

resource endowment, updates of individual resource components, these indicators are calculated as an integral indicator using the average geometric value. A SWOT analysis of the proposed mechanism of information and analytical support for modeling the development of the innovative potential of tourism enterprises has been carried out, its strengths and weaknesses, threats and opportunities have been evaluated.

Key words: *information and analytical support, innovative potential, SWOT-analysis, tourism enterprise.*

Надійшла до редакції 19.03.2019

DOI : 10.33274/2079-4819-2019-70-1-57-68

УДК 338.48:334.012(477)

Ніколайчук О. А.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua

МАЛИЙ БІЗНЕС У СФЕРІ ТУРИЗМУ ТА ГОСТИННОСТІ УКРАЇНИ: ВІД РЕАЛІЙ ДО ПЕРСПЕКТИВ

UDC 338.48:334.012(477)

Nikolaichuk O. A.,
PhD in Economic sciences,
Associate Professor

Donetsk National University of Economics and Trade
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: nikolaichuk@donnuet.edu.ua

SMALL BUSINESS IN UKRAINE'S TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY: FROM REALITY TO PROSPECTS

Мета — оцінити сучасний стан та перспективи розвитку малого бізнесу сфери туризму та гостинності України, а також обґрунтувати пропозиції щодо створення сприятливого бізнес-середовища для його функціонування.

Методи. Для досягнення поставленої мети в роботі були використані такі методи дослідження: загальнонаукові — розрахунково-аналітичні та порівняльні (для виявлення основних тенденцій розвитку малого бізнесу сфери туризму та гостинності), графічні й табличні (для наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень), систематизація та групування (для виявлення основних напрямів забезпечення сприятливого бізнес-середовища в туризмі, їх розподілу за групами), абстрактно-логічний (для формулювання висновків).

Результати. Проаналізовано основні показники розвитку малого підприємництва сфери гостинності та туризму в Україні: динаміку та структуру кількості суб'єктів бізнесу, чисельність зайнятих, обсяги реалізованої продукції. Встановлено відповідність вітчизняного сектору туризму та гостинності за основними структурними показниками середньоєвропейським та світовим критеріям. Узагальнено ключові проблеми функціонування суб'єктів малого підприємництва сфери туризму та гостинності України. За результатами аналізу виявлено, що потенційні можливості малого бізнесу в українській сфері туризму та гостинності повною мірою не

© О. А. Ніколайчук, 2019

використовуються, а існуючі методи підтримки малого підприємництва не ефективні. Надано рекомендації щодо створення сприятливого бізнес-середовища сфери туризму та гостинності України. Вони включають комплекс правових, інфраструктурних, фінансово-кредитних, маркетингових, організаційних, кадрових, інформаційних інструментів та механізмів.

Ключові слова: малий бізнес, сфера туризму та гостинності, бізнес-середовище.

Постановка проблеми. Сфера туризму та гостинності є домінуючим чинником забезпечення соціально-економічного зростання для багатьох країн світу. Однак забезпечення її сталого розвитку не можливе без активізації та підтримки діяльності малих підприємств, які є основою даного сектору в багатьох країнах світу. Саме цим суб'єктам найлегше розпочинати підприємницьку діяльність, адже вони можуть швидко і без значних капіталовкладень освоїти нові технології виробництва та надання конкурентоспроможних послуг, забезпечити високий рівень рентабельності, широку диверсифікацію послуг, мобільність і адаптацію до змін навколишнього середовища.

Туризм є дуже фрагментованим сектором, який складається з різних галузей з різними потребами та послугами (наприклад, готелі, ресторани, туроператори, туристичні агенції). Суб'єкти господарювання у малому бізнесі сфери туризму та гостинності працюють на місцевому рівні, але маючи можливість експортувати товари або послуги, виступають джерелом залучення іноземної валюти та формують імідж країни для міжнародних туристів. Таким чином, вони виступають частиною глобальної економіки.

Однак в умовах економічної кризи стикаються з найбільшими складностями або взагалі банкрутують саме малі підприємства, оскільки вони не мають запасу фінансової міцності. З огляду на це, актуальними стають завдання щодо пошуку шляхів та інструментів створення сприятливого бізнес-середовища для малого підприємництва у сфері туризму та гостинності України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку сфери туризму та гостинності приділяється багато уваги з боку таких вітчизняних практиків та вчених, як, зокрема, В. Азар, М. Біржаков, Д. Боуен, М. Борушак, Г. Горіна, А. Мазаракі, М. Мальська, Д. Мейкенз, С. Мельниченко, Т. Ткаченко, В. Худо, Л. Шульгіна, В. Явкін.

Визначенню ролі і місця малого та середнього бізнесу в туризмі та гостинності присвячені роботи А. Алонсо та А. Огле [1], Дж. Брина, С. Бергін-Сірса [2], П. Келлера [3], А. Пирса [4]. Окремі аспекти розвитку малого підприємництва вітчизняної сфери туризму та гостинності досліджують: О. А. Ковалик [5] — питання державної підтримки малого бізнесу сфери туризму; Л. О. Шпак [6,7] займався аналізом зовнішнього середовища, структури та проблемних аспектів державного регулювання економічного розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу; перспективи розвитку малого підприємництва в рекреаційній сфері регіону вивчав О. О. Анопрієнко [8]; висвітленню інституційних проблем підтримки малого бізнесу в туристичній сфері присвячено роботу О. А. Зінченка [9]. Однак у науковій літературі фрагментарно розкриті питання щодо вдосконалення механізму забезпечення сприятливого бізнес-середовища та реалізації заходів підтримки цього сектору економіки, що актуалізує необхідність здійснення наукових розробок у цій галузі.

Мета статті — оцінити сучасний стан та перспективи розвитку малого бізнесу сфери туризму та гостинності України, а також обґрунтувати пропозиції щодо створення сприятливого бізнес-середовища для його функціонування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз динаміки суб'єктів малого бізнесу у сфері туризму та пов'язаної з цим діяльності в Україні в 2010–2017 рр. наведено в табл. 1.

Таблиця 1 — Динаміка суб'єктів малого бізнесу у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств із надання інших послуг, із бронювання та пов'язаної з цим діяльності¹
(побудовано за даними Держкомстату України [12])

Показник	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2017/ 2010, %
1. Кількість суб'єктів господарювання, всього	10486	8560	8226	9829	10270	9392	10460	10093	-3,75
в тому числі суб'єкти малого підприємництва	10437	8516	8190	9796	10246	9374	10416	10076	-3,46
частка, від загальної кількості суб'єктів, %	99,53	99,49	99,56	99,66	99,77	99,81	99,58	99,83	0,30
із них суб'єкти мікропідприємництва	10182	8271	7968	9578	10063	9213	10184	9911	-2,66
частка, від загальної кількості суб'єктів, %	97,10	96,62	96,86	97,45	97,98	98,09	97,36	98,20	1,10
2. У тому числі фізичні особи-підприємці	6355	4141	4136	5310	6545	5705	7088	6869	8,09
частка від загальної кількості суб'єктів, %	60,60	48,38	50,28	54,02	63,73	60,74	67,76	68,06	7,45
у тому числі суб'єкти малого підприємництва	6354	4141	4136	5310	6544	5705	7088	6869	8,11
частка від загальної кількості суб'єктів, %	60,60	48,38	50,28	54,02	63,72	60,74	67,76	68,06	7,46
із них суб'єкти мікропідприємництва	6325	4111	4123	5302	6530	5699	7080	6849	8,28
частка від загальної кількості суб'єктів, %	60,32	48,03	50,12	53,94	63,58	60,68	67,69	67,86	7,54

Оцінка динаміки суб'єктів господарювання у сфері туристичного бізнесу та пов'язаної з цим діяльності за 2010–2017 рр. свідчить про переважання суб'єктів малого підприємництва — їх частка перевищує 99 %. Однак їх кількість за 2010–2017 рр. зменшилася на 3,46 %, що не перевищує темпи скорочення в цілому по галузі (-3,75 %). Найбільш інтенсивно кількість суб'єктів малого підприємництва зменшилася в 2014–2015 рр. на 8,4 %, що пояснюється нестабільністю політичної та соціально-економічної ситуації в країні, проведенням АТО та анексією Криму. Дані зміни зумовлені передусім падінням попиту на туристичні послуги та невключенням даних про результати діяльності АР Крим та частини територій у зоні проведення АТО.

Позитивно слід розцінювати тенденцію приросту частки малого бізнесу в загальній кількості суб'єктів господарювання на 0,3 % за 2010–2017 рр. Найбільша кількість суб'єктів малого бізнесу припадає на мікросуб'єкти, тобто з чисельністю працівників менше 10 осіб. Однак за 2010–2017 рр. їх чисельність зменшилася на 2,66 %, а частка зросла на 1,1 %.

Найбільш значною серед суб'єктів малого бізнесу у сфері туризму та гостинності в Україні є чисельність фізичних осіб-підприємців. Їх кількість протягом досліджуваного періоду зросла на 8,11 %, а частка — на 7,46 % та становила понад 68 % у 2017 р.

¹ За 2014–2017 рр. без тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

Темпи приросту кількості фізичних осіб-підприємців у формі мікропідприємництва за 2010–2017 рр. склали 8,28 %, а їх частка зросла на 7,54 %.

Таким чином, можна констатувати, що найбільш популярною формою господарювання у сфері туризму та гостинності є мале підприємництво.

Динаміку та структуру зайнятих у малому бізнесі сфери туризму та гостинності подано в табл. 2.

Таблиця 2 — Динаміка та структура зайнятих працівників за суб'єктами малого підприємництва у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств з надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, тис. осіб¹
(побудовано за даними Держкомстату України [12])

Роки	Усього за видом діяльності	у тому числі за суб'єктами				з них фізичні особи-підприємці			
		Суб'єкти малого підприємництва	Частка від загальної кількості зайнятих, %	із них суб'єкти мікропідприємництва	Частка від загальної кількості зайнятих, %	Суб'єкти малого підприємництва	Частка від загальної кількості зайнятих, %	із них суб'єкти мікропідприємництва	Частка від загальної кількості зайнятих, %
2010	27,2	... ²	н/д	16	58,82	... ²	н/д	6,9	25,37
2011	23,9	18,2	76,15	13,9	58,16	4,6	19,25	4,6	19,25
2012	23,8	19,4	81,51	15,1	63,45	6,1	25,63	5,9	24,79
2013	25,7	21,4	83,27	17,2	66,93	7,8	30,35	7,6	29,57
2014	22,5	... ²	н/д	16	71,11	... ²	н/д	8,2	36,44
2015	19,7	16,9	85,79	13,9	70,56	7	35,53	6,9	35,03
2016	20,8	18,6	89,42	15,2	73,08	8,9	42,79	8,8	42,31
2017	21,6	19,3	89,35	15,9	73,61	9,4	43,52	9,1	42,13

Оцінювання динаміки та структури зайнятих у сфері туризму та гостинності свідчить, що найбільша кількість зайнятих припадає на малий бізнес, при чому їх частка зростає на 13,2 % з 76,2 % у 2011 р. до 89,35 % у 2017 р. Найвищі показники зайнятості на суб'єктах малого підприємництва припадає на 2013 рік — 21,4 тис. осіб або 83,2 % від усіх зайнятих у цій сфері, а найменша зайнятість у 2015 р. — 16,9 тис. осіб, або 85,8 % загальної зайнятості галузі (рис. 1).

На мікро-МСП у сфері туризму та гостинності кількість зайнятих протягом аналізованого періоду не є стабільною: в 2010–2013 рр. вона зростає до найвищого значення за весь період у 2013 р. (17,2 тис. осіб, або 66,9 % усіх зайнятих у туризмі та гостинності), потім скорочується до найменшого значення в 2015 р. (13,9 тис. осіб або 70,6 %) та збільшується протягом 2016–2017 рр., досягаючи в 2017 р. 15,9 тис. осіб.

Слід зазначити тенденцію щодо приросту кількості та частки зайнятих у фізичних осіб-підприємців — за суб'єктами малого бізнесу приріст зайнятих за 2011–2017 рр. становив 104 %, а збільшення частки складає 24,3 %.

Динаміку реалізованої продукції за суб'єктами малого бізнесу туристичної сфери та пов'язаної з цим діяльності наведено в табл. 3.

¹ За 2014–2017 рр. без тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

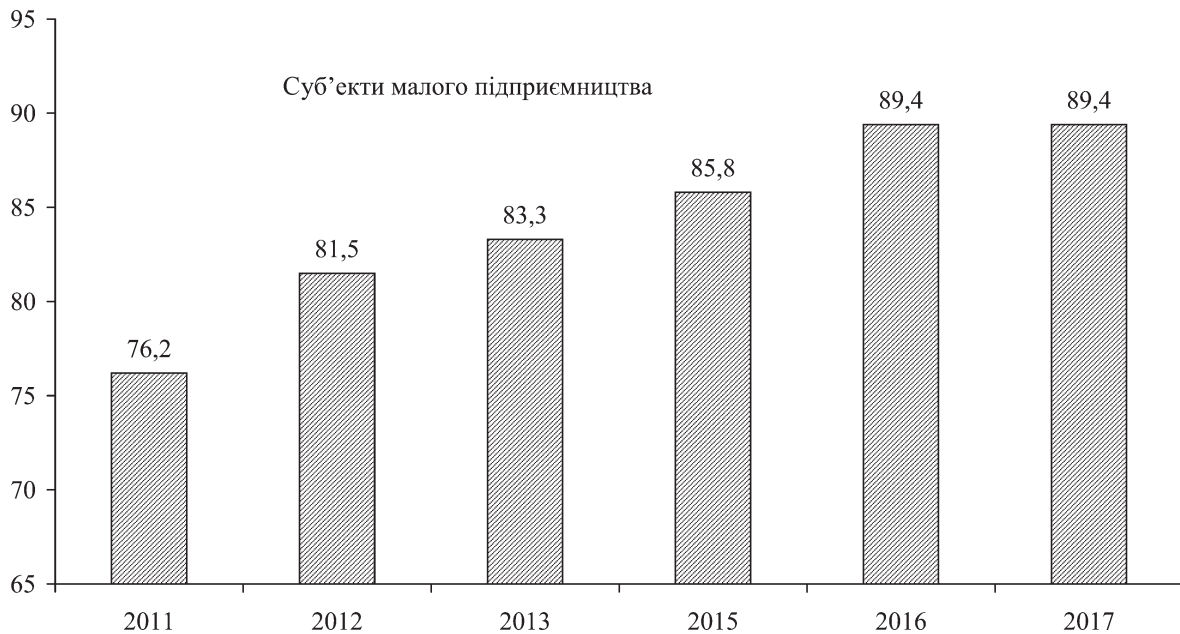


Рисунок 1 — Частка зайнятих працівників у суб'єктів малого бізнесу у сфері туристичних агентств, туристичних операторів, підприємств із надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, % (побудовано за даними Держкомстату України [12])

Таблиця 3 — Обсяг реалізованої продукції суб'єктів малого бізнесу у сфері туризму, надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності, млн. грн.¹ (побудовано за даними Держкомстату України [12])

Роки	Усього за видом діяльності, млн грн	У тому числі суб'єкти малого підприємництва			Із них суб'єкти мікропідприємництва		
		млн грн	темп приросту, %	частка до загальної реалізації, %	млн грн	темп приросту, %	частка до загальної реалізації, %
2010	4711,8	... ²	—	н/д	1472,5	—	—
2011	4889	3041,0	н/д	62,20	1604,7	8,98	32,82
2012	6080,7	4110,2	35,16	67,59	2424,0	51,06	39,86
2013	6269,9	4241,5	3,19	67,65	2511,3	3,60	40,05
2014	4509,1	... ²	н/д	н/д	1772,4	-29,42	39,31
2015	5519,8	4004,3	н/д	72,54	2359,9	33,15	42,75
2016	7006,8	5198,2	29,82	74,19	3173,0	34,45	45,28
2017	8434,5	5633,3	8,37	66,79	3921,1	23,58	46,49

Оцінка динаміки реалізованої продукції за суб'єктами малого бізнесу туристичної сфери та пов'язаної з цим діяльності дозволила встановити її зростання за 2011–2017 рр. на 85,24 %, що в першу чергу є результатом значного зростання цін та інфляційних процесів у країні. Помітною є тенденція нарощення реалізованої продукції галузі до 2013 р. включно, потім спостерігається падіння в 2015 р. на 5,6 % та подаль-

¹ За 2014–2017 рр. без тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

² Дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

ше відновлення обсягів діяльності в 2016–2017 рр. з приростом у 32,8 % порівняно з докризовим 2013 р.

Внесок суб'єктів малого бізнесу в реалізацію продукції галузі постійно змінювався — у межах 62,2–74,19 %. Так, протягом 2011–2013 рр. частка реалізації малих підприємств зросла на 5,45 %, у 2015–2016 рр. приріст частки склав 1,65 % та становив 74,19 % загальної реалізації галузі. У 2017 р. частка сектору малого бізнесу зменшилася на 7,4 % та склала 66,79 % від сумарної реалізації галузі, що в умовах значної кількості діючих суб'єктів малого підприємництва не забезпечувало значного посилення конкурентних позицій малого бізнесу. Частка ринку суб'єктів мікропідприємництва зросла з 31,25 % до 46,5 %, що свідчить про значну привабливість даної форми бізнесу.

Отже, за основними структурними показниками вітчизняний сектор туризму та гостинності відповідає середньоєвропейським та світовим критеріям: частка малих підприємств перевищує 99 % усіх підприємств, їх загальний обсяг продажу більше 50 %, а чисельність зайнятого населення перевищує 66 %.

Економічну результативність розвитку малого туристичного підприємництва в Україні проаналізуємо за допомогою порівняння динаміки середніх показників продажу (табл. 4).

Аналіз усереднених показників ефективності реалізаційної діяльності свідчить про приріст обсягів продажу на один суб'єкт господарювання як за суб'єктами малого, так і мікропідприємництва. Лише в 2013 та 2014 рр. зафіксовано скорочення обсягів продажу одним суб'єктом, що пояснюється значним приростом кількості господарюючих суб'єктів у цей період. Однак поряд з цим спостерігається скорочення ринкової частки одного суб'єкта малого бізнесу, що сигналізує про посилення конкурентної боротьби. Так, якщо в 2011 р. на один суб'єкт малого бізнесу припадало 0,0073 % загальної реалізації, то в 2017 р. — 0,0066 %.

Таблиця 4 — Середні показники реалізації продукції суб'єктами малого бізнесу у сфері туризму, надання інших послуг із бронювання та пов'язаної з цим діяльності (побудовано за даними Держкомстату України [12])

Роки	Обсяг реалізації одного суб'єкта, тис. грн				Частка реалізації на одного суб'єкта від загальної реалізації, %			
	малий бізнес	темп росту, %	мікропідприємництво	темп росту, %	малий бізнес	темп росту, %	мікропідприємництво	темп росту, %
2010	н/д	—	144,62	—	н/д	—	0,0031	—
2011	357,09	—	194,02	134,16	0,0073	—	0,0040	129,29
2012	517,89	145,03	304,22	156,80	0,0083	112,99	0,0050	126,07
2013	432,98	83,61	262,19	86,19	0,0069	83,68	0,0042	83,59
2014	н/д	—	176,13	67,18	н/д	—	0,0039	93,42
2015	427,17	—	256,15	145,43	0,0077	—	0,0046	118,78
2016	499,06	116,83	311,57	121,64	0,0071	92,04	0,0044	95,82
2017	559,08	112,03	395,63	126,98	0,0066	93,06	0,0047	105,50

За суб'єктами мікропідприємництва ситуація протилежна — ринкова частка одного суб'єкта за 2010–2017 рр. зросла з 0,0031 % до 0,0047 %, або на 52 %, що свідчить про закріплення ринкових позицій цих суб'єктів підприємництва.

Таким чином, результативність реалізаційної діяльності суб'єктів малого бізнесу за досліджуваний період залишається невисокою: лише в 2017 рр. вдалося від-

новити обсяг продажу 2012 р., а середня частка ринку одного суб'єкта малого бізнесу є мізерною.

Дослідження наукової літератури [7–11] дало змогу узагальнити проблемні аспекти діяльності малого бізнесу сфери туризму та гостинності України: нестабільна політична ситуація, що ускладнює ведення туристичного бізнесу та негативно впливає на кількість іноземних туристів; бюрократизація процесів започаткування та проведення господарської діяльності та значний рівень корупції; значні адміністративні бар'єри та високе податкове навантаження на суб'єктів господарювання; відставання українських міст від європейських у плані безпеки; загострення конкуренції на ринку та посилення диференціації регіонального розвитку суб'єктів підприємництва; недостатність державної підтримки та комплексного підходу до рекламування національного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках туристичних послуг; недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; складність отримання інвестиційних ресурсів та завищені відсоткові ставки на банківські кредити; нерозвиненість інфраструктури, яка потребує значних інвестицій щодо її відновлення чи побудови нових об'єктів; слабкий розвиток внутрішніх транспортних сполучень у країні та невисокий рівень придорожнього сервісу; низька кількість low-cost рейсів як усередині країни, так і міжнародних; незбалансований розвиток готельного сектору (переважний розвиток три та чотиризіркових готелів і нерозвиненість закладів більш дешевого сегменту); слабкий розвиток сфери відпочинку та розваг; низький рівень благоустрою туристичних та історичних центрів; нераціональне використання наявних туристичних ресурсів; поганий стан культурно-пізнавального туризму (ускладнення взаємодії з державними музеями та заповідниками, одноманітність екскурсій, практичне невикористання інтерактивних форм екскурсій і сучасних музейних технологій); низька інноваційність туроператорів та небажання комерціалізації багатьох ідей, здатних привернути увагу іноземних туристів до України; низький рівень інноваційної культури на вітчизняних підприємствах; недостатня кваліфікація персоналу суб'єктів господарювання, які можуть забезпечити сучасний рівень сервісу; невисокий рівень якості наданих туристичних послуг.

Проведений аналіз продемонстрував, що потенціал, яким традиційно володіє малий бізнес, в українській сфері туризму та гостинності повною мірою не використовується, а існуючі методи підтримки малого підприємництва не спрацьовують. Це зумовлює необхідність пошуку та виділення найбільш ефективних методів та інструментів підтримки малого підприємництва вітчизняної сфери туризму та гостинності.

Успішний досвід розвитку туристичної галузі в країнах Західної Європи та США свідчить, що результативність її діяльності багато в чому визначається політикою держави, спрямованою на створення сприятливих умов для розвитку туризму. В країнах, де розвиток туризму розглядається як одне з пріоритетних завдань, хоча й головними регуляторами розвитку виступають ринкові відносини, однак держава бере активну участь у регулюванні та підтримці розвитку галузі.

Таким чином, можна зробити висновки, що державна підтримка малого бізнесу у сфері туризму та гостинності є складовою державної політики, яка повинна не тільки створювати сприятливі умови для розширення сектору малих підприємств, а й безпосередньо підтримувати їх. У цьому зв'язку пріоритетними напрямками забезпечення сприятливого бізнес-середовища та підтримки малого бізнесу мають бути (рис. 2): удосконалення правового забезпечення, що регламентує діяльність малого підприємництва (формування стабільної правової бази, спрощення механізму започаткування та припинення бізнесу, зменшення адміністративних бар'єрів та посилення правових гарантій



Рисунок 2 — Заходи щодо створення сприятливого бізнес-середовища для здійснення підприємницької діяльності у сфері туризму та гостинності (побудовано автором)

під час здійснення державного контролю); зміцнення фінансово-кредитного механізму розвитку малого підприємництва (пільгове оподаткування, надання державних дотацій, субсидій, пільгових кредитів, гарантій кредитним установам та банкам щодо повернен-

ня кредитів, залучення недержавних фінансово-кредитних і господарських установ до надання фінансової допомоги підприємствам туризму та ін.); інфраструктурні зміни (покращення транспортної інфраструктури, збалансований розвиток закладів гостинності та розваг, удосконалення благоустрою туристичних та культурних центрів, придорожного сервісу, створення сучасних та покращення взаємодії з існуючими музеями, заповідниками, екскурсійними бюро); покращення інформаційного забезпечення (рекламна кампанія щодо популяризації країни як туристично привабливої; організація рекламної кампанії курортів України, участь у найбільших міжнародних і вітчизняних виставках та ярмарках, інформаційне облаштування об'єктів показу); маркетингові заходи (розширення асортименту і кількості послуг; створення принципово нових видів туристичного продукту, вдосконалення національних стандартів якості послуг; залучення нових груп туристів); запровадження системи кадрових заходів, спрямованих на підвищення знань, професійних навичок, фахового рівня у питаннях ведення бізнесу; організаційні заходи, що спрямовані на формування єдиного органу державного регулювання у туризмі, підтримку місцевих ініціатив, розвиток прогресивних форм організації суб'єктів туризму, розроблення та впровадження програм розвитку різних видів туризму.

Пропоновані підходи до використання напрямів створення сприятливого бізнес-середовища для здійснення підприємницької діяльності спрямовані на забезпечення сталих темпів розвитку малого бізнесу вітчизняної індустрії туризму.

Висновки. Отже, доведено, що малий бізнес має велике значення у розвитку туристичної сфери та пов'язаної з цим діяльності. Однак існує багато проблем та перепон, які перешкоджають ефективному функціонуванню цього сектору і у результаті наявний у ньому потенціал не використовується повною мірою. Для підтримки розвитку малого підприємництва туристичної сфери та пов'язаної з цим діяльності були запропоновані пріоритетні заходи, які включають комплекс правових, інфраструктурних, фінансово-кредитних, маркетингових, організаційних, кадрових, інформаційних інструментів та механізмів.

Наступні дослідження слід присвятити оцінюванню доцільності використання того чи іншого механізму, а також наслідків від їх застосування.

Список літератури / References

1. Abel D. Alonso, Alfred Ogle. Tourism and hospitality of small and medium enterprises and environmental sustainability. *Management Research Review*. 2010, vol. 33, issue: 8. P.818–826. Available at : <https://doi.org/10.1108/01409171011065626>.

2. Breen, J., Bergin-Seers, S., Jago, L. & Carlsen, Jack. (2005). Small and Medium Tourism Enterprises: The Identification of Good Practices. Available at : https://www.researchgate.net/publication/237261477_Small_and_Medium_Tourism_Enterprises_The_Identification_of_Good_Practices.

3. Keller, P. (2004). The future of small and medium sized enterprises in tourism. Available at : <https://pdfs.semanticscholar.org/9510/dd7a127243344c0eaa3cbcc6b96a5ee94c9e.pdf>.

4. Pierce, A. (2011). Small and Medium-Sized Enterprises in Tourism Industries. Available at : [https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/SBFProfile-ProfilFPE_Dec2011_eng.pdf/\\$file/SBFProfile-ProfilFPE_Dec2011_eng.pdf](https://www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/vwapj/SBFProfile-ProfilFPE_Dec2011_eng.pdf/$file/SBFProfile-ProfilFPE_Dec2011_eng.pdf).

5. Ковалик О. А. Державна підтримка розвитку малого бізнесу в сфері туризму. *Ефективна економіка*. 2018. № 8. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6494> (дата звернення: 26.03.2019).

Kovalyk, O. A. (2018). *Derzhavna pidtrymka rozvytku maloho biznesu v sferi turyzmu* [State support for the development of small business in the tourism industry]. *Efektivna*

ekonomika [Effective economics], no. 8. Available at : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6494> (accessed 26 March 2019).

6. Шпак Л. О. Державне регулювання економічного розвитку регіонального туристично-рекреаційного комплексу. *Економіка та держава*. 2014. № 3. С. 50–53. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_3_13 (дата звернення: 26.03.2019).

Shpak, L. O. (2014). *Derzhavne rehulivannia ekonomichnoho rozvytku rehionalnoho turystychno-rekreatsiinoho kompleksu* [State regulation of economic development of the regional tourist-recreational complex]. *Ekonomika ta derzhava* [Economy and State], no. 3, pp. 50–53. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecde_2014_3_13 (accessed 26 March 2019).

7. Шпак Л. О. Аналіз зовнішнього середовища та структури туристично-рекреаційного комплексу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2015. № 24. С. 21–25. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_24_6 (дата звернення: 26.03.2019).

Shpak, L. A. (2015). *Analiz zovnishnioho seredovyscha ta struktury turystychno-rekreatsiinoho kompleksu Ukrainy* [Analysis of the external environment and structure of the tourist-recreational complex of Ukraine]. *Investytsii: praktyka ta dosvid* [Investments: practice and experience], no. 24, pp. 21–25. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2015_24_6 (accessed 26 March 2019).

8. Анопрієнко О. О. Перспективи розвитку малого підприємництва в рекреаційній сфері регіону. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2012. № 1 (56). URL : <http://economic-vistnic.stu.cn.ua/tmppdf/125.pdf> (дата звернення: 25.03.2019).

Anopriienko, O. O. (2012). *Perspektyvy rozvytku maloho pidpriemnytstva v rekreatsini sferi rehionu* [Prospects for small business development in the recreational sphere of the region]. *Visnyk Chernihivskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu* [Bulletin of Chernihiv State Technological University], no. 1(56). Available at : <http://economic-vistnic.stu.cn.ua/tmppdf/125.pdf> (accessed 25 March 2019).

9. Зінченко О. А. Інституційні проблеми підтримки малого бізнесу в туристичній сфері. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2016. Вип. 5 (2). С. 52–55. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_5_%282%29__12 (дата звернення: 24.03.2019).

Zinchenko, O. A. (2016). *Instytutsiini problemy pidtrymky maloho biznesu v turystychnii sferi* [Institutional Problems of Small Business Support in the Tourism Sector]. *Ekonomichnyi Visnyk Zaporizkoi derzhavnoi inzhenernoi akademii* [Economic Bulletin of Zaporizhzhia State Engineering Academy], iss. 5 (2), pp. 52–55. Available at : http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2016_5_%282%29__12 (accessed 24 March 2019).

10. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків: НУЦЗУ, 2017. 153 с.

Melnychenko, O. A., Shvedun, V. O. (2017). *Osoblyvosti rozvytku industrii turyzmu v Ukraini* [Features of tourism industry development in Ukraine]. Kharkiv, NUTsZU Publ., 153 p.

11. Гризовська Л. О. Особливості та сучасні тенденції управління туристичним бізнесом в Україні. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 26 (1). С. 115–118. URL : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26\(1\)__24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26(1)__24) (дата звернення: 26.03.2019).

Grizovska, L. O. (2018). *Osoblyvosti ta suchasni tendentsii upravlinnia turystychnym biznesom v Ukraini* [Features and Contemporary Trends in Tourism Business Management in Ukraine]. *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies], iss. 26 (1), pp. 115–118. Available at : [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26\(1\)__24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_26(1)__24) (accessed 26 March 2019).

12. Державний комітет статистики України : веб-сайт. URL : <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 20.03.2019)

Derzhavnyi komitet statystyky Ukrainy [State Statistics Committee of Ukraine]. Available at : <http://ukrstat.gov.ua> (accessed 20 March 2019).

Цель — оценить современное состояние и перспективы развития малого бизнеса сферы туризма и гостеприимства Украины, а также обосновать предложения по созданию благоприятной бизнес-среды для его функционирования.

Методы. Для достижения поставленной цели в работе были использованы следующие методы исследования: общенаучные — расчетно-аналитические и сравнительные методы (для выявления основных тенденций развития малого бизнеса сферы туризма и гостеприимства), графические и табличные методы (для наглядного изображения статистического материала, визуализации теоретических и практических положений), систематизация и группировка (для выявления основных направлений обеспечения благоприятной бизнес-среды в туризме, их распределения по группам), абстрактно-логический метод (для формулирования выводов).

Результаты. Проанализированы основные показатели развития малого предпринимательства сферы гостеприимства и туризма в Украине: динамику и структуру количества субъектов бизнеса, численность занятых, объемы реализованной продукции. Установлено соответствие отечественного сектора туризма и гостеприимства по основным структурным показателям средневропейским и мировым критериям. Обобщены ключевые проблемы функционирования субъектов малого предпринимательства сферы туризма и гостеприимства Украины. По результатам анализа выявлено, что потенциальные возможности малого бизнеса в украинской сфере туризма и гостеприимства в полной мере не используются, а существующие методы поддержки малого предпринимательства не эффективны. Даны рекомендации по созданию благоприятной бизнес-среды сферы туризма и гостеприимства Украины. Они включают комплекс правовых, инфраструктурных, финансово-кредитных, маркетинговых, организационных, кадровых, информационных инструментов и механизмов.

Ключевые слова: малый бизнес, сфера туризма и гостеприимства, бизнес-среда.

Objective. To assess the current state and prospects of small business development in the sphere of tourism and hospitality of Ukraine and to substantiate the proposals on creation of favourable business environment for its functioning.

Methods. In order to achieve the objective the following research methods are used in the work: general scientific — calculation-analytical and comparative methods (for revealing the main tendencies of small business development in the sphere of tourism and hospitality), graphic and tabular methods (for visual representation of statistical material, visualization of theoretical and practical provisions), systematization and grouping (to identify the main areas for ensuring a favourable business environment in tourism, their distribution in groups), the abstract-logical method (to draw conclusions).

Results. The main indicators of small business development in the sphere of hospitality and tourism in Ukraine are analyzed: dynamics and structure of the number of business entities, number of employees, volumes of sold products. The conformity of the domestic sector of tourism and hospitality with the basic structural indicators of the European and world criteria has been established. The main problems of functioning of small business subjects of tourism and hospitality of Ukraine are summarized. The analysis reveals that the potential of small business in the Ukrainian tourism and hospitality industry is not fully utilized, and existing methods of supporting small businesses are not effective. Recommendations on creating a favourable business environment for tourism and hospitality of Ukraine are given.

They include a set of legal, infrastructural, financial and credit, marketing, organizational, personnel, information tools and mechanisms.

Key words: *small business, tourism and hospitality, business environment.*

Надійшла до редакції 19.03.2019

DOI : 10.33274/2079-4819-2019-70-1-68-75

УДК 005.95/.96: [658.511:33.04.2] (045)

Роженко О. В., Донецький національний університет економіки і торгівлі
канд. екон. наук, імені Михайла Туган-Барановського,
доцент м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: rozenko@donnuet.edu.ua

ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР ЯК ЗАСОБУ УЗГОДЖЕНОСТІ ЕКОНОМІЧНИХ ІНТЕРЕСІВ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

UDC 005.95/.96:[658.511:33.04.2] (045)

Rozhenko O. V., Donetsk National University of Economics and Trade
PhD in Economic sciences, named after Mykhailo Tugan-Baranovsky,
Associate Professor Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: rozenko@donnuet.edu.ua

FORMATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF ENTERPRISE STRUCTURES AS MEASURES OF ECONOMIC INTERESTS OF SUBJECTS OF ECONOMIC ACTIVITY

Мета — удосконалити інструментарій узгодженості економічних інтересів суб'єктів господарювання шляхом побудови бізнес-моделі формування організаційної культури підприємницьких структур.

Методи. Для досягнення поставленої мети дослідження як теоретичну та методичну бази використано систему загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: діалектичний метод наукового пізнання — для уточнення сутності категорії «економічні інтереси», методи причинно-наслідкового аналізу — для визначення ролі та місця узгодженості економічних інтересів у процесі господарювання; структурно-логічні методи — для позиціювання економічних інтересів під час здійснення підприємницької діяльності; математичні та статистичні методи — для побудови бізнес-моделі формування організаційної культури як інструменту узгодженості економічних інтересів; аксіоматичний метод — для побудови ієрархії типів організаційних культур підприємницької структури щодо узгодженості економічних інтересів суб'єктів її середовища господарювання.

Результати. Уточнено сутність категорії «економічні інтереси» шляхом проведення їх класифікації та виділення нових класифікаційних ознак, визначено роль і місце узгодженості економічних інтересів у процесі господарювання. Виконано позиціювання економічних інтересів під час здійснення підприємницької діяльності через генезис економічних інтересів на всіх рівнях суб'єктів. Побудовано бізнес-модель формування організаційної культури як інструменту узгодженості економічних ін-

© О. В. Роженко, 2019