

- 1 ускладненням внутрішньої структури об'єктів управління;
- 2 посиленням конкурентної боротьби;
- 3 швидкими темпами зростанням обсягу інформації;
- 4 розширенням зв'язків між підприємствами;
- 5 нестабільністю навколишнього середовища.

Вибір оптимальних варіантів для вирішення проблематики управлінської діяльності підприємств здійснюється завдяки використанню логістичного підходу.

Логістичні концепції дозволяють визначити логістичні процеси, їх характеристики та властивості, особливості господарювання підприємств, процеси формування ринкових відносин, взаємодію виробничих процесів з транспортним обслуговуванням що об'єднуються інформаційними потоками в єдину систему.

Список літератури

1. Конвенція про допомоги у випадках виробничого травматизму N 121 : від 08.07.1964 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_306 (дата звернення: 14.04.2020).
2. Алькема В. Г., Кириченко О. С. Економічна безпека суб'єктів логістичної діяльності : навч. посіб. Київ : Ун-т економіки та права «КРОК», 2016. 350 с.
3. Крикавський Є. В. Логістичне управління. Львів : Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2005. 684 с.

УДК 630.(075.8)

Свистунова К. Р., студентка

Кармінська-Белоброва М. В., к.н.д.у., доцент

Ілляшенко С. М., д.е.н., професор

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, Україна

ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНИХ ЗАСАД ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Глобалізація, соціально-економічна і політична інтеграція, інформаційна революція, яка охопила майже всі країни, змінюють туристичне обличчя світу. Глобальний туристський світ стає все більш цілісним і єдиним, а складові його країни - все більш взаємопов'язаними і взаємозалежними. Зрозуміти й оцінити туристичну життя тієї чи іншої країни сьогодні можна тільки беручи до уваги і враховуючи стан туризму в інших країнах та в світі в цілому. У цих умовах надзвичайно важливо мати цілісну (інтегральну), можна сказати панорамну картину стану туристського світу на даному етапі його історичного розвитку.

Поняття туризму змінювалося з плином часу. Воно розширювалося з виникненням явищ і процесів суспільного, економічного і екологічного характеру, пов'язаних із переміщенням людей із метою споживання,

витратою вільного часу. Діяльність туристичних підприємств в сучасних ринкових умовах господарювання характеризується певними особливостями, а саме: нестабільністю функціонування, непропорційним розвитком виїзного та в'їзного туризму, нерегламентованим та недостатньо контрольованим використанням туристичних ресурсів, низьким рівнем реального платоспроможного попиту населення, недостатньо розвинутою туристичною інфраструктурою, недосконалим правовим полем господарювання підприємств і розвитку підприємницької активності, недосконалістю і періодичною реструктуризацією організаційних структур управління суб'єктами господарювання в туризмі, відсутністю узгодженої програми дій відомств в основних сегментах туристичної індустрії, податковим тиском та відсутністю реальної фінансової підтримки з боку держави щодо підвищення іміджу та активізації просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку тощо.

Незважаючи на відсутність єдності думок у визначенні туризму, беззаперечний факт перетворення туризму в складну соціально-економічних систему. Відповідно до визначення Міжнародної асоціації наукових експертів в галузі туризму, туризм як соціально-економічного система є сукупністю відносин, зв'язків і явищ, що виникають під час переміщення та перебування людей в місцях, відмінних від їх постійного місця проживання і не пов'язаних з їх трудовою діяльністю.

З плином часу змінювалися напрямки та обсяги основних туристичних потоків, істотні зміни зазнали мотиви і потреби, які спонукають людей до подорожей. Значні масштаби і інтенсивність туризму відносяться, безсумнівно, до числа характерних явищ сучасного часу. У найзагальнішому вигляді туризм являє собою просторове переміщення населення з рекреаційними цілями. Таке тлумачення туризму характеризує його як процес, т. е. як явище, що знаходиться в динаміці. Так визначення туризму як системи слід ґрунтуватися на принципі розрізнення. Суть розрізнення ніщо інше, як розрізнення позначення. Інакше кажучи, слід розрізняти поняття туризм як система і поняття туризм як процес.

В сучасних умовах посилення глобалізаційних процесів, соціально-економічних та політичних трансформацій в Україні туристична галузь як складова економічного комплексу характеризується такими властивостями і функціями:

- є джерелом валютних надходжень для країни;
- розширює вкладення у платіжний баланс і ВВП країни;
- створює туристичні послуги, формує туристичний продукт і здійснює його реалізацію, активно використовуючи маркетингові комунікації;
- сприяє диференціації економіки, створюючи галузі які обслуговують сферу туризму;
- формує ринок туристичних послуг за різними рівнями комплексності;
- працює як мультиплікатор росту національного доходу, валового внутрішнього продукту, зайнятості населення;
- сприяє розвитку місцевої інфраструктури;

- зростанням зайнятості у сфері туризму збільшуються доходи населення і підвищується рівень добробуту нації;
- є сферою, в якій дешево створюються робочі місця та забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- є досить ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історикокультурної спадщини країни, що є матеріальною основою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;
- функціонує у взаємозв'язку практично з усіма галузями і видами діяльності людей;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі тощо.

З огляду на виокремлені функції, туризм належить до найбільш ефективних індустріальних комплексів, якими не варто нехтувати, особливо при розв'язанні проблем виходу економіки з кризи за рахунок її структурної перебудови. До того ж, туризм є також однією із небагатьох сфер діяльності, де залучення нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу, зменшуючи цим самим соціальну напругу у суспільстві. Незважаючи на зростання інтересу як закордонних, так і вітчизняних науковців до проблем туристичної галузі, кількість ґрунтовних досліджень щодо її розвитку в Україні залишається недостатньою.

Попри уже досить значний доробок української економічної науки щодо розробки теоретико-методологічних засад регіональних досліджень розвитку туризму, низка питань все ще потребують уваги і детального аналізу. Досі існує невизначеність у галузевому та просторовому аспектах аналізу розвитку туристичної сфери на регіональному рівні. Зокрема, розмежування потребують категорії туристичний регіон, туристична сфера та дестинація, а також бракує визначеності конкретних суб'єктів розвитку регіональної туристичної сфери. Без сумніву, починаючи з ХХІ століття, під впливом суспільнополітичних чинників туризм як сфера задоволення потреб людини, яка подорожує, перетворився на індустрію – складову світового господарства, потужний комплекс національних економік, що функціонує у тісному взаємозв'язку з природним середовищем, економічною системою, суспільством у цілому.

Список літератури

1. Моїсєєва Н. І. Інноваційний розвиток туристичної сфери регіону: теорія, методологія, практика : монографія. Миколаїв : ФОП Швець В. М., 2018. 330 с.
2. Перерва П. Г. Маркетинг туристичної діяльності : конспект лекцій. Харків : НТУ «ХП», 2020. 32 с.
3. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : ЦУЛ, 2007. 224 с.
4. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Маркетинг инновационного процесса : учеб. пособие. Киев : ВИРА-Р, 1998. 26 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. Товажнянський В. Л., Перерва П. Г., Кобелева Т. О. Банкротство, санація та реструктуризація підприємства як економічні категорії антикризового

управління. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2015. № 59 (1168). С. 148–152.

7. Перерва П. Г. Управление маркетингом на машиностроительном предприятии : учеб. пособие. Харьков : Основа, 1993. 288 с.

8. Ткачова Н. П., Перерва П. Г. Розвиток методів аналізу фактичного стану конкурентних переваг підприємства. *Економіка розвитку*. 2011. № 4. С. 116–120.

9. Перерва П. Г. Трудоустройство без проблем (искусство самомаркетинга). Харьков : Фактор, 2009. 480 с.

10. 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.

11. Гончарова Н. П., Перерва П. Г., Яковлев А. И. Новые технологические системы: качество, потребность, эффективность. Киев : Наук. думка, 1989. 176 с.

12. Перерва П. Г. Самомаркетинг менеджера и бизнесмена. Ростов н/Д. : Феникс, 2003. 592 с.

13. Pererva P. G., Kocziszky G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc : NTU «KhPI», 2012. 668 p.

УДК 336

Скрабут А. М., студент

Науковий керівник: Глухова В. І., к.е.н., доцент

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, м. Кременчук, Україна

ЗАЛУЧЕННЯ ПОЗИК З ЄДИНОГО КАЗНАЧЕЙСЬКОГО РАХУНКУ НА ПОКРИТТЯ ДЕФІЦИТУ БЮДЖЕТУ ПЕНСІЙНОГО ФОНДУ УКРАЇНИ

Основним завданням Пенсійного фонду України (далі – ПФУ) є своєчасна та повноцінна виплата пенсій пенсіонерам. Пенсійне забезпечення в Україні є основною складовою державної системи соціального захисту населення. Відповідно, воно може вважатися досконалим лише тоді, коли національна пенсійна система є фінансово стабільною і захищеною від ризиків. Базовим фінансовим механізмом здійснення державного пенсійного забезпечення виступає Пенсійний фонд України [1].

Розглянемо динаміку обсягу власних доходів, видатків та дефіциту бюджету Пенсійного фонду України за 2014–2018 роки, яка представлена рис. 1.