

НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ СУБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

Liudmyla ALIESHCENKO

Assistant of the Department
of Management and Information Technologies
Kherson State Agrarian and Economic University
Kherson city, Streetenska street, 23
20liudmila2017@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-7119-2922>

Анотація. Невпинні трансформації в Україні створили серйозні виклики, які суттєво вплинули на туристичну сферу країни. Починаючи з пандемії, а пізніше з воєнними діями, спостерігається значне зменшення в'їзного туристичного потоку, що негативно впливає на структуру туризму та можливості країни на внутрішньому і зовнішньому ринку. Особливо помітним є зменшення кількості іноземних туристів, що призводить до втрати Україною свого популяритету як туристичного напрямку.

Звичайно, ці процеси мали прямий вплив на доходи туроператорів і турагентів, які внаслідок цього сплачують менше податків. Це негативно позначається на загальному стані економіки і прихідних для бюджетів держави і територіальних громад. На окупованих і деокупованих територіях більшість суб'єктів туристичного бізнесу припинили свою діяльність, вони були змушені перенести свої бізнеси в безпечні регіони. Зараз питання повернення та відновлення діяльності на цих територіях стає дуже проблематичним.

Тому вибір даної теми дослідження стає особливо актуальним. Навіть у період кризових явищ і процесів необхідно детально вивчити науково-теоретичні та методичні основи управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу, а також дослідити сучасний стан і проблеми розвитку сфери туризму в Україні. Це необхідно для того, щоб мати можливість успішного розвитку галузі в майбутньому.

Вступ. Кризові процеси в Україні, спочатку пандемія, потім воєнні дії, призвели до зменшення в'їзного туристичного потоку, негативно вплинули на структуру туризму та реалізацію туристичних можливостей країни на внутрішньому і зовнішньому туристичному ринку. Значно зменшилася кількість іноземних туристів. Україна втрачає популярність як туристичний напрям, оскільки у потенційних туристів повномасштабна війна в країні сприймається як "гаряча точка". Небезпека – найголовніший чинник кризи у сфері туризму України.

Відповідно зменшилися доходи у туроператорів і турагентів, вони менше сплачують податків, що негативно впливає на загальний стан економіки і надходження у бюджети держави і територіальних громад. На окупованих і деокупованих територіях більшість суб'єктів туристичного бізнесу припинили

діяльність, релокували бізнес у безпечні регіони і на сьогодні питання їх повернення і відновлення діяльності досить проблематичне.

Тому актуальність обраної теми дослідження обумовлена тим, що навіть в період кризових явищ і процесів, необхідно більш детально розглянути науково-теоретичні та методичні основи управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу та дослідити сучасний стан і проблеми розвитку сфери туризму в Україні для можливості успішного розвитку галузі в майбутньому.

Метою наукової роботи є дослідження сучасного стану та проблем розвитку сфери туризму в Херсонській області та Україні.

Основними завданнями є:

- обґрунтувати науково-теоретичні та методичні складові управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу;
- визначити сучасні проблеми розвитку сфери туризму в Україні.

Об'єктом дослідження виступає діяльність суб'єктів туристичного бізнесу.

Предметом наукового вивчення є чинники і складові системи управління доходами підприємницьких структур у сфері туризму.

Використано загальні й спеціальні наукові методи, які ґрунтуються на об'єктивних економічних законах: монографічний метод – для обґрунтування теоретичних наукових положень щодо удосконалення управління суб'єктами у сфері туризму; метод теоретичного узагальнення проведених досліджень; метод аналізу і синтезу – для вивчення теоретичних аспектів управління діяльністю суб'єктів туристичної діяльності; прийоми економіко-статистичного аналізу – при дослідженні динаміки розвитку сфери туризму; графічний метод - для наочної ілюстрації результатів і узагальнень; абстрактно-логічний – для узагальнення результатів досліджень, формулювання висновків і пропозицій.

Науково-теоретичні та методичні основи управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу.

Управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу є важливою складовою ефективного фінансового управління в туристичній галузі. Основна мета управління доходами полягає у максимізації прибутку та забезпеченні стійкого фінансового стану підприємства.

Науково-теоретичні аспекти управління доходами суб'єктів туристичного бізнесу включають такі ключові питання:

1. Ціноутворення: Встановлення оптимальних цін на туристичні послуги є важливим аспектом управління доходами. Дослідження в галузі ціноутворення допомагають визначити оптимальні цінові стратегії, враховуючи конкурентне середовище, попит та інші фактори.

2. Прогнозування попиту: Ефективне управління доходами вимагає прогнозування попиту на туристичні послуги. Використання статистичних моделей, даних про ринок та інших методів дозволяє прогнозувати попит і адаптувати ціни та маркетингові стратегії відповідно.

3. Управління заповненістю: Ефективне управління заповненістю готелів, курортів та інших туристичних закладів дозволяє оптимізувати дохід. Використання стратегій, таких як динамічне ціноутворення та контроль заповненості, може забезпечити оптимальне використання ресурсів та максимізувати дохід.

4. Керування акціями та знижками: Врахування аспектів управління акціями, знижками та спеціальними пропозиціями є важливим для стимулювання попиту та збільшення доходів. Дослідження в цій галузі допомагають визначити ефективні стратегії знижок та промоцій.

5. Аналіз та оптимізація доходів: Застосування аналітичних методів та інструментів дозволяє аналізувати та оптимізувати доходи суб'єктів туристичного бізнесу. Врахування ключових показників ефективності, маржинальної прибутковості та інших факторів допомагає управляти доходами з більшою точністю.

Визначення основних напрямів управління доходами, підвищення якості туристичних послуг, зниження собівартості туристичного продукту неможливе без ефективного управління діяльністю туристичних підприємств, що вимагає відповідного інформаційного забезпечення і методичного обґрунтування.

При розробці і удосконаленні системи управління туристичними суб'єктами необхідно враховувати особливості формування туристичних послуг і створення туристичного продукту. Оскільки туризм є специфічною формою діяльності людей, яка належить до соціальної інфраструктури економіки, проте стимулює розвиток і реального сектора, необхідно надати чітке визначення об'єкта і предмета управління у сфері туризму та визначити складові системи управління туристичними послугами.

Відповідно до цього Гризовська Л.О. виокремлює спільні риси, характерні для управління туризмом:

- невідчутність і незбереженість туристичного продукту, тобто відсутність матеріальної основи, як і в інших послугах, але враження і емоції отримані туристами є основою для притоку нових туристів і збільшення доходів суб'єктів туризму;

- різноманітність та пріоритет бажань кінцевих споживачів під час планування туристичної діяльності, які необхідно враховувати і задовольняти всіма можливими шляхами, консолідуючи зусилля не тільки суб'єктів туристичної діяльності, а й пов'язаних з ними об'єктів в межах одного туру – перевізників, екскурсиводів, працівників готельного і ресторанного бізнесу, туристичних локацій та інших;

- значущість маркетингу в туризмі полягає в необхідності постійного вивчення кон'юнктури ринку туристичних послуг, запитів і побажань туристів, конкурентного середовища, системи ціноутворення, напрямів державного регулювання і туризму;

- унікальність туристичної послуги означає, що туристи постійно шукають нових вражень і рідко користуються повторно тим самим туристичним продуктом, тому сервіс повинен бути таким, щоб турист повертався хоча б вдруге, або постійно удосконалювати і змінювати склад, географію, наповнюваність послуги [5, с. 115-118.].

Суб'єктами туристичного бізнесу виступають:

- туристичний оператор, який може формувати туристичний продукт і самостійно його реалізовувати;

- туристичний агент, який купує готовий туристичний продукт у туристичного оператора з метою його перепродажу.

Тому відрізняються формування їх доходів і витрат, що необхідно відображати в системі бухгалтерського обліку, з метою отримання достовірних даних та інформації для прийняття управлінських рішень. Беркова О.П. пропонує в бухгалтерському обліку у туристичного оператора відображати операції, пов'язані з формування собівартості туристичного продукту. Відповідно до цього слід вести бухгалтерський облік витрат на створення туристичного продукту за статтями калькуляції на рахунку 231 Створення туристичного продукту.

У туристичного агента обліковому відображенню підлягають витрати на придбання туристичних ваучерів (придбаний туристичний продукт призначений для перепродажу) з метою їх подальшої реалізації. Вартість таких ваучерів слід обліковувати на субрахунку 287 - Туристичні ваучери, придбані з метою перепродажу.

Виробниками туристичного продукту є туроператор, який веде облік і складає звітність відповідно до існуючої нормативно-законодавчої бази для нефінансового сектора економіки. Об'єктами обліку виступають такі процеси, господарські засоби та джерела їхнього формування:

- організація та здійснення туристичних подорожей,
- рекламна діяльність,
- реалізація путівок, туристичних подорожей,
- посередницька діяльність щодо надання послуг туристам під час подорожей.

Також суб'єктами обліку є фірми - турагенти, які продають за певну винагороду тури фірми - туроператора на підставі агентської угоди.

Об'єктами обліку турагента є реалізація турів, доставка туристів до місця початку подорожі, контроль якості обслуговування, рекламна діяльність та інші послуги, які входять до туристичного пакета [14, с. 108-113].

Бухгалтерська служба суб'єкта туристичної діяльності виконує по суті функції трьох підрозділів, а саме фінансового, економічного та бухгалтерського, та здійснює такі основні операції:

- 1) ведення касових операцій;
- 2) заповнення звітних документів;
- 3) ведення обліку доходів та витрат;

4) ведення обліку оплати праці та заробітної плати;

5) обчислення податків та інших платежів;

6) розрахунки з туристами та постачальниками туристичних послуг, туроператорами (агентами), страховими компаніями тощо. При веденні обліку використовуються національні ПСБО [15, с. 345].

Обсяг діяльності суб'єкта господарювання туристичної галузі - виробництво (реалізація продукції, туристичних продуктів та послуг - є вихідним показником (базою) для розрахунків узагальнюючих показників, що використовуються в практиці обліку, планування, аналізу і звітності.

На основі обсягів реалізації туристичного продукту, визначається потреба в ресурсах, основних і оборотних засобах.

На основі обсягу діяльності визначаються як планові, так і звітні показники ефективності використання ресурсів: продуктивність праці, фондівдача, собівартість, кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства - прибуток (збиток).

Для вимірювання обсягів діяльності туристичного підприємства застосовуються натуральні, вартісні, умовні показники (туро-дні, ліжкодні, людино-дні та ін.). Найбільш достовірно обсяг діяльності відображають натуральні показники. Проте натуральному виміру підлягають лише однорідні види продукції, однотипні види туристичних продуктів та послуг, Використання вартісних вимірників усуває цей недолік та дозволяє узагальнювати дані обсягів туристичної діяльності за окремим туристичним підприємством, його структурними підрозділами, видами туризму (внутрішнім, іноземним, зарубіжним), за видами економічної діяльності в галузі туризму тощо.

Основним вартісним показником для оцінки роботи туристичного підприємства є обсяг виручки від реалізації продукції послуг, туристичних продуктів. Аналізу динаміки обсягів доходу (виручки) від реалізації продукції та послуг проводять з використанням розрахунку базових і ланцюгових темпів росту та приросту.

Дослідження обсягів діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі можливе:

- за даними туристичної звітності форми 1-Тур ліцензованих суб'єктів туристичного підприємництва;

- за статистичними даними агрегованого звіту про фінансові результати суб'єктів господарювання туристичної галузі, ідентифікованих за КВЕД;

- за матеріалами окремих туристичних підприємств.

Позитивна динаміка обсягів реалізації відбувається під впливом зростання кількості обслуговуваних туристів, не виключається при цьому й ціновий фактор підвищення вартості туристичних послуг. Зниження загальних обсягів реалізації від наданих туристичних послуг спричинено зменшенням обсягів діяльності у сфері внутрішнього і зовнішнього туризму.

Джерелами аналізу фінансових результатів є плани економічного та соціального розвитку, фінансовий план, бізнес-план, форми бухгалтерської звітності. Баланс підприємства, Звіт про фінансові результати, декларація про прибуток підприємства, матеріали вибіркових досліджень

Економіка туристичного підприємства визначається структурою доходів і витрат. Успішне функціонування туристичного підприємства, як і підприємства будь-якої сфери діяльності, можливе тільки за умов постійного забезпечення руху грошових коштів. Надходження коштів - це доход, а їх використання - це витрати. Важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання прибутку.

Зіставлення доходів з витратами дає можливість визначити суму перевищення грошових надходжень над витратами і зробити висновок про ефективність функціонування підприємства.

Туристична діяльність, як будь-яка інша, неможлива без одержання доходу, а суб'єкти туристичного підприємництва (туроператори, турагенти та ін.) не можуть функціонувати без позитивних результатів від своєї діяльності, тобто без одержання прибутку, який без доходу теж неможливий.

Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам. Реалізується туристичний продукт за договором на обслуговування або ексклюзивно за бажанням туриста без договору. Незалежно від форми розрахунків, сума отриманої оплати за турпродукт чи окремі послуги утворює валовий дохід туристичного підприємства.

Головним, а часто єдиним джерелом одержання доходів від туристичної діяльності, є виручка від реалізації туристичних послуг. Використовуючи обґрунтовану цінову і маркетингову політику, туристичний оператор може підвищити доходи завдяки збільшенню кількості обслуговуваних туристів, тривалості їхнього подорожування та підвищенню якості послуг.

Доход від реалізації турпродукту та послуг являє собою суму виручки, яка розраховується за формулою:

$$V = \sum N_i * C_i \quad (1.1)$$

де V- дохід (виручка) від реалізації турпродукту (послуг); n - види туристичних послуг (від 1 до n); N_i - кількість і-тої туристичної послуги (турпродукту); C_i - ціна і-тої туристичної послуги (турпродукту).

Оскільки туроператор формує, просуває на ринок, а інколи й реалізує комплекс туристичних послуг, тобто турпродукт, а тур агент просуває і реалізує сформований туроператором продукт, то відмінності в їхній діяльності визначають різні джерела отримання доходів.

Дохід туроператора формується переважно завдяки оплати туристичного продукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом. А дохід турагента формується завдяки комісійній винагороді за просування і

продаж туристичного продукту, отриманого від туроператора або інших підприємств сфери туристичної індустрії.

Відмінності в джерелах формування доходу цих підприємств викликані відмінностями в їхній діяльності. Якщо туроператор для комплектування туристичного пакета закуповує туристичні ресурси і послуги, то турагент або інший посередник бере готовий туристичний продукт для реалізації, за що одержує дохід у формі агентської (комісійної) винагороди за продаж.

Для турагентів привабливішими є не фіксовані ставки агентської винагороди, а відсоткові ставки за накопичувальною системою, суть якої полягає в тому, що після продажу 10 одиниць турпродукту збільшується відсоток агентської винагороди. Таке збільшення агентської винагороди для туроператора рівноцінне широко використовуваній гнучкій системі знижок з цін для постійних покупців або дисконтних карт при реалізації турпродукту самим туроператором.

Роль доходу підприємства полягає в тому, що він використовується для покриття витрат, сплати податків і одержання прибутку. Одержання прибутку забезпечується виручкою (доходом) від реалізації туристичних послуг. Тому основою стратегії розвитку туристичного підприємства є оптимізація доходу від реалізації туристичних послуг. Без підвищення прибутковості підприємств туристичної індустрії не може бути вирішена проблема організації й розвитку туризму в Україні, виведення його на світовий рівень, який забезпечує величезні прибутки підприємцям і доходи державі.

Стратегія оптимізації доходу передбачає розробку заходів для його збільшення. Доход вважається оптимальним, якщо його вистачає для сплати податків, покриття витрат і утворення фонду саморозвитку підприємства. Така оптимізація вимагає обґрунтування ефективної структури джерел формування і напрямів використання доходу з виділенням тієї частки прибутку, яка необхідна для реінвестування.

Рівень прибутковості діяльності будь-якого підприємства вимірюється за допомогою абсолютних і відносних показників. Основними абсолютними показниками, що характеризують рентабельність функціонування туристичного підприємства є валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток та ін.

Підприємства (галузі, регіони) поділяються на рентабельні (отримують прибуток) і нерентабельні (комерційно збиткові). Показники рентабельності розраховують щороку, порівнюючи їх значення між собою. Таке порівняння дозволяє керівництву фірми оцінити тенденції розвитку (наприклад рентабельність зростає або рентабельність падає) і ухвалювати відповідні рішення [16, с. 25].

Головне завдання підприємств туристичної галузі полягає в організації комфортного та якісного забезпечення мотиваційних вимог туриста. Відповідність системи управління і якості туристичного продукту вимогам клієнтів гарантує ефективність їх діяльності та збільшення доходів на ринках

різного рівня. Тому суб'єкти туристичного бізнесу повинні розуміти необхідність впровадження систем якості і підвищення якості туристичних послуг у перспективному розвитку.

Класичні методи організаційного менеджменту, які ґрунтуються на критеріях якості, повноти, своєчасності, безпеки надання послуг та виробництва товарів, недостатньо адаптовані до умов непередбачуваного впливу зовнішніх чинників на ринок туризму. Тому необхідно розробити систему менеджменту, максимально адаптовану до динаміки туристичних потоків, як зовнішніх, так і внутрішніх, туристичного споживання та інших тенденцій на ринку туризму [17, с. 60-65].

Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим та неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам. Реалізується туристичний продукт за договором на обслуговування або ексклюзивно, за бажанням туриста, без договору.

Цілі та завдання управління доходами підприємств туристичної сфери представлені у вигляді структурно-логічної схеми і відображають основні етапи менеджменту на туристичних підприємствах на етапі аналізу і планування доходів (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Система управління доходами підприємств туристичної сфери

Визначенні цілей та завдань управління доходами підприємств туристичної сфери	
<i>Аналіз минулих періодів</i>	<i>Планування доходів</i>
Визначення складових процесу управління доходами.	Вибір методів обґрунтування планового обсягу доходів туристичних підприємств
Побудова структурної схеми управління, закріплення повноважень за відповідальними особами	Визначення можливого та необхідного обсягу доходів із врахуванням методичних підходів до визначення їх обсягу
Характеристика змісту окремих етапів роботи	Планування ціни на послуги туристичних підприємств
Розробка методичного інструментарію і системи показників проведення аналізу доходів туристичних підприємств	Планування обсягів туристичних послуг в цілому та за окремими видами доходів
Інформаційне і документальне забезпечення аналітичної роботи.	Планування якості туристичних послуг
Визначення основних чинників та їх впливу на результати діяльності і формування доходів підприємств туристичної сфери	Управління формуванням інших видів доходів підприємств туристичної сфери

Аналіз доходів і фінансових результатів проводять за підприємствами, які мають КВЕД 79 «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим

діяльність». Цей розділ включає діяльність агентств з організації подорожей, перевезення та розміщення в засобах тимчасового розміщування туристів і мандрівників, організації та проведення турів, які продають туристичні агентства або безпосередньо агенти, такі як туристичні оператори. Розділ також включає інші види діяльності, пов'язані з туристичними послугами, зокрема бронювання. Діяльність туристичних гідів і просування туристичних послуг також включені до цього розділу [18, с. 28-33].

Індикаторами розвитку сфери туризму на рівні області, які впливають на доходи суб'єктів туристичного бізнесу, можуть виступати наступні показники:

- збільшення кількості обслуговуваних туристів і реалізованих туристичних пакетів, порівняно з попереднім періодом, тис. осіб;
- тривалість морського туристичного сезону в регіоні, днів, місяців;
- кількість сертифікованих закладів розміщення туристів, одиниць;
- кількість відвідувань туристичних електронних ресурсів області;
- обсяг суми туристичного збору до місцевих бюджетів регіону [19].

Отже, управління доходами підприємств туристичної сфери є важливою складовою системи менеджменту, яка має свої методичні особливості, використання яких на практиці дозволить визначити напрями більш ефективної діяльності туроператорів і турагентів. Доходи характеризуються системою економічних показників і залежать від кількості наданих послуг і ціни на них. Значний вплив на доходи суб'єктів сфери туризму має якість туристичного продукту, тому перехід на міжнародні і європейські стандарти якості дозволять вітчизняним підприємцям залучити більше внутрішніх і зовнішніх туристів. Доходи підприємств туристичної сфери класифікують залежно від напрямів діяльності КВЕД та відповідно до норм Національних стандартів бухгалтерського обліку.

Сучасний стан і проблеми розвитку сфери туризму в Україні.

Запорукою ефективного розвитку туризму в розвинених країнах є масштабне використання і реалізація ресурсного потенціалу територій. Залучення інвестицій і будівництво нових об'єктів туристичної інфраструктури за умови зваженої державної політики, підтримки і стимулювання його розвитку, здатні забезпечити значний синергетичний ефект для всієї економічної системи. Туризм є сферою, яка стимулює розвиток цілого ряду суміжних галузей - транспортної інфраструктури, сфери торгівлі, засобів транспорту і зв'язку, будівництва, аграрного сектору, готельно-ресторанного бізнесу, харчової промисловості, споживчих послуг, банківської системи, страхування).

Переваги сфери туризму полягають у тому, що розвивається малий і середній бізнес, який мобілізує місцеві ресурси і можливості збільшення привабливості населених пунктів, окремих пам'яток історії і культури,

природних ландшафтів. При цьому суб'єкти туристичної діяльності залучають працівників і тим самим зростає зайнятість населення, зменшується відтік трудових ресурсів за кордон.

На сучасному етапі ефективний розвиток туристичної індустрії в Україні, збільшення питомої ваги сфери туризму у ВВП і частки нашої держави у туристичній діяльності європейських держав гальмують чинники внутрішнього і зовнішнього середовища, зокрема:

- тривалі воєнні дії спричинили відтік іноземних туристів, скорочення внутрішнього туризму, припинення діяльності суб'єктів туристичного бізнесу на окупованих територіях;

- тривала пандемія, спричинена корона вірусною інфекцією викликала і поглибила кризові процеси в туризмі;

- втрачені території АР Крим внаслідок анексії Росії скоротили мережу готельно-ресторанного і туристичного бізнесу з унікальними природними та історичними місцями;

- низький рівень будівництва сучасних комплексів, готелів і туристичної інфраструктури на узбережжі Чорного і Азовського моря, а на сьогодні їх часткова окупація негативно впливають на економічний розвиток Херсонської області;

- відсутність комплексних програм і стратегії розвитку туризму в Карпатах і західних областях України також є причиною недостатнього розвитку сфери туризму.

У післявоєнному розвитку туризму важливо забезпечити тенденції до зростання обсягів іноземних туристичних потоків.

Вказані характеристики явно не відповідають тенденціям, що могли б свідчити про формування і подальше ефективне використання туристичного потенціалу України, підтверджуються й низкою даних, які подаються офіційною статистикою [1, с. 17-25].

Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. відзначають "...ряд негативних зв'язків і наслідків функціонування туристичного комплексу на стан економічної безпеки України:

- стимулювання імпортозалежності в частині туристичних послуг (через підтримку відпочинку закордоном на протиположному внутрішньому туризму);

- деструктивний (як мінімум - не сприяючий) вплив на інвестиційні процеси та інвестиційне забезпечення становлення потужного туристичного комплексу країни;

- порушення якісних характеристик організаційно-інституційної структури суб'єктів господарювання, де провідні частки займають найбільші оператори - юридичні особи та найменші суб'єкти - фізичні особи - підприємці, за рахунок чого «провалюються» сегменти середнього туристичного бізнесу, що не сприяє збалансованій системі суб'єктів туристичного комплексу" [2, с. 10-15].

Крім зростання туристичних потоків і доходів суб'єктів туристичної сфери, актуальним на сучасному етапі є переосмислення і структурна перебудова напрямів і видів туризму в Україні. Навіть у довоєнний період, оцінюючи рівень розвитку сфери туризму, Димчук А.В. та Охріменко А.Г, акцентували увагу на нераціональній структурі розвитку вітчизняного туризму. В Україні домінує серед видів туризму дозвілля і відпочинок і займає близько 90 %, в той час як в розвинених країнах – лікувальний, спортивний, освітній та інші види спеціалізованого туризму. Отже, країни з високим рівнем розвитку галузі туризму забезпечують різновекторний туристичний продукт, який має вищу вартість і залучає більшу кількість туристів. Збалансований сталий розвиток вітчизняного туристичного комплексу може бути забезпечений на основі використання вітчизняного потенціалу лікувального, зеленого, спортивного, наукового та інших видів туризму, їх поєднання і ефективного взаємозв'язку [3, с. 44-45; 4, с. 43-46].

Гризівська Л.О. основними причинами гальмування розвитку туризму в Україні вважає недостатній рівень державного регулювання і законодавчого забезпечення, зокрема:

- відсутність цілісної системи державного регулювання туризму в регіонах;

- підпорядкування закладів розміщення туристів, санаторно-курортних, оздоровчих та рекреаційних установ різним міністерствам і відомствам, а також іншим органам виконавчої влади;

- нечітке визначення в законодавстві належності підприємств готельного господарства до підприємств, які надають туристичні послуги;

- недостатнє забезпечення туристичної галузі висококваліфікованими фахівцями;

- недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг;

- недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави;

- незадовільний стан туристичної, сервісної та інформаційної інфраструктури в зонах автомобільних доріг та міжнародних транспортних коридорів [5, с. 115-118].

Від самих суб'єктів туристичної діяльності залежить приведення у відповідність до міжнародних стандартів якості закладів туризму; залучення інвестиційних ресурсів у розбудову матеріальної бази туризму, зростання інвестиційної привабливості сфери туризму та окремих закладів; вихід із стану кризи і занепаду на основі впровадження ефективною системи управління; прискорення темпів зростання доходів і прибутків, збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності та їх інтеграція з

підприємствами готельно-ресторанного господарства, аграрного сектору, лікувально-оздоровчого та рекреаційного комплексу та інших.

Рейтинг туроператорів України складений за літній сезон 2020 р. на основі показників статистики продажів найбільших агентських мереж в Україні відображає основні тренди сезону. До найбільших туроператорів України належали: Anex – 26%, Join UP! – 23%, TUI – 14%, Coral Travel – 10%, Pegas Touristik – 7,5%, TEZ Tour – 5%, Компас – 4,5%, TPG – 4%. Основні країни туристичних потоків: Туреччина – 66%, Єгипет – 27% [6-7].

На початкових етапах післявоєнної відбудови сфери туризму важливо, щоб держава забезпечила обгрунтовану систему оподаткування, особливо на деокупованих територіях, яка сприяла б розвитку туризму і поверненню підприємців, які вимушено покинули свій бізнес і припинили діяльність під тиском окупації і воєнних дій. Для таких суб'єктів слід впровадити пільгове оподаткування або взагалі на певний період звільнити від сплати податків.

Розвиток туристичної індустрії має спиратись на нові методи господарювання, ефективні організаційні структури, економічну свободу виробників туристичного продукту, що за умов наростаючої конкуренції забезпечить насичення туристичного ринку високоякісними послугами та сприятиме соціально-економічному прогресу території [5, с. 115-118].

Проте, розвиток туризму неможливий без нормальної міжрегіональної конкуренції, тобто поступальний рівень розвитку кожного туристичного регіону України залежить від його спроможності реалізувати наявний туристичний потенціал. Особлива відповідальність покладена на території, які постраждали від російської агресії, але мають значний потенціал розвитку туризму, до яких належить і Херсонська область.

На початку повномасштабних воєнних дій більшість українських туристичних компаній переформатували свою роботу, переключились на волонтерство та допомогу військовим. Починаючи з травня-червня 2022 р., туристичні компанії стали відновлювати свою безпосередню діяльність. В умовах закритого для польотів українського неба оператори формували закордонні тури з вильотом з аеропортів найближчих країн. Також наголос на внутрішній туризм у безпечні регіони країни – Західну та Центральну Україну.

На сучасному етапі в Україні навіть не дохід і прибуток, а можливість адаптуватися до непередбачуваних впливів зовнішнього середовища, відновити роботу в умовах воєнних дій, зберегти персонал, проявити активну громадянську позицію стали критеріями успіху туристичних компаній. Ці аспекти діяльності суб'єктів туризму досліджено у наступних підрозділах.

Проте, не зважаючи на війну, туристична галузь в Україні функціонує. Суб'єкти підприємницької діяльності сплачують податки, тим самим фінансують державні витрати, зміцнюють обороноздатність країни. Тому на сучасному етапі важливо залучити все більше українців до подорожей

країною, підтримати малий туристичний бізнес, надати можливість йому перемогти у складний період війни і післявоєнної відбудови.

Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ) визначило, що державний бюджет України недоотримав значні суми податків від туристичної галузі через війну. За минулий 2022 р. представники туристичної галузі України сплатили на 31 % менше податків, ніж у 2021 р. На 35,2 % зменшилися податки від діяльності туристичних операторів, які сплатили у держбюджет у 2022 р. 167 млн 858 тис. грн, тоді як у 2021 р. - 259 млн 5 тис. грн. Також зафіксовано спад на 26,7 % від діяльності туристичних агентств (табл. 1.1).

Таблиця 1.1**Показники податків від туристичної сфери у 2022 р.**

Показники	2021 р.	2022 р.	2022 р. у % до 2021 р.
Сплачено податків, тис. грн	2 231 860	1 551 182	69,5
Податки від діяльності туристичних операторів, тис. грн	259005	167858	64,8
Податки від діяльності туристичних агентств, тис. грн	279264	204795	73,3
Готельний збір, млн. грн	1 288	898	69,7
Податки від діяльності турбаз, кемпінгів, дитячих таборів відпочинку, млн грн	328	141	43,0
Загальна кількість платників податків	21931	18125	82,6
з них юридичних осіб	5319	4584	86,2
фізичних осіб	16612	13541	81,5
Податок від діяльності готелів і гуртожитків		збільшився на 46 %	
Надходження до від закладів розміщення		зменшилися на 57 %	

Адже за рік війни загальна кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, скоротилася на 17,4 %.

Надходження до держбюджету від готелів займало найбільшу питому вагу у сфері туризму і становило майже 58 %, проте також зменшилася загальна сума надходжень на 30,3% порівняно з 2021 р. В структурі податкових надходжень до бюджету кожного КВЕД у сфері туризму частка туроператорів становила 10,8 %, а турагентів – 13,2 % (рис. 1).

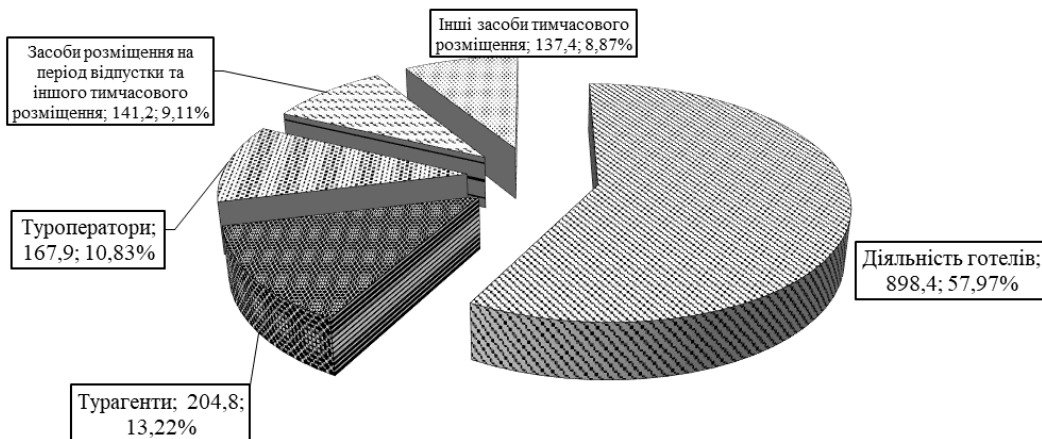


Рис. 1 Структура податкових надходжень до бюджету за КВЕД у сфері туризму, тис. грн.

Збільшилася сума податкових надходжень від діяльності пансіонатів та гуртожитків, які використовувалися для внутрішньо переміщених осіб. А сума сплаченого податку від діяльності турбаз, кемпінгів, дитячих таборів відпочинку зменшилася на 57 % (рис 1, 2).

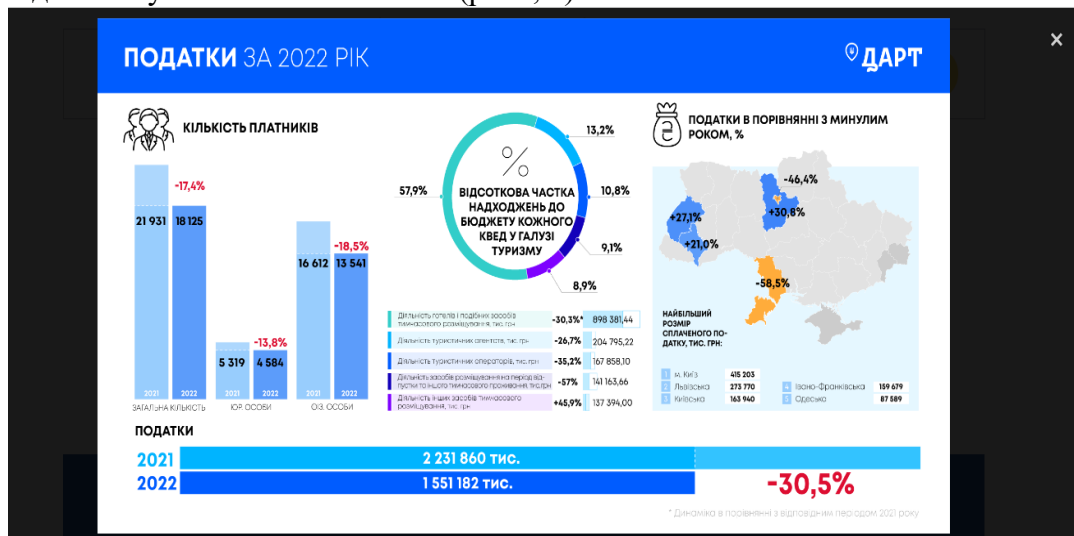


Рис. 2 Податки за 2022 рік

Зростання розміру сплаченого податку у 2022 р. продемонстрували Львівська (273 млн проти 215 млн у 2021 році), Київська (164 млн – проти майже 125 млн), Івано-Франківська (159 млн – проти майже 131 млн), області. Значний спад податкових надходжень зафіксований у Києві та Одеській області. На Одещині - на 58%, а у м. Київ - на 46%. Попри війну туристична галузь України працює, однак, потребує підтримки від українців [8-9].

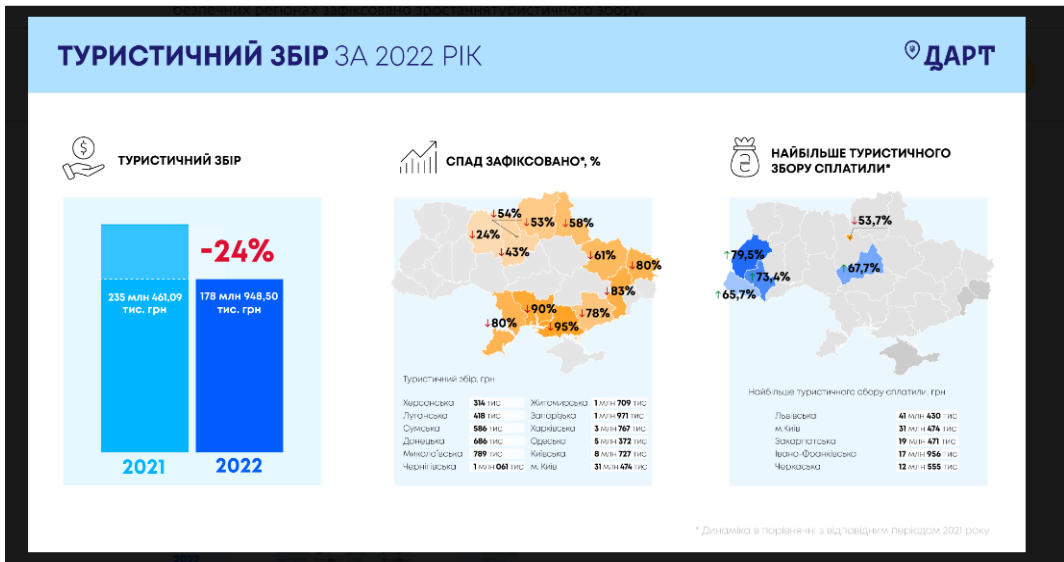


Рис. 3 Туристичний збір за 2022 рік

Оцінюючи галузі гостинності у 2022 р. ДАРТ проводить політику впровадження нових стандартів якості у сфері гостинності, а також визначає пріоритетні напрямки у 2023 році (Рис. 4). Для туриста головним маркером є визначення якості послуг, а стандарти оцінювання готелів є застарілими. Україні потрібно впроваджувати європейські стандарти якості, провести категоризацію за європейською класифікацією згідно з критеріями цієї організації [10].



Рис. 4 Результати опитування ДАРТ щодо переходу України від власних ДСТУ до Європейських стандартів

Тому напрями ефективного розвитку сфери туризму після війни повинні враховувати її комплексний характер і той синергетичний ефект,

позитивний вплив на інші сфери економіки, які забезпечує діяльність суб'єктів туризму. Загострення кризових явищ у сфері туризму та курортів на деокупованих територіях свідчить про необхідність удосконалення системи управління суб'єктами туристичного бізнесу на рівні держави. Необхідно визначити пріоритети і дотримуватися принципів реалізації заходів підтримки суб'єктів туризму у державній політиці України.

Висновки. Дослідження науково-теоретичних та методичних особливостей управління доходами підприємств туристичної сфери надає можливості розробити цілісну систему управління, яка поєднує аналіз і планування майбутніх надходжень, створює мотивацію працівників, забезпечує контроль за надходженням коштів і витратами. Основними чинниками доходів є кількість наданих послуг туристам, ціна на окремі послуги і комплексний туристичний пакет, а також якість туристичного продукту. Тому актуальним є перехід на міжнародні і європейські стандарти якості, що дозволить вітчизняним підприємцям залучити більше внутрішніх і зовнішніх туристів, тим самим збільшити доходи.

Сфера туризму має свої особливості діяльності, які пов'язані із тим, що туристична послуга не має матеріальної основи і задовольняє потреби споживачів у відпочинку, розширенні кругозору і знань, отриманні нових вражень і емоцій. Проте, це сфера комплексна і пов'язана із рядом інших галузей, які створюють туристичний продукт, стимулює їх розвиток. На сучасному етапі в галузі діють цілий ряд негативних чинників, які спричинені тривалими карантинами в період пандемії та воєнними діями. Після війни і на сучасному етапі необхідно визначити напрями ефективного розвитку сфери туризму на основі активізації підприємницької діяльності та підвищення прибутковості суб'єктів туризму. На деокупованих територіях кризові явища у сфері туризму, зниження податкових надходжень, втрата рейтингових позицій регіонів свідчить про необхідність удосконалення системи управління суб'єктами туристичного бізнесу на рівні держави, визначення пріоритетів і принципів підтримки суб'єктів туризму у державній політиці України.

References:

1. Васильців Т. Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О., Стан та тенденції розвитку туристичного комплексу в контексті забезпечення економічної безпеки України. *Економіка та держава*. 2019. № 9. С. 17-25.
2. Васильців Т.Г., Лупак Р.Л., Рудковський О.В., Белікова С.О. Аспекти безпеки розвитку туристичної галузі України в умовах гібридних загроз. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 11. С. 10-15.
3. Димчук А.В. Формування туристичної політики держави в умовах динамічних змін ринкового середовища. *Економіка та держава*. 2010. № 12. С. 44-45.
4. Охріменко А.Г. Проблеми конкурентоспроможності туристичної галузі України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2011. № 5. С. 42-47.
5. Гризовська Л.О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26-1. С. 115-118.

6. Рейтинг туроператорів літнього сезону 2020. URL: <https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/> (дата звернення 15.05.2023).
7. Рейтинг туроператорів України. URL: <http://www.turprofi.com.ua/rejtingi/2046-letnie-rejtingi-turoperatorov-po-turtsii-2017> (дата звернення 12.05.2023).
8. У 2022 році сума туристичного збору в Україні скоротилася на 24%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-suma-turistichnogo-zboru-v-ukrayini-skorotilasy-na-24> (дата звернення 15.05.2023).
9. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetu-vid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisy-mayzhe-na-31> (дата звернення 15.05.2023).
10. Готельний ринок України потребує запровадження нових стандартів якості. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/gotelniy-rinok-ukrayini-potrebuie-zaprovadzhennya-novih-standartiv-yakosti> (дата звернення 12.05.2023).
11. UNWTO World Tourism Barometr. URL: <http://mkt.unwto.org/barometer> (дата звернення 15.05.2023).
12. UNWTO. URL: <http://www2.unwto.org/> (дата звернення 15.05.2023).
13. Про туризм: Закон України № 324/95-ВР; редакція від 11 лютого 2015 р. URL: http://tourlib.net/zakon/pro_turyzm.htm. (дата звернення 12.05.2023).
14. Беркова О.П. Опис туристичної діяльності для потреб бухгалтерського обліку. *Стратегія розвитку України*. 2019. №2. С. 108-113.
15. Рошко Н.Б. Організація обліку у суб'єктів туристичної діяльності. *Економічні науки*. 2012. №9. С. 343-353.
16. Арестов С.В. Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2021. 41 с.
17. Ковальчук С., Миколишина В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. Т. 4. С. 60-65.
18. Алещенко Л. О. Прибуток як стратегічний інструмент розвитку молодіжного підприємництва в туристичному бізнесі. *Економічний простір*. 2020. № 120. С. 28-33.
19. Стратегія розвитку Херсонської області на період 2021 - 2027 років. Затверджена Рішенням XXXII сесії обласної ради VII скликання від 20.12.2019 № 1511. URL: <https://khoda.gov.ua/strateg%D1%96ja-rozvitku-2021-2027> (дата звернення 12.05.2023).