

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Гаврилюк Світлана Павлівна

*к.е.н., доцент, доцент кафедри туризму
ВНЗ Університет економіки і права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: Gavrylyuks@krok.edu.ua,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1001-4046>*

CURRENT TRENDS IN TOURIST DEVELOPMENT ENTREPRENEURSHIP IN UKRAINE

Havryliuk Svitlana

*PhD of economics, Associate Professor, Associate Professor of Tourism
Department, «KROK» University, Kyiv, Ukraine,
e-mail: Gavrylyuks@krok.edu.ua,
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1001-4046>*

Анотація. Актуальність теми дослідження полягає у тому, що туристичне підприємництво відіграє важливу роль у вирішенні соціально-економічних проблем, таких як створення нових робочих місць, скорочення рівня безробіття, здійснює вагомий внесок у формування валового внутрішнього продукту і національного доходу країни, є каталізатором розвитку регіонального бізнесу, пов'язаного з обслуговуванням туристів. У зв'язку з цим у роботі представлена наукова дискусія щодо тенденцій та перспектив розвитку туристичного підприємництва в Україні.

Метою публікації є дослідження теоретичних та практичних засад підприємницької діяльності туристичних підприємств з ураху-

ванням галузевих особливостей, вивчення проблем розвитку підприємництва у сфері туризму.

Методологічною основою дослідження є загальнотеоретичні та специфічні методи, зокрема, метод логічного узагальнення (логіко-діалектичний) для розкриття сутності та змісту категорії «підприємництво», метод наукової абстракції при обґрунтуванні сутності поняття «туристичне підприємництво»; графоаналітичний метод для аналізу, порівняння і наочного відображення показників розвитку і результативності туристичної діяльності. Інформаційною базою дослідження стали законодавчі та нормативно-правові акти з питань туристичного підприємництва, статистичні дані Державного комітету статистики України, результати наукових розробок вітчизняних і зарубіжних вчених. Періодом дослідження обрано 2010-2020 рр.

Короткий виклад змісту. У публікації представлена наукова дискусія щодо тенденцій та перспектив розвитку підприємництва у туристичному бізнесі. Розглянуто сутність підприємництва, сформульовано погляди різних науковців на підприємництво в історичній ретроспективі та з'ясовано їх відмінності, обґрунтовано визначення туристичного підприємництва. Визначена роль туристичного підприємництва у розвитку економіки країни. Узагальнені особливості підприємницької діяльності в туризмі з урахуванням галузевої специфіки.

Проведено комплексний аналіз розвитку підприємництва у сфері туризмі на сучасному етапі. Визначені основні умови здійснення туристичного підприємництва, розкриті основні напрямки та форми розвитку підприємництва на ринку туристичних послуг України. Охарактеризовано суб'єкти підприємницької діяльності у сфері туризму та їх склад. Досліджено основні показники фінансово-господарської діяльності різних за розміром підприємств виду діяльності 79.1 «діяльність туристичних агентств і туристичних операторів» в динаміці. Визначено проблеми, що виникають при здійсненні підприємницької діяльності у туризмі. Запропоновано заходи активізації підприємницької діяльності туристичних підприємств, що дозволить істотно збільшити їх соціально-економічний вплив на економіку країни.

Висновки. Дослідження теоретично доводить та підтверджує, що розвиток туристичного підприємництва та впровадження ефектив-

них форм ведення туристичного бізнесу забезпечить сталий розвиток туристичної галузі України в перспективі. Результати проведеного дослідження можуть бути корисними у практичній роботі туристичних фірм, які прагнуть підвищити ефективність своєї діяльності.

Ключові слова: підприємництво, туристичне підприємництво, особливості туристичного підприємництва, суб'єкти підприємницької діяльності у сфері туризмі, основні тенденції розвитку туристичного підприємництва

Формули: 0, рис.: 5, табл.: 7, бібл.: 15.

Abstract. The topicality of the research topic is that tourism entrepreneurship plays an important role in solving socio-economic problems, such as job creation, reducing unemployment, makes a significant contribution to the formation of gross domestic product and national income, is a catalyst for regional business, related to tourism services. In this regard, the article presents a scientific discussion on trends and prospects for tourism entrepreneurship in Ukraine.

The objective of the publication is to study the theoretical and practical principles of entrepreneurial activity of tourism enterprises, taking into account the industry characteristics, to study the problems that hinder its development in tourism.

The methodological basis of the study is general theoretical and specific research methods, in particular, the method of logical generalization (logical and dialectical) to reveal the subject matter and content of the category «entrepreneurship», the method of scientific abstraction in substantiating the concept of «tourism entrepreneurship»; graphoanalytical method for analysis, comparison and visualization of indicators of development and effectiveness of tourism activities. The information base of the study was the legislation and regulations on tourism entrepreneurship, statistics of the State Statistics Committee of Ukraine, the results of scientific developments of domestic and foreign scientists. 2010-2020 was chosen as the research period.

Summary of content. The publication presents a scientific discussion on trends and prospects for entrepreneurship in the tourism business. The essence of entrepreneurship is considered, the views of various scholars on entrepreneurship in historical retrospect are formulated their differences

are clarified; the definition of tourist entrepreneurship is substantiated. The role of tourism entrepreneurship in the development of the country's economy is determined. Features of entrepreneurial activity in tourism are generalized, taking into account industry specifics.

A comprehensive analysis of business development in the field of tourism at the present stage is conducted. The basic conditions of realization of tourism business are defined. The main directions and forms of business development in the market of tourism services of Ukraine are revealed. Entrepreneurs in the field of tourism and their composition are described. The main indicators of financial and economic activity of enterprises of different sizes by type of activity 79.1 «activities of travel agencies and touroperators» are investigated in dynamics. The problems that arise in carrying out business activities in tourism are identified. Measures to intensify the business activities of tourism enterprises are proposed, which will significantly increase their socio-economic impact on the country's economy.

Conclusions. The study theoretically proves and confirms that the development of tourism entrepreneurship and the introduction of effective forms of tourism business will ensure the sustainable development of the tourism industry in Ukraine. The results of the study can be useful in the practical work of travel agencies that seek to increase the efficiency of their activities.

Keywords: entrepreneurship, tourist entrepreneurship, features of tourist entrepreneurship, business entities in the field of tourism, the main trends in tourist entrepreneurship

Формули: 0, рис.: 5, табл.: 7, бібл: 15.

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є забезпечення конкурентоспроможної на світовому ринку туристичної галузі завдяки найбільш повному задоволенню рекреаційних потреб споживачів, комплексному розвитку курортних територій, збільшенню обсягів внутрішнього та іноземного туризму, підвищенню ефективності виробничо-продуктової діяльності. Здійснення успішної діяльності на ринку туристичних послуг можливе завдяки глибоким знанням законів і закономірностей ринкової економіки, особливостей здійснення підприємницької діяльності в туризмі.

Серед чинників сталого розвитку туризму у більшості країн світу, у тому числі в Україні, важливу роль відіграє підприємницька діяльність та суб'єкти, що її здійснюють. Для створення сприятливих умов реалізації програм підвищення ефективності туристичної діяльності та конкурентоспроможності туристичних підприємств необхідно вміти, з одного боку, ефективно використовувати фактори виробничо-продуктової діяльності, прагнути до отримання прибутку, а з іншого – реалізовувати творчий потенціал працівників, впроваджувати сучасні підприємницькі технології.

Проблеми й особливості здійснення підприємницької діяльності у сучасних умовах господарювання знаходять своє відображення в наукових економічних дослідженнях. Принципи підприємництва, класифікація форм і видів суб'єктів підприємства в туризмі, організація та планування туристичної діяльності у ринкових умовах відображаються у наукових публікаціях таких вітчизняних учених, як Мальська М.П., Герасименко В.Г., Дядечко Л.П., Єрмоленко О.Г., Нездоймінов С.Г., Пуцентейло П. Р., Мельниченко С.В., Мелько Л.Ф. та ін. Однак питання удосконалення управління підприємницькою діяльністю не втратили своєї актуальності для підприємств туристичної сфери і вимагають подальших системних досліджень з урахуванням галузевої специфіки та сучасних умов господарювання.

На практиці кожне підприємство самостійно вирішує завдання організації управління та вибору ефективних технологій ведення бізнесу. Насьогодні вітчизняні туристичні підприємства недостатньо активні в основних сферах їхньої діяльності. Зокрема, у фінансовій сфері немає пошуку найбільш вигідних джерел фінансування туристичної діяльності, організаційні форми туристичних підприємств не завжди обґрунтовані стосовно їх розміру та обсягів діяльності, матеріально-технічне забезпечення не відповідає сучасним вимогам. У туризмі відсутній дієвий механізм підтримки підприємництва з боку

державних органів, який би відповідав сучасним потребам. Вищевказані проблеми спонукають до пошуку методів активізації підприємницької діяльності вітчизняних туристичних підприємств, що й становить наукове завдання дослідження. У цих умовах актуальним є вивчення теоретичних та практичних засад підприємницької діяльності туристичних підприємств з урахуванням галузевих особливостей, вивчення проблем, що перешкоджають її активізації.

Серед чинників розвитку туризму більшості країн світу, у тому числі і в Україні, важливу роль за сучасних умов господарювання відіграють підприємництво та суб'єкти, що його здійснюють, – підприємці. Термін “підприємництво” вперше запровадив у XVIII ст. англійський учений Річард Кантільон. Він визначив підприємництво як особливий вид економічної діяльності, спрямованої на отримання доходу (прибутку), що пов'язана з господарським ризиком. Підприємця Кантільон визначив як людину з нефіксованими доходами, яка сплачує певну ціну за продукт і перепродує його за невизначеною ціною, приймаючи на себе ризики [1].

Французький вчений Жан-Батіст Сей сформулював визначення підприємницької діяльності як поєднання, комбінування трьох класичних факторів виробництва – землі, капіталу і праці. Ж.Б. Сей визнавав активну роль підприємця у виробництві продукту як рушійну силу економічного розвитку, що на власний ризик, за свій рахунок і на свою користь береться виробити який-небудь продукт [2].

Лише на межі 19–20 ст. починається усвідомлення значення і ролі інституту підприємництва. Французький економіст Андре Маршалл першим додав до згаданих вище трьох класичних факторів виробництва (земля, капітал, праця) четвертий фактор – організацію. З цього часу поняття підприємництва розширюється, як і виконуваним ним функції. Однак слід зазначити, що класики-засновники економічної науки представляли еко-

номіку як саморегулюючий механізм, у якому творчому підприємству не було місця.

Американський економіст Йозеф Шумпетер вперше трактував поняття “підприємця” як новатора: “Підприємцями ми називаємо господарських суб’єктів, функцією яких є здійснення нових комбінацій і які виступають як його активний елемент” [3]. Основними функціями підприємця за Й. Шумпетером є створення нових благ; освоєння нових ринків збуту, джерел сировини; впровадження нових методів виробництва.

Поняття «підприємництво» постійно поповнюється елементами нового змісту, що зумовлює потребу у його системному вивченні. У сучасній економічній науці до факторів розвитку бізнесу відносять не тільки працю і капітал, але і підприємницькі здібності, що утворюють особливий ресурс – інтелект. Це дає підстави стверджувати, що для підприємця у сфері туризму головним ресурсом є не тільки гроші, знаряддя чи предмети праці, але й уміння господарювати, знання психології споживачів туристичних послуг, розуміння рекреаційних потреб споживачів. Підприємець виступає ініціативним та самостійним агентом ринку, діє на свій страх і ризик, використовуючи власні ресурси, та несе повну відповідальність за результати своєї діяльності.

Сучасна наукова економічна література розглядає підприємництво з різних позицій: як економічну категорію, метод господарювання, а також тип економічного мислення. На думку науковця Варналія З.С. підприємництво як економічна категорія – це «особливий тип господарювання, де головним суб’єктом є підприємець, який раціонально поєднує (комбінує) фактори виробництва на інноваційній основі і власній відповідальності, організує і керує виробництвом з метою одержання підприємницького доходу» [4]. У даному визначенні вказуються дві головні ознаки підприємництва: по-перше, це особливий тип суб’єкта господарювання зі своїми новатор-

ськими здібностями; по-друге, успіх побудовано на інноваційній діяльності.

Суть підприємництва як методу господарювання розкривають його основні функції – ресурсна, організаційна та творча. Розглядаючи їх детальніше, зазначимо, що ресурсна функція передбачає, що підприємництво націлене на найбільш ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових та інформаційних ресурсів з урахуванням досягнень науково-технічного прогресу. Організаційна функція зводиться до діяльності з організації виробництва, збуту, маркетингу, менеджменту і реклами. Творча функція полягає у генеруванні та реалізації нових ідей, реалізації техніко-економічних, наукових розробок і проєктів, пов'язаних із господарським ризиком.

Підприємництво як особливий тип економічного мислення характеризується оригінальними поглядами і підходами до прийняття рішень, які реалізуються у практичній діяльності. Центральну роль тут відіграє особа підприємця, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, сфер застосування капіталу. Виходячи з цього підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців стосовно організації, розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту [5]. Отже, сутність підприємництва зосереджується у вияві ініціативної, новаторської, самостійної діяльності. А його мета зводиться, з одного боку, до отримання прибутку або особистого доходу, а з іншого – до найбільш ефективного використання виробничих факторів, прагнення реалізувати творчий людський потенціал.

Одне із найбільш вдалих формулювань, на наш погляд, наведено у статті Паустовської Т.І.: “Підприємництво – це діяльність, яка пов'язана із вкладенням коштів з метою отримання прибутку на основі поєднання особистого зиску із суспільною вигодою” [6].

Правові засади розвитку підприємництва в Україні започатковані у Господарському кодексі України. Згідно Господарського кодексу підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [7]. Отже, до підприємництва відноситься й діяльність з надання туристичних послуг, що є об'єктом туристичного підприємництва. Таким чином, можна сформулювати визначення *туристичного підприємництва* як діяльності, пов'язаної з комплектуванням і реалізацією турпродуктів та окремих туристичних послуг, необхідних для задоволення рекреаційних потреб туристів з метою отримання прибутку.

Виникнення підприємництва у сфері туризму пов'язане з його переходом на комерційну основу, тобто з появою платних подорожей. Матеріальною основою підприємницької діяльності є приватна власність на засоби виробництва. Для розвитку підприємництва у туризмі необхідні й інші економічні умови, а саме:

- політична, економічна й соціальна стабільність у регіоні; розвинута туристична інфраструктура, що підтримує розвиток туристичного бізнесу;

- пільговий податковий режим для соціальних видів туризму; інтеграція України у європейські та світові економічні структури, гнучкий механізм участі туризму у глобалізаційних процесах.

Законом України «Про туризм» встановлено певні обмеження щодо здійснення підприємницької діяльності в туризмі. Зокрема, без спеціального дозволу (ліцензії), що видається Державним агентством розвитку туризму, не можна здійснювати туроператорську діяльність. Ліцензія надає туроператору право на надання послуг з оформлення документів для виїзду

за межі України та право використовувати у своїй назві слово «туроператор». Вимоги до організації туристичної діяльності, що підлягає ліцензуванню, відображені в р. 4 Закону України «Про туризм» [8]. Питання, пов'язані з видачею ліцензій на туроператорську діяльність, урегульовані Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності», затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 02.03.2015 р. [9]. Крім зазначених законодавчих актів, правові засади ліцензування туроператорської діяльності встановлені у Постанові Кабінету Міністрів України «Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності» [10]. Здійснюючи підприємницьку діяльність, не можна завдавати шкоди довкіллю, порушувати права та інтереси громадян і підприємств; за завдані шкоду чи збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Підприємницька діяльність у сфері туризму має наступні особливості:

- організація підприємницької діяльності у туризмі передбачає, що для споживання турпродукту або окремих туристичних послуг турист повинен особисто прибути у місце їх надання; відокремленість попиту та пропозиції турпослуг потребує ретельного планування туристичної діяльності;

- для розвитку туристичного підприємництва необхідне використання розвинутої індустрії туризму, яка з'явилася завдяки масовому попиту на туристичні послуги. Індустрія туризму представляє собою сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспортні організації, заклади культури тощо), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів;

- здійснення підприємництва у туризмі зазвичай пов'язане з культурологічною спрямованістю туристичного обслуговування, що несе у собі пізнавальний аспект, а туристична пос-

луга справляє глибоке емоційне враження (наприклад, висока пізнавальна сила впливу розповіді екскурсовода тощо);

– підприємницька діяльність у туризмі здійснюється на основі договору купівлі-продажу туру, згідно з яким одна сторона (туроператор, турагент) за узгоджену плату зобов'язується забезпечити надання іншій стороні (туристу) комплексного туристичного продукту. Турист, сплативши повну вартість турпаketу, може ознайомитися з послугами, що входять до його складу, тільки у приймаючій дестинації;

– вплив сезонності на здійснення підприємницької діяльності в туризмі, у зв'язку з чим підприємці з метою активізації збуту туристичних послуг вимушені використовувати знижки чи інші пільги для стимулювання попиту туристів. Туристичні послуги (місця в готелі, каюти круїзного лайнера, квитки на поїзд, ін.) не можуть накопичуватися і зберігатися для подальшого споживання. Якщо продаж не відбувся, підприємство зазнає збитків.

Таким чином, туристичне підприємництво передбачає діяльність з одержання прибутку від комплектування та реалізації турпродуктів чи окремих послуг, необхідних для задоволення потреб туристів, а підприємництво у туризмі – це сукупність різних видів діяльності, покликаних задовольняти комплексні потреби туристів у відпочинку та подорожах і забезпечувати отримання прибутку підприємцям.

Структура туристичної галузі передбачає співіснування різних за розмірами підприємств, об'єктивною основою яких є форми організації виробничо-продуктової діяльності. Підприємницька діяльність здійснюється у різних масштабах і суб'єкти підприємництва поділяються на малі, середні та великі. Сучасна практика господарювання свідчить, що різні за розміром підприємства взаємодоповнюють одне одного. Сприятливі умови для розвитку різних за масштабами діяльності підприємств дають гарні результати на загальногалузевому рівні. Тому

економіка західних країн базується на великих організаційно-господарських структурах, які підтримують її стабільність та кращу керованість, створюють потенціал для великомасштабної реалізації інновацій, і на підприємствах малого бізнесу, які забезпечують гнучкість операційної діяльності та індивідуалізацію обслуговування споживачів, створення конкурентного середовища і підвищення інтенсивності конкуренції, що приводить до прогресивного розвитку галузі та економіки в цілому.

У нормативних актах України застосовують два основних критерії класифікації підприємств за розміром: кількість працюючих та обсяг валового доходу. Аналізуючи розвиток підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні, слід зазначити, що підприємства-суб'єкти туристичної діяльності у своїй переважній більшості – малі. Згідно даних Держкомстату частка малих підприємств серед загальної кількості туристичних підприємств у 2020 р. становила 99,9% (табл. 1).

Зауважимо, що серед малих підприємств у туризмі переважають мікропідприємства, які мають середню кількість працівників, що не перевищує 10 осіб за рік, а річний дохід від реалізації послуг не більше суми, еквівалентної 2 мільйонам євро [7]. Частка мікропідприємств за 2010-2020 роки на ринку туристичних послуг постійно підвищувалася і у 2020 році перевищила 98%.

Натомість питома вага середніх підприємств упродовж останніх років становила менше 1%, а великі туристичні підприємства взагалі були відсутні серед зареєстрованих суб'єктів туристичної діяльності в Україні.

Специфічною рисою сучасного розвитку підприємництва в туризмі України є формування за роки ринкових відносин сегменту фізичних осіб-підприємців, що здійснювали туристичну діяльність самостійно на власний ризик з метою отримання прибутку: їх кількість у 2019 р. налічувала 7044 од. і зросла порівняно з 2010 р. (5463 од.) на 1581 од., що склало 28,9% (рис.1).

Таблиця 1

**Зміни у структурі підприємств за видом діяльності
79.1 «діяльність туристичних агентств
і туристичних операторів» за розміром в Україні**

Роки	Туристичні підприємства							
	Середні		Малі		Мікропідприємства		Всього	
	Од.	Питома вага,%	Од.	Питома вага,%	Од.	Питома вага,%	Од.	Питома вага,%
2010	41	0,4	9155	99,6	8926	97,1	9196	100,0
2011	39	0,5	7595	99,5	7377	96,6	7634	100,0
2012	34	0,5	7294	99,5	7096	96,8	7328	100,0
2013	29	0,3	8742	99,7	8555	97,5	8771	100,0
2014	23	0,2	9361	99,8	9208	98,1	9384	100,0
2015	17	0,2	8551	99,8	8411	98,2	8568	100,0
2016	14	0,2	8203	99,8	8059	98,1	8217	100,0
2017	15	0,2	8683	99,8	8551	98,3	8698	100,0
2018	15	0,2	9347	99,8	9200	98,3	9362	100,0
2019	13	0,1	10238	99,9	10084	98,4	10251	100,0
2020	13	0,1	9925	99,9	9830	98,9	9938	100,0
Абс. відхилення за 2010-2020 рр., ±	-28	-0,3	770	0,3	904	1,8	742	0
Відн. відхилення за 2010-2020 рр., %	-68,3	-75	8,4	0,3	10,1	1,9	8,1	0

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

У 2020 р. чисельність зареєстрованих фізичних осіб-підприємців знизилась на 219 од. або на 3,1% (до 6825 од.) порівняно з попереднім періодом.

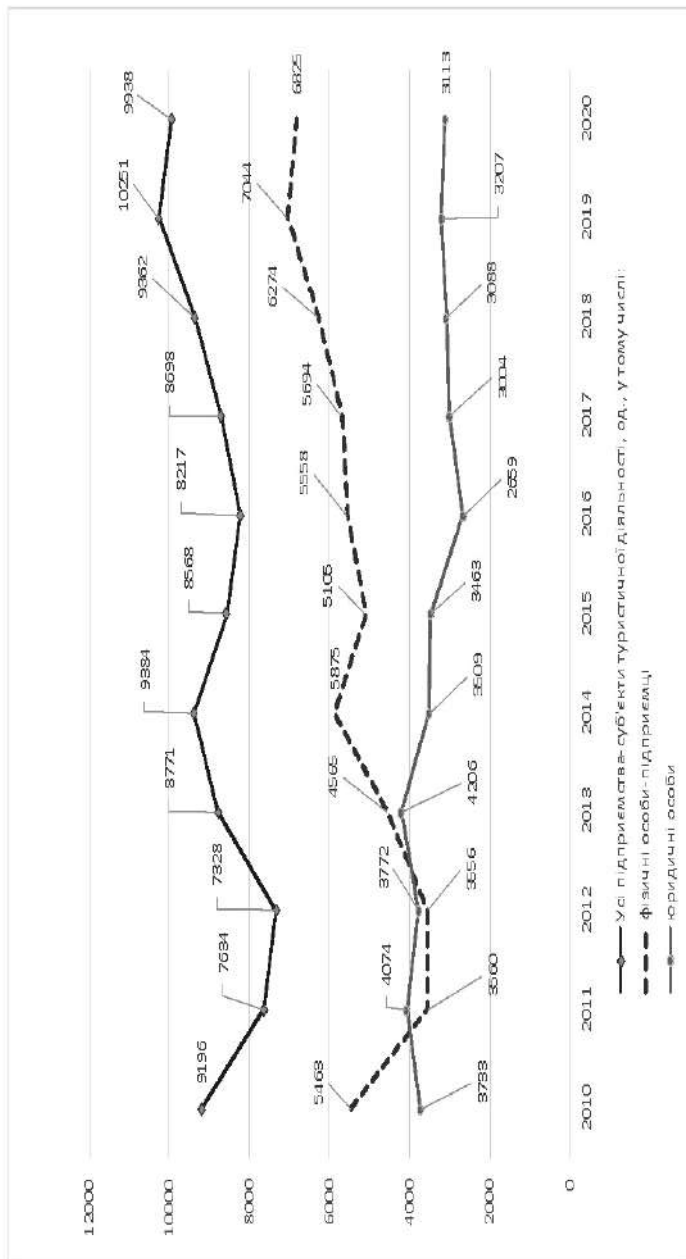


Рис. 1. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності України
Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [11]

Кількість малих туристичних підприємств упродовж 2010-2019 рр. мала тенденцію до збільшення (від 9155 од. у 2010 р. до 10238 од. у 2019 р., що склало 1083 од. або 11,8%) на фоні підвищення загальної кількості суб'єктів підприємницької діяльності в туризмі за цей період на 1055 од. (від 9196 од. у 2010 р. до 10251 од. у 2019 р.), або на 11,5%. Чисельність середніх підприємств за досліджуваний період навпаки скоротилася – від 41 од. у 2010 р. до 13 од. у 2019 р., або на 68,3%. У 2020 році під впливом негативних тенденцій, що склалися на ринку туристичних послуг, при незмінній чисельності середніх підприємств кількість малих суб'єктів туристичної діяльності зменшилася на 313 од. (-3,06%), що привело до зменшення загальної кількості підприємств туристичного бізнесу на цю ж величину.

Як видно з рис. 1 та рис. 2 загальна кількість туристичних підприємств змінювалася нерівномірно, починаючи з 2016 р. стабільно зростала (приріст за 2016-2019 рр. склав 2034 од.) переважно за рахунок малих підприємств суб'єктів туристичної діяльності, а у 2020 р. скоротилась на 313 од. (-3,1%).

Таку динаміку можна пояснити тим, що туристичні підприємства певною мірою відчували на собі тягар економічної, політичної нестабільності бізнес-середовища та вплив біомедичних факторів. Цей вплив посилюється скороченням попиту вітчизняних потенційних туристів передусім через невисокі доходи населення та демографічну кризу, останнім часом зменшується також кількість іноземних туристів по причині політичної нестабільності в Україні та закриття кордонів у зв'язку з карантинними обмеженнями. Крім того, підвищення інтенсивності конкуренції на ринку туристичних послуг привело до того, що частина підприємств у ряді регіонів України опинилися перед необхідністю виходу з ринку, спричиненого високою еластичністю за ціною попиту споживачів туристичних продуктів. Зазначене ймовірно обумовлене також погіршенням і ускладненням умов для ведення господарської діяльності малими ту-

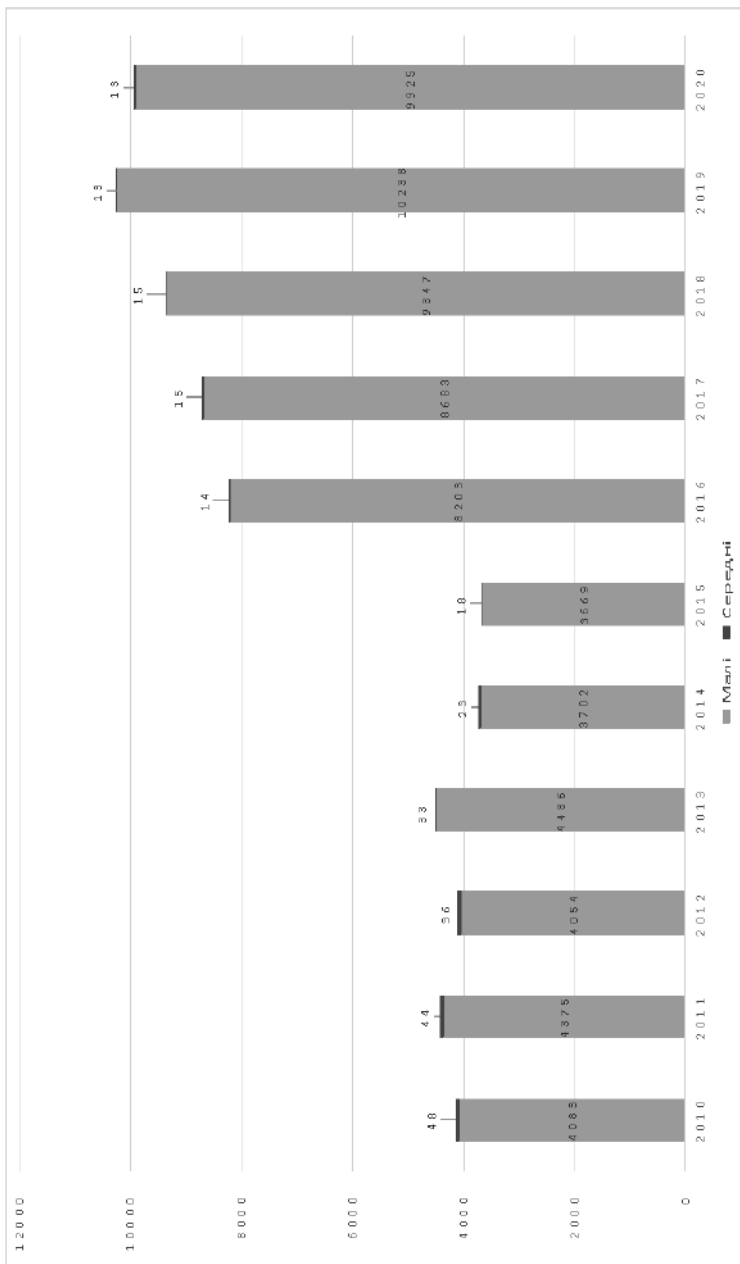


Рис. 2. Динаміка кількості суб'єктів туристичної діяльності в Україні
 Джерело: розроблено автором за даними Державної служби статистики України [11]

ристичними підприємствами, оскільки держава недостатньо стимулює розвиток малого підприємництва, а також уповільненням галузевого розвитку у цілому.

У складі вітчизняних туристичних підприємств найбільша частка належить підприємствам різновиду економічної діяльності 79.11 «діяльність туристичних агентств» – 87,9% у 2020 р. і лише 12,1% припадає на суб'єкти туристичного бізнесу, що займалися туроператорською діяльністю (табл. 2).

Як свідчать наведені у таблиці дані, частка турагентств була найбільшою серед малих підприємств – 90,7% у 2010 р., а у 2020 р. зменшилась на 2,6 в.п. і склала 88,1%, незважаючи на тенденцію щодо зростання їх чисельності за цей період від 8303 од. (у 2010 р.) до 8739 од. (у 2020 р.), тобто на 436 од. або на 5,3%.

Середні підприємства-суб'єкти туристичної діяльності у переважній більшості (у 2019-2020 рр. – 92,3%) були зайняті туроператорською діяльністю. На нашу думку надання переваги малими туристичними підприємствами виду економічної діяльності «діяльність туристичних агентств», а середніми – «діяльності туристичних операторів» обумовлено специфікою організації виробничо-продуктової діяльності та обслуговування споживачів тими типами підприємств, які, як правило, здійснюють це на практиці.

Обсяги реалізованих послуг туристичних агентств і туристичних операторів за досліджувані роки зростали як у фактичних цінах (від 1262,96 млн. грн. у 2012 р. до 8792,27 млн. грн. у 2019 р. або у 5,9 разів), так і порівняних цінах, що свідчить про збільшення попиту на послуги цих підприємств. Виключення складає скорочення обсягів реалізації туристичних послуг у 2014 р., що пов'язане з економічною кризою в Україні, військовим конфліктом на Сході та анексією Криму з боку Росії, а у 2020 р. – із запровадженням локдауну і закриттям кордонів у зв'язку з пандемією COVID-19. Зауважимо також, що на ринку туристичних послуг України найбільша частка в обсягах реалізації послуг

**Структура підприємств-суб'єктів туристичної діяльності
за типами з розподілом на середні та малі підприємства в Україні у 2010-2020 рр.**

Роки	Туристичні підприємства																
	середні						малі						Разом				
	кількість, од.	Тур-опера-тори	Тур-опера-тори	Тур-агент-ства	Тур-агент-ства	Тур-опера-тори	кількість, од.	Тур-опера-тори	Тур-агент-ства	Тур-агент-ства	Тур-опера-тори	Тур-агент-ства	Кількість, од.	Тур-опера-тори	Тур-агент-ства	Питома вага, %	
2010	8	33	19,5	80,5	852	8303	9,3	90,7	860	8336	9,4	90,6	8303	860	8336	9,4	90,6
2011	13	26	33,3	66,7	1259	6336	16,6	83,4	1272	6362	16,7	83,3	6336	1272	6362	16,7	83,3
2012	28	6	82,4	17,6	1192	6102	16,3	83,7	1220	6108	16,6	83,4	6102	1220	6108	16,6	83,4
2013	25	4	86,2	13,8	1447	7295	16,6	83,4	1472	7299	16,8	83,2	7295	1472	7299	16,8	83,2
2014	20	3	87,0	13,0	1279	8082	13,7	86,3	1299	8085	13,8	86,2	8082	1299	8085	13,8	86,2
2015	15	2	88,2	11,8	1279	7272	15,0	85,0	1294	7274	15,1	84,9	7272	1294	7274	15,1	84,9
2016	13	1	92,9	7,1	1082	7121	13,2	86,8	1095	7122	13,3	86,7	7121	1095	7122	13,3	86,7
2017	12	3	80,0	20,0	1096	7587	12,6	87,4	1108	7590	12,7	87,3	7587	1108	7590	12,7	87,3
2018	13	2	86,7	13,3	1205	8142	12,9	87,1	1218	8144	13,0	87,0	8142	1218	8144	13,0	87,0
2019	12	1	92,3	7,7	1249	8989	12,2	87,8	1261	8990	12,3	87,7	8989	1261	8990	12,3	87,7
2020	12	1	92,3	7,7	1186	8739	11,9	88,1	1198	8740	12,1	87,9	8739	1198	8740	12,1	87,9

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

припадає на туроператорську діяльність – 64,5% у 2020 р., що більше порівняно з 2012 р. на 2,8 в.п., а частка послуг туристичних агентств у загальних обсягах реалізації становила у звітному році всього 35,5% проти 38,3% у 2012 р., незважаючи на загальну тенденцію збільшення питомої ваги цієї групи підприємств у загальній кількості суб'єктів туристичної діяльності (табл. 3).

Обсяг реалізації послуг у середньому на одне підприємство становив у 2012 р. по групі суб'єктів туроператорської діяльності – 3294,6 тис. грн., по групі турагентств – 294,9 тис. грн., а у 2019 р. відповідно 7750,7 та 503,7 тис. грн. У 2020 р. середня виручка в розрахунку на 1 підприємство скоротилася майже вдвічі: по групі туроператорів – до 3896,4 тис. грн., а по групі турагентств – до 293,4 тис. грн.

Вищі обсяги реалізації послуг туроператорів у розрахунку на одне підприємство обумовлені тим, що їх діяльність спрямована на обслуговування значних туристичних потоків у популярні туристичні центри й курорти, а це у свою чергу забезпечує їм масову реалізацію турпакетів, хоча і за нижчими цінами. У той же час невеликі підприємства – турагентства за характером здійснюваних операцій є роздрібними продавцями і надають невеликі за обсягами послуги безпосередньо кінцевим споживачам – туристам для їх особистого споживання.

Впродовж 2012-2019 рр. на ринку туристичних послуг України простежувалась тенденція щодо збільшення кількості прибуткових підприємств: за цей період їх частка зросла на 14,5% (від 59,3% у 2010 р. до 73,8% у 2019 р.). Кількість збиткових підприємств навпаки скоротилася у загальній структурі суб'єктів туристичної діяльності України на ту ж саму величину (від 40,7% у 2010 р. до 26,2% у 2019 р.). Впродовж 2010–2016 рр. туристичні підприємства України працювали збитково: сума негативного фінансового результату їх звичайної діяльності збільшилася від – 134722,1 тис. грн. у 2013 р. до – 297283,7 тис. грн. у 2016 р. (табл. 4).

Структура обсягів реалізованих послуг суб'єктів туристичної діяльності в Україні за 2012–2019 рр.

Роки	Обсяги реалізації послуг туристичних підприємств									
	Туроператори		турагентства		разом		у середньому на 1 підприємство			
	тис. грн.	Питома вага, %	тис. грн.	Питома вага, %	тис. грн.	Питома вага, %	Туроператор	Турагентство	сттво	
2012	4019368	61,7	1801456	38,3	5820824	100	3294,6	294,9		
2013	3949746	67,3	1960659	32,7	5910405	100	2683,3	268,6		
2014	2694156	67,2	1469282	32,8	4163438	100	2074,0	181,7		
2015	3101275	70,1	1909243	29,9	5010518	100	2396,7	262,5		
2016	3864467	70,2	2457173	29,8	6321640	100	3529,2	345,0		
2017	4773367	64,8	2907239	35,2	7680606	100	4308,1	383,0		
2018	7058057	83,9	3720242	16,1	10778299	100	5794,8	456,8		
2019	9773641	87,0	4528443	13,0	14302084	100	7750,7	503,7		
2020	4667829	64,5	2564733	35,5	7232562	100	3896,4	293,4		
Абс. відхилення за 2012-2020 рр., ±	648461,2	2,8	763276,6	-2,8	1411738	0	601,7876	-1,5		
Відн. відхилення за 2012-2020 рр., %	16,1	4,5	42,4	-7,3	24,3	0,0	18,3	-0,5		
Середньорічні темпи зміни, %	2,02	0,57	5,30	-0,91	3,03	0,00	2,28	-0,06		

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

Протягом 2017–2019 рр. ситуація стабілізувалася і туристичні підприємства за підсумками звичайної діяльності, пов’язаної з наданням туристичних послуг, отримали у загальному підсумку позитивний фінансовий результат до оподаткування, що склав у 2017 р. 39217,1 тис. грн., у 2018 р. – 23075,2 тис. грн., а у 2019 р. – 127046,2 тис. грн. Це свідчить про скорочення кількості збиткових турфірм за вказаний період, покращення загального управління суб’єктами туристичної діяльності і умов ведення туристичного бізнесу на окремих сегментах ринку.

Таблиця 4

Фінансові результати від звичайної діяльності підприємств за видом економічної діяльності 79.1 «діяльність туристичних агентств і туристичних операторів» в Україні за 2010–2020 рр., тис. грн.

Роки	Кількість підприємств, од.	Фінансовий результат (прибуток/збиток)	Підприємства, які отримали прибуток		Підприємства, які отримали збиток	
			сума прибутку	частка від загальної кількості, %	сума збитку	частка від загальної кількості, %
2010	9196	-134722,1	129277,4	59,3	263999,5	40,7
2011	7634	-99220,4	112088,4	63,2	211308,8	36,8
2012	7328	-106968,9	130816,2	63,4	237785,1	36,6
2013	8771	-408403,1	167461,2	67,9	575864,3	32,1
2014	9384	-236841,0	116566,6	64,6	353407,6	35,4
2015	8568	-198650,9	186529,7	74,8	385180,6	25,2
2016	8217	-297283,7	217316,7	73,4	514600,4	26,6
2017	8698	39217,1	202952,9	71,5	163735,8	28,5
2018	9362	23075,2	332361,0	74,9	309285,8	25,1
2019	10251	127046,2	397201,9	73,8	270155,7	26,2
2020	9938	-1065112,5	155231,5	61,5	1220344	38,5

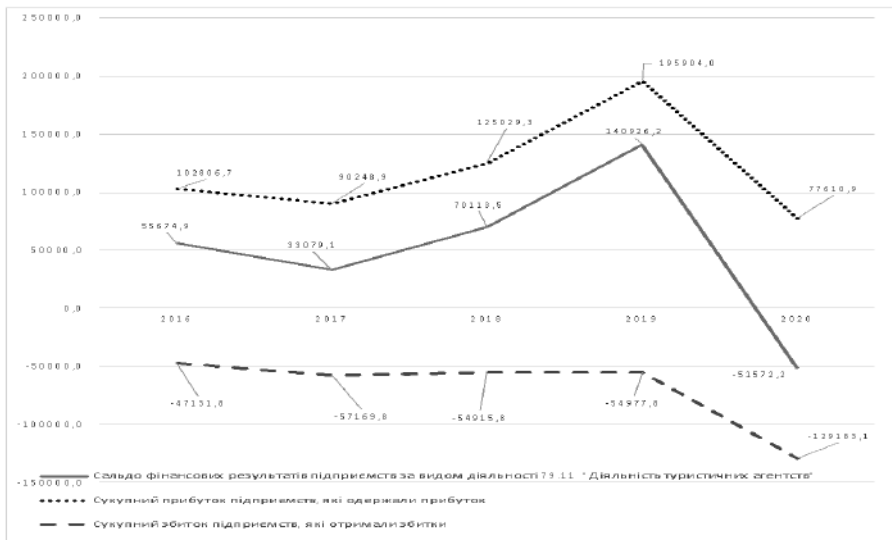
Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

Однак у 2020 р. ситуація знову погіршилася і турпідприємства України зазнали найбільших збитків за весь період, що розглядається, – сума негативного фінансового результату склала –1065112,5 тис. грн.

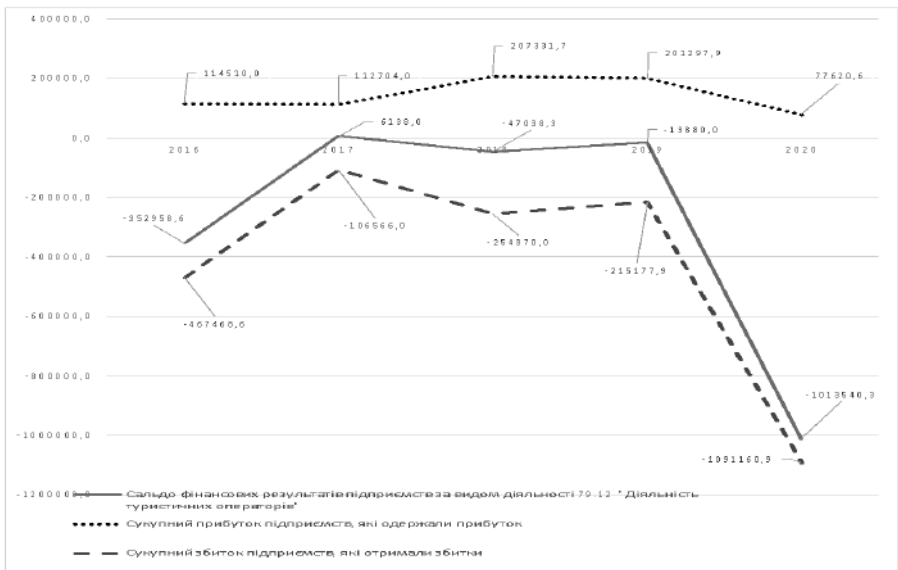
Отже, незважаючи на покращення загальних результатів туристичної діяльності за 2017-2019 рр., у 2020 р. зросла частка суб'єктів туристичного підприємництва, що працювали збитково і опинилися на межі банкрутства.

Вищі фінансові результати протягом 2016-2020 рр. отримували туристичні підприємства за видом діяльності 79.11 «Діяльність туристичних агентств», що пояснюється по-перше їх більшою чисельністю на ринку туристичних послуг в Україні, по-друге кращою фінансовою витривалістю в умовах економічної нестабільності (рис. 3).

Фінансування туристичної діяльності туристичних агентств здійснюється в основному за рахунок залучених коштів (82%) і частково за рахунок власних коштів (18%) [10, с. 36].



а) динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств за видом діяльності 79.11 «Діяльність туристичних агентств»



б) динаміка фінансових результатів до оподаткування підприємств за видом діяльності 79.12 «Діяльність туристичних операторів»

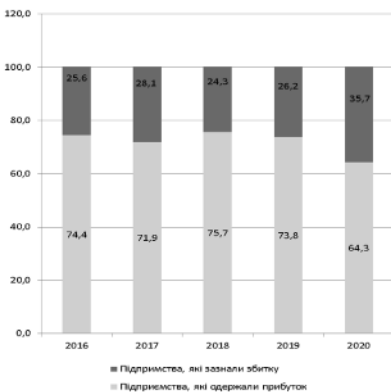
Рис. 3. Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування різних типів туристичних підприємств в Україні за 2016–2020 рр.

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [11]

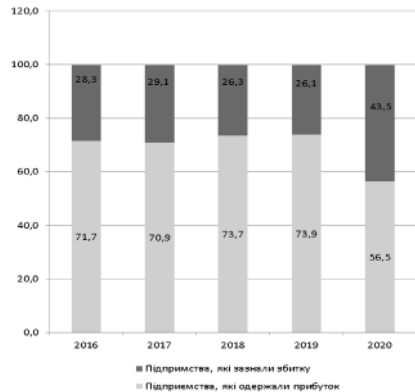
Серед залучених коштів основна частка (в середньому 70%) припадає на поточну кредиторську заборгованість. Висока частка кредиторської заборгованості хоча і знижує фінансову стійкість та платоспроможність організації, проте кредиторська заборгованість, якщо ця заборгованість постачальникам та підрядникам, надає підприємству можливість користуватися грошима деякий час «безкоштовно». Отже, турагентство не вкладає власні кошти у бронювання послуг складових туристичних продуктів, а лише реалізує сформований туроператором турпакет за певну комісійну винагороду, нічим не ризикуючи. Турагент замовляє певний продукт чи послугу тільки тоді, коли клієнт проявляє зацікавленість у придбанні такого продукту, не створюючи запасів туристичних продуктів для продажу і тому

у випадку зменшення чи відсутності попиту споживачів нічого втрачає.

Туроператори протягом 2016–2020 рр. працювали менш ефективно, їх діяльність по формуванню, просуванню та реалізації туристичних продуктів виявилася більш ризиковою, що привело до збитковості діяльності туроператорів за досліджуваний період. Лише у 2017 р. туроператори отримали невеликий сумарний прибуток до оподаткування – 6138 тис. грн. Всі інші досліджувані роки їх діяльність була збитковою. У 2020 р. частка підприємств, що займалися туроператорською діяльністю і зазнали збитку, зросла на 17,6 в.п. (до 43,5%) порівняно з попереднім роком (26,1%), тоді як частка неприбуткових турагентств збільшилася за цей період всього на 9,6% в.п. (від 26,2 до 36,7%) (рис. 4). Специфіка діяльності туроператорів пов'язана з тим, що вони як правило заздалегідь орендують на основі довгострокових контрактів чи угод готелі, мотелі, кемпінги та інші засоби розміщення, літаки, пароплави, автобуси на весь сезон, забезпечуючи тим самим їхню максимальну завантаженість й отримуючи від виробників туристичних послуг значні знижки.



а) туристичні агентства



б) туроператори

Рис. 4. Структура туристичних підприємств України за прибутковістю

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [11]

У зв'язку із карантинними обмеженнями вітчизняні туроператори не змогли реалізувати у 2020 р. заброньовані послуги у повному обсязі, в результаті чого отримали значні збитки.

З метою більш детального оцінювання наявного фінансового потенціалу туристичних підприємств для їх подальшого розвитку проаналізуємо основні індикатори оперативної, середньо- та довгострокової фінансової стійкості, оскільки фінансова стійкість є обов'язковою передумовою довготривалого успішного розвитку підприємств туристичного бізнесу на ринку.

Для оцінки фінансової стійкості у короткостроковій перспективі проведемо розрахунок показників ліквідності (табл. 5).

Результати аналізу ліквідності суб'єктів туристичної діяльності в Україні показали, що протягом 2018-2020 рр. на туристичних підприємствах спостерігалось порушення структури фінансових потоків, фінансування операційної діяльності здійснювалося в основному за рахунок кредитних ресурсів (зокрема поточної кредиторської заборгованості). Також слід відзначити незначне покращення показників ліквідності у 2019 р. і негативну тенденцію їх розвитку у 2020 р.

Коефіцієнт поточної ліквідності туристичних підприємств становив у 2018 р. 0,634 од., у 2019 р. підвищився до 0,716 од., а у 2020 р. скоротився до 0,627 од. Його значення за досліджуваний період було менше рекомендованого (1,5), що свідчить про недостатність у підприємств вільних коштів для розрахунку за поточними зобов'язаннями.

Коефіцієнт швидкої ліквідності туристичних підприємств України знаходився у межах оптимального значення (0,6-0,8) і був відносно стабільним, а саме у 2018 р. складав 0,626 од., у 2019 р. – 0,708 од., а у 2020 р. – 0,615 од. Це означає, що туристичні підприємства мали належний ступінь покриття короткострокових зобов'язань за рахунок грошових коштів та дебіторської заборгованості, їхні оборотні активи мали достатній захист від інфляції.

Таблиця 5

**Динаміка показників фінансового стану туристичних підприємств
в Україні за 2018–2020 рр.**

Показники	Роки			Відхилення за 2018-2020 рр.	
	2019		2020	Абс, ±	Відн., %
	2018	2019			
1. Дохід від реалізації послуг, тис. грн.	10778299,2	14302084,0	7232561,7	-3545737,5	-32,90
2. Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	-1958,7	92103,3	-1075711,3	-1073752,6	-54819,7
3. Капітал, тис. грн.	6466527,4	8634828,5	7763262,0	1296734,6	20,05
4. Необоротні активи, тис. грн.	815708,9	881446,0	739153,1	-76555,8	-9,39
5. Основні засоби та нематеріальні активи, тис. грн.	396616,1	398061,4	461392,4	64776,3	16,33
6. Оборотні активи, тис. грн., всього	5650815,0	7749362,3	7019539,8	1368724,8	24,22
у т.ч. б.1. запаси	73334,2	90562,1	129826,3	56492,1	77,03
6.2. дебіторська заборгованість	4696380,4	6522603,4	5880470,3	1184089,9	25,21
6.3. поточні фінансові інвестиції	1644,3	7891,0	5259,3	3615,0	219,85
6.4. грошові кошти	727277,8	861020,5	736192,3	8914,5	1,23
6.5. інші оборотні активи	152178,3	267285,3	267791,6	115613,3	75,97
7. Власний капітал, тис. грн.	-2585649,2	-2330347,2	-3550637,2	-964988	-37,32
8. Позиковий капітал, тис. грн.	5907456,9	8075758,00	7204191,5	1296734,6	21,95
9. Поточні зобов'язання, тис. грн.	8914040,1	10819918,6	11196389,0	2282348,9	25,60

Показники	Роки		Відхилення за 2018-2020 рр. Абс., ±	Відн., %
	2018	2019		
10. Поточна кредиторська заборгованість, тис. грн.	3517179,5	4476305,0	4607852,2	31,01
11. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	152178,3	267285,3	267791,6	115613,3
<i>Показники ліквідності</i>				
12. Коефіцієнт поточної ліквідності, од.	0,634	0,716	0,627	-0,007
13. Коефіцієнт швидкої ліквідності, од.	0,626	0,708	0,615	-0,010
14. Коефіцієнт абсолютної ліквідності, од.	0,082	0,080	0,066	-0,016
15. Коефіцієнт загальної ліквідності, од.	0,624	0,707	0,620	-0,004
<i>Показники ділової активності</i>				
16. Оборотність активів, разів	1,67	1,66	0,93	-0,74
17. Період обороту активів, днів	218,98	220,37	392,86	173,87
18. Оборотність оборотних активів, разів	1,91	1,85	1,03	-0,88
19. Період обороту оборотних активів, днів	191,36	197,77	355,22	163,86
				85,6

Показники	Роки			Відхилення за 2018-2020 рр.	
	2018	2019	2020	Абс., ±	Відн., %
20. Оборотність дебіторської заборгованості, разів	2,30	2,19	1,23	-1,07	-46,4
21. Період обороту дебіторської заборгованості, днів	159,04	166,46	297,58	138,54	87,1
22. Оборотність запасів, разів	146,98	157,93	55,71	-91,27	-62,1
23. Період обороту запасів, днів	2,48	2,31	6,57	4,09	164,5
24. Оборотність грошових коштів, разів	14,82	16,61	9,82	-5,00	-33,7
25. Період обороту грошових коштів, днів	24,63	21,97	37,25	12,63	51,3
26. Оборотність кредиторської заборгованості	3,06	3,20	1,57	-1,49	-48,8
27. Період обороту кредиторської заборгованості	119,11	114,24	233,18	114,07	95,8
28. Коефіцієнт оборотності основних засобів, разів	27,18	35,93	15,68	-11,5	-42,3
29. Тривалість операційного циклу, днів	161,52	168,77	304,15	142,62	88,3
30. Тривалість фінансового циклу, днів	42,42	54,53	70,97	28,55	67,3

Показники	Роки			Відхилення за 2018-2020 рр.	
	2018	2019	2020	Абс., ±	Відн., %
<i>Показники фінансової стійкості</i>					
31. Коефіцієнт фінансової незалежності, од.	-0,40	-0,27	-0,46	-0,06	-14,38
32. Власні оборотні кошти, тис. грн.	-3401358,1	-3211793,2	-4289790,3	-888432,2	-26,12
33. Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власним оборотним капіталом, од.	-0,60	-0,41	-0,61	-0,01	-1,53
34. Коефіцієнт фінансової стійкості, од.	-2,28	-3,47	-2,03	0,26	11,19
35. Коефіцієнт інвестування, од.	-3,00	-2,48	-4,64	-1,64	-54,81
<i>Показники рентабельності</i>					
36. Рентабельність (збитковість) продажів, %	-0,02	0,64	-14,87	-14,85	-81743,8
37. Рентабельність сукупного капіталу, %	-0,03	1,07	-13,86	-13,83	-45646,2
38. Рентабельність необоротного капіталу, %	-0,24	10,45	-145,53	-145,29	-60507,8
39. Рентабельність оборотного капіталу, %	-0,03	1,19	-15,32	-15,29	-44111,0
40. Рентабельність позикового капіталу, %	-0,03	1,14	-14,93	-14,90	-44934,3

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11].

Негативною була тенденція щодо зменшення на туристичних підприємствах України протягом 2018-2020 рр. коефіцієнта абсолютної ліквідності при тому, що його значення знаходилось в межах менше оптимальної межі (0,2), а саме у 2018 р. – 0,082 од., у 2019 р. – 0,080 од., у 2020 р. – 0,066 од. Це свідчить про відсутність у більшості туроператорів та турагентств можливості погасити короткострокові зобов'язання у найближчий час. Така практика може дуже швидко привести до банкрутства підприємств. Тому не дивно, що за останній рік фінансові результати від звичайної діяльності у багатьох туристичних підприємств були негативними, а частка збиткових підприємств збільшилася від 25,1% у 2018 р. до 38,5% у 2020 р. В цих умовах туристичним підприємствам слід підвищувати ліквідність шляхом зменшення частки термінових ризикових зобов'язань (короткострокових пасивів) або збільшення частки ліквідних активів.

Коефіцієнт загальної ліквідності, що характеризує спроможність підприємств виконувати свої грошові зобов'язання за рахунок наявних оборотних активів та довгострокових зобов'язань, підвищився від 0,624 од. у 2018 р. до 0,707 од. у 2019 р., а у 2020 р. зменшився до 0,620 од. Для забезпечення належного рівня платоспроможності туристичним підприємствам доцільно забезпечувати значення даного показника на рівні не менше 1,0, щоб вони мали можливість сплачувати борги своєчасно у повному обсязі.

Така динаміка супроводжувалась підвищенням темпів росту оборотного капіталу за 2018-2020 рр. – приріст склав 24,22%, зокрема на 77,03% підвищилися запаси, на 25,21% – дебіторська заборгованість, майже втричі збільшилися поточні фінансові інвестиції, грошові кошти зросли всього на 1,23%, інші оборотні активи – на 75,97%.

Розглянемо показники ділової активності туристичних підприємств в Україні, що характеризують їх середньострокову фінансову стійкість. Показники ділової активності турфірм по-

стійно змінювалися за 2018-2020 рр., про що свідчить динаміка періодів обороту активів, дебіторської заборгованості, запасів, тривалості операційного циклу, тобто періоду з моменту вкладання коштів у запаси та послуги (складові туристичних продуктів) до отримання виручки від продажу турів та окремих туристичних послуг.

Упродовж 2018-2019 рр. підприємства туристичного бізнесу працювали більш упевнено на ринку туристичних послуг та ефективніше використовували свій капітал, ніж у 2020 році. Про це свідчить зниження у 2020 р. показників оборотності активів (у т.ч. оборотності оборотних активів, запасів, дебіторської заборгованості та грошових коштів), оборотності кредиторської заборгованості та основних засобів (фондовіддачі).

Скорочення коефіцієнту оборотності основних засобів (фондовіддачі) характеризує зниження ефективності виробничо-продуктової діяльності підприємств сфери туризму. Якщо у 2018 р. туристичними підприємствами України надавалося 27,2 одиниць послуг у розрахунку на одиницю основних засобів, у 2019 р. – 35,9 од., то у 2020 р. – всього 15,7 од. Тобто фондівіддача у 2020 році порівняно з 2018 роком зменшилась на 42,3%.

Натомість показники періоду обороту активів за досліджуваний період зросли. Так, тривалість обороту оборотних активів туристичних підприємств України у 2018 році дорівнювала 191,36 днів, у 2019 р. – 197,77 днів, а у 2020 р. збільшилася 355,22 днів.

Період обороту дебіторської заборгованості, що показує на скільки днів підприємство кредитує своїх споживачів, на туристичних підприємствах щорічно збільшувався, від 159,04 днів у 2018 р. до 166,46 днів у 2019 р. та 297,58 днів у 2020 р. Тенденція щодо зростання періоду погашення дебіторської заборгованості може створювати загрозу фінансовій стійкості підприємств і привести до необхідності залучення додаткових джерел фінансування.

Період обороту запасів на підприємствах туристичної сфери в Україні у 2018-2019 рр. становив відповідно 2,48 та 2,31 днів і збільшився майже на 4 дні у 2020 р. (до 6,57 днів). Отже, у 2020 р. застосовувався менш раціональний логістичний підхід до формування запасів порівняно із 2018-2019 рр.

Збільшення у 2020 році (на 114,1 днів або 95,8%) порівняно з 2018 р. строку погашення кредиторської заборгованості підприємствами туристичної сфери ймовірно призвело до погіршення їх взаємин із постачальниками, що відповідним чином позначилось на результатах діяльності та можливостях належного ресурсного забезпечення. Тому керівникам туристичних підприємств слід замислитися над такими заходами, які сприятимуть підвищенню ефективності управління активами та пасивами цих підприємств у стратегічній перспективі.

Розглянемо також ключові показники ділової активності підприємства – операційний та фінансовий цикли. Операційний цикл являє собою час перетворення матеріалів і запасів у виручку від реалізації послуг. Фінансовий цикл - це період обороту грошових коштів у виробничо-обслуговуючому процесі підприємства: цикл від виплати коштів постачальникам і підрядникам за послуги, товари туристичного призначення і матеріали до надходження коштів від клієнтів за туристичні продукти. Позитивне значення фінансового циклу являє собою період часу залучення грошових коштів, який необхідний компанії для здійснення своєї поточної діяльності. Негативний фінансовий цикл – це ситуація, при якій компанія має у своєму розпорядженні тимчасово вільні грошові кошти.

За даними розрахунків туристичні підприємства мали позитивний фінансовий цикл, а також у них збільшився операційний цикл на 142,62 днів, що є негативним фактором у їхній діяльності. Тривалість фінансового циклу на туристичних підприємствах України у 2018-2020 роках також зростає: у 2020 р. період часу залучення грошових коштів для здійснення туристич-

тичної діяльності складав 70,97 діб, тоді як у 2018 р. – лише 42,42 доби.

Розглянемо показники, що характеризують структуру капіталу туристичних підприємств і ступінь забезпеченості фінансовими ресурсами, а відповідно фінансову стійкість у середньостроковій та довгостроковій перспективі.

Фінансова стійкість туристичних підприємств в Україні впродовж 2018-2020 рр. мала тенденцію до погіршення. Про це свідчить динаміка коефіцієнтів фінансової незалежності, інвестування та забезпеченості оборотних активів власним оборотним капіталом.

У 2018-2020 рр. на туристичних підприємствах в Україні спостерігалось від'ємне значення власного капіталу, що був зменшений на величину непокритого збитку збиткових підприємств. Низькі фінансові результати за 2018-2019 рр. та збитковість звичайної діяльності туристичних підприємств у 2020 р., що в основному працювали завдяки позиковим коштам, призвели до втрати ними власного капіталу і, як наслідок, до від'ємного підсумку I розділу пасиву балансу. У зв'язку з цим значна кількість підприємств сфери туризму в Україні за останні роки, на жаль, була фінансово нестійкою, їх діяльність залежала від позикових джерел фінансування. Про це свідчать, зокрема, коефіцієнт фінансової незалежності (автономії), що характеризує забезпеченість підприємств власним капіталом. Зазначимо, що за 2018-2020 рр. даний коефіцієнт в туристичних підприємствах України був далекий від оптимального ($>0,5$), мав від'ємне значення і характеризувався негативною динамікою, що пов'язано із зменшенням швидкості і регулярності надходження коштів у туристичну сферу країни. Отже, від'ємне значення даного коефіцієнта та тенденція до його зниження в туристичних підприємствах є негативним сигналом, що свідчить про їх нестійкий фінансовий стан і залежність від позикових джерел фінансування.

За даними табл. 5 протягом 2018-2020 років власний оборотний капітал був відсутній у туристичних підприємств. Зауважимо, що відсутність власних оборотних коштів для фінансування поточної діяльності підприємств туристичної сфери є негативною тенденцією з точки зору специфіки туризму, що призводить до втрати гнучкості операційної діяльності, зменшує можливості та гальмує швидкість реагування суб'єктів туристичного бізнесу на зміни кон'юнктури ринку. У зв'язку з цим коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власним оборотним капіталом не відповідав рекомендованому значенню ($\geq 0,5$), був від'ємним і складав у 2018 р. -0,60 од., у 2019 р. - -0,41 од., а у 2020 р. - -0,61 од.; це означає, що туристичні підприємства працювали виключно завдяки позиковим коштам, за рахунок яких фінансували поточну діяльність.

Визначення кількісних значень коефіцієнта фінансової стійкості показало досить низькі його значення у туристичних підприємствах України за 2018-2020 роки, що значно менше рекомендованих (0,5-1,0) – відповідно -3,28 од., -3,47 од. та -2,03 од. (табл. 5), що є наслідком діяльності більшості з них за рахунок позикових коштів, а також наявності значних збитків, загальний обсяг яких на кінець 2020 р. становив -1065,1 млрд. грн. [11].

Коефіцієнт інвестування, що характеризує частку джерел власних коштів суб'єктів господарювання у покритті необоротних активів та участь власного капіталу у формуванні оборотних активів, також був від'ємним на підприємствах сфери туризму. Його значення в туристичних підприємствах України протягом 2018-2020 рр. було менше рекомендованого (1,0) і складало відповідно -3,0 од., -2,48 од. та -4,64 од., тому власний капітал не використовувався для формування необоротних активів. Зменшення даного показника свідчить про погіршення фінансового стану туристичних підприємств.

Так зване життя в борг за сучасних умов економічного розвитку в Україні для підприємств, які перебувають на етапах

«становлення» або «зростання» своїх життєвих циклів, на нашу думку, може бути виправданим при очікуванні майбутніх комерційних успіхів та вигоди від використання позикових коштів, спричинених сприятливою для позичальників динамікою інфляційних процесів. Але з часом це може привести до появи регресивних тенденцій у розвитку підприємств, підвищити залежність від зовнішніх факторів, призвести до зниження керуваності бізнесу, зменшення самостійності підприємців у прийнятті управлінських рішень і/або спрямування їх виключно на пошук нових кредитних коштів через постійну нестачу власних фінансових ресурсів для ведення бізнесу. Вважаємо, що саме у такій ситуації в Україні на сьогоднішній день опинилася велика кількість туристичних підприємств, що мають низькі показники прибутковості.

Показники рентабельності є важливими індикаторами економічної ефективності туристичного бізнесу та можливостей подальшого розвитку підприємств на ринку туристичних послуг. Для здійснення контролю над взаємозв'язком між цінами, кількістю послуг, що реалізуються, витратами обслуговування менеджери підприємств туристичної сфери використовують показник рентабельності продажів. При цьому у туризмі має сенс обчислювати показники рентабельності продажів по кожному туристичному продукту, що пропонуються. Це дасть можливість зрозуміти, наскільки вдалою була продуктова політика та наскільки позитивно вона вплинула на кінцеві результати діяльності туристичного підприємства.

На жаль, як свідчать дані табл. 5, у 2018 рр. сума отриманого всіма туристичними підприємствами України чистого прибутку від операційної діяльності була негативною – -1958,7 тис. грн. У 2019 р. турфірми України отримали позитивні результати діяльності, хоча і недостатньо високі, – чистий прибуток склав 92103,3 тис. грн., а тому і продажі на цих підприємствах мали невисоку прибутковість. У 2020 р. багато туристичних

підприємств України під впливом кризових явищ в економіці стали працювати збитково (загальногалузевий збиток склав -1075711,3 тис. грн.), їх операційна діяльність велась неефективно. Зазначимо, що коефіцієнт рентабельності продажів показує, яку саме суму операційного прибутку отримує туристичне підприємство з кожної гривні реалізованих послуг, пов'язуючи таким чином оперативну та стратегічну діяльність підприємств. У зв'язку цим вважаємо, що стратегічний вектор розвитку на багатьох туристичних підприємствах України має, передусім, стосуватися управлінських рішень, що спрямовані на зниження витрат на формування та реалізацію туристичного продукту. Останнє, у свою чергу, передбачає проведення детального аналізу собівартості, динаміки загального обсягу продажів, витрат на одиницю туристичних послуг на підприємствах, що працюють збитково, а також дослідження ринкових сегментів, на яких функціонують турфірми, з метою вивчення впливу маркетингових факторів на результати їх діяльності та розвитку.

Інший індикатор економічної ефективності – показник рентабельності капіталу характеризує тактичну ефективність управлінської праці менеджерів. За даними табл. 5 рентабельність сукупного капіталу туристичних підприємств в Україні впродовж 2018-2019 рр. зросла від -0,03% до 1,07%, а у 2020 р. знову стала від'ємною – скоротилася до -13,86%, що свідчить про погіршення ефективності роботи керівників (менеджерів) вказаних підприємств.

За рентабельністю власного капіталу визначають прибутковість того чи іншого бізнесу з позиції власників. У 2018-2020 рр. спостерігалася від'ємне значення власного капіталу туристичних підприємств, зменшеного на величину непокритого збитку збиткових підприємств (табл. 5), тому розраховувати показник рентабельності власного капіталу недоцільно. Враховуючи вищесказане, можна зробити висновок, що на ринку туристичних послуг України на сьогоднішній день налічується багато під-

приємств, які є малоцінними для своїх власників, а отже, рішення щодо вкладення коштів у їх подальший розвиток може бути негативним, якщо для цього немає ніяких інших прихованих причин, у т.ч. таких, що суперечать чинному законодавству (наприклад, «відмивання» коштів і т.п.).

Підводячи підсумок проведеного дослідження показників фінансової стійкості туристичних підприємств України впродовж 2018-2020 рр. можна констатувати, що у цілому діяльність багатьох підприємств є нестійкою з фінансової точки зору як у середньо-, так і стратегічній перспективі. Туристичні підприємства, що працювати збитково, є мало привабливими для зовнішніх інвесторів. Водночас внутрішніх резервів для подальшого розвитку такі підприємства також часто не знаходять і змушені піти з ринку. Враховуючи вищесказане вважаємо, що стратегічно перспективним для туристичних підприємств, які потрапили у фінансову скруту, є пошук та реалізація управлінських рішень щодо інноваційних змін, що дозволить їм оптимізувати витрати ресурсів (передусім, фінансових) та з максимальною ефективністю використовувати наявні у них потужності, розвивати конкурентні переваги, спрямовані на забезпечення жорсткої факторооцідності у процесі здійснення туристичної діяльності.

У туристичному бізнесі, зважаючи на таку специфічну особливість послуг як нерозривність їх виробництва і споживання, необхідно також уважно ставитися до питань підготовки кадрів. Туристична послуга є результатом безпосередньої взаємодії виконавця і споживача, продавець послуги стає немов би її частиною, отже послуги невіддільні від персоналу. Споживач туристичних послуг найчастіше розглядає продавця послуг як своєрідного експерта, покладаючись на його знання та професійні вміння. Тому правильний добір і навчання персоналу, що контактує з клієнтами, необхідні для забезпечення якості туристичних послуг та формування прихильності споживачів.

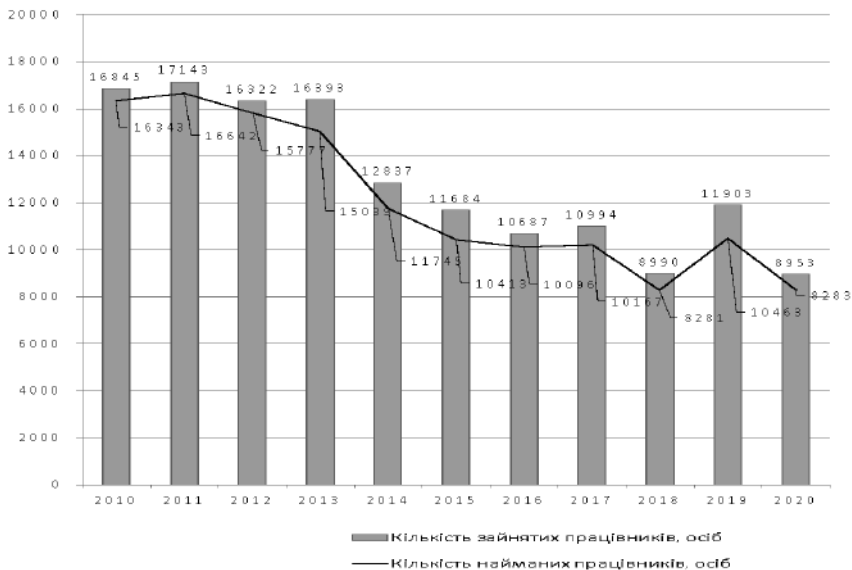


Рис. 5. Динаміка кількості зайнятих працівників на туристичних підприємствах України

Джерело: складено автором за даними Державної служби статистики України [11]

Досліджуючи зайнятість працівників туристичних підприємств в Україні за 2011-2020 роки (рис. 5), слід відмітити загальну тенденцію до зниження чисельності працівників. У 2020 р. кількість зайнятих працівників туристичних підприємств (тобто як штатних, позаштатних, так і неошлячуваних (власників, засновників підприємства та членів їх сімей) працівників) різко скоротилася – до 8953 осіб, або на 24,8% порівняно з попереднім роком (11903 осіб).

Чисельність найманих працівників туристичних підприємств (тобто штатних і позаштатних (працюючих за договорами і за сумісництвом) працівників) скоротилася за останній рік до 8283 осіб, або на 20,8%.

Негативні зміни у чисельності працівників туристичної сфери України були спричинено суспільною напругою у зв'язку з оголошенням пандемії коронавірусу COVID-19, політичними

негараздами та економічним спадом в країні, що залишаються остаточно невирішеними проблемами до цього часу. Беручи це до уваги, вважаємо, що зафіксовані Держкомстатом України на початку 2021 р. незначні позитивні зміни у динаміці чисельності зайнятих у сфері туризму [11] поки не свідчать про ймовірність розгортання найближчим часом нової тенденції.

Зменшення загальної кількості працюючих у туристичній галузі за останні роки, зокрема, знайшло своє відображення у зростанні продуктивності праці, яка у 2020 р. стала майже на 39,5% вищою, ніж у 2016 р. (табл. 6).

Однак у результаті перевищення темпів спаду обсягів реалізації туристичних послуг у 2020 р. порівняно з 2019 р. (-49,4%) над темпами скорочення чисельності найманих працівників турпідприємств (-20,8%) продуктивність праці зменшилася за останній рік на 36,1%. Упродовж 2019-2020 рр. більшими темпами скорочувалася ефективність використання персоналу на підприємствах виду діяльності 79.12 «діяльність туристичних операторів» – продуктивність праці зменшилася на 39,5%, тоді як за видом діяльності 79.11 «діяльність туристичних агентств» – всього на 28,8%.

Аналізуючи середньогалузеві показники зайнятості за останні 5 років у цілому по Україні, слід відмітити незначне підвищення кількості найманих працівників (на 10,1%) та продуктивності праці (на 49,43%), у тому числі позитивні зміни показників з праці відбулися і за 2019-2020 рр. – кількість найманих працівників збільшилася на 0,8%, а продуктивність праці – на 4,3%. Слід відзначити, що у 2020 р. розраховані вартісним методом показники продуктивності праці у туристичній сфері (873,2 тис. грн.) були майже вдвічі менші ніж у середньому по Україні (1759,2 тис. грн./особу).

Негативний вплив на скорочення продуктивності праці персоналу туристичних підприємств мало і зменшення обсягів матеріального стимулювання працівників у 2020 році (табл. 7).

Таблиця 6

Кількість працівників та продуктивність їх праці у сфері туризму в Україні

Показники	Роки				Відхилення за 2016-2020 рр., %	
	2016	2017	2018	2019		2020
<i>Підприємства за видом діяльності 79.1 «діяльність туристичних агентств і туристичних операторів»</i>						
Середня кількість найманих працівників, осіб	10096	10167	8281	10463	8283	-17,9
Обсяг реалізованих послуг, тис. грн.	6321639,7	7680605,9	10778299,2	14302084,0	7232561,7	14,4
Продуктивність праці, тис. грн./особу	626,2	755,4	1301,6	1366,9	873,2	39,5
<i>Підприємства за видом діяльності 79.11 «діяльність туристичних агентств»</i>						
Середня кількість найманих працівників, осіб	4478	4571	3725	4583	3644	-18,6
Обсяг реалізованих послуг, тис. грн.	2457172,6	2907239,3	3720241,8	4528443,2	2564732,8	4,4
Продуктивність праці, тис. грн./особу	548,7	636,0	998,7	988,1	703,8	28,3
<i>Підприємства за видом діяльності 79.12 «діяльність туристичних операторів»</i>						
Середня кількість найманих працівників, осіб	5618	5596	4556	5880	4639	-17,4

Показники	Роки					Відхилення за 2016-2020 рр., %
	2016	2017	2018	2019	2020	
Обсяг реалізованих послуг, тис. грн.	3864467,1	4773366,6	7058057,4	9773640,8	4667828,9	20,8
Продуктивність праці, тис. грн./особу	687,9	853,0	1549,2	1662,2	1006,2	46,3
<i>Всього по економіці</i>						
Середня кількість найманих працівників, осіб	5713871	5714585	5870601	6241889	6288384	10,1
Обсяг реалізованої продукції та послуг, тис. грн.	6726739855,5	8312271958,2	9966804629,6	10524112839,7	11062297146,3	64,5
Продуктивність праці, тис. грн./особу	1177,3	1454,6	1697,7	1686,0	1759,2	49,4

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

Таблиця 7

Динаміка витрат на оплату праці туристичних підприємств в Україні

Показники	Роки				Відхилення за 2016-2020 рр.	
	2016	2017	2018	2019	2020	Абс., ± Відн., %
<i>Підприємства за видом діяльності 79.1 «діяльність туристичних агентств і туристичних операторів»</i>						
Середня кількість на- йманих працівників, осіб	10096	10167	8281	10463	8283	-1813 -18,0
Витрати на оплату праці, тис. грн.	417003,2	574794,1	612259,8	868688,3	613167,5	196164,3 47,0
Витрати на оплату праці на 1 працівника за рік, тис. грн.	41,30	56,54	73,94	83,02	74,03	32,72 79,2
Витрати на оплату праці на 1 працівника за місяць, грн.	3442,0	4711,3	6161,3	6918,7	6168,9	2727,0 79,2
<i>Підприємства за видом діяльності 79.11 «діяльність туристичних агентств»</i>						
Середня кількість на- йманих працівників, осіб	4478	4571	3725	4583	3644	-834 -18,6
Витрати на оплату праці, тис. грн.	169948,4	226824,1	248572,8	331892,5	211686,2	41737,8 24,6
Витрати на оплату праці на 1 працівника за рік, тис. грн.	37,95	49,62	66,73	72,42	58,09	20,14 53,1

Показники	Роки				Відхилення за 2016-2020 рр.		
	2016	2017	2018	2019		2020	Абс., ±
Витрати на оплату праці на 1 працівника за місяць, грн.	3162,7	4135,2	5560,9	6034,8	4841,0	1678,3	53,1
<i>Підприємства за видом діяльності 79.12 «діяльність туристичних операторів»</i>							
Середня кількість найманих працівників, осіб	5618	5596	4556	5880	4639	-979	-17,4
Витрати на оплату праці, тис. грн.	247054,8	347970,0	363687,0	536795,8	401481,3	154426,5	62,5
Витрати на оплату праці на 1 працівника за рік, тис. грн.	43,98	62,18	79,83	91,29	86,54	42,57	96,8
Витрати на оплату праці на 1 працівника за місяць, грн.	3664,6	5181,8	6652,2	7607,7	7212,1	3547,4	96,8
<i>Всього по економіці</i>							
Середня кількість найманих працівників, осіб	5713871	5714585	5870601	6241889	6288384	574513	10,1
Витрати на оплату праці, тис. грн.	360831327,9	472764744,0	601661197,6	746979807,0	81957981,5	459126653,6	127,2
Витрати на оплату праці на 1 працівника за рік, тис. грн.	63,15	82,73	102,49	119,67	130,39	67,24	106,5
Витрати на оплату праці на 1 працівника за місяць, грн.	5262,5	6894,1	8540,6	9972,7	10866,0	5603,5	106,5

Джерело: розраховано автором за даними Державної служби статистики України [11]

У цілому за останні 5 років витрати на оплату праці персоналу всіх туристичних підприємств зросли від 417003,2 тис. грн. у 2016 р. до 613167,5 тис. грн. у 2020 р., що склало 196164,3 тис. грн. (47,0%). Однак у 2020 р., порівняно з попереднім роком, відбулося скорочення витрат на оплату праці по туристичних підприємствах України на 255520,8 тис. грн. (-29,4%), а у розрахунку на 1 працівника за місяць – від 6918,7 грн. до 6168,9 грн., що склало -749,8 грн. або -10,8%. Середньомісячні витрати на 1 працівника у сфері туризму у звітному році (6168,9 грн.) були на 76,1% менше ніж в цілому по економіці України (10866 грн.).

Отже, загальноекономічна криза найбільш катастрофічно вплинула на туристичний бізнес, найбільше на туроператорську діяльність, порівняно із середньогалузевими показниками розвитку галузей економіки України.

На розвиток туристичного підприємництва в Україні негативний вплив здійснювали наступні фактори: політична нестабільність; несприятливі екологічні фактори; нерозвинутість туристичної інфраструктури; невідповідність комфортності проживання більшої частини готелів, що приймали іноземних громадян, рівню цін на послуги; зростання цін на готельні і туристичні послуги; падіння реальних доходів населення; нерозвинутість внутрішнього туризму в Україні; недосконалість законодавчої бази; відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва і просування можливих туристичних маршрутів; обмеженість асортименту послуг.

Фінансово-економічна криза, що продовжується в останні роки, події, пов'язані з анексією АР Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, поширення коронавірусної інфекції негативно позначилися на розвитку туристичного підприємництва на окремих сегментах ринку туристичних послуг. Вказані фактори привели до негативної динаміки в'їзного туризму, деформації структури туристичних потоків та послаблення туристичних можли-

востей України як на внутрішньому, так і міжнародному ринку. Більше ніж у два рази зменшився потік іноземних туристів до України та продовжує знижуватись. За даними Держприкордонслужби, у 2013 році до України в'їхало 24,7 млн. іноземних громадян, тоді як у 2014 році – 12,7 млн., у 2015 році – 12,4 млн., у 2016 р. – 13,3 млн., у 2017 р. -14,4 млн., у 2018 р. – 14,2 млн., у 2019 р. – 13,7 млн. Найбільший спад в обсягах іноземного туризму спостерігався у 2020 р. – кількість обслужених скоротилася майже в 4 рази порівняно з попереднім роком – до 3,4 млн. іноземців [14].

Україна втрачає свою популярність як туристичний напрям, оскільки сприймається іноземними туристами виключно як військовий плацдарм. Збільшення цін на послуги – складові турпродукту, енергоносії, підвищення витрат на засоби індивідуального захисту туристів та інших витрат обумовили зростання собівартості послуг і необхідність підвищення цін на туристичні продукти. Це змусило споживачів економити на туристичних поїздках, призвело до зменшення тривалості турів. За таких умов першочерговим завданням суб'єктів туристичної діяльності є забезпечення стабільності у своїй роботі та недопущення втрати клієнтів.

Різноманіття туристичних послуг можуть запропонувати туристичні підприємства переважно у великих містах, загальноновизнаних зонах рекреації та туризму, деяких історичних і культурних центрах. У той же час у більшості регіонів України можна розвивати промисловий, оздоровчий, екологічний, навіть екстремальний та інші види туризму. Отже, розвиток туризму в Україні перебуває лише на початковій стадії.

Для вирішення зазначених проблем необхідна міцна підтримка держави. Потребують розробки і впровадження прогресивні методи та стандарти туристичного обслуговування; слід забезпечити державну підтримку суб'єктів малого бізнесу в туризмі; підвищити ефективність використання рекре-

аційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; зміцнити матеріально-технічну базу. Серед важливих напрямів роботи у сфері туризму є створення позитивного іміджу України як туристичної держави та активне просування турпродукту за кордоном. Потужним мотиватором для розвитку туристичного підприємництва та освоєння потенціалу туристичних destinations є використання культурної спадщини, яка формує її своєрідний і неповторний колорит. Крім об'єктів матеріальної культурної спадщини в Україні існують ще й об'єкти нематеріальної культурної спадщини, які теж можуть використовуватись у туризмі, бути складовою туристичного продукту та включені у туристичні маршрути територією України [15].

Умовами сталого розвитку туризму можуть стати: підвищення рівня конкурентоспроможності туристичних продуктів вітчизняних підприємств шляхом розширення номенклатури послуг, використання нових методів обслуговування туристів; розроблення національних стандартів туристичного обслуговування відповідно до міжнародних вимог; концентрація ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку туризму; створення організаційно-економічних умов для розвитку малого бізнесу у туристичній сфері; розвиток туристичних destination; підвищення рівня комфортності обслуговування шляхом проведення реконструкції матеріально-технічної бази із залученням внутрішніх і зовнішніх інвесторів; створення загальнодержавної інформаційної туристичної мережі та її інтеграція до світової інформаційної системи; розвиток міжнародного співробітництва у сфері туризму; популяризація нашої держави у світі та просування національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку туризму повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

За результатами досліджень можна зробити висновок, що активізація туристичного підприємництва може здійснити позитивний вплив на становлення і розвиток туристичної галузі. Це простежується через призму функцій підприємництва, які воно виконує в умовах стабільної економічної ситуації й державного регулювання його розвитку. Туристичний комплекс України представлений більшістю малих туристичних підприємств (99,9%), що функціонують в умовах, які постійно змінюються, і відіграють значну роль у формуванні економіки туризму країни. Негативна динаміка фінансових результатів діяльності туристичних підприємств за період 2011-2016 рр. та 2020 р. стала наслідком впливу кризових явищ, політичної нестабільності, недостатнього розвитку туристичної інфраструктури і впровадження у країні протиепідеміологічних заходів з метою попередження поширення коронавірусної інфекції. Для подолання негативних тенденцій підприємницької діяльності в туризмі важливим є покращення туристичного потенціалу, посилення маркетингового компонента у економіці туризму, розвиток туристичної інфраструктури й проведення роботи з підвищення якості послуг, що надаються суб'єктами туристичної діяльності. Від уміння впроваджувати сучасні підприємницькі технології залежить міра досягнення суб'єктами туристичного бізнесу мети їхньої діяльності і високих фінансових результатів.

Список використаних джерел

1. Cantillon, R. (1931). *Essai sur la nature du commerce en general*. London, pp. 29-32.
2. Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. Бастиа Ф. Экономические софизмы. Экономические гармонии./ Сост., вступ. ст. и коммент. М. К. Бункиной и А. М. Семенова. М. : Акад. нар. хоз-ва при Правительстве Рос. Федерации : Дело, 2000. 229 с.
3. Schumpeter, Joseph A. (1934). *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass : Harvard University Press. 255 p.

4. Варналій З. С. Основи підприємницької діяльності : навч. посібник. К.: Знання-прес, 2002. 239 с.

5. Григоруک А.А., Палюх М.С., Литвин Л.М., Літвінова Т.Д. Основи економічної теорії : політекономічний аспект. Тернопіль, 2002. 304 с.

6. Паустовська Т.І. Історико-економічний шлях підприємництва. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2017. №20. С. 12-17.

7. Господарський кодекс України : Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV; редакція станом на 21 липня 2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 16.10.2021).

8. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР від 15.09.1995 р. Дата оновлення : 18.11.2003. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 15.10.2021).

9. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.03.2015 р. №222-VIII. Дата оновлення : 30.09.2020 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення: 25.10.2021).

10. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України від 11.11.2015 р. № 991. *Офіційний вісник України*. 2015. № 97. С. 11.

11. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва у 2020 р. : стат. збірник. Держ. служба статистики України, 2021. 374 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>. (дата звернення: 10.10.2020).

12. Боголюбов В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник для академического бакалавриата. 2-е изд., испр. и доп. М. : Изд-во Юрайт, 2016. 340 с.

13. Методичні рекомендації по оцінці фінансового стану : затв. Центр. спілкою споживчих товариств України 28.07.2006 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06#Text> (дата звернення: 11.10.2020).

14. Туристична діяльність в Україні у 2020 році : стат. бюлетень. К. : Держ. служба статистики України, 2021. 76 с. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

15. Мелько Л.Ф. Туризм у контексті сталого розвитку. *Вчені записки Університету «КРОК»*. К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2017. Вип. 1 (1997). Вип. 48. С. 190-197.