

умов, в яких функціонує підприємство, професіоналізм і здібності менеджера з логістики прийняти належне рішення.

Зміст запасів постійно пов'язане з витратами, проте господарюючі суб'єкти змушені їх постійно створювати, нестача запасів може привести до втрати прибутку.

До основних завдань управління запасами на підприємстві належить: аналіз стану запасів у різний період часу; встановлення найважливіших першочергових рішень при управлінні запасами; вибір способу дій (моделі) управління запасами; розрахунок кількості придбання; визначення остаточного часу оформлення замовлення.

Для вирішення завдань управління запасами належить: вибір стратегії поповнення запасів, розрахунок критичних крапок, розрахунок точок замовлення, аналіз структури запасів по методу АВС, впровадження систем планиування потреби в матеріалах (MRP-1 і MRP-2), що дає змогу управління запасами, в якій виробництво, і, відповідно, запаси плануються виходячи з попиту на кінцеву продукцію.

Отже, впровадження логістичних рішень для управління запасами приведе до нового рівня розвитку діяльності підприємства, насамперед, забезпечення економічної стійкості у конкурентному середовищі.

Список літератури

1. Глогусь О. Логістика : навч. посіб. Тернопіль : Економ. думка, 2006. 332 с.
2. Крикавський Є. В. Логістика для економістів : підручник. Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка», 2004. 448 с.
3. Пол Р. Мэрфи-Мл., Дональд Ф. Вуд. Современная логистика / пер. с англ. О. Пелявського. М. : Вильямс, 2016. 720 с.
4. Пономарьов Ю. В. Логістика : навч. посіб. Київ : Центр навч. літ., 2009. 328 с.

УДК 338.48

Гридина А. В., студентка

Глизнуца М. Ю., к.э.н., доцент

Перерва П. Г., д.э.н., профессор, заведующий кафедры менеджмента инновационного предпринимательства и международных экономических отношений

Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», г. Харьков, Украина

РОЛЬ ТУРИЗМА В ФОРМИРОВАНИИ ВВП И ОБЕСПЕЧЕНИИ ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Формирование валового внутреннего продукта и обеспечение занятости трудоспособного населения является одной из существенных характеристик экономики любой страны, благосостояния ее народа. Проблема занятости трудоспособного населения рассматривается как одна из наиболее значимых,

поскольку непосредственно связана с перспективами социальной стабильности государства. Она обусловлена демографическими процессами, выступает частью социальной политики, т.е. в определенной мере имеет демографическое и социальное содержание. С экономической точки зрения занятость трудоспособного населения – это система, включающая в себя степень удовлетворения личных потребностей и общественных потребностей в работниках, совокупность отношений по поводу участия населения в трудовой деятельности, выражающая меру его включения в труд.

Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, активизации внешнеторгового баланса. Туризм оказывает огромное влияние на такие ключевые отрасли экономики, как транспорт и связь, строительство, сельское хозяйство, производство товаров народного потребления и другие. Туристическая сфера – это своеобразный катализатор социально-экономического развития страны. Экономическое развитие туризма характеризуется впечатляющими данными по мировому экономическому рынку. Так, по прогнозам Всемирной туристической организации, число туристских прибытий к 2020 г. составит 1,6 млрд человек, мировые доходы от туризма в 2020 г. возрастут до 2 трлн дол. [1]. Туризм является динамично развивающейся отраслью, его роль в мировой экономике непрерывно растет. Рост туристского сектора экономики – это платформа для создания новых рабочих мест. Так, в сфере туризма занято свыше 250 млн человек, т. е. каждый десятый работник в мире. На его долю приходится 7 % общего объема инвестиций, 11 % мировых потребительских расходов, 5 % всех налоговых поступлений [2].

Ежегодно миллионы людей путешествуют, как и внутри страны, так и за ее пределами благодаря развитию туристической индустрии, которая включает в себя миллионы отраслей и факторов, одним из которых является экономическая деятельность в стране.

В настоящее время на экономику страны туризм оказывает положительное влияние так как данная индустрия с каждым днем прогрессирует и занимает отличительная место среди прочих других отраслей страны, дает особое предпочтение дальнейшему развитию туристической деятельности и ее особого вклада в экономику. Именно с туризмом, как основой туристической индустрией, а также туристическим бизнесом, связывают свое будущее многие страны. Как свидетельствуют результаты наших исследований, туристический бизнес во многих странах привносит существенных вклад в ВВП страны, предоставляет рабочие места значительной части трудоспособного населения (табл.1).

Данные табл. 1 позволяют сделать вывод о том, что вклад туристической индустрии в ВВП Украины составляет 5,4%. Конечно, это значительно меньше, нежели вклад в формирование ВВП Украины таких отраслей как промышленность, сельское хозяйство, торговля, транспорт, но все же довольно существенное значение по сравнению с другими видами экономической деятельности. Если же осуществлять сравнение с другими странами мира, то

констатируем низкое место Украины в рейтинге стран мира по вкладу отрасли «туризм» в ВВП

Таблица 1 – Вклад туризма в формирование ВВП и обеспечение занятости населения в странах мира в 2016–2018 гг.

Страны	Вклад туризма в ВВП, %			Занятость в сфере туризма, %		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
Грузия	27,4	32,1	33,7	6,8	8,1	8,6
Греция	19,1	20,0	20,6	11,8	12,2	12,7
Португалия	17,7	17,9	19,1	7,1	7,8	8,1
Австрия	15,2	15,2	15,4	8,5	8,6	8,7
Эстония	15,5	15,4	15,2	4,1	4,0	4,0
Турция	11,3	11,2	12,1	1,6	1,7	1,8
Болгария	11,2	11,5	11,7	2,8	2,9	2,9
Великобритания	10,5	11,0	11,0	4,6	4,8	4,8
Франция	9,3	9,4	9,5	4,4	4,5	4,6
Венгрия	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
Египет	7,4	10,9	11,9	3,0	3,9	4,4
Япония	7,1	7,2	7,4	1,8	1,8	1,8
Беларусь	6,4	6,2	6,4	1,9	1,9	2,0
Украина	5,4	5,6	5,4	1,3	1,3	1,3
Бельгия	5,4	5,4	5,3	2,4	2,4	2,4
Нидерланды	5,2	5,0	5,0	5,6	5,6	5,6
Российская Федерация	4,8	4,7	4,8	1,1	1,1	1,2
Польша	4,4	4,5	4,5	1,9	2,0	2,0
Молдавия	3,1	3,2	3,2	0,8	0,8	0,8

Источник: составлено авторами на основе [1]

Так, из представленных в рейтинге 175 стран мира Украина занимает по критерию процента туризма в ВВП лишь 146 место.

К сожалению, развитие туризма в Украине сейчас обременено комплексом систематических сложных проблем социально-экономического, общественно-политического и инфраструктурные тому подобное. Комплексность и сложность указанных проблем потребует усиления роли государства в обеспечении развития туризма.

Прямое воздействие государства на развитие туризма обеспечивается главным образом такими методами государственного регулирования как правовой метод (на постоянной основе) и программно-целевой метод (на срочной основе).

Занятость населения в туристической сфере способствует решению проблемы рационального использования трудовых ресурсов, привлекая в общественное производство новые контингенты незанятого или частично

занятого населения, что особенно важно для недостаточно развитых промышленных районов.

В общественное производство включается незанятое трудоспособное население, расширяется сфера приложения труда как за счет обслуживания, так и вследствие расширения местного производства для нужд туристов. Российская Федерация, несмотря на высокий туристский потенциал, в настоящее время занимает незначительное место на мировом рынке: ее доля составляет около 1,4 % мирового туристского потока.

По оценкам экспертов, потенциальные возможности Украины позволяют при соответствующем уровне развития туристической инфраструктуры принимать до 10 млн иностранных туристов в год, что может увеличить числа занятых работников в отрасли.

Список литературы

1. Туризм, общий вклад в ВВП (доля, %) // Кноема : сайт. URL: <https://knoema.ru/atlas/topics/Туризм/Общий-вклад-туризма-в-ВВП/Общий-вклад-в-ВВП-доля-percent> (дата обращения: 16.04.2020).
2. Перерва П. Г. Маркетинг туристичної діяльності : конспект лекцій. Харків : НТУ «ХПІ», 2020. 32 с.
3. Перерва П. Г. Комплаенс-программа промышленного предприятия: сущность и задачи. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Серія: Економічні науки. 2017. № 24 (1246). С. 153–158.
4. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Маркетинг инновационного процесса : учеб. пособие. Киев : ВИРА-Р, 1998. 267 с.
5. Перерва П. Г., Коциски Д., Верес Шомоши М., Кобелева Т. А. Комплаенс программа промышленного предприятия. Харьков-Мишкольц : Планета-принт, 2019. 689 с.
6. Перерва П. Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии : учеб. пособие. Харьков : Основа, 1993. 288 с.
7. Ткачова Н. П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116–120.
8. Перерва П. Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков : Фактор, 2009. 480 с.
9. Перерва П. Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д. : Феникс, 2003. 592 с.
10. Pererva P. G., Kocziszky G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.
11. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. Киев : Наук. думка, 1989. 176 с.