

СТАН ТА РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ У ТУРИЗМІ УКРАЇНИ

Дмитро Сергійович Виговський¹, Оксана Богданівна Конарівська²

У статті проаналізовано значення та законодавчі аспекти здійснення малого бізнесу в Україні та країнах ЄС. Розглянута класифікація підприємств відповідно до європейських та національних нормативних актів та виявлені певні розбіжності у визначенні критеріїв. Досліджено місце та роль вітчизняного малого бізнесу в загальній структурі туристичних агентств, туристичних операторів та підприємств із надання інших туристичних послуг за останні роки. Авторами виділено три групи проблем ведення малого бізнесу в Україні за сучасних кризових умов та відповідно шляхів їх вирішення: перша група – це економічні проблеми та перешкоди у веденні бізнесу, пов'язані з відсутністю ресурсів; друга група – перешкоди або недостатня підтримка зі сторони держави та місцевих органів влади; третя проблема найскладніша – нестабільна ситуація, військові конфлікти, окупація та бойові дії на території країни. Узагальнено сучасні проблеми малого бізнесу у сфері туризму України та визначені пріоритетні напрями створення бізнес середовища у сфері туризму у повоєнний час.

Ключові слова: малий бізнес, малі підприємства, середні підприємства, індекс активності бізнесу, туризм, туристична діяльність

Постановка проблеми. Основною рушійною силою економіки в країнах з розвинутою економікою є малий бізнес, який відіграє важливу роль у розвитку ринкових відносин. Однак, в умовах світових криз, викликаних зміною клімату, пандемією та введенням у зв'язку з цим карантинних обмежень, загостренням питань безпеки та штучного інтелекту, військових конфліктів та бойових дій тощо, малий бізнес може стати рішенням певних економічних та соціальних проблем, а туристична індустрія – однією із стратегічних напрямів економічного розвитку країни. Мікро- та малі підприємства є досить гнучкими, спроможними до змін і трансформацій у нових складних умовах, що підтверджує переорієнтація за останні роки сфери туризму з міжнародного на внутрішній напрям та виникнення нових видів і форм туризму. З огляду на це, актуальними стають завдання щодо пошуку шляхів розвитку та підтримки, зокрема з боку держави, малого бізнесу у сфері туризму України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні основи туризму представлено в працях вітчизняних дослідників, зокрема: Л. Бондаренко, Л. Демчук, В. Джинджоян, І. Журба, А. Зарубіна, А. Карпенко, О. Ковалик, О. Мілінчук, О. Мельниченко, О. Ніколайчук, М. Растворова, Е. Сіра, О. Фастовець, Н. Щербаківа, ін. Проте, зважаючи на важливість наукових досліджень, проблематика створення і функціонування малого бізнесу у сфері туризму за сучасних умов потребує подальшого наукового дослідження.

За даними Європейської Комісії, малі та середні підприємства складають близько 90 % від усіх підприємств ЄС. Україні доцільно збільшити підтримку малих та мікропідприємств, враховуючи руйнівні наслідки сучасних кризових умов в першу чергу для малого бізнесу.

Погоджуємося з авторами наукових публікацій [1–6] щодо необхідності використання у повній мірі потенціалу, яким традиційно володіє малий бізнес, зокрема в сфері туризму. Це зумовлює актуальність пошуку ефективних методів, форм та інструментів підтримки малого підприємництва сфери туризму України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження стану та динаміки малого туристичного бізнесу України та визначення шляхів подолання сучасних викликів та економічних проблем малих підприємств сфери туризму.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних економічних умовах малі та середні підприємства відіграють вирішальну роль у забезпеченні зайнятості населення, виступають важливим фактором соціальної стабільності та економічного зростання. Проте особливістю функціонування малого бізнесу є значна залежність від ризиків та негативних коливань в політиці та економіці. Аргументом на користь державного регулювання малих підприємств є заходи з підтримки у доступі до кредитних коштів, спрощення регулювання та адміністрування, зменшення подат-

¹ Дмитро Сергійович Виговський, кандидат політичних наук, керівник ГО «Інститут досліджень соціального капіталу»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8550-6942>
E-mail: vyhovskyy@dyvys.org

² Оксана Богданівна Конарівська, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи Національного університету водного господарства та природокористування
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1760-9264>
E-mail: o.b.konarivska@nuwm.edu.ua



Механізм регулювання економіки

кового навантаження, запровадження інноваційних та інвестиційних проектів, надання пільг і виділення грантів, субсидій.

Як і в більшості країн світу, в Україні малий бізнес займає вагомую частку. Згідно з останніми даними Державної служби статистики України [7], у 2022 році кількість малих та середніх підприємств в Україні становила 1,7 млн, що на 11,4% менше, ніж у 2021 році. Проте ці дані не враховують тимчасово окуповані території. За підсумками 2022 року в секторі малих та середніх підприємств працювало 6,1 млн осіб або 82% усіх зайнятих на суб'єктах господарювання.

У більшості країн для визначення малого бізнесу з метою здійснення державної підтримки, кредитної і податкової політик, стимулювання економіки використовуються різні критерії. Згідно з українським законодавством, мікро- та малі підприємства – це організаційно-правовий вид підприємств. За Господарським кодексом України (розділ 2, гл. 6, ст. 55) суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи-підприємці та юридичні особи, кількість працівників за рік яких не більше 50 осіб, а річний дохід не перевищує 10 млн. євро за середньорічним курсом НБУ [8]. До мікропідприємництва в Україні віднесли фізичних і юридичних осіб з кількістю працівників до 10 осіб та річним доходом 2 млн. євро [8].

Досліджуючи структуру суб'єктів господарювання України за 2010–2022 роки за розміром відповідно до класифікації Господарського кодексу України, бачимо, до суб'єктів великого підприємництва у 2022 році

віднесені лише 494 одиниці, середні підприємства становлять 14783, а малих підприємств налічувалось 246647 (94,2% від усіх підприємств) [8]. Фізичні особи, зареєстровані як підприємці, в 2022 році становили 1470584 одиниці або 84,9% від усіх суб'єктів господарювання (рис. 1).

Причому, суттєве зменшення кількості суб'єктів господарювання в Україні за 2022 рік у порівнянні з попереднім роком пов'язано із повномасштабним вторгненням, окупацією частини території та продовженням ведення бойових дій: на 11% менше усіх суб'єктів господарювання та втрачено (зупинена робота) 30% малого бізнесу.

З метою імплементації національного законодавства до європейських стандартів відповідно до Директиви ЄС 34/2013/ЄС [9] запроваджено європейські стандарти критеріїв віднесення суб'єктів господарювання до великих, середніх і малих. Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [10] за критерії прийнято: балансову вартість активів, чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) і середню кількість працівників (табл. 1). При класифікації підприємства вимагається відповідність щонайменше двом з таких критеріїв.

Як бачимо, існують певні невідповідності у трактуванні мікропідприємництва: межа чистого доходу (це дохід за вирахуванням знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам, та податків і зборів) у «бухгалтерському» законі до 700 тис. євро, а в Госпо-

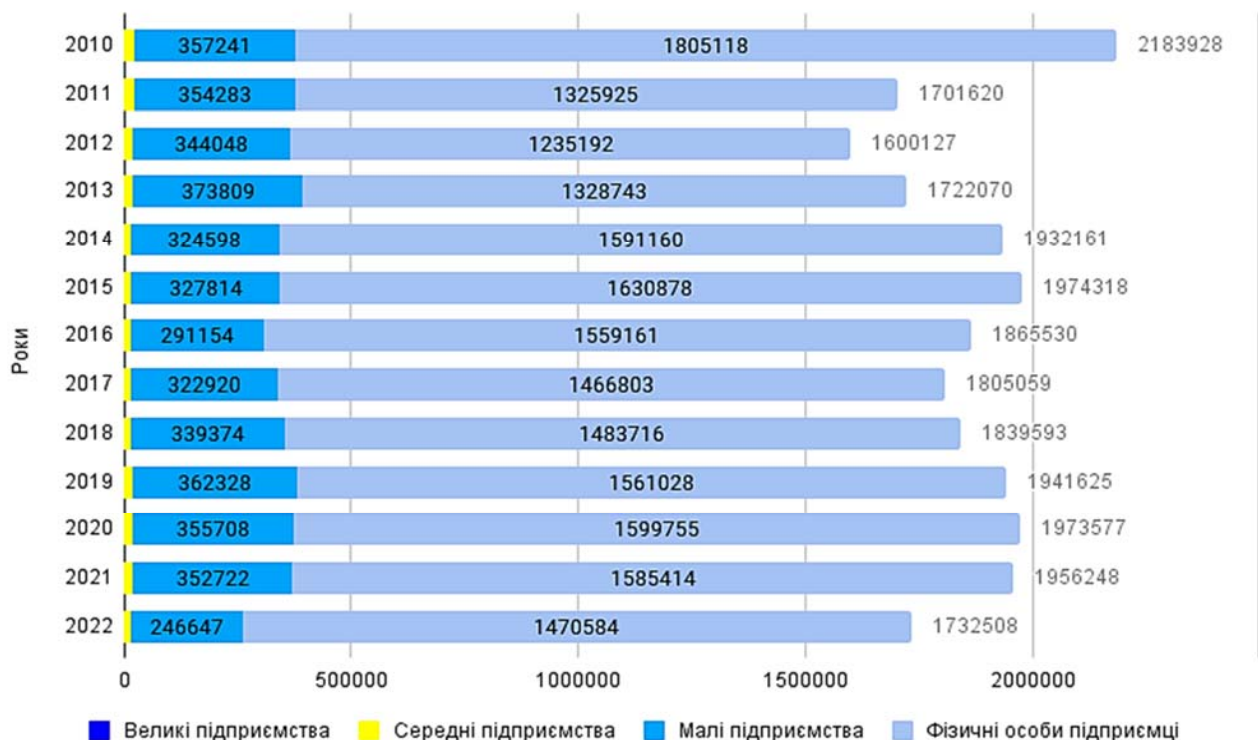


Рисунок 1 – Динаміка суб'єктів господарювання України: малих, середніх, великих підприємств та підприємців, у 2010–2022 рр., одиниць

Джерело: [7]

Таблиця 3 – Обсяг реалізації товарів, робіт, послуг у сфері туризму за 2018–2022 рр.

ПОКАЗНИКИ	2018	2019	2020	2021	2022
Обсяг реалізації в туристичних агентствах і операторах (КВЕД 79), тис. грн	9466854,2	12786203,5	6194287,8	13697826,5	3494812,5
З них – у великих підприємствах	-	-	-	-	-
З них – у середніх підприємствах	5230753,5	к/с	к/с	к/с	924710,0
У % до загального обсягу реалізованої продукції (КВЕД 79)	55,3	к/с	к/с	к/с	26,5
З них – у малих підприємствах	4236100,7	к/с	к/с	к/с	2570102,5
У % до загального обсягу реалізованої продукції (КВЕД 79)	44,7	к/с	к/с	к/с	73,5
У тому числі – в мікропідприємствах	2713489,0	2937154,5	1633250,2	2835595,5	1603213,4
У % до загального обсягу реалізованої продукції (КВЕД 79)	28,7	23,0	26,4	20,7	45,9

Джерело: [7]

Результати досліджень туристичної галузі України вказують на те, що внесок туристичної індустрії загалом до валового внутрішнього продукту держави суттєво не збільшився за 2019–2021 роки (табл. 4). Валова додана вартість, що створюється в туризмі, у 2019 році досягла 12,62% ВВП України, у 2020 році дещо знизилась, а за 2021 рік, коли під час пандемії тривали карантинні обмеження, складала вже 11,82%.

Дослідження наукової літератури [1–6; 12–14] дало змогу узагальнити сучасні проблеми малого бізнесу у сфері туризму України:

1) повномасштабне вторгнення російських військ і ведення військових дій та території країни, нестабільна політична ситуація, відсутність гарантій безпеки ускладнюють ведення туристичного бізнесу та негативно впливають на кількість іноземних туристів;

2) бюрократизація адміністрування господарської діяльності та значний рівень корупції; постійні зміни у податковому законодавстві, високе податкове навантаження та тиск на суб'єктів господарювання з боку податкових, інших державних органів;

3) відсутність державної підтримки туристичного бізнесу, зокрема малого; недостатність організаційної, методичної, інформаційної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; високі відсоткові ставки на банківські кредити; складність отримання інвестицій;

4) нерозвиненість інфраструктури, яка потребує значних інвестицій щодо її відновлення чи побудови нових об'єктів після втрат та пошкоджень, спричинених війною; слабкий розвиток сфери відпочинку та розваг; низький рівень благоустрою туристичних центрів та локацій; втрата частини території, зокрема високої туристичної привабливості; нерациональне

використання туристичних ресурсів; низький рівень інноваційної культури; недостатня кваліфікація персоналу; невисокий рівень якості наданих туристичних послуг.

Дослідження стану та потреб бізнесу в умовах війни на підставі результатів опитування, проведеного в межах проекту Програми розвитку ООН (UNDP) «Підтримка України» [15] показало, що індекс активності бізнесу станом на січень 2024 року становить 37,3 (зі 100 можливих). Низьке значення індексу свідчить про втому бізнесу від невизначеності й стагнації ситуації на ринку. Проте у 2024 році показники активності бізнесу дещо кращі, ніж у попередніх 2022 і 2023 роках. Основні перешкоди бізнесу показано на рис. 2. На підставі результатів опитування власників бізнесу ми виділили три групи проблем та відповідно шляхів їх вирішення: перша група – це економічні проблеми та перешкоди у веденні бізнесу, пов'язані з відсутністю ресурсів; друга група – перешкоди або відсутність підтримки зі сторони держави; третя проблема найскладніша – нестабільна ситуація, військові конфлікти, окупація та бойові дії на території країни.

Таким чином, пріоритетними напрямками підтримки малого бізнесу у сфері туризму мають бути: удосконалення правового забезпечення, що регламентує діяльність малого підприємництва (спрощення процедур змін чи припинення бізнесу, отримання ліцензій та дозволів, зменшення адміністративних бар'єрів); зміцнення фінансово-кредитного механізму розвитку малого підприємництва (пільгове оподаткування, мораторій на перевірки і податкові нововведення під час воєнного стану, надання державних дотацій, субсидій, пільгових кредитів, гарантій кредитним установам та банкам щодо повернення кредитів); інфраструктурні

Таблиця 4 – Валова додана вартість в туризмі України у 2019-2021 рр.

Показник	2019		2020		2021	
	тис. грн	% від ВВП	тис. грн	% від ВВП	тис. грн	% від ВВП
Валова додана вартість, що створюється в галузях туризму	502202848,27	12,62	534947632,15	12,60	644227487,5	11,82
Валова додана вартість, що створюється безпосередньо в туризмі (в основних цінах)	195687259,17	4,92	165125166,98	3,91	222596664,4	4,08

Джерело: [11]

Проблеми бізнесу	Шляхи подолання
Відсутність достатньої кількості платоспроможних клієнтів на внутрішньому ринку	Покращення інформаційного забезпечення
Відсутність достатнього капіталу	Належна маркетингова політика
Недоступність кредитних коштів	Створення нових видів туристичних продуктів
	Покращення доступу до кредитних ресурсів та кредитних програм
Непередбачувані дії держави, що можуть погіршити стан бізнесу	Удосконалення нормативно-правового забезпечення
Перешкоди з боку регуляторних та/чи фіскальних органів	Зменшення адміністративних бар'єрів та посилення правових гарантій під час здійснення державного контролю
Високі податки	Мораторій на податкові нововведення та перевірки до завершення воєнного стану
Відсутність достатньої кількості кваліфікованих працівників	Запровадження кадрових заходів, спрямованих на підвищення знань, професійних навичок, фахового рівня у питаннях ведення бізнесу
Непрогнозованість розвитку ситуації в Україні та на внутрішньому ринку, нестабільність та відсутність безпеки	Релокація та підтримка бізнесу
	Ефективна боротьба з корупцією
	Дерегуляція бізнесу

Рисунок 2 – Проблеми малого бізнесу та можливі шляхи їх подолання

Джерело: [15]

зміни (покращення транспортної інфраструктури, удосконалення благоустрою туристичних центрів, створення та покращення комунікацій з музеями, заповідниками, парками); покращення інформаційного забезпечення, маркетингові заходи, відновлення та створення нових видів туристичних продуктів, вдосконалення національних стандартів якості туристичних послуг; запровадження кадрових заходів, спрямованих на покращення знань та професійних навичок, зокрема в оволодінні іноземними мовами, тісна співпраця агентств і операторів з закладами вищої освіти щодо покращення якості кадрового персоналу.

Висновки. В результаті дослідження стану та розвитку вітчизняного малого бізнесу визначено сучасні проблеми та відповідно шляхи їх вирішення: перша група викликів пов'язана з економічними проблемами та перешкодами у веденні бізнесу, відсутністю ресурсів; друга група проблем полягає у відсутності або

неналежній підтримці малих підприємств і підприємців зі сторони держави чи місцевих органів влади і третя група проблем найскладніша – це невизначеність, політичні і військові конфлікти, окупація та бойові дії на території країни. Пріоритетними напрямками підтримки малого бізнесу у сфері туризму мають бути удосконалення правового забезпечення щодо малого підприємництва, сприятлива для бізнесу податкова і кредитна політика, інфраструктурні зміни та покращення інформаційного забезпечення.

Отже, державна підтримка малого бізнесу у сфері туризму є складовою державної політики, яка повинна створювати і підтримувати сприятливі умови для розширення сектору малих і мікро- підприємств. Вважаємо перспективним для подальших досліджень вивчення та аналіз впровадження державних, регіональних, місцевих ініціатив та програм розвитку різних видів туризму в умовах війни та повоєнного часу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Ніколайчук О.А. Малий бізнес у сфері туризму та гостинності України: від реалій до перспектив. *Вісник Донецького університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2019. №1 (70). С. 57–68. URL: <http://elibrary.donnueu.edu.ua/1551/>
2. Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Малі підприємства у сфері готельно-туристичного бізнесу: вплив коронавірусу. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 50. С. 209–212. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure50-34>
3. Благун І., Румянцева І. Аналіз сучасних тенденцій розвитку туризму в Україні в кризових умовах. *Věda a perspektivy*. 2024. № 2. С. 56–65. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65)

4. Кривоберець М.М. Розвиток туризму в постпандемічний період: тенденції та заходи підтримки. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки*. 2022. Вип. № 1 (64). С. 48–53. DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/64-6>
5. Мілінчук О.В. Стан малого туристичного бізнесу України: роль готельно-ресторанної складової в його розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 41. С. 53–59. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct41-9>
6. Джинджоян В.В., Корнєєв М.В., Ходак О.В., Небаба Н.О. Економіка та менеджмент міжнародного туризму: навч. посіб. Київ : Видавництво "Каравела", 2024. 376 с.
7. Економічна статистика. Офіційний сайт Державної служби статистики. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/size_20.htm (дата звернення: 10.05.2024).
8. Господарський кодекс України : Кодекс від 16.01.2003 р. №436–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 10.05.2024).
9. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC/. URL: <http://eur-lex.europa.eu> (дата звернення: 10.05.2024).
10. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень : Закон України від 05.10.2017 р. № 2164-VIII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2164-19> (дата звернення: 10.05.2024).
11. Туристичний барометр України 2021-2022. Національна туристична організація України. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf> (дата звернення: 10.05.2024).
12. Лисюк Т., Ройко Л., Білецький Ю. Інноваційні інформаційно-комунікативні технології у сфері туризму. *Економіка та суспільство*. 2022. № 43. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26>
13. Слатвінська Л., Збиранник О., Мацак Н. Оцінка сучасного стану та визначення перспектив розвитку підприємництва у галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-19>
14. Бублик Л.Я., Трофим'як С.В. Тенденції розвитку туристичного господарства України у 2020-2023 роках. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2024. № 1 (42). С. 3–7.
15. Дослідження стану та потреб бізнесу в умовах війни: результати опитування в грудні 2023 – січні 2024 року. Ініціатива для відновлення економіки, розвитку підприємництва та експорту України. URL: <https://business.diiia.gov.ua/economic-recovery> (дата звернення: 10.05.2024).

REFERENCES:

1. Nikolajchuk, O. A. (2019). Malyy biznes u sferi turizmu ta ghostynnosti Ukrainy: vid realij do perspektiv [Small business in the field of tourism and hospitality of Ukraine: from realities to prospects]. *Visnyk Doneckjogho universytetu ekonomiky i torghivli imeni Mykhajla Tughan-Baranovskjogho*, 1(70), 57–68. Available at: <http://elibrary.donnueu.edu.ua/1551/> [in Ukrainian].
2. Shevchenko-Perepjolkina, R. I. (2020). Mali pidpryjemstva u sferi ghoteljno-turystychnogho biznesu: vplyv koronavirusu [Small enterprises in the field of hotel and tourism business: the impact of the coronavirus]. *Infrastruktura rynku*, 50, 209–212. <https://doi.org/10.32843/infrastruct50-34> [in Ukrainian].
3. Blaghun, I., Rumjanceva, I. (2024). Analiz suchasnykh tendencij rozvytku turizmu v Ukraini v kryzovykh umovakh [Analysis of modern trends in the development of tourism in Ukraine in crisis conditions]. *Věda a perspektivy*, 2, 56–65. DOI: [https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2\(33\)-56-65](https://doi.org/10.52058/2695-1592-2024-2(33)-56-65) [in Ukrainian].
4. Kryvoberec, M. M. (2022). Rozvytok turizmu v postpandemichnyj period: tendenciji ta zakhody pidtrymky [Tourism development in the post-pandemic period: trends and support measures]. *Naukovi praci Mizhrehionalnoji Akademiji upravlinnja personalom. Ekonomichni nauky*, 1(64), 48–53. DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/64-6> [in Ukrainian].
5. Milinchuk, O. V. (2020). Stan malogho turystychnogho biznesu Ukrainy: rolj ghoteljno-restorannoji skladovoji v jogho rozvytku [The state of small tourism business in Ukraine: the role of the hotel and restaurant component in its development]. *Infrastruktura rynku*, 41, 53–59. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastruct41-9> [in Ukrainian].
6. Dzhyndzhojan, V. V., Kornjejev, M. V., Khodak, O. V., Nebaba N. O. (2024). Ekonomika ta menedzhment mizhnarodnogho turizmu [Economics and management of international tourism]. Kyiv : Karavela [in Ukrainian].
7. Ekonomichna statystyka. Oficijnyj sajт Derzhavnoji sluzhby statystyky. Available at: https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/size_20.htm (accessed May 10, 2024).
8. Ghospodarskij kodeks Ukrainy : Kodeks vid 16.01.2003. No 436–IV. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (accessed May 10, 2024).
9. Directive 2013/34/EU of the European Parliament and of the Council of 26 June 2013 on the annual financial statements, consolidated financial statements and related reports of certain types of undertakings, amending Directive 2006/43/EC of the European Parliament and of the Council and repealing Council Directives 78/660/EEC and 83/349/EEC/. Available at: <http://eur-lex.europa.eu/> (accessed May 10, 2024).
10. Pro vnesennja zmin do Zakonu Ukrainy «Pro bukhgalterskij oblik ta finansovu zvitnistj v Ukraini» shhodo udoskonalennja dejakykh polozhenj : Zakon Ukrainy vid 05.10.2017. No 2164-VIII. Available at: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2164-19> (accessed May 10, 2024).
11. Turystychnyj barometr Ukrainy 2021–2022. Nacionaljna turystychna orghanizacija Ukrainy. Available at: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2021-2022.pdf> (accessed May 10, 2024).

12. Lysjuk, T., Rojko, L., Bilecjkij, Ju. (2022). Innovacijni informacijno-komunikatyvni tehnologhiji u sferi turizmu [Innovative information and communication technologies in the field of tourism]. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 43. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-26> [in Ukrainian].
13. Slatvinsjka, L., Zbyrannyk, O., Macak, N. (2024). Ocinka suchasnogho stanu ta vyznachennja perspektyv rozvytku pidpryjemnytva u ghaluzi turizmu v Ukrajinі z urakhuvannjam naslidkiv vijsjkovogho stanu [Assessment of the current state and determination of prospects for the development of entrepreneurship in the field of tourism in Ukraine, taking into account the consequences of martial law]. *Ekonomika ta suspiljstvo*, 59. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-19> [in Ukrainian].
14. Bublyk, L. Ja., Trofym'jak, S. V. (2024). Tendenciji rozvytku turystychnogho ghospodarstva Ukrajinu u 2020–2023 rokakh [Development trends of the tourism industry of Ukraine in 2020–2023]. *Shhidna Jevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnja*, 1 (42), 3–7. [in Ukrainian].
15. Doslidzhennja stanu ta potreb biznesu v umovakh vijny: rezuljtaty opytuvannja v ghrudni 2023 – sichni 2024 roku. Inicjatyva dlja vidnovlennja ekonomiky, rozvytku pidpryjemnytva ta eksportu Ukrajinu. Available at: <https://business.diia.gov.ua/economic-recovery> (accessed May 10, 2024).

STATE AND DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN TOURISM OF UKRAINE

Dmytro S. Vyhovskyy¹, Oksana B. Konarivska²

In modern economic conditions, small and medium-sized enterprises play a decisive role in ensuring employment of the population, are an important factor in social stability and economic growth. The article describes the place and role of domestic small business in the general structure of travel agencies, travel operators and enterprises providing other tourist services over the last ten years. Individual entrepreneurs (about 40%) and legal entities (about 60%) operate in the field of tourism in Ukraine. Medium-sized enterprises in tourism make up only 1%, small ones – 99%, the vast majority of them are micro-enterprises. Legislative aspects of the definition of small business in Ukraine and EU countries are analyzed. The classification of enterprises in accordance with the Economic Code and the Law of Ukraine "On Accounting and Financial Reporting in Ukraine" was considered, and certain discrepancies in the definition of criteria were identified. Based on the results of the survey of Ukrainian business owners, three groups of problems and, accordingly, the ways to solve them were identified: the first group is economic problems and obstacles in doing business related to the lack of resources; the second group – obstacles or lack of support from the state; the third problem is the most difficult – military conflicts, occupation and hostilities on the territory of the country. The study of scientific literature and the results of surveys made it possible to generalize the current problems of small business in the field of tourism in Ukraine. The priority directions of creating a business environment in the field of tourism as an improvement of legal support have been determined; strengthening the financial and credit mechanism for the development of small businesses, in particular reducing the tax burden; infrastructural changes; improvement of information support, marketing activities, restoration and creation of new types of tourist products, improvement of national quality standards of tourist services; improvement of human resources; support from local authorities; others. State support of small business in the field of tourism is a component of state policy, which should create and maintain favorable conditions and environment for the expansion of the small business sector.

Keywords: small business, small enterprises, medium-sized enterprises, Ukrainian Business Index, tourism, tourist activity

JEL Classification: H70, L20, L50, L83

Стаття надійшла до редакції 23.04.2024
The article was received April 23, 2024

¹ Dmytro S. Vyhovskyy, PhD in Political Science, Chief, CSO «Institute of Social Capital Research»

² Oksana B. Konarivska, Candidate of Economic Sciences, Docent, Associate Professor at the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Business, National University of Water and Environmental Engineering