий стереотип вже існує досить давно. Така реклама знижує рівень відвідуваності нашої країни.

Україна - велика країна, в якій є величезні можливості для розвитку туризму як внутрішнього, так і в'їзного. Унікальні природні явища, краси природи, єдині в своєму роді, великі історичні місця, споруди, культура, література, мистецтво, все це робить нашу країну унікальною і привабливою

для всього світу. Якщо усунути існуючі проблеми, спробувати змінити ситуацію в країні, знайти потрібні підходи до розвитку туризму, то туризм Україні буде нічим не гірше, ніж в будь-якій іншій країні, де туризм розвинений на високому рівні. У нас теж є море, пляжі, інфраструктура, водоспади, гори, печери. Стільки місць, де б іноземні туристи могли проводити свою відпустку. При потрібному підході туризм в Україні буде процвітати і розвиватися, про нашу культуру дізнаватимуться, думка і пропаганда про наш народ змінитися в кращу сторону.

Література:

1. Проблемы развития внутреннего и въездного туризма в России // *Туризм и гостеприимство через призму инноваций. Сборник статей научно-практической конференции*. Москва: Изд-во «Университетская книга», 2017. – с.14-16.
2. Kocziszky György Reputational compliance / György Kocziszky, M.Veress Somosi, T.O.Kobielieva // *Дослідження та оптимізація економічних процесів "Оптимум-2017"* : тр. 13-ї Міжнар. наук.-практ. конф., 6-8 грудня 2017 р. / ред.: О.В.Манойленко, Є.М.Строков.– Харків : НТУ "ХПІ", 2017.– С. 140-143.
3. Перерва П.Г., Нагі С., Кобелева Т.О. Оцінка впливу інноваційної, інвестиційної та маркетингової політики підприємства на рівень конкурентоспроможності // *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки) : зб. наук. пр.* – Харків : НТУ "ХПІ", 2018. – № 15 (1291). – С. 89-94.
4. Pererva P.G. Technology transfer / P.G.Pererva, György Kocziszky, D.Szakaly, M.Somosi Veress - Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. — 668 p.
5. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2012. № 4. С. 230–235.
6. Перерва П.Г., Романчик Т.В. Комплексний підхід до управління конкурентоспроможністю промислової продукції// *Перспективи і пріоритети розвитку економіки України та її регіонів : зб. наук. праць.*– Луцьк : ЛНТУ, 2012.– Вип. 9 (34).– Ч. 2.– С. 9–29.
7. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового управління // *Вісник НТУ «ХПІ»*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2015. – № 59 (1168). – С. 148-152.
8. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи // *Вісник Нац. техн. ун-ту "ХПІ"*. – Харків : НТУ "ХПІ", 2017. – № 24 (1246). – С. 153-158.
9. Перерва П.Г. Потребность в электротехнических средствах автоматизации. Теория и методы определения. - Х. : *Основа*, 1991. - 114 с.
10. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 2. Маркетинг на промышленном предприятии.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
11. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 3. Управление ассортиментом продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 80 с.
12. Перерва П.Г. Практический маркетинг.- Выпуск 4. Исследование рынка промышленной продукции.- М.: НПО «Реклама, информация, маркетинг», 1991.- 96 с.
13. Ткачова Н.П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства // *Економіка розвитку*. – 2011. – № 4 (60). – С. 116-120.
14. Перерва П.Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). – Харьков : *Фактор*, 2009. – 480 с.
15. Экономика и организация труда / И.Н.Погорелов [и др.].– Харьков : *Фактор*, 2007.– 640 с.
16. Перерва П.Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т.А. Комплаенс программа промышленного предприятия.– Харьков-Мишкольц : ООО «Планета-принт», 2019. – 689 с.
17. Перерва П.Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена.- Ростов н/Д : *Феникс*, 2003. - 592 с.
18. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівному підприємстві / П.Г.Перерва / Навч.посібник для машинобудівних спеціальностей.- Харків : «Основа», 1993.- 288с.
19. Гочарова Н.П., Перерва П.Г., Яковлев А.И. Маркетинг инновационного процесса // Учебное пособие - К.: ВИРА-Р, 1998.- 267с.