



DOI 10.37491/UNZ.81.8  
УДК 336.02



Алла КРУШИНСЬКА<sup>1</sup>,  
Дар'я АРЗЯНЦЕВА<sup>2</sup>,  
Наталія ЗАХАРКЕВИЧ<sup>3</sup>

## ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БЮДЖЕТНО-ПОДАТКОВОГО СТИМУЛЮВАННЯ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ

*Досліджено особливості розвитку туристичної галузі в Україні та характеристики проблеми забезпечення її конкурентоспроможності. Охарактеризовано місце українського туризму у світових рейтингах, виділено складники, що перешкоджають зростанню конкурентоспроможності туристичної галузі України. Описано потенціал туристичної галузі та необхідність застосування бюджетно-податкових стимулів для її розвитку. Відмічено наявну неузгодженість застосування бюджетно-податкових стимулів з рівнем соціально-економічного розвитку території.*

<sup>1</sup> кандидатка економічних наук, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, [alla\\_krushynska@gmail.com](mailto:alla_krushynska@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0002-0523-3423>.

<sup>2</sup> кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, [ardasha2001@gmail.com](mailto:ardasha2001@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0001-8014-7544>.

<sup>3</sup> кандидатка економічних наук, доцентка, доцентка кафедри менеджменту, фінансів, банківської справи та страхування, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова, [nataliazaharkevic@gmail.com](mailto:nataliazaharkevic@gmail.com), <https://orcid.org/0000-0001-7959-7302>.



зокрема їхньої туристичної сфери. Охарактеризовано проблеми розвитку інвестиційної привабливості туристичного комплексу України, проведено їх групування на управлінські, інформаційні, інфраструктурні, політико-правові, економічні та соціальні, що стає основою для визначення відповідних бюджетно-податкових стимулів підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі. Проведено аргументацію застосування в Україні важелів бюджетно-податкового стимулювання для створення туристичних маршрутів, які об'єднують пріоритетні туристичні комплекси. Подано рекомендації щодо впровадження двох туристичних маршрутів та застосування інструментів стимулювання їхнього розвитку шляхом залучення інвестицій. Виділено особливості застосування бюджетно-податкових інструментів для стимулювання конкурентоспроможності туристичного комплексу. Наголошено на необхідності формування якісної статистичної бази оцінки конкурентоспроможності туристичного комплексу, що забезпечить виважене застосування бюджетних стимулів. Зосереджено увагу на низці проблем ведення статистики туризму в Україні, що унеможливує якісний аналіз туристичних потоків, розроблено рекомендації щодо покращення ситуації. Обґрунтовано напрями державної підтримки конкурентоспроможності туристичного комплексу, при цьому наголошено на необхідності, в першу чергу, підвищення рівня розвитку туристичної інфраструктури. Відзначено, що дієвим стимулом для формування конкурентних переваг туристичного комплексу можуть стати території пріоритетного розвитку туристичного типу з відповідним застосуванням бюджетних та податкових пільг та державно-приватне партнерство.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність, конкурентні переваги, туризм, туристичний комплекс, бюджетне стимулювання, податкове стимулювання, інформаційно-аналітичне забезпечення.

Україна, володіючи потенціалом для інтенсивного розвитку понад двадцяти видів туризму, не характеризується ні вагомими надходженнями від цієї сфери, ні високим рівнем туристичної привабливості. Водночас більш як для 2 % країн світу туризм є основним джерелом бюджетних надходжень. Серед причин ситуації, що склалася, у першу чергу, є відсутність конкурентоспроможного туристичного продукту та конкурентної туристичної інфраструктури, низький рівень розвитку яких обумовлений низьким рівнем фінансування туристичного комплексу. Загострює проблему конкурентоспроможності національного туристичного продукту відсутність дієвих бюджетних та податкових пільг, спрямованих на стимулювання інвестиційної активності туристичного комплексу.

Оцінка ефективності бюджетного та податкового стимулювання туристичного комплексу в розрізі окремих інструментів в Україні є напрямом, що потребує додаткового ґрунтовного дослідження. Так, проблеми розвитку туристичного комплексу та його конкурентоспроможності входять до кола наукових інтересів таких вітчизняних та зарубіжних учених, як:



Ю. Гуменюк, О. Довбенко, Р. Драпушка, Л. Дядечко, В. Кифяк, М. Мальська, Ю. Миронов, С. Нездоймінов, О. Стецюк, Т. Панченко, М. Рутинський, І. Школа, О. Шуплат, Е. Щепанський та ін. Віддаючи належне високому рівню проведених наукових розвідок, питання інформаційно-аналітичного забезпечення бюджетно-податкового стимулювання підвищення конкурентоспроможності туристичного комплексу потребує подальших досліджень.

*Метою статті є визначення особливостей інформаційно-аналітичного забезпечення застосування інструментів бюджетно-податкового стимулювання підвищення конкурентоспроможності суб'єктів туристичного комплексу.*

Розробка дієвої державної політики підтримки та розвитку певної сфери національної економіки повинна ґрунтуватися на виявленні ключових проблем та перешкод формування її конкурентоспроможності, визначенні перспективних напрямів інвестування коштів тощо. Відповідно інструменти бюджетно-податкового стимулювання конкурентоспроможності туристичного комплексу повинні бути спрямовані на нівелювання наявних диспропорцій та негативних тенденцій, досягнення балансу інтересів держави, суб'єктів господарювання та споживача. Зупинимось більш детально на основних із них. Так, політичні та військові конфлікти на території України мають істотний вплив на скорочення динаміки в'їзного туристичного потоку та відповідне падіння доходів від туристичної галузі. Світова Рада подорожей та туризму у зведених рейтингах зазначає, що показники економічного розвитку туристичної сфери в Україні є нижчими від рівня середньоевропейських, зокрема слід відмітити такі, як: прямий внесок сфери туризму у ВВП, зайнятість і капітальні інвестиції. З метою оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери на рівні окремих країн, використовується рейтинговий підхід. Одним із таких ключових показників конкурентоспроможності країни у сфері туризму є Індекс конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму (*Travel and Tourism Competitiveness Index*), який складається Всесвітнім економічним форумом кожні два роки і охоплює близько 140 країн [1].

У 2019 році сьомий рік поспіль приріст експорту туризму у світі (+4 %) перевищив показник зростання товарного експорту (+3 %). Враховуючи такі швидкі темпи зростання, міжнародні прибутки у сфері туризму до 2030 року сягнуть 1,8 млрд [2]. Виходячи з даних табл. 1, за рівнем конкурентоспроможності в туризмі Україна в 2019 році зайняла 78-е місце в рейтингу туристичної привабливості. Іншим показником, за яким наша країна очолила топ-10 антирейтингу, є рівень безпеки, де Україна у 2017 році поділяє позиції з Єгиптом, Кенією, Нігерією, Пакистаном, Гондурасом тощо, та лише незначно їх підвищила в 2019 році (табл. 1).



Таблиця 1

Рейтинг конкурентоспроможності туристичної галузі України  
на міжнародному рівні

Компонента	2013 р.	2015 р.	2017 р.	2019 р.	Зміни у рейтингу	
					2019 р. до 2013 р.	2019 р. до 2017 р.
Політичні норми та правила / бізнес-середовище	114	-	129	70	44	59
Екологічна стійкість	92	-	97	114	-22	-17
Охорона та безпека	77	-	127	107	-30	20
Здоров'я та гігієна	8	-	8	11	-3	-3
Пріоритетність подорожей та туризму	84	-	90	70	14	20
Інфраструктура повітряного транспорту	78	-	79	71	7	8
Інфраструктура наземного транспорту	73	-	81	77	-4	4
Туристична інфраструктура	50	-	71	65	-15	6
Інфраструктура ІКТ	70	-	81	78	-8	3
Цінова конкурентоспроможність	110	-	45	19	91	26
Людські ресурси	65	-	41	48	17	-7
Схильність до подорожей та туризму	101	-	71	92	9	-21
Природні ресурси	102	-	115	116	-14	-1
Культурні ресурси	80	-	51	55	25	-4
<b>Індекс конкурентоспромож- ності подорожей та туризму, загальний рейтинг</b>	<b>78</b>	<b>-</b>	<b>88</b>	<b>78</b>	<b>0</b>	<b>10</b>

Примітка: Складено авторами за даними [1; 3; 4; 5].

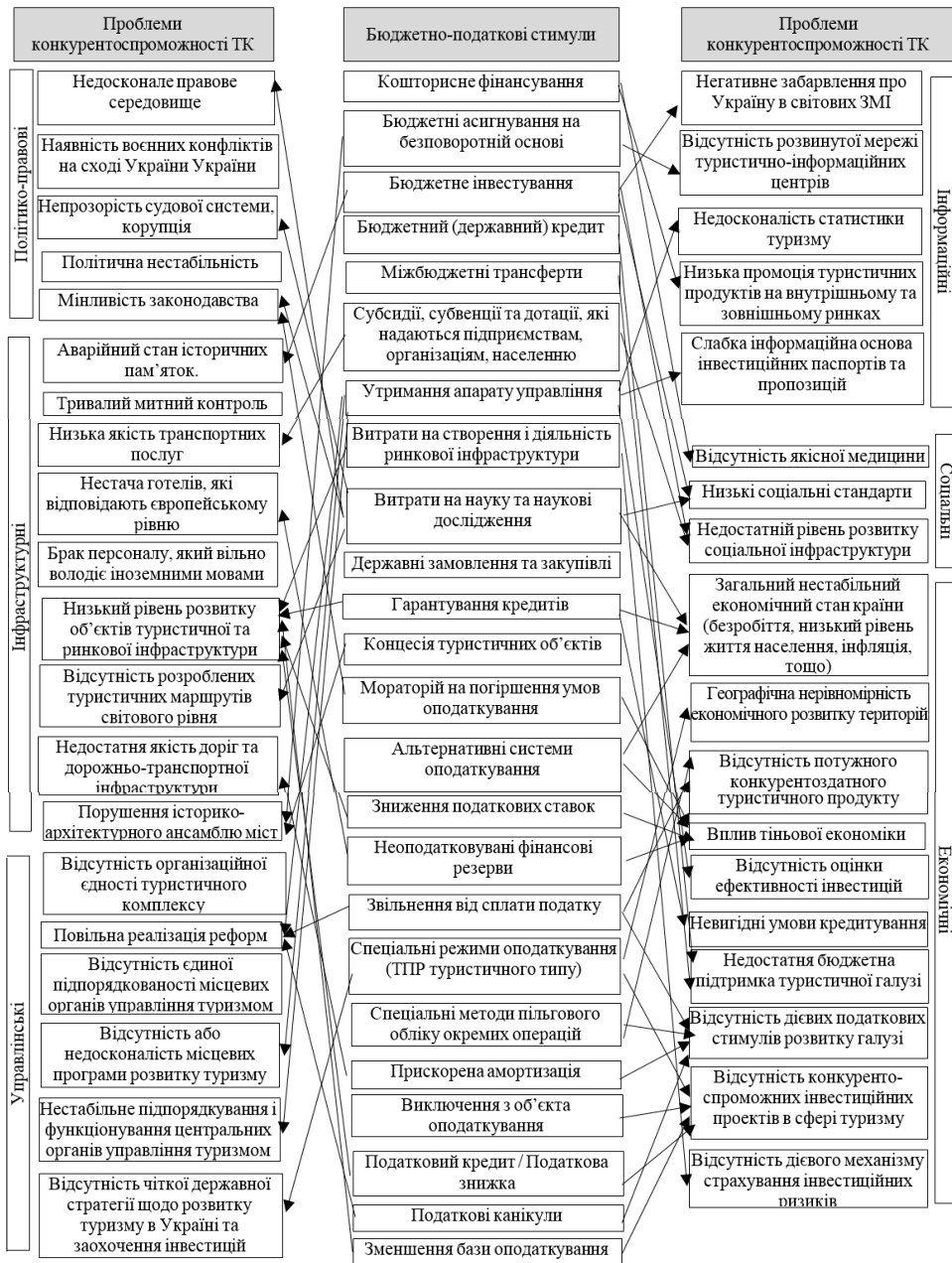
Активні бойові дії на сході України здійснюють істотний вплив на конкурентоспроможність туристичної галузі. Це підтверджує той факт, що у 2015 році Україна була виключена з рейтингу конкурентоспроможності туристичної галузі, а починаючи із 2014 року, спостерігається спадна динаміка туристичних потоків. Лише сам факт проведення на території країни військових дій залишає її без тисяч іноземних туристів.

З іншого боку, експерти відзначають низьку цінову політику в туристичному сегменті (19-е місце) та високий рівень санітарних стандартів (11-е місце). Проте в питаннях екології та природних ресурсів Україна не відповідає вимогам європейських туристів (114 та 116 рейтингові позиції). В інфраструктурних позиціях Україна виявилася теж нижче від середнього світового рівня, тому на питання якісного транспортного забезпечення має бути спрямований основний акцент бюджетно-податкового стимулювання.

Наголосимо, що є держави зі значно нижчими туристичним потенціалом, ніж Україна, які характеризуються розвинутою туристичною інфраструктурою та високою дохідністю галузі. Таке становище вітчизняної туристичної галузі пояснює той факт, що коло 70 % об'єктів культурної



спадщини перебуває у незадовільному стані (кожен десятий об'єкт в аварійному) [6, с. 110].



**Рис. 1. Вплив бюджетно-податкових стимулів на формування конкурентоспроможності туристичного комплексу**

Примітка: складено авторами.



На нашу думку, саме на рейтингові показники міжнародної конкурентоспроможності туризму слід орієнтуватися обираючи пріоритети бюджетно-податкового стимулювання. Якщо Україна ставить за мету залучення іноземних капітальних інвестицій, то і стимулюючі інструменти мають бути спрямовані на досягнення міжнародних стандартів розвитку туристичної галузі.

Зупинимось більш детально на окремих проблемах, що перешкоджають розвитку інвестиційної привабливості туристичного комплексу та систематизуємо їх. Зауважимо, що представлене групування є умовним, оскільки багато з факторів можна одночасно віднести до інфраструктурних, економічних чи соціальних (рис. 1). При цьому окреслені проблеми формують, свого роду, якісну оцінку рівня бюджетно-податкового стимулювання інвестиційної привабливості туристичного комплексу.

Слід також наголосити, що Європейська бізнес-асоціація, починаючи з 2008 року проводить дослідження «Індексу інвестиційної привабливості України». За всю історію вимірювання індекс жодного разу не сягнув позитивної зони — вище 4 балів [7]. І, очевидно, що, не забезпечивши умови формування інвестиційної привабливості України, неможливо говорити про конкурентоспроможність туристичного комплексу.

Розглянемо ситуацію з погляду туриста, який вирішив здійснити індивідуальний тур історичними містами України. Першим моментом, з яким зіткнеться іноземний турист, є те, що більшість інформації про нашу країну в іноземних ЗМІ має негативне забарвлення: тіньова економіка, корумпованість органів влади, військові дії на Сході, низький рівень життя населення, побутового та медичного обслуговування, фінансова та політична нестабільність тощо. Для туристів з країн США, Канади, Японії, Європи, які звикли до високої мобільності й практичної відсутності кордонів, ще однією серйозною проблемою виявляється необхідність проходження тривалого митного контролю.

Досі вагомою для сфери туризму залишається проблема якісного транспортного обслуговування, оскільки за зіставлення ціна-якість Україна значно поступається європейським стандартам. Аналогічна ситуація із засобами розміщення, більше того, в нас достатньо низький рівень розвитку кемпінгів, хостелів, а категоризація готелів не завжди відповідає заявленій. Крім того, впродовж 2020 року не проведено категоризації жодного готелю.

Слід наголосити також на тому, що, далеко не в кожному обласному центрі, можна знайти звичний для європейського туриста пункт турінформації. Цей перелік сервісних обмежень пересування, харчування, інформаційного забезпечення іноземних туристів суттєво погіршується мірою просування від столиці до периферії. Поглиблює проблему й відсутність персоналу, який вільно володіє іноземними мовами в готелях, ресторанах, закладах швидкого харчування, музеях тощо. Усі ці ж питання хвилюють і вітчизняного туриста (опитування з приводу рівня туристичних послуг України показало, що 80 % респондентів ними незадоволені і що це суттєво гальмує здійснення подорожей Україною).





Наступною проблемою, що потребує застосування бюджетно-податкового стимулювання, є аварійний стан багатьох історичних пам'яток. Так, на ремонт та реконструкцію історико-культурної спадщини з бюджету виділяються незначні кошти. Загалом, це пояснює тенденції у структурі потоків іноземних туристів в Україну. Статистика відвідувань країни дозволяє зробити такі висновки:

— організовані потоки іноземних туристів становлять лише невелику частку із загальної кількості тих, хто перетнув кордон;

— для зменшення ризику, що пов'язаний із вітчизняним сервісом, іноземні туристичні фірми надають перевагу лише декільком відомим та надійним туристичним центрам (Львів, Київ, Одеса тощо);

— відсоток туристів, що подорожують районними центрами України, незначний порівняно з кількістю туристів, які відвідують великі міста;

— туризм присвячений відвідуванню одного — двох туристичних міст, комплексне використання туристичних маршрутів — відсутній.

Зважаючи на те, що наявний туристичний потенціал України використовується лише на третину, за висновками експертів, сума потенційних витрат від недостатнього розвитку туризму складає близько 10 млрд доларів щорічно [8].

Не менш вагомою проблемою розвитку туризму в Україні є абсолютна невизначеність інституційного забезпечення державного регулювання в системі органів управління як державного, так і місцевого рівня, про що свідчить історія змін підпорядкування центрального органу управління туризмом та відсутність єдиного підходу в підпорядкуванні, а відповідно й фінансуванні галузі на місцевому рівні. Координація розвитку туристичної галузі відбувається одночасно за різними функціональними напрямками. На обласному рівні аналогічна ситуація, туризм відносять як до економічної чи гуманітарної політики, так і до інших сфер — культури, молоді та спорту, інфраструктури, зовнішньоекономічних зв'язків тощо. Така різноманітність підходів є однією з причин відсутності цілісної політики розвитку туристичної галузі, а також описаної раніше проблеми фінансування галузі та планомірного формування конкурентоспроможності туристичного комплексу.

Потрібно також зважувати й на інші напрями державної підтримки туристичного комплексу, які мають вплив на його конкурентоспроможність. Йдеться, перш за все, про економічну стабільність у країні, що для туристичного комплексу є не лише вагомим питанням, а й пріоритетним у забезпеченні конкурентних переваг.

Наступною суттєвою проблемою, що ускладнює аналіз конкурентоспроможності туризму, є інформаційне забезпечення туристичної галузі, адже інформація є найважливішим елементом системи управління. Безумовно, без достатньої інформаційної бази не можливе якісне дослідження конкурентних переваг вітчизняного туризму. На противагу Україні, інформаційній підтримці туризму в розвинутих країнах приділяється значна увага, де функціонує ціла система статистичних комітетів (крім центральних та регіональних органів передбачено статистичні організації, які збирають і оцінюють інформацію про стан туріндустрії. На сьогодні ж можемо



констатувати нагальну необхідність створення єдиної інформаційної бази туризму; удосконалення процесів та механізмів збору і обробки статистичної інформації; розширення джерел додаткової інформації для оцінювання перспектив розвитку окремих конкурентних переваг туристичної сфери.

Необхідність покращення інформаційного забезпечення в галузі туризму підкреслюється відсутністю чітких стандартів у сфері туризму, методології і методики статистичного нагляду, що не дозволяє зацікавленим сторонам сформувати повну і достовірну аналітичну базу, зіставну на національному і міжнародному рівнях. Органи управління, фінансові інститути, наукові установи, інші зацікавлені організації відзначають дефіцит інформації, яка характеризує потенціал ринку туристичних послуг, фінансово-економічний стан об'єктів туристичної індустрії, стан туристичних ресурсів тощо. Відсутність повної інформаційної бази не дозволяє оцінити ефективність інвестицій, що вкладаються у галузь, скласти прогнози її подальшого розвитку, визначити пріоритетні інструменти бюджетно-податкового стимулювання тощо.

Огляд наявного стану інформаційного забезпечення та особливостей проведення аналізу розвитку туристичної галузі на рівні міст дозволив визначити й інші недоліки та проблеми, що постають у процесі його здійснення. А саме:

— відсутність достатньої інформаційної бази в процесі проведення аналізу на рівні великих міст, районів. Майже вся статистика туризму має регіональний характер;

— порушення логічної послідовності та зіставності показників, що розраховуються в процесі аналітичних досліджень; відсутність їхньої наступності, системності;

— кількість статистичних показників є обмеженою. Це зумовлено тим, що туризм відносять до культури та мистецтва, а не до галузей економіки. Відповідно і показники, на відміну від статистики, яка ведеться щодо основних видів економічної діяльності, у статистиці туризму не є вартісними та не відображають економічний розвиток галузі. Так, окрім кількості туристів, мети візиту та їхнього поділу на іноземні та внутрішні туристичні потоки, ми не отримуємо жодної статистичної інформації. Та навіть ця інформація подається на рівні регіону. Хоча саме в туризмі є потреба аналізу конкурентних переваг на рівні окремих міст, оскільки турист відвідує не область, а конкретний туристичний комплекс.

Ця ситуація призвела до того, що на сьогодні статистичні дані щодо туризму не відображають поточний стан справ у туристичній галузі. Фахівці Державної служби статистики України та її регіональних управлінь змушені обмежуватися лише двома джерелами інформації — звітами туристичних фірм про кількість відправлених та прийнятих туристів та відомостями про фінансово-господарські результати їхньої діяльності. До того ж, акумульовані відомості стосуються лише організованого туризму — громадян, що звернулися у турфірму за туристично-екскурсійною послугою. Тобто громадяни, які подорожують самостійно (а на сучасному етапі розвитку інтернет-технологій самостійні подорожі стають дедалі доступніші) взагалі у статистичному обліку не відображаються. Іншою проблемою є





подвійний облік одних і тих самих туристів турагентом та туроператором, що штучно завищує обсяги туристичних потоків. Розрахунки туристів готівкою з туроператорами та турагентами — це проблема, яка також має не лише статистичний, але й економічний характер, оскільки призводить до тінізації коштів та зменшення бюджетних надходжень.

При цьому, неможливо оминати й іншу актуальну для України проблему — відтік робочої сили закордон під виглядом туристичних потоків. Масштаби цієї проблеми є загрозою для економіки з одного боку, а з іншого — призводять до деформації статистики туристичних потоків.

Зважаючи на те, що двома основними формами звітності є «№ 1-готель (річна) «Звіт про роботу готелю» та № 1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність» (затверджена наказом Держстату України від 30 листопада 2012 р. за № 498 (зі змінами) «Про затвердження форм державних статистичних спостережень», статистика туризму абсолютно не враховує сезонності туристичних потоків, а в туристичній сфері цей фактор відіграє досить важливу роль.

Щоб сформувати повну та достовірну інформаційну базу, яка є об'єктивною необхідністю ефективного управління туристичною діяльністю, слід також залучити до таких процесів таких суб'єктів, як: Державне агентство розвитку туризму, безпосередніх споживачі туристичних послуг та місцеві органи управління туризмом. У цілому необхідно відзначити, що у практиці української статистики питанням туризму приділяється мало уваги, а через недостатність офіційних даних використовують експертні оцінки, довести достовірність яких достатньо проблематично. Сучасна ж статистика туризму охоплює систему визначень, класифікацій, показників галузі туризму, зіставних та передбачених лише системою національних рахунків (СНР-93). Для формування інформаційного забезпечення як невід'ємного складника аналізу конкурентоспроможності туристичної галузі, що лежатиме в основі виваженої політики бюджетного стимулювання, необхідно:

— удосконалити систему збору й опрацювання статистичної інформації з впровадженням передових методик та сучасного технічного обладнання (комп'ютерні системи, пакети прикладних програм, пристрої передачі даних тощо);

— створити єдину інформаційну базу туристичної галузі (сформувати автоматизовані банки даних);

— залучати до формування автоматизованої бази дані, отримані органами державної виконавчої влади, місцевого самоврядування тощо).

Недоліком також є те, що у статистичних таблицях основних показників соціально-економічного розвитку України туризм не представлений ні в галузевих розділах, ні в розділах за видами економічної діяльності, окрім інформації про загальні обсяги експорту-імпорту туристичних послуг за статтею «Подорожі». У державній статистичній звітності туризм взагалі не вважається самостійною галуззю національної економіки. Використовуючи у відомчих розрахунках неадаптовану в Україні методику ВТО, яка входить у суперечності з єдиною методологічною основою, прийнятою в країні, уповноважений орган виконавчої влади з питань туризму практично



зводить в оману широку громадськість щодо реального стану справ у туризмі, зокрема з питань обліку і контролю у цій сфері. Тому сьогоднішній стан туристичної статистики як ніколи вимагає від держави підтримки та стимулювання розвитку цього напрямку.

Низка проблем туристичної галузі описана в «Дорожній карті конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні» [9], в тому числі:

- 1) усі туристичні компанії, включаючи об'єкти розміщення, туристичних операторів, туристичні агенції, транспортні компанії, музеї, парки та ресторани, не мають жодних пільг у системі оподаткування;
- 2) недосконала статистика туристичної галузі;
- 3) комплекс інфраструктурних проблем у сфері туризму;
- 4) низьке фінансування та бюджетне стимулювання галузі.

Таким чином, реалізація зазначених змін у системі інформаційного, фінансового та управлінського забезпечення дозволить підняти розвиток туризму на якісно новий економічний рівень за рахунок більш об'єктивного відображення ситуації та введення додаткових важелів впливу на неї.

З метою посилення конкурентоспроможності, покращення інвестиційного клімату в Україні та активізації іноземного інвестування вважаємо за доцільне спрямувати зусилля держави у таких напрямках:

- економічна та політична стабілізація України;
- формування пріоритетів розвитку зовнішньоекономічної політики;
- виконання умов для пришвидшення входження України до складу ЄС;
- встановлення контрольованого рівня інфляції, зниження міграційних процесів, підвищення зайнятості;
- створення інвестиційно сприятливого клімату;
- вирівнювання територіальних економічних диспропорцій, підвищення потенціалу депресивних населених пунктів;
- стабілізація нормативної бази, в тому числі прийняття пакета антикорупційних законів, розвиток бізнес-клімату, скорочення адміністративних обмежень;
- реалізація принципів конкурентного ринку;
- розробка та впровадження системи державної підтримки в пріоритетних для України напрямках інвестування;
- формування позитивного іміджу України.

Серед проблем бюджетного-податкового стимулювання конкурентоспроможності привабливих туристичного комплексу необхідно виділити основну — абсолютна відсутність векторів спрямування стимулів. На сьогодні в Україні чітко не визначено:

- напрями стимулювання інвестицій у межах туристичної галузі (транспорт, готелі, інфраструктура, туристичні об'єкти тощо);
- географічна спрямованість бюджетно-податкових стимулів. Існує величезна кількість туристичних об'єктів, які потребують інвестиційних надходжень або просто елементарного збереження, і кошти з державного бюджету на їхню підтримку спрямовуються вибірково та часто необґрунтовано;



— розуміння на державному рівні, які саме туристичні послуги, продукти, конкурентні переваги необхідно стимулювати. У результаті з бюджетів різних рівнів складаються одночасно кошти в різні об'єкти без дотримання загальнодержавної стратегії розвитку;

— єдине бачення фінансування туристичних об'єктів. Податкові стимули практично не застосовуються, що закономірно, оскільки відсутня єдина політика та єдиний центр, який здійснював би координацію розвитку туристичної галузі.

Таким чином, ми бачимо галузевий, географічний, адміністративний складники проблеми, які в поєднанні дають синергійний ефект та спричиняють розпорошеність бюджетно-податкових стимулів для розвитку туристичної галузі.

Подолати зазначені проблеми можливо шляхом запровадження на державному рівні єдиного підходу до застосування бюджетно-податкового стимулювання. Як уже неодноразово зазначалося, основною проблемою українського туризму є відсутність туристичної інфраструктури, конкурентоздатного туристичного продукту та державної підтримки належного розвитку цієї галузі. Для формування конкурентоспроможного туристичного продукту необхідно імплементувати європейський досвід. На сьогодні українського туриста цікавлять, на відміну від попередніх років, не одноденні тури, а повноцінні тури вихідного дня тривалістю дві–чотири доби з великою географічною протяжністю. В Україні практично відсутні подібні тури, оскільки, по-перше, не розроблені туристичні маршрути, аналогічні, європейським, коли маршрут включає 5–10 туристичних центрів, а також на всій протяжності містить необхідні об'єкти туристичної інфраструктури: автозаправні станції, мийки автомобілів з відповідним сервісом, санітарно-гігієнічні пункти, заклади харчування з англійським персоналом, заклади розміщення типу «*all inclusive*» та розвинута індустрія розваг і відпочинку, центри побутового обслуговування європейського рівня, повноцінну ринкову інфраструктуру, з дотриманням соціальних, екологічних стандартів безпеки життя і здоров'я.

В Україні дійсно є і перспективні туристичні об'єкти, і невикористаний туристичний потенціал, присутні також і підприємства туристичної інфраструктури, що відповідають світовим стандартам. Проте всі ці чинники, на жаль, не об'єднані в єдину систему та не можуть бути використані в комплексі як внутрішнім, так іноземним туристом. Споживач туристичних послуг спостерігає лише поодинокі вияви належного туристичного обслуговування у великих містах України, таких як: Львів, Одеса, Київ. Натомість переважна більшість обласних та районних центрів, незважаючи на наявний туристичний потенціал, не можуть задовольнити рівень туристичних потреб вже навіть внутрішнього туриста.

Виходячи із зазначеної аргументації в Україні, необхідно застосувати важелі бюджетно-податкового стимулювання на створення конкурентоспроможних туристичних маршрутів, які об'єднали туристичні центри, та на створення потужних туристичного комплексу на базі міст, які входять у ці туристичні маршрути. Таким чином, ми пропонуємо розробити декілька дійсно конкурентоздатних туристичних маршрутів, орієнтованих на



тури вихідного дня для системного започаткування та розвитку туризму в Україні.

Це дозволить:

- 1) уникнути розосередження коштів по численних туристичних об'єктах;
- 2) раціонально застосовувати податкові стимули для залучення інвестицій у задані туристичні маршрути;
- 3) використовувати бюджетні стимули для першочергової підтримки та розбудови туристичного комплексу;
- 4) вирішити проблему множинної підпорядкованості об'єктів туристичної галузі, а це, як уже зазначалося, є основною передумовою відсутності цілеспрямованої бюджетно-податкової підтримки.

Пропонуємо туристичний маршрут Київ — Біла Церква—Умань—Кам'янець-Подільський (Хотин—Чернівці) — Мукачево — Ужгород та маршрут Київ — (Дубно—Рівне) — Луцьк — Львів — Мукачево — Ужгород, а також маршрути у зворотному напрямку. Переваги старту в Києві як провідному транспортному вузлі, де зручне сполучення повітряним, автомобільним та залізничним транспортом, як для іноземних, так і внутрішніх туристів очевидні. У запропоновані маршрути включені потенційно конкурентоздатні туристичні комплекси. Саме вони мають стати вузловими центрами маршруту, опорними точками зупинки туристів. Це, у свою чергу, дасть поштовх до розвитку на їх території готельно-ресторанного бізнесу, індустрії розваг та відпочинку тощо.

Зворотний туристичний маршрут особливо є зручним для жителів західної України та європейських держав. Оскільки відразу після перетину кордону в місті Ужгород розпочинається тур вихідного дня провідними туристичними центрами України, який після закінчення у місті Києві, зручно завершити, повернувшись додому літаком або залізницею. При такому підході передбачається більш раціональне використання бюджетно-податкових стимулів та більш аргументованим є надання податкових, бюджетних, організаційних преференцій тому чи тому об'єкту в межах маршруту.

Пропоновані нами туристичні маршрути повинні затверджуватися на рівні держави, пролягати через туристичні центри; і саме це робить питання бюджетно-податкового стимулювання конкурентоспроможності туристичного комплексу особливо актуальним, адже ці центри повинні бути опорними на розроблених туристичних маршрутах і надане бюджетно-податкове стимулювання дозволить не розпорошувати державні кошти на безліч міст з туристичним потенціалом, а спрямувати фінансування на підтримку спочатку декількох ефективних туристичних маршрутів з європейським рівнем обслуговування, наданого на базі туристичного комплексу міст.

При створенні туристичних продуктів центри, об'єднані в нові туристичні маршрути, мають впроваджувати єдині стандарти обслуговування, а головне — об'єднувати ресурс там, де індивідуальної ініціативи кожного міста не вистачає. Без сумнівів, важливо вже зараз порушити питання державної підтримки туристичних центрів, адже однією з основних функцій цих міст буде збереження їхньої історико-культурної спадщини, що має



бути відображеним і в бюджетних видатках. Варіантом вирішення проблеми фінансування ми вважаємо концесійні договори, що є перспективою подальших наукових досліджень.

За умови застосування важелів бюджетно-податкової підтримки зростатиме конкурентоспроможність туристичного центру, на території якого планується розбудова потужного комплексу. Інвестор, вбачаючи перспективи розвитку, вже під іншим кутом розглядатиме запропоновані інвестиційні проекти. Також дієвим стимулом для формування конкурентних переваг туристичного комплексу у складі туристичних маршрутів можуть стати території пріоритетного розвитку з відповідним застосуванням податкових пільг, державно-приватне партнерство, що у сукупності може стати ефективною платформою для реалізації інноваційних ідей у туризмі.

Для уникнення зловживань наданими пільгами всі інвестиційні проекти повинні обов'язково проходити відсіювання на конкурсних засадах з обов'язковою побудовою рейтингу поданих інвестиційних проектів. Це дасть змогу:

- 1) відібрати найперспективніші пропозиції та знизити ризики неефективного інвестування;
- 2) передбачити конкурентну боротьбу, результатом якої має стати розбудова інфраструктури міста, покращення умов благоустрою для населення.

У сукупності це дозволить не лише зекономити бюджетні видатки на фінансування проектів, але й збільшити податкові надходження. Однак зазначене можливе лише за одночасної розбудови на території туристичного комплексу не однієї туристичної дестинації, яких наразі недостатньо для повного завантаження туристичного дня в межах одного населеного пункту.

Таким чином, туристична індустрія, враховуючи її значний вплив на економічний та соціальний розвиток країни, розгалуженість господарських зв'язків, потребує стимулювання з боку держави. Проведений аналіз проблем забезпечення конкурентоспроможності туристичного комплексу та визначення дестимулюючих факторів її формування в подальшому служиме орієнтиром цілеспрямованого застосування бюджетно-податкових стимулів. До того ж, запропонований взаємозв'язок бюджетно-податкових стимулів з проблемами низької конкурентоспроможності туристичного комплексу (рис. 1) дозволить більш виважено використовувати інструменти та важелі бюджетної підтримки. Основним вектором бюджетно-податкового стимулювання повинен стати розвиток міжрегіонального туристичного продукту, з формуванням туристичних маршрутів з опорними пунктами на базі конкурентоздатних туристичного комплексу. Запропонований підхід сприятиме уникненню розпорошеності бюджетних коштів на значну кількість дрібних суб'єктів та дозволить сформувати туристичні продукти європейського зразка з відповідним рівнем інфраструктурного забезпечення. Виходячи з цього перспективами подальших наукових розвідок є розробка механізму та створення передумов для формування конкурентних переваг у суб'єктів туристичної діяльності шляхом бюджетно-



податкового стимулювання розвитку туристичного комплексу та розробки науково-методичного забезпечення цього процесу.

#### Список використаних джерел

1. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. Travel and Tourism at a Tipping Point. *World Economic Forum*. URL : <https://bit.ly/3kgsbL3>.
2. Україна піднялася у рейтингу привабливості для туристів (04.09.2019; 14:31). *Економічна правда*. URL : <https://bit.ly/3H91FgC>.
3. Blanke, J. and Chiesa, T. (eds). The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013. Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. *World Economic Forum*. URL : <https://bit.ly/3o4Iuvt>.
4. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015. Growth through Shocks. *World Economic Forum*. URL : <https://bit.ly/3GYq0Wh>.
5. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017. Paving the way for a more sustainable and inclusive future. *World Economic Forum*. URL : <https://bit.ly/3D5iZjS>.
6. Дранушко Р. Г. Туристичний потенціал України: стан, проблеми та перспективи розвитку. Київ : Інститут законодавчих передбачень і правової експертизи, 2007. 152 с.
7. Інвестори погіршили оцінку бізнес-клімату України (03.07.2020; 14:52). *Українформ*. URL : <https://bit.ly/31sgJp1>.
8. В Україні презентували Дорожню карту розвитку сфери туризму. *Українформ*. URL : <https://bit.ly/3wovGUr>.
9. Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні. Підсумкова доповідь. Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР). 116 с.

Надійшла до редакції 16.04.2021

**Alla KRUSHYNSKA,  
Daria ARZANTSEVA,  
Nataliia ZAKHARKEVYCH**

*Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law*

#### **Information and Analytical Support of Fiscal Incentives to Increase the Competitiveness of the Tourist Complex**

*The article is devoted to the study of the peculiarities of the development of the tourism industry in Ukraine and to the characteristics of the problem of ensuring its competitiveness. The place of Ukrainian tourism in the world rankings is characterized. The components that hinder the growth of the competitiveness of the tourism industry of Ukraine are identified. The potential of the tourism industry and the need to apply fiscal incentives for its development are described. The existing inconsistency of the application of fiscal incentives with the level of social and economic development of the territory, including their tourist sector, are noted. The problems of the development of investment attractiveness of the tourist complex of Ukraine are characterized. The grouping into managerial, informational, infrastructural, political and legal, economic and social ones are carried out and it becomes the basis for determining the corresponding fiscal incentives to increase the competitiveness of the tourism industry. The reasoning of the use of levers of fiscal incentives in Ukraine for the creation of tourist routes that will combine priority tourist complexes are provided. The recommendations for the introduction of two tourist routes and the use of tools to stimulate their development by attracting investments are given. The features of the use of fiscal instruments to stimulate the*





*competitiveness of the tourist complex are highlighted. The need to form a high-quality statistical base for assessing the competitiveness of the tourist complex that will provide a balanced application of budget incentives are emphasized. The attention is focused on a number of problems in maintaining the statistics of tourism in Ukraine that makes it impossible to analyze the quality of tourist flows. The recommendations to improve the situation are developed. The directions of state support for the competitiveness of the tourist complex are substantiated, and above all, the need to increase the level of development of the tourist infrastructure are pointed out. It is indicated that an effective incentive for the formation of competitive advantages of the tourist complex can be territories of priority development of the tourist type with the appropriate use of fiscal incentives and public-private partnerships.*

**Keywords:** *competitiveness, competitive advantages, tourism, tourist complex, budget incentives, tax incentives, information and analytical support.*