

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Реалізація стратегічної мети розвитку туризму в Україні, пов'язаної із забезпеченням конкурентоспроможної на світовому ринку туристичної галузі на основі максимально повного задоволення попиту туристів, можлива лише за умов стійкого розвитку туристичного бізнесу, що в свою чергу забезпечується його фінансовим потенціалом. Являючись об'єктивною основою здійснення ефективної виробничо-продуктової діяльності, фінансові ресурси трансформуються в інші фактори підприємницької діяльності, представляючи собою одну із важливих системних складових. Для створення сприятливих умов реалізації програм підвищення ефективності та конкурентоспроможності туристичним підприємствам необхідно вміти ефективно використовувати фінансовий потенціал, прагнути до підвищення прибутку, що можливо досягнути на основі глибоких знань законів і закономірностей ринкової економіки, особливостей фінансового забезпечення підприємницької діяльності в туризмі.

Серед чинників розвитку туризму більшості країн світу, в тому числі в Україні, важливу роль за сучасних умов відіграють фінансові ресурси. В умовах економічної кризи, коли по причині спаду туристичної активності скорочується фінансування за рахунок прибутку суб'єктів туристичного бізнесу, актуальним стає пошук інших дієвих механізмів фінансового забезпечення їх розвитку.

Згідно зі ст.15 Закону України «Про туризм» до туристичної діяльності допускаються туристичні підприємства, що мають фінансове забезпечення, підтвердження якого може бути гарантія банку або іншої кредитної установи. Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора має становити суму, еквівалентну не менше ніж 20000 євро. Якщо туроператор надає послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, його фінансове забезпечення має становити суму, еквівалентну не менше ніж 10000 євро. Мінімальний розмір фінансового забезпечення тур агента має становити суму, еквівалентну не менше ніж 2000 євро [1].

Фінансове забезпечення туристичної діяльності має ряд особливостей, пов'язаних перш за все з специфікою фінансів і фінансових відносин туристичних підприємств. Розглянемо їх детальніше.

1. Необхідність ретельного планування фінансового забезпечення туристичних підприємств у зв'язку з відокремленістю попиту та пропозиції турпослуг.

2. Висока швидкість обороту капіталу в туризмі, зумовлена особливою схемою їх кругообігу (процеси виробництва, реалізації та організації споживання туристичного продукту пов'язані в єдиний виробничо-обслуговуючий процес). Дослідження показують, що в середньому оборотність капіталу в туризмі в чотири рази вища, ніж в інших галузях світового господарства [3].

3. Залежність ефективності використання фінансових ресурсів туристичних підприємств від привабливості об'єктів туристичного показу. Туристи виходячи зі своїх інтересів платять гроші за туристські враження - цікаві об'єкти туристського показу (пам'ятники історії і культури, архітектурні пам'ятники і т.д.), зміна або зникнення яких призводить до зменшення грошових надходжень і уповільнення оборотності грошових коштів.

4. Особливий склад і структура фінансових ресурсів підприємств туристичної сфери. У складі фінансових ресурсів туристичних підприємств переважає дебіторська заборгованість, її частка по підприємствах України за 2015-2017 рр. становила в середньому 65,5%, а також грошові кошти – їх середня питома вага складала 13,9% (табл. 1). За результатами досліджень в літній період, на який припадає пік туристичного сезону, частка дебіторської заборгованості у складі фінансових ресурсів туроператорів може збільшуватися до 70%, а частка грошових коштів знижуватися [2, с.32].

Структура фінансових ресурсів підприємств за видом економічної діяльності «діяльність туристичних агентств і туристичних операторів» в Україні за 2015-2017 рр.

Показники	На початок року, млн. грн.			Питома вага, %			
	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	Середнє значення за 2015-2017 рр.
1. Необоротні активи, всього	626	530,7	545,2	19,3	13,0	10,0	14,1
у т.ч. основні засоби та нематеріальні активи	260,5	195,7	221,2	8,0	4,8	4,1	5,6
незавершені капітальні інвестиції	30	43,8	39,9	0,9	1,1	0,7	0,9
довгострокові фінансові інвестиції	314,8	272	261,2	9,7	6,7	4,8	7,1
інші необоротні активи	20,7	19,2	22,9	0,6	0,5	0,4	0,5
2. Оборотні активи, всього	2618	3540,7	4900	80,7	87,0	90,0	85,9
у т.ч. запаси	31,8	33,7	69,7	1,0	0,8	1,3	1,0
дебіторська заборгованість	1812	2717,3	4019,1	55,9	66,7	73,8	65,5
поточні фінансові інвестиції	1,4	2,3	2,8	0,0	0,1	0,1	0,1
грошові кошти	573,7	535,6	598,2	17,7	13,2	11,0	13,9
інші оборотні активи	199,1	251,8	210,2	6,1	6,2	3,9	5,4
Разом	3244,0	4071,4	5445,2	100,0	100,0	100,0	100,0

Джерело: розраховано автором на основі [10, с.602-615].

5. Особливості складу та джерел фінансового забезпечення туристичних підприємств обумовлені розривом у часі між моментом продажу туристичного продукту і актом його споживання. Тури формуються і продаються зазвичай за декілька місяців до початку сезону відпочинку, туристичні підприємства отримують гроші раніше, ніж надають туристам послуги, тому вони можуть безкоштовно використовувати залучені кошти споживачів на довгостроковій основі. Фінансування туристичної діяльності здійснюється в основному за рахунок залучених коштів (понад 2/3) і короткострокових кредитів, частково за рахунок власних коштів [2, с. 32]. Серед залучених коштів основна частка (в середньому 48%) припадає на поточну кредиторську заборгованість.

6. Туристичні підприємства не користуються кредитуванням під оборотні кошти, потреба в позикових коштах у них виникає при кредитуванні капітальних інвестицій (будівництво готелів, придбання туристичних автобусів і т.д.). Що стосується невеликих туристичних агентств, то переважна частина їх майна, включаючи офісні приміщення, беруть в оренду або одержують за договором лізингу, вони не мають у своєму розпорядженні значних активів загального призначення (будівель і споруд, обладнання тощо), що ускладнює залучення позикового капіталу кредитних установ при необхідності.

7. Туристичні підприємства не вкладають свій капітал у створення об'єктів туристичного показу. Реставрація культурно-історичних пам'яток фінансується за рахунок міського, державного бюджетів, міжнародних фондів і т.д. Туристичні підприємства приймають лише непряму участь в організації даних заходів, що виражається у вигляді сплати відрахувань (податків) до бюджетів різних рівнів, з яких, власне кажучи, і виділяються кошти на підтримку об'єктів культурно-історичного потенціалу в належному вигляді.

8. Розвиток туризму потребує фінансування у суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, транспортну інфраструктуру, заклади розваг, народні промисли та ін.), послугами яких користуються не лише туристи, але й місцеве населення, що має соціальний ефект.

9. Залежність ефективності використання фінансового потенціалу туристичних підприємств від особливостей ціноутворення на послуги цієї галузі. Ціна туристичного продукту є досить динамічною і залежить від багатьох факторів: вартості послуг складових турпакету, числа туроднів, виду туру (груповий, індивідуальний), кількості туристів у групі, їх вікового складу, сезонності та ін. Розрахунок ціни на туристичний продукт здійснюється на основі нормативної калькуляції, що зводиться до визначення продажної ціни туру без урахування його собівартості і викликає суттєві коливання рівня рентабельності туристичної діяльності та показників фінансового стану туристичних підприємств.

10. Висока залежність ефективності використання фінансового потенціалу від факторів зовнішнього середовища. На туристичний бізнес впливають навіть незначні зміни в політичній та економічній сфері, ситуація на валютному ринку і т.д.

11. Застосування специфічних моделей організації фінансового забезпечення різними за розміром туристичними підприємствами. Модель організації фінансового забезпечення для крупних туроператорів передбачає наявність в організації окремого підрозділу, що займається організацією фінансового

менеджменту (наприклад, фінансовий відділ). Для середніх за масштабністю туристичних підприємств модель передбачає наявність в організаційній структурі окремої штатної одиниці - фінансового менеджера, що є генератором необхідної інформації для комплексного аналізу фінансової діяльності підприємства. На невеликих туристичних агентствах організацію фінансового забезпечення здійснює бухгалтерія, права та обов'язки фінансового менеджера покладаються на головного бухгалтера.

Аналізуючи статистичні дані слід відзначити, що за часи кризи (2013-2015 рр.) фінансові результати туристичних підприємств в Україні знизились більше ніж вдвічі порівняно з 2010 р. (табл.3), і лише у 2017 р. досягли позитивного значення (39,3 млн. грн.), що свідчить про покращення загального управління фінансовою діяльністю підприємств і умов ведення туристичного бізнесу.

За даними Державної служби статистики України частка прибуткових туристичних підприємств протягом 2010-2015 р. зросла до 74,8%, а у 2016-2017 рр. дещо скоротилась - відповідно до 73,4% та 71,5%. Негативно на фінансові результати туристичних підприємств вплинула фінансово-економічна криза, що продовжується в останні роки, події, пов'язані з анексією АР Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей. Підвищення цін на послуги складові турпродуктів, енергоносії та збільшення інших витрат привело зростання поточних витрат і необхідності підвищення цін на туристичні послуги, зменшення тривалості подорожей, споживачі стали більш економними. Вказані фактори обумовили також деформацію структури туристичних потоків, негативну динаміку в'їзного туризму та послаблення туристичних можливостей країни як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках туристичних послуг [4, 5].

На фінансовий потенціал вітчизняних туристичних підприємств негативний вплив здійснювали наступні фактори: політична нестабільність; несприятливі екологічні фактори; нерозвинутість туристичної інфраструктури; невідповідність комфортності проживання більшої частини готелів для прийому іноземних туристів цінам на готельні послуги; зростання цін на готельні і туристичні послуги; падіння реальних доходів населення; нерозвинутість внутрішнього туризму в Україні; недосконалість законодавчої бази; відсутність коштів на реконструкцію пам'яток історії та архітектурного мистецтва і просування можливих туристичних маршрутів; обмеженість асортименту послуг. Задля вирішення зазначених проблем необхідна міцна підтримка держави. Потребують розробки й впровадження прогресивні методи і стандарти туристичного обслуговування; державна підтримка малого бізнесу; створення позитивного іміджу України як туристичної держави та активне просування турпродукту за кордоном.

Література

1. Про туризм: Закон України: затв. 15 вересня 1995 р. №324/95-ВР [Електронний ресурс]. URL: <http://www.zakon2.rada.gov.ua>
2. Боголюбов В.С. Финансовый менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве: учебник. М.: Изд-во Юрайт, 2016. 340 с.
3. Захарчук С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі // Економіка. Управління. Інвестиції: електр. наук.-фахове вид. 2010 URL: http://tourlib.net/statti_ukr/zaharchuk.htm.
4. Мелько Л.Ф. Туризм у контексті сталого розвитку // Вчені записки Університету «КРОК» / ВІЗ «Університет економіки та права «КРОК». К., 2017. С. 190-197.
5. Охріменко А. Г. Фінансові аспекти функціонування туристичної галузі // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. 2011. № 1. С. 394-403.