

УДК 338.48

Вахович І. М., д.е.н., професор,

Пушкарчук І. М., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

У статті розглянуто джерела фінансового забезпечення розвитку туризму в регіоні та запропоновано альтернативні їх джерела. Систематизовано та класифіковано фінансові інструменти забезпечення розвитку туризму в регіоні. Розроблено бюджет витрат на формування іміджу регіону як туристичної дестинації.

Ключові слова: регіон, розвиток туризму, фінансове забезпечення розвитку туризму, туристичні продукти регіону, туристична дестинація.

Vachovych I., Pushkarchuk I.

FINANCIAL PROVISION FOR TOURISM DEVELOPMENT IN THE REGION

Introduction. Tourism development in the regions of Ukraine, first of all, requires adequate financial provision, to search and attraction of financial resources from all possible sources. The purpose of this article is to investigate main aspects of financial provision for tourism development in the region. The methodological base of the research was the developments of economic science according to the study of regional economics and tourist industry. Results. The sources of financial provision for tourism development in the region are considered in the article. The alternative sources of financial provision for tourism development in the region (total tax revenues; taxes on accommodation which are included in the accounts of visitors; personal income taxes and single tax on

entrepreneurs belonging to tourism and related economic activities; budget revenues from annual or traditional events; excess profits duty) are suggested. Financial instruments for tourism development in the region are systematized and classified (financial instruments for forming the preconditions for tourism development in the region; financial instruments for the formation of tourism products; financial instruments for sales promotion of tourism products). The expense budget for forming the image of the region as a tourist destination is developed. The expense budget for forming the image of the region as a tourist destination will help and contribute to better define the real means of disseminating information about tourism in the region, to make the choice of sources and to establish the necessary amount of financial resources. To provide the effectiveness of such investments, making such an expense budget it's necessary, first of all, to allocate the state budget funds the amount of which will be enough for non-commercial promotion of the tourism product in the domestic and world markets. Conclusion. Certainly the sufficiency of financial resources to ensure the development of tourism in the region is a basic premise. Combined application of the mentioned financial instruments and measures will have a positive influence on the level of tourism development in the region.

Key words: region, tourism development, financial provision for tourism development, tourism products of the region, tourist destination.

Вахович І. М., Пушкарчук І. Н.

ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ

В статье рассмотрены источники финансового обеспечения развития туризма в регионе и предложены альтернативные их источники. Систематизированы и классифицированы финансовые инструменты обеспечения развития туризма в регионе. Разработан бюджет расходов на формирование имиджа региона как туристической дестинации.

Ключевые слова: регион, развитие туризма, финансовое обеспечение развития туризма, туристические продукты региона, туристическая дестинация.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими і практичними завданнями. Розвиток туризму в регіоні є результатом його нормативно-правового, інформаційного, організаційно-економічного, фінансового, науково-технічного забезпечення. Одним із найбільш проблемних моментів у забезпеченні розвитку туризму в регіонах України є саме фінансовий аспект.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вагомий вклад у дослідження індустрії туризму, факторів впливу на розвиток туризму, методів оцінки туристичного потенціалу регіону, внесли вітчизняні та зарубіжні

науковці. Зокрема, дана проблематика є об'єктом дослідження таких вітчизняних і зарубіжних науковців, як І. Бережна, В. Беренс, Е. Брігхем, В. Герасименко, А. Головчан, Г. Горбань, П. Гудзь, Д. Джонк, М. Долішній, С. Захарчук, В. Євдокименко, В. Квартальнов, В. Кифяк, В. Кравців, Н. Коленда, О. Кузьмін, А. Кулінська, Л. Лазебник, А. Мазаракі, Ф. Мазур, В. Мацола, О. Марченко, А. Махмудов, М. Осипчук, П. Рогожин, Т. Ткаченко, С. Трохимчук, Л. Черчик, М. Чумаченко, О. Шаблій та інших. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, відмічається недостатність досліджень фінансових аспектів забезпечення розвитку туризму в регіоні.

Цілі статті. Основною метою є поглиблення досліджень фінансового забезпечення розвитку туризму в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Фінансування діяльності з забезпечення розвитку туризму в регіоні може здійснюватися з різних джерел. А саме фінансове забезпечення розвитку туризму в регіоні може здійснюється на основі: 1) самозабезпечення (кошти підприємств-власників рекреаційно-туристичних об'єктів, організаторів туризму); 2) інвестування (іноземне і вітчизняне); 3) кредитування (кредитні ресурси); 4) бюджетування (державні асигнування; кошти державного та місцевих бюджетів, отримані за платежі від рекреаційних ресурсів, податкові надходження) тощо.

Зрозуміло, що забезпечення розвитку туризму в регіоні потребує значних фінансових вкладень. Тому нині регіони України, в умовах обмеженості фінансових ресурсів, потребують їх акумулювання із усіх можливих джерел як зовнішніх, так і внутрішніх. Також актуалізується доцільність пошуку усіх можливих альтернативних джерел фінансового забезпечення розвитку туризму в регіоні. Серед альтернативних джерел фінансового забезпечення розвитку туризму в регіоні, вважаємо, можна виділити:

1) загальні податкові надходження, які не можна розглядати окремо від будь-яких інших статей бюджетів, призначених для підтримки добробуту місцевого населення на довгостроковій основі, але це можливо у разі здійснення в Україні реформи місцевого самоврядування, якщо місцеві бюджети матимуть достатньо коштів для стимулювання в'їзного туризму;

2) податки із засобів розміщення, що включаються в рахунки відвідувачів. Для того, щоб забезпечити їх цільове використання, необхідно, щоб не менше 80% туристських податків постійно направлялись на пов'язані з туризмом проекти;

3) податки з доходів фізичних осіб та єдиний податок з підприємств, що належать до сфери туризму та суміжних видів економічної діяльності;

4) доходи бюджетів від щорічних або традиційних заходів, таких як ярмарки, масові заходи до святкових дат та інше, що цільовим чином можуть бути направлені на забезпечення розвитку туризму в регіоні та формування іміджу регіону як туристичної дестинації;

5) податки на надприбутки, які можна отримати в результаті збільшених зборів з доходів видовищних закладів, стадіонів, природних монополій, а також підприємств, що займаються гральним бізнесом.

Водночас, з метою розширення джерел фінансового забезпечення розвитку туризму в регіоні, також доречними в сучасних умовах будуть такі заходи:

– створення регіонального фонду розвитку туризму в регіоні відповідно до наявних у нього туристичних ресурсів і сформованої туристичної інфраструктури;

– надання державних цільових субсидій на розвиток туристичної інфраструктури, що широко застосовується в практиці високо розвинених країн таких як Франція, Великобританія, Італія, Австрія, Греція;

– розвиток змішаного інвестування за участю державних та приватних інвестицій, а також шляхом розвитку державно-приватного партнерства;

– пільгове кредитування для ініціаторів та організаторів різних видів туризму в регіоні;

– податкові пільги для інвесторів (зменшення ставки податку на прибуток, податкові канікули, податковий кредит, відстрочки зі сплати податків, списання заборгованості за податками тощо);

– гарантії з боку регіональних органів влади при наданні комерційними банками позик на реалізацію проектів розвитку туризму в регіоні;

– залучення додаткових джерел інвестування у формі використання зборів за ліцензування і сертифікацію;

– застосування суб'єктами господарювання регіону прискореної амортизації.

Конкретними фінансовими інструментами забезпечення розвитку туризму в регіоні є: трансферти, дотації, бюджетні інвестиції на охорону навколишнього природного середовища та розвиток туристичної інфраструктури; екологічне ліцензування; державні гарантії; державні та регіональні замовлення і контракти; державно-приватне партнерство в туризмі; регіональні програми, цільові бізнес-проекти розвитку туризму; державні кредити; ставки оподаткування, податкові пільги, податкові канікули; мито, квоти, в'їзні візи; страхування ризиків; антимонопольна політика; патентна політика; зовнішньоекономічна політика; державна інформаційно-консультативна підтримка; стандартизація і сертифікація рекреаційної діяльності; Інтернет-маркетинг; формування іміджу регіону як туристичної дестинації; брендинг і рекламно-інформаційне забезпечення турпродуктів; ціни та тарифи; ліцензії; відсоток за кредит, депозитна ставка тощо.

Залежно від призначення сукупність вказаних інструментів можна класифікувати за наступними групами (табл. 1):

1) фінансові інструменти формування передумов розвитку туризму в регіоні;

2) фінансові інструменти формування туристичних продуктів в регіоні;

3) фінансові інструменти просування і стимулювання збуту туристичних продуктів регіону.

Таблиця 1

Фінансові інструменти забезпечення
розвитку туризму в регіоні

Фінансові інструменти забезпечення розвитку туризму в регіоні		
1	2	3
Фінансові інструменти формування передумов розвитку туризму в регіоні	Фінансові інструменти формування туристичних продуктів в регіоні	Фінансові інструменти просування і стимулювання збуту туристичних продуктів

продовж. табл. 1

1	2	3
1) трансферти, бюджетні інвестиції на розвиток туристичної інфраструктури; 2) податки, податкові пільги, податкові канікули; 3) держзамовлення, державні контракти; 4) державні і регіональні програми розвитку рекреаційного природокористування; 5) видатки позабюджетних фондів	1) трансферти, бюджетні інвестиції; 2) податки, податкові пільги, податкові канікули, відстрочки зі сплати податків, списання заборгованості за податками; 3) регіональні програми, цільові проекти, та бізнес-плани розвитку туризму; 4) державні і регіональні замовлення, державні і регіональні контракти	2) фінансування широкомасштабної рекламної кампанії регіональних туристичних продуктів та формування іміджу регіону як туристичної дестинації; 3) диференційована і гнучка цінова політика; 4) регіональні програми, цільові
6) охорони навколишнього природного середовища органів місцевого самоврядування на основний вид їх діяльності.	5) гранти; 6) державні кредити; 7) страхування ризиків; 8) мито, ліцензії, квоти, в'їзні візи.	5) проекти, та бізнес-плани формування іміджу регіону як туристичної дестинації.

Важливого значення набуває активне і широкомасштабне застосування фінансових інструментів просування і стимулювання збуту туристичних продуктів та, зокрема, фінансове забезпечення формування іміджу регіону як туристичної дестинації.

З нашої точки зору, доцільним вбачається розробка та виконання бюджету витрат на формування іміджу регіону як туристичної дестинації (табл. 2), що сприятиме більш чіткому визначенню засобів поширення інформації про туризм в регіоні, вибору джерел та встановленню необхідного обсягу фінансових ресурсів.

Складання бюджету витрат на формування іміджу регіону як туристичної дестинації може відбуватись двома шляхами:

1) «згори вниз», коли перш за все визначається загальна сума витрат на комплекс заходів формування іміджу регіону як туристичної дестинації і лише після цього відбувається їх розподіл за окремими каналами поширення інформації;

2) «знизу вгору», коли спершу складається кошторис окремо для кожного виду залучених каналів поширення інформації в цілях формування іміджу регіону як туристичної дестинації, а вже потім підбивається підсумок всіх необхідних витрат.

Таблиця 2

Бюджет витрат на формування іміджу регіону як туристичної дестинації

Статті витрат	Інвестиції (у межах затверджених кошторисних призначень) за джерелами фінансування							
	Державний бюджет		місцеві бюджети		кошти туристичних підприємств		інші	
	однора- зові	щомісяч- ні	однора- зові	щомісяч- ні	однора- зові	щомісяч- ні	однора- зові	щомісяч- ні
Реклама на телебаченні	*	*	*	*	*	*	*	*
Реклама в пресі	*	*	*	*	*	*	*	*
Друкована інформаційна реклама	*	-	*	-	*	-	*	-
Участь у спеціалізованих виставках, форумах, конференціях	*	-	*	-	*	-	*	-
Зовнішня реклама	*	-	*	-	*	-	*	-
Сувенірна реклама	*	-	*	-	*	-	*	-
Поштова реклама	*	*	*	*	*	*	*	*
Теле- і радіопрограми	*	-	*	-	*	-	*	-
Реклама на веб-сторінках органів державної влади та місцевого самоврядування	-	-	-	-	-	-	-	-
Формування й поновлення туристичної бази даних	-	-	-	-	-	-	-	-
Створення та супровід туристичної інтернет-сторінки регіону	-	-	*	*	-	-	-	-
Інтернет-реклама	-	-	-	-	*	*	*	*
Проведення презентації	*	*	*	*	*	*	*	*
Інші
Всього	*	*	*	*	*	*	*	*
<i>Разом</i>	*							

Як свідчить міжнародна практика складання такого бюджету витрат, з метою забезпечення ефективності таких інвестицій потребує, насамперед, виділення державних бюджетних коштів, достатніх для некомерційного просування туристичного продукту на внутрішньому і світовому ринках. Приватний бізнес не може проводити некомерційну іміджеву рекламну кампанію своєї країни (міста), оскільки просуває і продає тільки свій власний продукт. Тому, завдання створення іміджу регіону як туристичної дестинації є виключно державним завданням і пріоритет при цьому повинен надаватися бюджетним ресурсам.

Більшість європейських країн, що мають туристичні ресурси і розвивають туризм, вкладають значні кошти в просування своїх країн на світовому ринку, що в середньому складають близько 31,7 млн євро щорічно [1]. Як свідчать дані ЮНВТО (Всесвітньої туристичної організації) для додаткового залучення одного іноземного туриста, який забезпечує надходження в економіку країни в середньому 1000 євро, держави витрачають від 3 до 10 євро на некомерційну рекламу туристичного продукту [1].

Зазначити, що для сфери туризму характерний кумулятивний ефект (інвестиції мають здійснюватись протягом декількох років і лише тоді вони окупляться), адже одним з головних законів реклами є значний обсяг, регулярність і тривалість дії. Рекламна кампанія починає приносити економічний ефект з певного мінімального порогу. При недостатньому обсязі витрат на рекламу, ефект буде наблизатись до нуля.

Висновки. Комплексне застосування вище наведених фінансових інструментів і заходів дозволить підвищити рівень розвитку туризму в регіоні, залучивши необхідну для цього суму фінансових ресурсів, адже вихідною умовою забезпечення розвитку туризму в регіоні є достатність фінансових ресурсів. Однак, разом з тим, рівень розвитку туризму в регіоні залежить від ефективності подальшого використання і оптимальності розподілу фінансових ресурсів, акумульованих для фінансування розвитку туризму в регіоні, в межах пріоритетних напрямів регіональної політики розвитку туризму. Разом із підвищенням рівня розвитку туризму в регіоні, підвищиться і рівень його конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості та економічного розвитку в цілому.

1. World Tourism Organization. Statistics and Tourism Satellite Account // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://statistics.unwto.org>.