

Крім того, в цілому падіння ВВП було меншим, ніж падіння основних секторів економіки (промисловість, транспорт, будівництво, сільське господарство) завдяки компенсаційному зростанню фармацевтичного та хімічного виробництва, харчової промисловості, ІТ-сектора, фінансової сфери та сфери охорони здоров'я.

У 2021 р. зростання ВВП очікується на рівні 4,6%, але це зростання дозволить лише відновити досягнуті в минулому році результати, для подальшого розвитку необхідний комплекс заходів [3]. В короткостроковій перспективі вони повинні бути спрямовані на підвищення платоспроможного попиту населення, а також підтримку ліквідності суб'єктів господарювання шляхом забезпечення їх недорогими кредитами. В подальшому забезпечення макроекономічної стабільності країни повинно відбуватися в напрямку реалізації судової реформи, яка сприятиме залученню інвестицій для зростання економіки як в цілому, так і окремих її секторах.

Література

1. Закон України Про Державний бюджет України на 2021 рік від 31.01.2021 №1158-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1082-20#Text>

2. Каракуц А. Як карантин вплинув на економіку України. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3154276-ak-karantin-vplinu-v-na-ekonomiku-ukraini.html>.

3. Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100–108.

4. Наслідки епідемії COVID-19 та карантинних заходів для провідних секторів економіки України. Дослідження за результатами глибинних інтерв'ю з власниками та топ-менеджерами українських компаній. Київ – Харків: Видавець О. А. Мірошніченко, 2020. — 188 с.

УДК 338.486

Бушуєв П.В.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ВПЛИВ ПАНДЕМІЇ COVID-19 НА СТАЛИЙ РОЗВИТОК ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

З моменту спалаху в Ухані (Китай) на початку січня 2020 року штам нового коронавірусу COVID-19 швидко поширився по всьому світу, що серйозно вплинуло на подорожі та туризм.

У дослідженні аналізується внутрішньопандемічне сприйняття (тобто під час пандемії), а також постпандемічна запланована поведінка туристів в контексті ранніх стадій пандемії COVID-19. За основу було прийнято теорію запланованої поведінки [1] для вивчення запланованих змін в поведінці мандрівників після пандемії. Пункти виміру, включаючи суб'єктивну норму, позицію по цьому питанню і усвідомлений поведінковий контроль, були адаптовані з туристичних досліджень теорії запланованої поведінки [2; 3]. Дані цього дослідження були зібрані за допомогою самокерованої онлайн-анкети, запущеної з використанням соціальних мереж, а також панелі опитування, наданої Tencent Group. З початкового набору даних з 980 відповідей, 11 були вилучені як такі, що мають сумнівну точність. Інші 969 відповідей були збережені для аналізу. Модель постпандемічної запланованої поведінки була проаналізована за допомогою SmartPLS 3. Після підтвердження надійності і достовірності моделі вимірювання був виконаний аналіз. Результати аналізу показали сильний і значний взаємозв'язок між внутрішньопандемічним сприйняттям і постпандемічним наміром подорожувати (β знак дорівнює 0,085, $p < 0,01$). Було проведено аналіз груп респондентів, що не очікували скорочення запланованої відпустки ($n = 525$), і які очікують цього ($n = 444$). Аналіз SEM також показав, що внутрішньопандемічне сприйняття було значно позитивно пов'язане з постпандемічним наміром подорожувати тільки для тих, хто вирішив скоротити свою відпустку (β знак дорівнює 0,111, $p = 0,003$).

Грунтуючись на цих висновках, метод моделювання CHAID був використаний для визначення демографічних профілів цих двох груп. Проведене моделювання надало інформацію про зв'язок між критеріальною змінною і рядом демографічних змінних, охоплених цим дослідженням, включаючи вік, стать, район проживання, рівень освіти, ін. Отримані результати показують, що рівень освіти є найбільш важливим предиктором ($p = 0,000$), оскільки ті, хто мав вищу освіту, з меншою ймовірністю скоротили тривалість своєї наступної відпустки. З іншого боку, респонденти з більш низьким рівнем освіти (середньою освітою або нижче) і, що особливо важливо, ті, хто проживав з утриманцями (дітьми або батьками, бабусями і дідусями), швидше за все, скоротили тривалість своєї відпустки ($p = 0,033$). Крім того, з'ясувалося, що респонденти мали намір істотно змінити свою поведінку в поїздках в результаті спалаху COVID-19. Наприклад, залізничний транспорт був найпопулярнішим видом транспорту для відпочинку всередині країни до спалаху хвороби (38,5%), але менше респондентів планували скористатися цим видом транспорту після епідемії (25,4%). Також частка респондентів, які бажають подорожувати на автобусі, знизилася з 7,1% до 4,3%. Водночас, кількість авіаперельотів знизилася незначно. Найбільш істотна зміна відбулася в поїздках на автомобілі: з 25,4% до епідемії до 41,2% після епідемії.

Результати дослідження вказують на суттєві зміни в поведінці при плануванні поїздок після пандемії, а не у фактичній поведінці, що неможливо було оцінити через контекст і терміни проведення цього дослідження. Зокрема, зниження намірів користуватися громадським транспортом, а також зростання бажання подорожувати на особистому автомобілі потенційно можуть привести до додаткового тиску на існуючу інфраструктуру автомобільного транспорту, хоча це ще належить підтвердити подальшими дослідженнями фактичної поведінки. Також можна очікувати подальшого негативного впливу на туризм, оскільки близько половини респондентів мають намір взяти свою наступну відпустку через шість місяців або довше після того, як пандемія буде взята під контроль.

Крім того, дослідження підтвердило теорію планованої поведінки в контексті туризму в умовах серйозної кризи. Відмінності, виявлені між групами респондентів, свідчать про важливість внутрішньопандемічного сприйняття для намірів подорожувати після пандемії серед тих, хто був більш схильний до скорочення своєї постпандемічної відпустки і, таким чином, ідентифікований як туристи, чутливі до кризи. Це різко контрастує з стійкими до криз туристами, які, ймовірно, будуть старше, з більш високим рівнем освіти і з меншою ймовірністю будуть жити з утриманнями.

Подальші дослідження цієї кризи суспільної охорони здоров'я повинні проводитися на більш широкій та різноманітній вибірці; включати в себе фактичну туристичну поведінку і сприйняття іміджу дестинації в ключових країнах для світової туристичної індустрії, щоб врахувати такі фактори, як культура країни, демографія і інші чинники, які можуть вплинути на заплановану поведінку туристів і їх сприйняття.

Література

1. Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behavior", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, pp. 179-211.
2. Bloomberg News (2020), "Chinese cities and provinces delay return to work due to virus", *Bloomberg News*, 30th January 2020, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-01-30/chinese-cities-and-provinces-extend-holiday-on-virus-outbreak>[Accessed 2nd February 2020].
3. Chen, M.F. and Tung, P.J. (2014), "Developing an extended theory of planned behavior model to predict consumers' intention to visit green hotels", *International Journal of Hospitality Management*, 36, pp. 221-230.
4. Ольшанська О.В. Наукові засади визначення сутності регіону як суб'єкта господарювання та управління /О.В.Ольшанська// Актуальні проблеми економіки. - [науковий економічний журнал] – Київ: НАУ, 2011. – №12. – С. 100–108.

5. Li, J., Nguyen, T.H.H. and Coca-Stefaniak, J.A. (2020), “Coronavirus impacts on post-pandemic travel behaviours”, *Annals of Tourism Research* pp. 2-11.

УДК 378.09

Бєбко С.В., к.е.н.
Київський національний університет
технологій та дизайну

ФУНКЦІОНУВАННЯ СПІЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ COVID-19

Вища освіта є одним із найважливіших сфер соціально-економічного розвитку. Зростає розуміння того, що це ключ до підвищення сукупної могутності держави, економічного процвітання і підвищення рівня життя населення. Без сучасної системи освіти, що відповідає новим викликам і міжнародним стандартам, неможливо побудувати економіку інноваційного типу.

На ринку освітніх послуг відбувається зміна кон'юнктури, відповідно виникає потреба у зміні інструментів залучення абітурієнтів та гарантування їм унікального продукту. Такі завдання ЗВО вирішує ефективніше у складі кооперативного об'єднання з іншими навчальними закладами, а виходячи на міжнародний ринок освітніх послуг ЗВО формує свій позитивний імідж, закріплює позиції та має змогу розвиватись.

Створення спільних освітніх проєктів є сьогодні однією з провідних світових тенденцій у сфері вищої освіти. Вони дозволяють державам підвищувати якість національних людських ресурсів та вдосконалювати національну систему освіти. Однією із форм спільних освітніх проєктів є спільні заклади вищої освіти. Заснування таких закладів має особливе значення в контексті переходу економіки країн світу на інноваційну модель розвитку. Київський національний університет технологій та дизайну став першим українським вишом, який практикує нові форми взаємодії у сфері вищої освіти, відкривши спільний заклад вищої освіти з китайським університетом.

Заснування спільних закладів вищої освіти – це одна з найперспективніших форм кооперації. Імпорт закордонних освітніх ресурсів і експорт національних освітніх послуг є ключовими елементами інтернаціоналізації вищої освіти. Це дозволяє державам підвищувати міжнародну конкурентоспроможність національної системи вищої освіти. Спільний університет можна використати як місце для проведення міжнародних форумів, конференцій, виставок та ярмарок. На його базі можна створювати науково-дослідні інститути, лабораторії та технопарки [3].