

Уманський національний університет садівництва

Факультет менеджменту

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**Стратегічні перспективи туристичної
та готельно-ресторанної індустрії в Україні:
теорія, практика та інновації розвитку**

**Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції**

28-29 жовтня 2020 року

Умань-2020

УДК338.48:640.43

С83

Рекомендовано до друку

*Вченою радою Уманського національного університету садівництва
(протокол №02 від 08 жовтня 2020 року)*

Редакційна колегія:

Транченко Л.В. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Кожухівська Р.Б. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Саковська О.М. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва;

Тимчук С.В. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Непочатенко В.О. – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Уманського національного університету садівництва.

Відповідальність за зміст і достовірність публікацій несуть автори. Точки зору авторів публікацій можуть не співпадати з точкою зору редакційної колегії збірника.

С83

Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку: збірник матеріалів Всеукр. наук.-прак. інт.-конф., 28-29 жовтня 2020 р. Умань: ВПЦ «Візаві», 2020. 307 с.

У збірнику матеріалів Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції «Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку» 28-29 жовтня 2020 року подано тези доповідей учених, науковців, викладачів, магістрантів, аспірантів, студентів щодо теоретичних та практичних аспектів інноваційного розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні.

Видання рекомендоване для студентів, аспірантів, викладачів, наукових співробітників, які займаються дослідженнями сфери туризму та індустрії гостинності.

УДК 338.48:640.43

© Уманський національний
університет садівництва, 2020

Кирилюк І.М.

к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

МАЛЕ ПІДПРИЄМСТВО В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Мале підприємство на сьогоднішній день є органічним структурним елементом ринкової економіки. Значимість малого підприємства в галузі туризму пояснюється створенням додаткових робочих місць і скороченням безробіття, стрімким розвитком конкуренції, використанням інноваційних процесів, швидким насиченням ринку туристичними товарами та послугами. На відміну від великого і середнього підприємств, мале підприємство є найбільш чисельним та вихідним, тому і найбільш поширеним сектором економіки в туризмі.

Характеризуючи розвиток малого підприємництва в регіональному аспекті, слід зазначити: Україна являє собою сукупність гетерогенних територій зі специфічними особливостями. Результати досліджень малого підприємництва туристичної сфери свідчать: кількість малих підприємств становить 94%; темпи зростання доходів від реалізації турпродуктів вищі порівняно з темпами приросту по сфері в цілому; вплив на зменшення безробіття позитивний; продуктивність праці зросла; рівень свободи підприємництва низький.

За даними Державної податкової адміністрації, у сфері надання туристичних послуг працюють 69 суб'єктів підприємницької діяльності (СПД), які мають ліцензії на туроператорську і турагентську діяльність [1]. Почали діяти регіональна електронна карта туристичних об'єктів та інформаційний центр. Розроблено програму комплексної розбудови курортно-туристичної зони.

Однак ефективному функціонуванню заважає комплекс проблем: неналагодженість співробітництва «центр - регіон - субрегіон»; недостатній обсяг інвестування; низький показник забезпеченості готельними місцями; невисокий рівень якості послуг; відсутність сертифікатів на послуги розміщення; сезонність діяльності підприємств індустрії гостинності; нерозвиненість мережі альтернативних засобів розміщення економічного класу; брак коштів на проведення наукових досліджень. Зволікання загрожує малому підприємству туристичної сфери стагнацією, втратою конкурентоспроможності та ринкових позицій [2, с.49]. Вищезазначене зумовлює розгляд напрямів розвитку малого підприємництва туристичної сфери.

Отже, основними пріоритетами модернізації курортно-рекреаційного та туристичного потенціалу мають стати розвиток матеріально-технічної бази, створення умов для залучення вітчизняних інвестиційних та кредитних коштів на реалізацію інноваційних проектів, перехід до застосування національних і міжнародних стандартів, контроль за встановленням економічно обґрунтованих тарифів на послуги відповідно

до рівня сертифікації об'єктів, створення сприятливого середовища для діяльності малого підприємництва. Це сформує конкурентоспроможні на світовому й національному рівнях туристичні та готельні послуги. В практичній діяльності малих підприємств туристичної сфери забезпечить результативне функціонування.

Бібліографічний список:

1. Закон України від 15.12.2018 №2505-IV «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2019 рік». URL: <http://sts.gov.ua/2019-rik/60104.html>
2. Варналій З.С. Мале підприємництво: основи теорії і практики. 3-тє вид. К.: Знання; 2005. 302 с.

Нещадим Л.М.

к. е. н., доцент

Уманський національний університет садівництва

ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ТЕРИТОРІЇ

Планування туризму є обов'язковою умовою забезпечення його безперервного управління і успішного розвитку. Досвід багатьох туристичних регіонів у світі показує, що тільки плановий підхід до розвитку туризму може забезпечити ефективність даного виду діяльності.

При плануванні туризму на національному, регіональному рівнях та підприємствах визначаються: політика його розвитку, структурний план, стандарти об'єктів, інституційні чинники і інші елементи розвитку і управління. На наступних етапах розробляються більш детальні плани: по туристичних пам'яток, курортам, міському, сільському і іншим видам туризму, а також плани діяльності туристичних центрів і фірм.

Міжнародний і вітчизняний досвід, дослідження в сфері туризму показують, що найважливішими теоретичними концепціями і методологічними засадами планування в даній галузі є [9]:

- планування туризму як комплексної системи;
- планування сталого розвитку туризму;
- довгострокове і стратегічне планування;
- участь органів місцевої влади та громадськості в плануванні.

Система комплексного планування розглядається як взаємопов'язані вплив на економічні результати чинників попиту і пропозиції товарів і послуг.

Система функціонуватиме набагато ефективніше і принесе бажані результати, якщо її планування буде здійснюватися на основі узгодженого розвитку всіх входних в неї елементів.

Планування забезпечує сталий розвиток туризму за рахунок збереження природних, культурних, історико-археологічних та інших

ресурсів туризму для користування в майбутньому, приносячи при цьому вигоду в даний час.

При довгостроковому і стратегічному плануванні визначаються цілі та завдання, формуються кращі моделі і напрямки перспектив розвитку туризму.

Політика і стратегічні плани розвитку туризму повинні розроблятися на відносно тривалі періоди - 10-15, а іноді і 20 років. Це залежить від прогнозу еволюції туристичної сфери діяльності, обстановки в країні або регіоні. Навіть здійснення конкретних проектів організації і будівництва великих курортів, наприклад в національних парках, вимагає тривалого часу – не менше 5-10 років.

До планування і розвитку туризму в конкретних зонах і районах повинні широко залучатися органи місцевого самоврядування та громадських організацій, які повинні брати участь при розгляді проектів планів і видачі розробникам рекомендацій по політиці, напрямами і видами туристичної діяльності.

Одним з методів розгляду планів є організація громадських слухань. Це дозволяє широким верствам місцевого населення ознайомитися з запланованими заходами і висловити свою думку. Бажано на даному етапі широке залучення до питань, що розглядаються засобів масової інформації.

Планування туризму включає наступні етапи [3, 9]:

- визначення мети, напрямків і завдань розвитку;
- підготовка і проведення досліджень, що визначають перспективи та орієнтири в галузі розвитку або вдосконалення форм туризму;
- обстеження всіх планованих елементів, що передбачає збір кількісних і якісних показників по структурних складових туризму (наявні потенційні пам'ятки, засоби розміщення, транспорту, харчування, конкуруючі фірми, тенденція туристичних прибуттів і т.п.);
- аналіз і синтез результатів обстеження (головне завдання - виявлення основних можливостей і проблем або стримуючих факторів розвитку туризму в аналізованому районі);
- розробка політики, структурних планів і рекомендацій по їх реалізації, усунення перешкод, що знижують якість туристичного бізнесу;
- розробка рекомендацій по інфраструктурі, інституційним аспектам, виходу з можливих непередбачених ситуацій і т.п. ;
- визначення методів і моделей контролю плану і його коригування.

В ході реалізації заходів плану важливе значення має суворе дотримання термінів їх виконання, а також здійснення безперервного управління, що передбачає такі напрями [2, 10]:

- оперативна адаптація до мінливих тенденціям на ринках збуту і еволюції турпродукту;
- підтримання на належному рівні і підвищення якості туристичних об'єктів і послуг;

– постійне нарощування вигод від туризму в соціальному і географічному планах;

– своєчасне рішення можливих проблем у міру їх виникнення.

Організацію планово-економічної роботи в сфері туризму багато в чому визначають такі основні фактори[4,8]:

– глибина поділу керуючих функцій на підприємстві туристичного бізнесу;

– стратегія і тактика планування в структурах підприємства;

– ступінь децентралізації та спеціалізації структурних підрозділів;

– супідрядність керівників, які координують і контролюючих структур.

В першу чергу організація планово-економічної роботи визначається типом і розміром підприємства туристичної діяльності. Наприклад, на малих підприємствах і фірмах не існує глибокого поділу управлінських функцій, тому всі деталі і напрямки по плануванню і організації туристичної діяльності визначають перші керівники (президент, виконавчий або комерційний директор).

На великих і середніх підприємствах розробка стратегічних, тактичних і поточних планів проводиться децентралізовано з урахуванням прийнятої організаційної структури, розподілу обов'язків між фахівцями і працівниками різних структурних служб, підпорядкування їх керівників, видів і форм контролю і координації всіх функцій підприємства (фірми) як єдиного цілого. Це обумовлено тим, що саме в структурних підрозділах зосереджені кадри, які мають досвід в області виробництва і реалізації туристичного продукту і послуг, оперативного управління діяльністю фірми щодо її напрямками. Підрозділи підприємства розробляють і висувають пропозиції для їх включення в поточні, тактичні і стратегічні довгострокові плани.

У практиці діяльності туристичних підприємств турбізнесу рекомендується застосовувати такі схеми організації робіт зі складання планів: зверху вниз, знизу вгору по ієрархічній структурі підприємства і круговий планування (зустрічний спосіб) [9].

У великих і середніх підприємствах і фірмах здійснюється організаційно-централізоване планування за схемою «зверху вниз». При такому підході планова стратегія розробляється на вищому рівні управління, де визначаються цілі, основні напрямки діяльності на ринку товарів і послуг, головні маркетингові задачі, шляхи розвитку підприємства, проводиться взаємоувязка всіх планових показників і механізму їх досягнення.

Поставлені цілі, завдання та контрольні прогнозовані показники просуваються далі на більш низькі структурні рівні підприємства, де вони деталізуються і включаються в плани підрозділів або окремих відповідальних виконавців (менеджери за напрямками та інші) [7]. Такий вид планування встановлює види, пропорції і обсяги туристичного

продукту і послуг (внутрішній, міжнародний або лікувальний, пізнавальний, діловий і т.п.).

Після узгодження планових завдань з конкретними виконавцями і співвиконавцями плани остаточно затверджуються вищим керівництвом підприємства.

Розглянута схема планування базується на централізації найважливіших рішень на верхньому рівні управління підприємством (рада директорів, президент, виконавчий директор, віце-президент з економіки або комерційний директор). Така схема планування допускає деяку самостійність своїх підрозділів (відділи, філії, бюро та ін.) В розробці календарних планів на базі загальнопромислових показників.

Планування за схемою «знизу вгору» здійснюється в напрямку: плани на місцях, плани структурних підрозділів і співвиконавців, загальний план з урахуванням погоджень і коригувань. При цьому складені структурними підрозділами проекти докладних планів об'єднуються на верхньому щаблі й утворюють в підсумку загальний єдиний план туристичного підприємства[10].

Зустрічне планування об'єднує в єдину схему обидва попередні способи. Спочатку в процесі, що відбувається «зверху вниз», здійснюється попереднє планування по головним цілям підприємства (загальна стратегія, види і форми туризму, їх питома вага, зв'язку з іншими підприємствами, контроль, координація господарської діяльності та ін.). На більш низьких рівнях проект попереднього плану конкретизується показниками по його відповідними розділами. На наступному етапі починається зворотний хід планування, тобто «знизу вгору». На цій стадії в проект плану вносяться більш ефективні рішення, усуваються розбіжності між складовими розділами загального плану. Такий ітеративний процес може здійснюватися багаторазово до повного усунення всіх недоліків і розбіжностей, особливо з суміжними партнерами.

Бібліографічний список:

1. Абрамов В.В., Тонокошкур М.В. Історія туризму: Підручник. Х.: ХНАМГ, 2010. 294 с.
2. Альошинський Є.С., Балака Є. І., Сіваконева Г. О., Світлична С.О. Передумови створення транспортнологістичних кластерів у межах міжнародних транспортних коридорів: Матеріали дев'ятої Міжнародної науково-практичної конференції «Проблеми міжнародних транспортних коридорів та єдиної транспортної системи України». Коктебель: УкрДАЗТ, 2013. С. 87-89.
3. Бараш Ю.С. Розвиток залізничного туризму в Україні. *Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*, 2014. Вип. 8. С.7-11.
4. Гуляев В.Г. Організація туристичних перевозок. М.: Фінанси і статистика. 2001. 512с.
5. Развитие железнодорожного туризма, 2019. URL: http://www.0zd.ru/sport_i_turizm/razvitie_zheleznodorozhnogo_turizma.html
6. Всі вісті, 2019. URL: <http://vsviti.com.ua/collections/18902>

7. Писаревський І.М. Туризм як національний пріоритет. Монографія. Х.: ХНАМГ, 2010. 284 с.

8. Стрілець В. І. Організація залізничного туризму в Україні як чинник підвищення прибутковості галузі. *Вісн. Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна*, 2011. Вип. 1. С. 114-117.

9. American-rails.com, 2020. URL: <http://www.american-rails.com/gcry.html>

10. Rail routes in France, 2020. URL: <http://about-france.com/scenicrailways.htm>

Онищук Л.О.

студентка

Уманський національний університет садівництва

Науковий керівник: к. е. н., доцент Нещадим Л.М.

МЕХАНІЗМ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стабільність туристичного ринку та професіоналізм суб'єктів цього виду діяльності значною мірою залежать від прийняття заходів щодо забезпечення контролю та регулювання у сфері туризму на державному рівні. Одним із дійових інструментів у цьому є ліцензування туристичної діяльності.

Туризм, який є високодохідним бізнесом, притягує до себе увагу не тільки спеціалістів, але й різноманітних сумнівних суб'єктів, кримінальних елементів чи просто непрофесіоналів. Тому неувага держави до даного сектору економіки може спричинити появу недобросовісних компаній та фірм-однодівок. Таке положення діл може негативно відобразитися на якості обслуговування туристів та їх безпеці.

Послуги, які реалізуються турфірмами, часто надаються за кордоном і на основі повної передплати. Як наслідок – сфера туризму займає одне з перших місць щодо кількості порушень прав споживачів. Крім того, непрофесійне ведення туристичного бізнесу ставить під загрозу відношення з фірмами-партнерами, багато з котрих є іноземними. Діяльність недобросовісних туристичних підприємств зрештою обертається значними фінансовими втратами та збитками для приймаючих компаній багатьох країн. Як наслідок – постраждалі фірми або не можуть далі продовжувати свою діяльність і розоряються, або сходять з даного туристичного ринку, що негативно відбивається на його іміджі.

Особливістю підприємницької діяльності у сфері туризму в останній час є вплив на неї таких неринкових чинників і форс-мажорних обставин, як війни, теракти, природні та техногенні катастрофи, епідемії, страйки тощо. Все це обумовлює високі споживчі ризики у сфері туризму, необхідність оперативної взаємодії турфірм і органів державного управління, а також використання спеціальних механізмів захисту як прав споживачів-туристів, так і фірм-партнерів з бізнесу. Тому зараз у багатьох

країнах світу - Великої Британії, Японії, Іспанії, Італії, Франції, Туреччині, Єгипті та інших, застосовується ліцензування туристичної діяльності.

Таким чином, країна, яка має намір активно розвивати туризм, повинна проводити на державному рівні політику підтримки інтересів туристів та створення рівних можливостей для туристичних підприємств, які їх обслуговують.

Раніше ліцензію отримували в тому разі, коли фірма мала справу з організацією іноземного туризму. Тепер фірмі потрібно буде мати ліцензію на провадження й внутрішнього туризму. Цей захід цілком виправданий і законний. Громадяни, звертаючись до послуг туристичних фірм, повинні бути впевнені, що при здійсненні подорожі їх будуть обслуговувати на належному рівні.

Для отримання ліцензії на організацію туризму та екскурсійну діяльність суб'єкти господарювання подають головному спеціалісту з питань розвитку туризму та ліцензування такі документи:

1. Заява на бланку встановленої форми.

Підписується відповідальною особою, завіряється печаткою фірми. В графі місцезнаходження необхідно зазначати індекс, та номери телефонів. В заяві вказується повне найменування суб'єкта господарювання, згідно свідоцтва про державну реєстрацію.

До заяви додаються такі документи:

- нотаріально засвідчені копії установчих документів (статут, установчий договір, якщо власників або уповноважених органів два і більше чи рішення засновників про створення суб'єкта господарювання);

- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта господарювання - юридичної особи;

- суб'єктом господарювання - фізичною особою - нотаріально засвідчені копії документів, що підтверджують рівень освіти і кваліфікації, необхідних для здійснення відповідного виду господарської діяльності, що ліцензується;

- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи приватного підприємця.

З метою підтвердження спроможності дотримання заявником ліцензійних умов ним подаються такі документи:

- копія диплому про вищу освіту керівника суб'єкта господарювання (туристичного підрозділу) громадянина-підприємця; витяг із трудової книжки керівника суб'єкта господарювання (туристичного підрозділу) громадянина-підприємця про стаж його роботи в туристичній галузі, який повинен бути не менше 3 років або копію документа, що засвідчує спеціальну туристичну освіту;

- характеристика діяльності суб'єкта господарювання;

- копія документа, що засвідчує наявність службового приміщення, яке повинне відповідати вимогам Ліцензійних умов провадження господарської діяльності, пов'язаної з організацією іноземного, зарубіжного, внутрішнього туризму та контроль за їх дотриманням;

– копія договору зі страховою компанією про здійснення обов'язкового страхування туристів, що направляються суб'єктом господарювання в туристичні подорожі за кордон та по Україні;

– копія договору зі страховою компанією про страхування відповідальності суб'єктів туристичної діяльності за ненадання чи надання не в повному обсязі туристичних послуг;

– копія довідки зі статуправління «Про включення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України».

Якщо заява і необхідні при цьому документи подаються не керівником суб'єкта господарювання, а його довіреною особою, потрібно надати відповідне доручення, в якому зазначається, що ця довірена особа компетентна представляти суб'єкта господарювання з усіх питань її діяльності. В разі відсутності документів, що підтверджують можливість провадження заявником певного виду господарювання, що ліцензується, у видачі ліцензії може бути відмовлено [3].

Ліцензію одержує керівник суб'єкта або туристичного підрозділу, в разі його відсутності з поважних причин його заступник при наявності доручення на одержання ліцензії. Особа, що отримує ліцензію, надає паспорт та копію платіжного документа, що підтверджує оплату за видачу ліцензій.

Характеристика туристичної діяльності подається на фірмовому бланку суб'єкта підприємництва, де вказується:

– час заснування підприємства, початок туристичної діяльності; період роботи в галузі туризму;

– обсяг туристичної діяльності в загальному обсязі підприємницької діяльності (у %);

– діяльність до подання заяви на отримання ліцензії.

Характеристика загалом та в розріз кожного з видів, що заявлені на ліцензування, містить відомості про назви країн, в які відправлено вітчизняних туристів, та з яких прийнято іноземних туристів в Україну (назвати регіони України, де приймалися іноземці); обсяг послуг (в грн.), одержаних від туристичної діяльності при наявності такої; кількість та найменування маршрутів, розроблених безпосередньо підприємством та, окремо, - за агентськими угодами; перелік основних партнерів задіяних в організації прийому та відправлення туристів; категорійний склад туристів; структура підприємства; чисельність працівників, задіяних в туристичної діяльності (за штатним розкладом за трудовими угодами); кваліфікацію працівників, освіти, стаж роботи в туризмі, рівень фахової підготовки; матеріальну базу підприємства - наявність власних основних фондів, офісні приміщення (поверх, кількість кімнат, загальний метраж), засоби розміщення, харчування, транспортування туристів; наявність орендованих основних фондів; наявність засобів зв'язку та охорони в офісних приміщеннях; засоби реклами; пропозиції з питань законодавства, нормативно-правової бази туризму тощо та зауваження щодо вдосконалення механізму їх реалізації до Державної туристичної

адміністрації України.

Ліцензія видається терміном на 3 роки, в разі закінчення дії ліцензії, підприємство залишається в реєстрі ліцензованих туристичних підприємств і повинно подовжити термін.

Плата, яка вноситься суб'єктом підприємницької діяльності за видачу та переоформлення ліцензії, зараховується до Державного бюджету України і вноситься на балансові рахунки територіальних органів державного казначейства № 3510 «Кошти державного бюджету України» в установах Нацбанку та № 2510 – в установах комерційних банків за місцем провадження діяльності підприємця.

Плата за ліцензію здійснюється після того, як прийнято рішення про видачу ліцензії – 20 неоподаткованих мінімумів доходів громадян. Плата за переоформлення та дублікат ліцензії – 5 неоподаткованих мінімумів, за видачу кожної копії ліцензії – 1 неоподаткований мінімум.

В нашій країні на державному рівні відсутній чіткий механізм роботи туристичної галузі.

Ліцензування у сфері туризму потребує підвищеної уваги з боку Міністерства культури і туризму.

Для подолання суперечностей, які містяться у нормативно-правових актах з туристичної діяльності, треба на законодавчому рівні створити цивілізовані умови для того, щоб туристична компанія насправді заробила, тоді це буде вигідно всім – і туристам, і турфірмам, і державі в цілому.

Бібліографічний список:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18.11.2003 р. № 1282-IV. Відомості Верховної Ради України, 2004 р., № 13.

2. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» від 01.06.2000 р. № 1775-IV, в редакції від 02.08.2006 р. Відомості Верховної Ради України, 2006, № 39.

3. Ліцензійні умови провадження господарської діяльності з організації іноземного, внутрішнього, зарубіжного туризму, екскурсійної діяльності. Затверджені спільним наказом Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва та Державного комітету молодіжної політики, спорту і туризму України від 17.01.2001 р. № 7/62. URL: www.tourism.gov.ua.

4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

5. Рудяк Ю., Кузнєцов В., Кліменко А. Все про облік та організацію туристичної діяльності. Х.: Фактор, 2005. 276 с.

6. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Финансы и статистика, 2005. 400 с.

7. Экономика и организация туризма. Международный туризм. Под ред. И.А.Рябовой, Ю.В.Забаева, Е.Л.Драчёвой. – М.: КНОРУС, 2005. – 576 с.

8. Офіційний сайт Державної служби туризму і курортів України, 2020. URL: www.tourism.gov.ua.

Петренко Н.О.

д. е. н., професор

Уманський національний університет садівництва

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ У РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Сучасна туристична індустрія у світовій господарській системі посідає провідні позиції: на неї припадає близько 10% від виробленого у світі валового продукту, близько 30% світової торгівлі послугами, 7% загального обсягу світових інвестицій, 11% світових споживчих витрат. Для більш ніж 40 країн світу туристична галузь є основним джерелом надходжень національного бюджету, а для 70 – однією з трьох його основних статей. Тому розвиток рекреаційно-туристичної сфери для багатьох країн є на сьогодні однією з головних задач [3, с.43].

Туристичний бізнес розглядається як найбільш перспективний напрямок розвитку ринку послуг, що займає третє місце за дохідністю і має велике значення для національної економіки України. Він здатний зробити значний внесок у збільшення валового внутрішнього продукту (ВВП) при відносно малих капітальних затратах та коротких термінах окупності.

Крім того, прискорений розвиток цієї сфери бізнесу міг би сприяти динамічному розширенню внутрішнього ринку як основи стабільного економічного зростання в регіоні, а також значному піднесенню культурно-національного розвитку країни та подальшому займанні гідного місця серед країн світу.

За оцінками Всесвітньої Туристичної Організації (ЮНВТО) потенційні можливості нашої країни дозволяють при дотриманні європейських стандартів розвитку туристичної інфраструктури значно збільшити прийом іноземних туристів.

Насамперед можна виділити основні конкурентні переваги України. Це особливості географічного положення та рельєфу, унікальний цілющий клімат, значний історико-культурний та науково-технічний потенціал; розвинена транспортна інфраструктура; наявність висококваліфікованих кадрів; регіональна розгалуженість туристичних центрів та зон відпочинку; наявність великої кількості територій з лікувальними можливостями;; забезпеченість розвитку туристичної індустрії нормативно-правовою базою; привабливість туристичної індустрії нашої країни для іноземного інвестування. Однак сьогодні в Україні розвиток цієї важливої галузі економіки, яка, за розрахунками фахівців, лише у вигляді податків могла б щороку приносити в державну скарбницю до 4 млрд дол., недостатній.

Причинами такого становища є відставання від більшості європейських країн за рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг, значне моральне та фізичне зношення матеріальної бази; мала кількість готельних комплексів туристичного класу (за міжнародними нормами на одну тисячу населення країни необхідно не менше 10 готельних місць, а в Україні вся кількість експлуатованих готельних місць становить 100 тисяч,

тобто обсяг пропозиції є нижчим від норми майже вп'ятеро); дефіцит п'ятизіркових готелів (їх є лише 9); невідповідність вартості та якості послуг, що надаються персоналом готелів [1, с.135].

Розглянемо перелік основних заходів, які покращать конкурентоспроможність та сприятимуть перетворенню України на туристичну державу світового значення:

1. забезпечення ефективного функціонування різних галузей економіки, від яких залежить якісне надання туристичних послуг, зокрема транспорту, торгівлі, виробництва сувенірної продукції, видавничо-рекламної діяльності тощо. Особливої уваги слід надати якості дорогам, оскільки за даними The Global Competitiveness Report 2018-2019, Україна займає 123 місце за рейтингом якості доріг [5, с.413];

2. подальше впровадження і розширення екстремальних розваг, які набувають все більшої популярності і користуються великим попитом серед туристів. Такий вид спорту максимально сприяє зняттю стресу і викиду надлишку енергії, яка найбільш характерна для людей середнього віку;

3. приділення значної уваги розвитку в'їзного туризму, тобто залучення гостей в Україну. Привертання уваги до історико-архітектурних пам'яток, стародавніх звичаїв та традицій українського народу, адже попри створення позитивного іміджу країни та її окремих туристичних об'єктів, збільшується капітал і застосовуються гроші, витрачені іноземними туристами, в якості засобів обігу і нагромадження, в той час, як в багатьох країнах світу надходження від іноземного туризму являються основним джерелом отримання інвалюти;

4. створення багатофункціональної системи оздоровчих закладів, адже Україна має цілющі умови узбережжя Чорного та Азовського морів, Криму, Карпат, які широко використовуються як основний лікувальний та оздоровчий чинник практично на всіх курортах;

5. використання маркетингових каналів поширення туристичної інформації: рекламу, зв'язки з громадськістю, виставки, ярмарки, брендинг, спонсорство тощо. Вони надають туристичному підприємству великі можливості одночасного розповсюдження і отримання широкого спектру економічної, організаційної, технічної, комерційної інформації за відносно низьких витрат;

6. залучення іноземних інвестицій, розвиток інфраструктури туризму за рахунок банківських та бюджетних кредитів, благодійних внесків та грошових позик громадян та юридичних організацій. Оскільки держава на даному етапі не в стані фінансувати розвиток туризму, а Закон України «Про туризм» в статті 11 «Джерела фінансування туризму» виключає фінансування туристичної діяльності за рахунок держави;

7. розвиток готельної мережі по Україні, вдосконалення сервісу, вдосконалення податкової системи, підвищення платоспроможності основної частини населення, розвиток матеріально-технічної бази сфери послуг;

8. створення оптимальної системи регулювання податкової політики щодо іноземних та внутрішніх інвестицій, що сприяло б розвитку туризму, а звідси і створенню значної кількості робочих місць, особливо в регіонах України, так як туристичний комплекс в 1,5 рази швидше створює робочі місця, ніж будь-яка інша галузь економіки;

9. ефективне автоматизоване інформаційне і технологічне управління, що сприяє підвищенню економічної ефективності, поліпшення якості послуг та кадрового забезпечення, стабільне оновлення даних та здійснення контролю за об'єктивністю інформації, розширення переліку та обсягу інформації;

10. створення туристичних представництв у зарубіжних країнах з метою пропаганди національного туристичного потенціалу, виготовлення рекламно-інформаційної продукції про Україну і її туристичні можливості, розширення зв'язків, оскільки більшість громадян зарубіжних країн до цього часу ототожнював Україну та Росію, не беручи до уваги туристичні ресурси України. Це підтверджує підготовлений ВТО прогноз, згідно з яким у десятку країн-лідерів туризму в 2022 році увійдуть такі країни: Китай, США, Франція, Іспанія, Гонконг, Італія, Велика Британія, Мексика, Російська Федерація, Чеська Республіка [4, с.78];

11. створення оптимальних нормативно-правових засад прискореного розвитку туристичної інфраструктури шляхом розширення договірно-правової бази міжнародних відносин, укладання міжурядових та міжвідомчих Угод про співробітництво в галузі туризму;

12. забезпечення раціонального використання природних територій курортів та природних лікувальних ресурсів шляхом контролю за використанням туристичних ресурсів, зокрема створення Державного кадастру природних територій курортів України та проведення моніторингу санаторно-курортних, оздоровчих закладів та природних територій курортів України.

Згідно з опитуванням, проведеного консалтинговою фірмою Trendscore за замовленням Travel Industry Club, що представляє інтереси німецького турбізнесу, 52% менеджерів у сфері туризму вважають, що Євро-2012 приніс туристичному іміджу країни більше збитку, ніж вигоди. І тільки 32% вважають, що Україна може сприйматися як привабливе місце для туристів. Проте, туристичний потік після проведення Євро-2012 зріс на 30% в порівнянні з минулим роком, а після завершення Євро-2012 ця тенденція до збільшення потоку збереглась [2].

Таким чином, маючи високий природно-ресурсний та історико-культурний потенціал, проведення вище описаних заходів на більш прогресуючому рівні та піднесення зокрема в'їзного туризму, дозволить зайняти гідне місце серед інших високорозвинених країн.

Бібліографічний список:

1. Довбенко О. Спеціальні економічні зони туристично-рекреаційного типу: порівняльна характеристика. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2007. № 2. С. 135-142.

2. Інформаційно-аналітичний портал «Бізнес і Політика». URL: <http://www.business-politika.net>.

3. Статистичний щорічник України за 2019 рік. Державна служба статистики України, 2019, 559 с.

4. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.

5. Klaus Schwab. The Global Competitiveness Report 2018-2019. World Economic Forum. Columbia University. Geneva URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2018-19.pdf.

Подзігун С.М.

к. е. н., доцент

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

ПРОБЛЕМИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИЗМІ

Інвестиційна діяльність виступає важливою складовою механізму державного регулювання туристичної галузі та охоплює комплекс заходів, спрямованих на залучення капіталу у розвиток туристичної інфраструктури.

Гостра нестача фінансових ресурсів у туризмі свідчить про недосконалість державної інвестиційної політики, яка не створює відповідні умови для залучення вітчизняного та зарубіжного капіталу [1].

Вітчизняний туризм може стати однією з найприбутковіших сфер економіки України. Пріоритетність розвитку туристичної галузі для України можна визначити рядом причин:

- наявність значного різностороннього туристичного потенціалу;
- туризм сприятиме надходженню валюти в країну, отже і поповненню державного бюджету;
- туризм пов'язаний з багатьма іншими галузями економіки, тому розвиток цієї індустрії покличе за собою розвиток багатьох супутніх галузей;
- розвиток туризму в регіонах спричинить збільшення доходів місцевих бюджетів.

Кількість туристів, що відвідують Україну зростає, обсяги наданих послуг теж, а доходи бюджету від туризму зростають меншими темпами. Це зумовлено тим, що темпи і якість зростання не відповідають сучасним світовим тенденціям і реальному туристичному потенціалу нашої країни.

Для того, щоб реалізувати наявний потенціал, туристична галузь України, потребує значних коштів для розвитку туристичного бізнесу. В сучасних умовах інвестиції виступають важливим джерелом розвитку туризму.

В Україні, останнім часом, спостерігається поступове збільшення інвестицій в туризм, але їх величина залишається недостатньою для

ефективної і повноцінної діяльності галузі. При цьому основна частина (близько 80%) інвестицій припадають на технічне переоснащення і реконструкцію і тільки 20% на нове будівництво. Інвестиційні кошти вкладаються в найперспективніші та найрентабельніші об'єкти та міста: Київ, Запоріжжя, Одеса [2].

Туристична індустрія має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, включаючи різні галузі обслуговування: невеликі ресторани, мотелі і готелі, будинки відпочинку, пральні, магазини, що продають вироби місцевих ремісників і предметами мистецтва тощо.

Таким чином, інвестиції уряду в інфраструктуру, а іноді і в дорогу матеріально-технічну базу туризму стимулює інвестування численних підприємств малого бізнесу.

Туристична індустрія є досить капіталомісткою галуззю через високу вартість нерухомості і обладнання. Так, капітал в індустрію гостинності залучається на довгий період часу і повертається досить повільно, а сама структура інвестицій в цьому секторі подібна на інвестиції в промисловість та є затратною [3].

Початкові інвестиції в туризм притягають все більше вкладень в майбутньому у допоміжні і підтримуючі галузі господарства. Сюди входять крупні інвестиції в головні готелі, ресторани, торгові центри, порти, аеропорти, транспортні засоби і т. п. їхні інвестиції скуповуються тільки через декілька років.

Туроператори і певною мірою турагенти вимагають великої кількості оборотних засобів для оплати послуг готелів, транспортних компаній та ін. перед туристичним сезоном. Капітал тут, як правило, затримується на короткий проміжок часу і часто використовується для спекуляцій на валютному ринку.

У підсумку слід підкреслити, що питання залучення інвестицій в сферу туризму є особливо актуальними, оскільки це сприятиме збільшенню потоку туристів, розвитку не лише цієї сфери, але і може надати позитивний поштовх для багатьох інших галузей.

Проблеми інвестиційної діяльності в туризмі є складними та зважаючи на особливості туризму потребують подальших досліджень і розробок стосовно організаційно-економічного механізму і підприємницьких структур та населення.

Бібліографічний список:

1. Актуальність інвестиційної політики в галузі туризму, 2019. URL: <http://infotour.in.ua/karlova.htm> (дата звернення 14.10.2020)
2. Сливенко А.Т. Проблеми та Перспективи інвестиційної діяльності в туристичній галузі України. URL: http://confcontact.com/2013_03_15/12_Slyvenko.htm (дата звернення 14.10.2020).

Слободяник А.М.

докторантка

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Науковий консультант: д. е. н., професорка Резнік Н.П.

Ф'ЮЧЕРСНИЙ РИНОК - СПОСІБ ВИРІШЕННЯ ЦІНОВОЇ ПРОБЛЕМИ В УКРАЇНІ

В умовах невизначеності в Україні особливо важливо використовувати на ринку фінансових послуг ефективні інструменти хеджування, зокрема ф'ючерсну торгівлю. Але існує ряд проблем, що гальмують розвиток торгівлі ф'ючерсами в Україні. Насамперед це брак інвестицій, зниження довіри на фінансовому ринку та неадаптована як до світових так і до вітчизняних ринкових відносин законодавча база.

Уповільнений розвиток ф'ючерсного ринку пов'язаний зі складними умовами становлення ринкової економіки країни, відсутністю необхідної інфраструктури для ф'ючерсної торгівлі, кваліфікованих кадрів біржовиків, спроможних організувати біржову діяльність, з інфляцією, кризою виробництва. Але найголовніша причина, що перешкоджає розвитку ф'ючерсної торгівлі – це повільний розвиток безпосередньо ринкових відносин, створення ринкового середовища. Ринкова структура економіки перебуває ще тільки в стадії формування.

Як показує зарубіжний досвід, для переходу до торгівлі строковими контрактами в нашій країні, особливо продукцією агропромислового комплексу, що займає провідне місце на товарному біржовому ринку, необхідно створити добре розвинутий ринок реального товару, щоб не менше половини продукції реалізовувалася через спотові та форвардні біржові контракти. Також необхідно здійснити:

- гармонізацію стандартів якості товарів з міжнародними стандартами;
- стабільність національної грошової одиниці – гривні;
- кореляцію внутрішніх і зовнішніх ринків по основних біржових товарах;
- усунення високих ризиків пов'язаних з логістикою біржових товарів;
- створення стабільної всеоб'ємної законодавчо-правової бази;
- фінансову цілісність передусім ф'ючерсного ринку;
- встановлення кваліфікаційних вимог до учасників ф'ючерсного ринку;
- організацію розгалуженої системи підготовки фахівців для обслуговування ф'ючерсного ринку.

Нині в країні дуже мало зроблено для широкого впровадження форвардних контрактів з різними умовами виконання, що є передумовою впровадження ф'ючерсних контрактів. Нерозвиненість товарно-грошових відносин і приватної власності істотно впливає на процес впровадження і розвитку ф'ючерсного ринку. З вищевикладеного випливає, що процес

розвитку ф'ючерсної торгівлі в українській економіці триватиме ще багато років і матиме свою історію й етапи становлення, що впливають із реальної обстановки.

Підходи до вдосконалення біржового механізму доцільно розглядати з позицій найбільш зацікавлених у функціонуванні товарних бірж в Україні суб'єктів – уряду та самої товарної біржі.

Слід зазначити, що процес удосконалення біржового механізму з одного боку включає в себе упорядкування роботи біржового ринку в цілому, з іншого – удосконалення біржового механізму на кожній біржі окремо (рис. 1).



Рис. 1. Принципові напрями удосконалення біржового механізму

Як показує досвід, низька активність підприємств на товарних біржах пояснюється насамперед тим, що їх керівники, будучи за всіма ознаками потенційними клієнтами товарних бірж, мають недостатнє уявлення про біржову діяльність, про наявність бірж у регіоні, та їхню спеціалізацію. Така ситуація певною мірою обумовлена відсутністю доступної об'єктивної інформації про стан біржової торгівлі. Настав час формування модерної біржової культури, адже наявні в Інтернеті сайти деяких бірж, біржова інформація, що зрідка з'являється у друкованих ЗМІ, не можуть задовольнити потреби підприємств, біржовиків та інших зацікавлених суб'єктів.

Існує величезний розрив між розумінням економічної суті зарубіжних ф'ючерсних ринків, доцільності їх створення в Україні на основні сировинні активи, капітал та іноземну валюту і технічними можливостями виходу українських інвесторів на найліквідніші світові строкові ринки. Глобалізація світових ринків, особливо наймобільніших із них, фінансових, призвела до того, що жодна із країн не може не відчувати наслідків збоїв у

їх функціонуванні. Після російської кризи складна міжнародна банківська система важко знаходила шляхи проведення взаємозаліків з неповернутих кредитів. Криза стала особливо дошкульною і через те, що класична економічна теорія економіки як системи, що постійно перебуває у стані динамічної рівноваги і має внутрішні важелі розвитку, особливо теорія ефективності ринків, яку постійно застосовували основні учасники міжнародних фінансових ринків – міжнародні інвестори – найпотужніші банки, інвестиційні фонди та страхові компанії, хеджеві взаємні та фонди грошового ринку, виявилася неспроможною своєчасно передбачити та запобігти фінансовому й економічному краху багатьох із них.

Залучення України до світового ринку не буде реальним без створення сучасного строкового позабіржового ринку своїх, форвардних і опціонних контрактів та біржового ринку ф'ючерсних і опціонних контрактів. Щоб в системі біржової торгівлі брала участь достатня кількість продавців та покупців, необхідно відпрацювати чіткий механізм, пов'язаний із захистом інтересів всіх його учасників. Вони мають бути впевненими, що ліквідність біржових угод є максимальною, а ризик непоставок або неплатежів – мінімальним.

Ф'ючерсна біржа, з незначною кількістю високотехнологічних сучасних сертифікованих складів, розміщених у головних портах та транспортних вузлах, зокрема на кордонах, може і повинна обслуговувати строковий (ф'ючерсний) ринок, на якому здійснюється небагато угод з реальним товаром. На ці біржі повинен прийти сертифікований брокер, який співпрацюючи з аналітиками ринків, зможе укладати ф'ючерсні та опціонні контракти на основні види сировини, іноземної валюти та найліквідніших цінних паперів. Він здійснюватиме особливо ризикові інвестиції, беручи на себе ризик негативних цінових та курсових змін з виробника, переробника, торговця, банку тощо.

Концептуально важливим є усвідомлення необхідності в Україні становлення строкових ринків всіх основних активів, тобто ф'ючерсних бірж, які повинні функціонувати не для забезпечення економіки сировиною, капіталом та валютою, а для організації самих цих ринків.

Бібліографічний список:

1. Слободяник А.М., Труш І.Г., Благодатний А.С. Аналіз інструментів хеджування на аграрному ринку. *Сучасні питання економіки і права*, 2018. (2), С. 116-123.
2. Abuselidze G., & Slobodianyuk A. Investment of the financial instruments and their influence on the exchange stock market development. In *Economic Science for Rural Development: Conference Proceedings*, No. 52, 2019, September.
3. Слободяник А.М., Тарасович Л.В. Оцінка та аналіз інструментів хеджування з урахуванням специфіки аграрного ринку. *Наукові праці МАУП. Сер. Економічні науки*, 2017. Вип. 22, С. 46-54.

Транченко О.М.

к. е. н., доцент

Уманський національний університет садівництва

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКУ ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Діяльність підприємств готельного господарства характеризується низкою специфічних рис, які притаманні лише їй. Це стосується першочергово спектр додаткових послуг, які так-би мовити доповнюють основну послугу готелю – надання місця тимчасового проживання і тим самим сприяють зацікавленості додаткових клієнтів. Серед числа останніх можуть бути, як безпосередньо мешканці готелю, так і сторонні відвідувачі, яких не цікавить послуга розміщення, а до вподоби лише спектр додаткових розваг індустрії гостинності. Це першочергово стосується ресторанів, СПА-центрів, басейнів, тренажерних залів тощо. Саме таке різноманіття дає можливість підприємствам готельного господарства вижити в умовах сьогодення, тобто перекрити не завжди бажаний рівень завантаженості номерного фонду реалізацією саме додаткових послуг.

Окрім того, чимало таких послуг доволі часто готелі включають, як безкоштовні складові до вартості готельного продукту. Зокрема, клієнт готелю може наприклад отримати окрім обов'язкової послуги розміщення безкоштовний абонемент на відвідування басейну, при готелю, у ранішні години, тощо.

Варто зазначити, що як вітчизняні, так і зарубіжні вчені досліджуючи сектор індустрії гостинності, значну увагу приділяли лише обліку окремих додаткових структурних підрозділів готелю, проте особливостям саме побудови комплексної системи обліку з метою забезпечення зростання прибутку готелю в умовах спектрального характеру формування його вартості взагалі уваги не приділяли.

Тому цілком доцільним є не лише наприклад поглиблення деталізації синтетичного та аналітичного обліку результативності діяльності, але й віднайдення максимальної користі для визначення прихованих резервів (можливостей), щодо примноження багатства, вираженого в кінцевій сумі одержаного прибутку. Це на нашу думку, може забезпечити система спеціальних облікових реєстрів управлінського обліку, яки саме створюють таке інформаційне підґрунтя для прийняття виважених управлінських рішень щодо асортименту спектральних послуг, включених як обов'язкові складові до готельного продукту.

На вітчизняній обліковій ниві найбільш ґрунтовні дослідження з бухгалтерського обліку в готелях присутні у численних працях С.Я. Король [1], саме в них розкрито специфічні особливості діяльності підприємств готельного господарства, їх вплив на результати основної діяльності готелю та запропонована низка пропозиції щодо удосконалення. Вони стосуються як документального відображення операцій при реалізації готельних

послуг, так і системи синтетичного та аналітичного обліку, із врахуванням відповідних характерних облікових аспектів в системі облікових реєстрів та звітності підприємств готельного господарства. Цілком зрозуміло, що такі особливості створюють низку специфічних аспектів в системі бухгалтерського обліку. Для подолання яких слід розробити низку пропозицій щодо удосконалення даної ділянки облікового процесу, зокрема в частині відображення інформації про витрати, доходи та фінансові результати в системі облікових реєстрів.

Перш за все, слід зупинитися на основних аспектах організації бухгалтерського обліку на підприємствах готельного господарства в середовищі сучасних інформаційних технологій. Розрахункові операції при наданні готельних послуг клієнтам можуть здійснюватися, як в готівковій, так і безготівковій формі. За готівкових розрахунків старший адміністратор та адміністратор готелю щоденно здійснюють прийом готівкових коштів за готельні та інші послуги, що надаються готелями і своєчасно та в повному обсязі відображають вищезазначені операції в програмному комплексі «Smart Hotel – Реєстратура».

Старший адміністратор готелю щоденно в термін до 15-00 год. здійснює підготовку до інкасації отриманої грошової виручки за готельні та інші послуги, що надаються готелями. Керуючись встановленим графіком інкасації саме старший адміністратор забезпечує передачу грошової виручки інкасаторській службі та здійснює відповідне відображення проведеної операції в касовому апараті. Адміністратор готелю щоденно не пізніше 24-00 год. здійснює обнуління каси, друк Z-звіту та X-звіту з касового апарату та звірку вищезазначених звітів з загальною сумою отриманої готівкової виручки протягом робочого дня відображеної в програмному комплексі «Smart Hotel – Реєстратура» в розрізі видів послуг, утриманих сум податків та зборів. У випадку виявлення розбіжностей забезпечує протягом наступного робочого дня в термін до 8-00 год. приведення інформації щодо отриманої готівкової виручки в програмному комплексі «Smart Hotel – Реєстратура» до сум вказаних Z-звіті та X-звіті. Також старший адміністратор готелю щоденно в термін до 9-00 год. здійснює подання «Звіту по оплатах за попередній день» провідному спеціалісту-бухгалтеру, що закріплений за відповідною філією з підкріпленням до вищезазначеного звіту Z-звіту та X-звіту з касового апарату за попередній день. Завідувач сектору контролю дебіторської та кредиторської заборгованості Фінансового відділу щоденно в термін до 11-00 год. здійснює відображення в програмному комплексі «Smart Hotel – Реєстратура» інформації щодо отриманих грошових находженнях за готельні та інші послуги, що надаються готелями за попередню добу [2].

Щодо безготівкової форми розрахунків, то завідувач сектору контролю дебіторської та кредиторської заборгованості фінансового відділу готелю щоденно в термін до 10-00 год. здійснює опрацювання грошових надходжень за готельні та інші послуги, що надаються готелями в програмному комплексі «1С Бухгалтерія 8.2».

При неможливості обробки грошових надходжень до відповідного номеру виписаного рахунку на оплату послуг та номеру броні начальник фінансового відділу Товариства в термін до 12-00 год щоденно забезпечує надання начальнику відділу реалізації та маркетингу готелю «Звіт по необроблених грошових надходженнях».

При комплексному характері готельної послуги, собівартість її формування нами доцільно характеризувати, як спектральну дволанковість, де на рівні першої ланки знаходяться послуги з надання місця тимчасового проживання у готельному номері відповідного типу, а на другій ланці – весь спектр додаткових послуг готелю.

Окрім того, оскільки послугам готелю характерною є зовнішня реалізація стороннім відвідувачам, які не проживають в готелі, та внутрішня реалізація безпосередньо самим мешканцям готелю спектру додаткових послуг, то нами запропонована низка аналітичних відомостей з відображення такої реалізації. Зокрема для відображення фінансового результату зовнішньої реалізації послуг додаткових структурних підрозділів підприємства готельного господарства (субрахунок відповідного порядку до рахунку 79) пропонуємо використовувати спеціальну аналітичну відомість до Розділу I, Журналу 5.

Спектром додаткових послуг підприємства готельного господарства можуть і безпосередньо скористатися мешканці готелю, при цьому готельний продукт, який реалізується, передбачає досить часто включення безкоштовних складових. В силу чого, між структурними підрозділами готелю слід застосовувати систему подвійного трансфертного ціноутворення, яка передбачає появу внутрішньої реалізацію, та формування внутрішніх фінансових результатів сегментів діяльності готелю. За таких умов доцільно застосовувати спеціальну аналітичну відомість до розділу I, Журналу 5, для відображення результату внутрішньої реалізації, наприклад послуг СПА-центру

Начальник Фінансового відділу готелю щоденно до 14-00 год. забезпечує подання «Звіту щодо отриманих безготівкових грошових надходжень за попередній день» Начальнику відділу обліку розрахунково-касових операцій та розрахунків з підзвітними особами. Начальник відділу обліку розрахунково-касових операцій та розрахунків з підзвітними особами здійснює перевірку отриманого звіту щодо відповідності бухгалтерським Положенням стандартам бухгалтерському обліку та затверджує вищезазначений Звіт протягом 1-го робочого дня в Головного бухгалтера. Типову аналітичну відомість пропонуємо застосовувати і для відображення фінансового результату внутрішньої реалізації послуг Служби харчування.

Начальник фінансового відділу готелю забезпечує щоденно в термін до 12-00 год. відображення в програмному комплексі «Smart Hotel – Реєстратура» інформації щодо здійснених безготівкових повернень юридичним або фізичним особам за ненадані готельні та інші додаткові

послуги (СПА-центр, Служба харчування, тощо), що надаються підприємствами готельного господарства.

Спектральний характер формування вартості готельного продукту передбачає тісну співпрацю між основним підрозділом підприємства готельного господарства (номерним фондом) та додатковими підрозділами (СПА-центром, Службою харчування, тощо) в силу таких обставин у статті запропоновано запровадження низки спеціальних облікових реєстрів на ділянці відображення інформації про формування результатів діяльності сегментів діяльності готелю. Зокрема це стосується результату внутрішньої та зовнішньої реалізації складових готельного продукту.

Застосування системи додаткових аналітичних відомостей до Розділу I, Журналу 5, сприятиме більш дієвому та оперативному визначенню внутрішніх фінансових результатів структурних підрозділів зокрема та підприємства готельного господарства в цілому. Проте варто брати до уваги, що така аналітика є вкрай необхідною саме при комплексному характері готельних послуг, а саме коли окрім надання місця проживання у готельному номері відповідного типу клієнт має змогу скористатися послугами додаткових структурних підрозділів готелю (деякі з яких включені до загальної вартості, як обов'язкові безкоштовні складові).

Поглиблення глобалізаційних процесів, саме по собі передбачає перехід вітчизняного готельного бізнесу на нову щаблину розвитку, зокрема зростання рівня сервісу та вихід на ринок послуг під брендом світових готельних мереж потребують подальшого удосконалення системи бухгалтерського обліку в даному секторі економіки. Тому в перспективі подальших досліджень пошук нових сучасних підходів до удосконалення облікового процесу на підприємствах готельного бізнесу в рамках актуарної парадигми бухгалтерського обліку. Остання передбачає побудову такого облікового забезпечення системи управління, яка б формувала якісну інформацію про господарську діяльність підприємства готельного господарства в трьохвимірному просторі на базі потрійної системи рахівництва за спектрального характеру формування вартості готельного продукту.

Бібліографічний список:

1. Король С. Я. Бухгалтерський облік в готельному господарстві: навч. посіб. К. : КНТЕУ, 2005. 354 с.
2. Чабанюк О.М. Особливості обліку витрат та калькулювання собівартості готельних послуг. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки»*. Вип.9(33). Серія «Облік і фінанси». Ч.3. 2012. URL: <http://archive.nbuv.gov.ua/59.pdf>

Флюдренко В.С.

студентка

Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент Кожухівська Р.Б.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ПИТАННЯ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Розробка стратегії сталого розвитку туризму в Україні зумовлює необхідність вирішення комплексу організаційних, правових, фінансових, економічних, соціальних, демографічних, екологічних та інших питань і проблем, пов'язаних із розвитком сільського зеленого туризму, спрямованого на раціональне та ефективне використання наявних у сільській місцевості туристичних ресурсів, створення якісного і безпечного туристичного продукту, поліпшення якості життя сільського населення на основі зайнятості у сфері надання туристичних послуг і збереження довкілля.

У законодавстві України сільський зелений туризм розглядається як одна із послуг, що може надаватися в рамках господарської діяльності особистих селянських господарств (далі – ОСГ). Тому вирішення комплексу організаційно-правових питань щодо розвитку сільського зеленого туризму необхідно розглядати через призму правового становища ОСГ, правовий режим землі та майна цих господарств, основних засад господарської діяльності особистих селянських господарств тощо.

Передусім, закон визначає ОСГ як вид господарської діяльності, яка здійснюється з метою надання послуг з використанням майна ОСГ у сфері сільського зеленого туризму [2, с.19].

Згідно з Господарським кодексом України від 16 січня 2003 р., господарська діяльність визначається як діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність [2, с.45]. Це загальне положення закону може бути застосовано і до характеристики сільського зеленого туризму з урахуванням особливостей, що визначають специфіку правового становища ОСГ. Так, за ГК України, суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність згідно із своїми обов'язками в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Ст. 55 Господарського кодексу України до суб'єктів господарювання відносить:

1) господарські організації - юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які

здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадян України, іноземців та осіб без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці;

3) філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських організацій (структурні одиниці), утворені ними для здійснення господарської діяльності.

Водночас суб'єктами господарської діяльності у сфері сільського зеленого туризму можуть бути лише індивідуальні фізичні особи або ті, які перебувають у сімейних чи родинних відносинах і спільно проживають. Більше того, законом передбачається, що господарська діяльність з надання зазначеними особами послуг у сфері сільського зеленого туризму не відноситься до підприємницької діяльності.

Це означає, що фізичні особи, які ведуть ОСГ і надають послуги у сфері сільського зеленого туризму не підлягають державній реєстрації як фізичні особи-підприємці, а також не зобов'язані створювати юридичні особи. Такий правовий статус ОСГ та правове регулювання туристичної діяльності у цих господарствах є визначальним для вирішення питання щодо оподаткування одержаних доходів, надання кредитів, пенсійного забезпечення і соціального страхування тощо.

В особистому селянському господарстві робота має здійснюватись однією чи декількома фізичними особами без створення юридичної особи. Наявність серед суб'єктів ведення особистого селянського господарства виключно фізичних осіб зумовлена тим, що, відповідно до ст. 33 Земельного кодексу України від 25 жовтня 2001 року, громадяни України можуть мати на праві власності та орендувати земельні ділянки для ведення особистого селянського господарства, а іноземні громадяни та особи без громадянства можуть мати земельні ділянки для ведення особистого селянського господарства на умовах оренди. Як бачимо, у Земельному кодексі передбачається, що виключно громадяни мають право одержати земельну ділянку для ведення особистого селянського господарства [2, с.15].

Громадяни, які одержали земельні ділянки для ведення ОСГ, можуть надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму з урахуванням обмежень і заборон, що передбачені чинним законодавством України. Аналіз наявної в Україні нормативно-правової бази у сфері сільського зеленого туризму показує, що в системі національного законодавства маємо лише загальні норми, які регламентують окремі аспекти здійснення сільського зеленого туризму, що є недостатнім для забезпечення особливостей туристичної діяльності, пов'язаної з сільським зеленим туризмом як виду господарської діяльності ОСГ. Тому очевидною є потреба у розробці і прийнятті спеціального закону "Про сільський зелений туризм", у якому доцільно було б визначити основні правові засади здійснення сільського зеленого туризму, правове становище суб'єктів, що мають надавати послуги у сфері сільського зеленого туризму, правові

форми використання туристичних ресурсів для забезпечення такого туризму, встановити імперативи щодо створення якісного і безпечного туристичного продукту, закріпити законодавчо можливі та допустимі межі втручання органів державної влади та місцевого самоврядування у господарську діяльність з надання послуг у сфері сільського зеленого туризму, забезпечити створення інформаційного туристичного продукту у сфері сільського зеленого туризму, передбачити наукове, кадрове та фінансове стимулювання розвитку сільського зеленого туризму [2, с.9].

Бібліографічний список:

1. Господарський кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 16 січня 2003 року, № 436-IV, ст. 144. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Закон України «Про туризм». Відомості Верховної Ради України (ВВР), 12 травня 2004 року, №13, ст.180. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1282-15>
3. Носік В. Організаційно-правові питання розвитку сільського зеленого туризму в Україні. *Туризм сільський, зелений*. 2007. № 4. С. 9-10.
4. Шенін А. Організаційне та законодавче забезпечення реалізації державної політики у сфері розвитку сільського туризму. *Туризм сільський, зелений*. 2007. № 4. С. 15-16.

Ченка Н.О.

магістрант

*Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: д.е.н., професор Транченко Л.В.*

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Для ведення господарської діяльності і досягнення своєї мети при наявності біологічних, психологічних та інших обмежень люди вимушені об'єднувати зусилля. Таке об'єднання зусиль при умові відповідної організації в більшості випадків більш продуктивне і потребує менших витрат енергії часу та інших ресурсів. Цей ефект організації – найцінніше надбання людства [3].

Організація як форма сумісної діяльності людей має різні ознаки. Так, основу будь-якої організації складають люди, об'єднані в групи (мінімум дві людини). Групи створюються для відповідної мети. Діяльність людей в таких групах відповідним чином координується. Таким чином, організація готельного господарства це сумлінна координована діяльність людей для досягнення загальної мети. Головна ціль підприємства готельного господарства – надавати послуги проживання, харчування тощо і отримувати максимальний прибуток в довгостроковій перспективі.

Організація підприємств готельного господарства – це процес створення структури, яка дає можливість співробітникам ефективно

працювати для досягнення мети. Організація як процес є функцією з координації багатьох завдань. Існує два аспекти організації ділового процесу: поділ організації на підрозділи відповідно до мети і стратегії й делегування повноважень. Делегування передбачає передачу завдань і повноважень особі, яка бере на себе відповідальність за їх виконання. Делегування реалізується тільки в разі прийняття повноважень, власне відповідальність не може бути делегованою.

Слід обирати таку організаційну структуру, яка відповідає стратегічним планам і забезпечує ефективну взаємодію з навколишнім середовищем й досягнення накресленої мети. Структура організації не може залишатися незмінною впродовж тривалих проміжків часу, тому що змінюється як зовнішнє, так і внутрішнє її середовище. Оскільки, функціональні структури готельних комплексів виявилися недостатньо ефективними, то великі готельні підприємства перейшли до використання дивізійних структур.

З метою підвищення якості та культури обслуговування клієнтів, а також конкурентоздатності на світовому ринку готельних послуг, підприємства повинні мати не тільки високий рівень комфорту, але й широкий набір додаткових послуг. Сервіс готелів доцільно організувати не за принципом попиту, а за принципом пропозиції. Різноманітність й асортимент додаткових послуг постійно розширюються. Якщо раніше в переліку значилося не більше десяти, то сьогодні вже понад шістдесят. [1]

Належний рівень якості надання послуг вимагає систематичного вимірювання оцінки однієї чи декількох характеристик послуги та порівняння отриманих результатів із встановленими вимогами. Процес надання послуг можна і необхідно контролювати на державному і місцевому рівні, а також на рівні підприємства. Необхідно контролювати дотримання технічних умов на послугу, вимог до її надання, роботу персоналу шляхом різних широко поширених сьогодні методів (візуального, аналітичного, медичного, інструментального, соціологічного контролю). Якість послуг, як специфічний критерій якості роботи підприємства загалом, вимагає від керівництва зосередження уваги на підвищенні кваліфікації персоналу. Сьогодні політика максимізації прибутку не призведе до залучення нових клієнтів, витрати коштів на вдосконалення роботи персоналу сформуєть формацію нових працівників, яка ґрунтується на застосуванні індивідуального підходу до кожного клієнта у готельному підприємстві. Якість послуг відчутно підвищиться за рахунок задоволення всіх потреб споживача.

Під якістю в готельному бізнесі розуміють властивості та характерні особливості послуги, які викликають почуття задоволення у споживача, або як відсутність недоліків, які посилюють стан задоволення у клієнта [1, с. 27]. Особливості та специфічні властивості готельної послуги збільшують її вартість та витрати. Очікування клієнта формуються іміджем готелю, суспільною думкою, зусиллями адміністрації по управлінню якістю послуг, які надаються, їх просуванням на ринок та цінами.

Якість обслуговування розглядається як важлива сфера діяльності підприємства. Фахівці вважають, що управління якістю представляє собою механізм, який контролюється організацією та направлений на встановлення відповідності якості державним і міжнародним стандартам. Слід враховувати, що якість послуги – це не тільки її зміст, але і форма надання. Отже, якість – це перш за все відчуття задоволеності клієнта від обслуговування, а якісна послуга – це послуга, що відповідає потребам гостя (споживача). Рівень якості, у свою чергу, залежить від ступеня збігу уявлень клієнта про реальне і бажане обслуговування на підприємствах гостинності.

Управління якістю як механізмом чи процесом в готельному бізнесі має на увазі: точне формулювання значення поняття якості стосовно кожного конкретного підприємства; розуміння управлінським персоналом відмінності між поняттями якості і цінності; сприйняття якості як процесу, що має на увазі безперервність зусиль по задоволенню потреб клієнтів; розуміння зв'язків між якістю і корпоративною культурою [2].

Основними завданнями в сфері готельного бізнесу стають створення конкурентних переваг і підвищення конкурентоспроможності, пошук нових шляхів розвитку, оновлення власної політики з урахуванням динамічного ринку готельних послуг, що розвивається.

Основним складовим елементом процесу управління якістю в готелі є політика у сфері якості, яка являє собою основні напрями та цілі готелю у сфері якості, офіційно сформовані вищим керівництвом з урахуванням вимог споживачів, завдань у сфері якості, методів їх виконання, ролі персоналу в реалізації політики у сфері якості, специфіки діяльності, іміджу готелю тощо.

Політика підприємства в сфері якості має бути скерована на довгострокову діяльність і передбачає:

- поліпшення економічного становища готелю;
- розширення чи завоювання нових ринків збуту;
- досягнення високого рівня якості послуг;
- орієнтація на задоволення потреб певних сегментів споживачів;
- освоєння послуг, функціональні можливості яких реалізують ся на нових принципах;
- мінімізація дефектів у роботі;
- розвиток додаткових послуг відповідно до вимог споживача.

Бібліографічний список:

1. Керанчук Т. Л. Сучасний стан та проблеми розвитку підприємств готельного та ресто- ранного бізнесу. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2013. №4(20). С. 34–42.

2. Кифяк В. Ф. Організація туризму: навчальний посібник. Чернівці : Книги –ХХІ, 2008. 344 с.

3. Любіцева О.О. Методика розробки турів: навчальний посібник. Київ: Альтерпрес, 2003. 104 с.

Шмакова В.В.

магістрантка

Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент Транченко О.М.

ФІНАНСОВА ПОЛІТИКА ГОТЕЛЮ ТА ЇЇ НАЙВАЖЛИВІШІ ІНСТРУМЕНТИ

Кожен готель прагне до одержання можливо більшого доходу від своєї діяльності, намагається не лише продати свої послуги за вигідною високою ціною, але і скоротити свої витрати на надання послуг. Забезпечення ефективного функціонування готелю вимагає економічно грамотного управління його діяльністю, що багато в чому визначається умінням аналізувати. За допомогою аналізу вивчаються тенденції розвитку, глибоко і системно досліджуються фактори зміни результатів діяльності, обґрунтовуються плани та управлінські рішення, здійснюється контроль за їхнім виконанням, виявляються резерви підвищення ефективності надання послуг, оцінюються результати діяльності готелю, виробляється економічна стратегія його розвитку.

Фінансовий менеджмент готелю - це система раціонального управління процесами фінансування і використання грошових фондів, забезпеченням обороту коштів у відтворювальному процесі господарської діяльності готелю. Фінансовий менеджмент спрямований на досягнення стратегічних і тактичних цілей готелю, він є невід'ємною частиною його загальної системи управління. Система фінансового менеджменту складається в свою чергу з двох підсистем: об'єкта управління (керована підсистема) і суб'єкта управління (керуюча підсистема).

Розробка і здійснення єдиної фінансової політики займають істотне місце в загальному механізмі управління готелем. Роль фінансової політики в централізованому управлінні готелем визначається тим, що вона торкається всіх сторін його економічної діяльності: маркетингу, надання послуг, матеріально-технічного постачання, збуту - і відбиває в концентрованому вигляді вплив численних внутрішніх і зовнішніх факторів. У рамках єдиної фінансової політики, що розроблюється на вищому рівні управління, визначаються джерела фінансових ресурсів та їхній розподіл усередині готелю [1].

Досить важко однозначно визначити конкретні форми і методи проведення фінансової політики. Хоча в рамках окремих готелів і існують істотні відмінності у використанні конкретних форм і методів фінансової політики, можна, проте, говорити про загальні її риси і принципи, а також інструменти фінансової політики. Найважливіші з них: розподіл і перерозподіл прибутку; фінансування і кредитування діяльності різних підрозділів; визначення структури і характеру внутрішніх фінансових операцій і розрахунків по них.

Головна особливість фінансової політики готелів у сучасних умовах полягає в комплексному використанні інструментів, причому в залежності від конкретних умов переважне значення в окремі періоди може надаватися тому або іншому інструментові. Гнучкість фінансової політики полягає в тому, що при централізованому формуванні вона, разом з тим, диференціюється відповідно до особливостей грошового ринку країни, податкового законодавства і валютного регулювання, валютно-фінансового стану і динаміки валютного курсу. Важливу роль при виробленні фінансової політики відіграє регулювання внутрішньоготельних фінансових потоків. На формування фінансової політики, особливо при визначенні джерел фінансування, впливає також зв'язок готелю з банками або його приналежність до певної фінансової групи. І, нарешті, вироблення і реалізація фінансової політики значною мірою визначаються вирішенням задач, пов'язаних із економічною діяльністю готелів.

Для ефективного управління фінансами готелю необхідне своєчасне отримання актуальної та повної фінансової інформації. При цьому фінансова інформація повинна бути достовірною, своєчасною, мати необхідну кількість вихідних фінансових даних, достатньої точності. Ці всі дані містяться в інформаційній базі даних бухгалтерії: оперативна звітність і статистична звітність готелю.

Основою інформаційного забезпечення системи управління фінансами є дані бухгалтерського обліку (як фінансового, так і управлінського). При цьому використовуються як звітні дані, так і дані, що носять поточний, оперативний характер. Як наслідок, істотно підвищуються вимоги до достовірності даних бухгалтерського обліку: використання перекручених даних з метою управління буде очевидно контрпродуктивним. Звідси випливає, що велика увага повинна приділятися дотриманню принципів і стандартів у обліку з метою, зокрема, досягнення порівнянності оцінок. Стандартизована і підтверджена незалежними аудиторами фінансова звітність залишається єдиним доступним масовому інвестору джерелом інформації про фінансовий і майновий стан готелю і результативність його фінансово-господарської діяльності. При цьому консерватизм і стандартизованість є головними достоїнствами фінансової звітності саме з погляду масового інвестора і кредитора.

До числа інших інформаційних ресурсів, що необхідні для забезпечення процесу управління фінансами готелю, входять нормативно-правові акти; блок фінансової інформації довідкового характеру, включаючи інформацію фондів, валютних, товарних ринків; кредитні рейтинги; статистичні дані; а також відомості, які прийнято відносити до «несистемних». Крім усього перерахованого, інформаційне забезпечення фінансового менеджменту включає і систему (способи) організації необхідних інформаційних ресурсів.

Отже, роль керівництва також є важливою у створенні атмосфери гостинності. Будь яка дія керівництва, від ухвалення рішення про

звільнення того або іншого співробітника до введення і підтримки тих чи інших стандартів якості, справляє опосередковано через персонал той або інший вплив на рівень гостинності. Тому керівники несуть пряму відповідальність за створення в колективі тієї атмосфери, яка б сприяла проявові гостинності по відношенню до гостей.

Однак не лише керівники несуть відповідальність за створення цієї атмосфери. Відповідальність за створення сприятливого клімату в готелі повинна бути розділена нарівно між усіма службовцями. Очевидний той факт, що кожен службовець, вільний у проявах своїх почуттів, впливає на атмосферу, в якій відбувається робота всього персоналу, і може створити умови, за яких клімат гостинності виникає або, навпаки, зникає.

Великий негативний вплив на гостя роблять почуття роздратування і недобррозичливості, виявлені стосовно нього цілком чітко, навіть якщо службовець намагався приховати їх. Вирішення проблеми взаємин лежить у зміні поведінки, а не в додатковому підвищенні кваліфікації. Існує багато програм, спрямованих на зміну поведінки працівників шляхом підвищення особистої зацікавленості в прояві гостинності. Ці програми спрямовані також на виявлення і зниження стресових ситуацій, у які потрапляють службовці на своєму робочому місці. Стрес вбиває гостинність, а працівники готелю гостинності знаходяться саме в епіцентрі стресу.

Яковлева Н.Ю.

магістрантка

*Уманський національний університет садівництва
Науковий керівник: к. е. н., доцент Транченко О.М.*

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ

Важливість розвитку туризму для окремої країни виявляється тому, що він виступає як засіб валютних надходжень, забезпечення зайнятості, збільшення внеску в платіжний баланс і ВВП, диверсифікації економіки, зростання прибутків і підвищення рівня добробуту нації. Динамічний розвиток туризму здійснює мультиплікаційний ефект на інші галузі економіки, в яких активізується інвестиційна діяльність, створюються нові робочі місця, розширюється обіг коштів.

Фінансове забезпечення туристичної галузі має ряд особливостей і специфічних рис, пов'язаних перш за все з механізмом її функціонування. В основному ця галузь потребує фінансування у суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, різні види транспорту та його інфраструктуру, заклади розваг, народні промисли та ін.), а із іншого боку, соціальний ефект полягає в тому, що модернізована інфраструктура використовується не лише туристами, але й місцевим населенням.

Провідну роль у створенні сприятливого середовища для розвитку туризму має проводити держава. В наукових роботах виділяються такі державні важелі фінансового характеру щодо розвитку туристичної галузі:

- фінансово-кредитні, спрямовані на створення сприятливого фінансово-кредитного середовища для розвитку підприємницької діяльності у туристичній галузі (мікрокредитування, пільгове кредитування, державне субсидювання, лізинг, тренінги з фінансово-кредитних питань для працівників галузі туризму);

- податкові передбачають оптимізацію кількості податків для підприємств туристичної галузі, надання податкових пільг під конкретні проекти, які спрямовані на вирішення регіональних і соціальних проблем, інвестування у туристичну галузь (податкове регулювання, оптимізація кількості і величини податків в туристичній діяльності; створення сприятливих умов для залучення інвестицій; бюджетне фінансування програм розвитку туризму; надання податкових пільг) [1].

Щодо державного фінансування туристичної галузі, то форми і масштаби залежать від місця і ролі туризму в національній економіці. У багатьох країнах основну роль у цьому процесі відіграє держава. Фінансування туристичної галузі може здійснюватися із різних джерел: бюджетів різних рівнів, позабюджетних цільових фондів, власних коштів підприємств та ін.

Залучення інвестицій у готельне господарство є важливим напрямом державної інвестиційної діяльності. Тому необхідною умовою залучення інвестицій є потужна інформаційна та організаційна діяльність у цьому напрямі для пошуку інвесторів. Отже, хоча в Україні останнім часом спостерігається поступове збільшення інвестицій у суміжні із туризмом сфери діяльності, але їх обсяги залишаються недостатніми для ефективної і повноцінної діяльності туризму [3].

Ще одним фінансовим аспектом функціонування туристичної галузі є забезпечення фінансовими ресурсами туристичних підприємств, більшість із яких - малі, де існують проблеми із власними фінансовими ресурсами; а також туроператори потребують значного обсягу оборотних засобів для оплати послуг готелів і транспортних компаній перед туристичним сезоном. Джерелом поповнення основного капіталу можуть стати довгострокові кредити, отримання яких в сучасних умовах є надто проблематичним.

Основними напрямками політики фінансування туризму є як прямі, так і непрямі джерела фінансування. Серед прямих джерел слід виокремити власні ресурси підприємств, місцевий бюджет і позабюджетні джерела фінансування соціального туризму. Непрямими джерелами є залучений капітал, переважно позиковий, за рахунок засобів приватного та іноземного капіталу, а також засоби громадських організацій та ін. В умовах виходу із фінансово-економічної кризи та обмеження можливостей у наданні прямої фінансової підтримки має збільшуватися роль непрямих форм фінансової

підтримки (зменшення ставок окремих видів податків і зборів, встановлення пільг і т.д.).

Разом із тим, варто зазначити, що здійснюючи фінансування в туризм та створюючи умови щодо його розвитку, потрібно проводити детальне збалансоване планування, адже збільшення потоку туристів може мати негативний вплив (зростання цін, погіршення екологічної ситуації, сезонність, зростання невдоволення населення і т.д.), що спостерігається в певних регіонах [2].

Отже, враховуючи важливість та специфічність функціонування і розвитку туристичної галузі, вирішення фінансових питань має базуватися на системному підході та враховувати такі аспекти:

- раціональне і ефективне використання туристичних ресурсів на умовах сталого розвитку з метою формування національного туристичного продукту;

- впровадження системного підходу до регулювання соціально - економічних і фінансових взаємовідносин у туристичній діяльності, оскільки туризм охоплює різні галузі господарства (за дослідженнями вчених - близько 30), тому має бути прийнята концепція розвитку туризму із чітким нормативно-правовим та соціально-економічним механізмом;

- функціонування туристичної галузі неможливе без наявності сучасної інфраструктури, тому основний напрям фінансування передбачає залучення коштів якраз у розвиток туристичної інфраструктури;

- сприяння розвитку внутрішнього та соціального туризму. Певна частка надходжень від туристичної галузі має направлятися на підтримку внутрішнього туризму і, перш за все соціального, а також на відновлення туристичних ресурсів, відродження духовності нації.

Підсумовуючи викладене, необхідно зазначити, що в цілому проблема фінансового забезпечення туристичної галузі є особливо актуальною, оскільки розвиток туризму стимулює інші галузі економіки і сприяє авторитету держави на міжнародному рівні.

Можна стверджувати, що фінансове забезпечення туристичної галузі являє собою систему взаємовідносин, що визначає принципи, джерела і форми фінансування суб'єктів господарювання, діяльність яких спрямована на створення комплексного туристичного продукту та задоволення потреб населення у туристичних послугах.

Таким чином, основною метою фінансового забезпечення туристичної галузі є створення сприятливого середовища щодо виокремлення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для ефективного і збалансованого розвитку туризму.

Враховуючи, що фінансове забезпечення туристичної галузі має низку особливостей і специфічних рис, пов'язаних перш за все з механізмом її функціонування, вирішення зазначених проблем потребує комплексного підходу. В Україні обсяги бюджетного фінансування туристичної галузі України протягом останніх років не відповідають реальним потребам, а що стосується інших джерел, то надходження з них не носять системного

характеру. Хоча, останнім часом, у рамках підготовки до «Євро-2012» збільшились обсяги фінансування суміжних галузей.

Бібліографічний список:

1. Верланов Ю. Фінансово-економічний механізм та інструменти політики розвитку туризму в Україні. *Наукові праці ЧДУ імені Петра Могили*. 2005. Т. 38. Вип. 25. С.76-85.

2. Захарчук С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. №1 (3). URL: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/eui/2010_1/10zsstgu.pdf.

3. Кулінська А. Особливості фінансового механізму державного управління суб'єктами невиробничої сфери (на прикладі туристичної галузі України). *Ефективність державного управління*, 2009. Вип. 18/19. С. 468-476.

Яцюк В.О.

магістрантка

Уманський національний університет садівництва

Науковий керівник: к. е. н., доцент Транченко О.М.

СТРАХУВАННЯ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

В наш час у практичній діяльності все більшої актуальності набувають процеси, що відбуваються в сфері готельного і ресторанного бізнесу, що пов'язано з розвитком туристичної діяльності. Кожен ресторатор знає, як багато зусиль потрібно докласти для досягнення успіху в цьому бізнесі. Адже окрім турбот про створення особливого меню, навчання персоналу і залучення відвідувачів, власник ресторану несе відповідальність за можливу шкоду, заподіяну клієнтам чи іншим особам, а також сусіднім приміщенням. Лише один непередбачуваний випадок може стати серйозним ударом по фінансовому стану закладу. В аналогічній ситуації знаходяться і власники готелів, які досить часто стикаються з ризиками фінансових втрат, наприклад, через пожежі та затоплення.

Причиною таких подій може бути як необережність клієнтів чи порушення техніки безпеки персоналом, так і аварія комунікацій чи інших систем. При настанні непередбаченої ситуації окрім власних збитків готель повинен компенсувати шкоду, заподіяну орендарям, гостям або відвідувачам. При належній організації бізнесу жоден з цих напрямів не обходиться без страхування. Україна продовжує нарощувати свої туристичні можливості, та очікується, що в наступні роки потік туристів може збільшитися в рази, що потребуватиме модернізації уже діючих і створення нових підприємств в сфері ресторанного і готельного бізнесу. Навіть за сьогоднішньої складної економічної ситуації в економіці спостерігається дефіцит готелів і ресторанів як для внутрішніх потреб, так і

для забезпечення потреб зростаючої кількості туристів, що відвідують Україну.

Як будь-яка інша підприємницька діяльність, підприємницька діяльність в сфері ресторанного і готельного бізнесу супроводжується значною кількістю ризиків, які є об'єктом комерційного страхування. При цьому усю сукупність ризиків підприємств ресторанного і готельного бізнесу можна розділити на загальні і специфічні. До найбільш загальних можна віднести вогневі ризики, які в міжнародній класифікації мають назву «FLEXA». Це ризики знищення або пошкодження майна внаслідок пожежі, удару блискавки, вибуху газу, падіння літальних апаратів, їх частин або частин їх вантажу. Страхування «FLEXA» є актуальним для усіх зазначених підприємств. Градація тарифів за даним страховим покриттям є достатньо широкою, хоча загальний їх розмір є невисоким (від 0,2% до 1%) [1].

Сучасні підприємства ресторанного і готельного бізнесу є достатньо складними технологічними системами. Тому певною мірою можна уніфікувати ряд ризиків, які в міжнародній системі стандартів страхування належать до технічних. Страхові компанії пропонують ряд страхових послуг для підприємств готельно-ресторанного бізнесу, а також їх комплекси. Так для готельного бізнесу пропонуються такі види страхових продуктів: страхування майна; страхування готельного бізнесу; страхування транспортних засобів (КАСКО); страхування електронного обладнання; страхування збитків від перерви в комерційній діяльності; добровільне медичне страхування персоналу підприємств і організацій; страхування професійної відповідальності власника готельного бізнесу перед персоналом, робітниками, службовцями.

Для ресторанного бізнесу страховики пропонують: страхування майна; страхування товарних запасів; страхування електронного обладнання; страхування збитків від перерви в комерційній діяльності; добровільне медичне страхування персоналу підприємств і організацій; страхування контейнерів.

Існує ряд ризиків, пов'язаних з діяльністю підприємств ресторанного і готельного бізнесу, які підприємства пропонують покривати страховикам за окрему винагороду. Найбільш поширеним серед них є ризик цивільної відповідальності підприємства перед споживачами послуг. Страховим випадком є несподівана і ненавмисна подія, що відбулася в процесі ведення страхувальником господарської діяльності на території готельнотуристичного комплексу протягом дії договору страхування і внаслідок якої настає його відповідальність за шкоду, заподіяну життю, здоров'ю або майну третіх осіб – споживачів готельно-туристичних послуг.

Страховими випадками є травми будь-якого походження (хімічна, механічна, термічна й т. ін.), отримані внаслідок: пожежі, вибуху; падіння на слизькій підлозі, через погане освітлення, захаращення проходів тощо; ураження електричним струмом; нанесення тілесних пошкоджень іншою особою (включаючи навмисне вбивство); аварій, руйнації будинків, споруд і

конструкцій; стихійних лих, надзвичайних подій; інші, що не ввійшли в перелік випадки, що спричинили собою тимчасове або стійке пошкодження здоров'я (інвалідність) або смерть споживача готельнотуристичних послуг чи завдали шкоду його особистому майну, коли у постраждалого (або його спадкоємців) є всі підстави вимагати від страхувальника відшкодування заподіяної ним шкоди у встановленому законом порядку [2].

Так, у разі страхового випадку страхова компанія Allianz Україна візьме на себе компенсацію шкоди, завданої життю, здоров'ю або майну: - відвідувачів закладу/гостей готелю - через незадовільну якість послуг, страв та напоїв (наприклад, отруєння, опік, потрапляння сторонніх предметів у їжу), необережні дії персоналу (пролиття червоного вина на одяг клієнта) та інші фактори (наприклад, у разі травми через падіння на слизькій підлозі тощо); - власників орендованого приміщення та сусідніх приміщень через пожежу, затоплення тощо; - інших третіх осіб - наприклад, у разі падіння вивісок, рекламних плакатів, інших елементів екстер'єру та інтер'єру закладу тощо [3].

Для АСК «ІНГО Україна» страхування готелів є перспективним і тому нами розроблено і впроваджено комплексну програму страхування готельного бізнесу. Програма містить в собі страхове покриття одразу за декількома видами страхування, а саме: страхування цивільної відповідальності перед третіми особами (обов'язковий вид страхування), страхування цивільної відповідальності орендарів готельного комплексу, страхування майна готельного комплексу (в тому числі майна, що належить до комплексу: ресторани, салони краси, стоянки паркування та інше), страхування життя і здоров'я туристів на час перебування в готелі, страхування збитків від перерви в діяльності готелю; страхування професійної відповідальності власника готельного бізнесу перед персоналом, робітниками, службовцями.

До програми включені особливі умови для клієнта, а саме: страхування ексклюзивного майна предметів інтер'єру, галереї, декору; страхування специфічного обладнання; страхування відповідальності під час проведення заходів, що проходять на території готелю (конференції, концертів, презентацій). Страхування готельного бізнесу повинно бути комплексним. При веденні готельного бізнесу можна зіткнутися зі значною кількістю ризиків, які залишаються незахищеними навіть при використанні традиційного майнового страхування, і тільки використання комплексного страхування відповідальності дозволяє ефективно протистояти збиткам, які можуть виникнути в діяльності бізнесу.

Договори страхування готельних комплексів зазвичай носять нестандартний характер та узгоджуються в індивідуальному порядку з кожним клієнтом з метою найбільш повного врахування його інтересів. При укладанні договору страхування особливу увагу потрібно звернути на величину франшизи, наявність додаткових сублімітів, надання страховиком можливості покриття додаткових витрат (наприклад,

терористичні акти, страйки, бунти, громадські заворушення, витрати на пожежотушіння, вивіз сміття після настання страхового випадку та інші), розширення стандартного покриття, коректного визначення базиса оцінки майна клієнта, строки та умови виплати страхового відшкодування. Отже, страхування, як свідчить світова практика, є невід'ємним елементом відповідального підходу до ведення готельно-ресторанного бізнесу. Активна взаємодія власників готельно-ресторанного бізнесу зі страховими компаніями та ефективна система страхування сприятиме зростанню рівня соціально-економічного розвитку країни.

Бібліографічний список:

1. Супрун А. А. Впровадження страхування туристичного, готельного і ресторанного бізнесу як фактор підвищення фінансової надійності страхових компаній. *Вісник Криворізького економічного інституту КНУ*. 2013. №2. С. 79–85. URL: http://www.irbis-nbu.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbu/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Vkei_2013_2_17.pdf.
2. Сайт СК «Рідна», 2020. URL: <http://sk-ridna.com.ua/v-vgtk.html>.
3. Сайт СК «Allianz Україна», 2020. URL: <http://allianz.ua/strahovanie-otvetstvennosti- vladeltsev- restoranov-oteley>.

Наукове видання

**Стратегічні перспективи туристичної
та готельно-ресторанної індустрії в Україні:
теорія, практика та інновації розвитку**

**Матеріали
Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції**

28-29 жовтня 2020 року

Видається в авторській редакції

Підписано до друку 11.11.2020 р. Формат 60x84/16.

Папір офсетний. Ум. друк. арк. 17,84

Тираж 100 прим. Замовлення № 2626

Видавничо-поліграфічний центр «Візаві»
20300, м. Умань, вул. Тищика, 18/19, вул. Садова, 2

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 2521 від 08.06.2006.

тел. (04744) 4-64-88, 3-51-33, (067) 104-64-88

vizavi-print.jimdo.com

e-mail: vizavi008@gmail.com

vizavisadova@gmail.com

