

інформаційних систем, поширення інформації про ЗСП по всій організації, а також необхідність розробки індикаторів другого рівня для децентралізованих бізнес-одиниць.

Фінальним етапом є завершення плану реалізації, тобто інтеграція ЗСП в систему менеджменту даної організації. Довід показує, що перша збалансована система показників може бути створена за 4 місяці, після чого організація буде просуватися в напрямку введення ЗСП по всьому підприємству [3, с. 167].

**Висновок.** ЗСП значно розширює можливості стратегічного управління, роблячи його більш реальним. З цієї причини розробки щодо формування і використання цієї концепції в системах управління українських підприємств мають велике перспективне значення і заслуговують на увагу з боку науковців і практиків. Використання збалансованої системи показників дасть змогу багатьом вітчизняним підприємствам вийти на новий, більш якісний рівень управління процесами і створення стратегічних планів на підприємствах.

### Література

1. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию / Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2003.
2. Каплан Р., Нортон Д. Организация, ориентированная на стратегию / Пер. с англ. – М.: Олимп-Бизнес, 2004.
3. Гершун А., Нефедьева Ю. Разработка сбалансированной системы показателей. – М.: Олимп-Бизнес, 2005.

УДК 338.3

О. В. НІКІТІНА, І. А. ДАНИЛЮК, О. І. ГОНЧАР  
Хмельницький національний університет

## ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПЛАНУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

*У статті узагальнено існуючі теоретичні і практичні підходи щодо виявлення, можливостей та перешкод у плануванні галузі народного господарства – туризму. Розглянуто особливості індустрії однієї із провідних галузей національної економіки.*

*The article generalizes existent theoretical and practical approaches to an exposure of possibilities and obstacles in planning of such industry of national economy as tourism. The features of one of leading industries of national economy are considered.*

**Вступ.** У Законі України “Про туризм” визначено: “Держава проголошує туризм одним з пріоритетних напрямів розвитку економіки та культури і створює умови для туристичної діяльності”, отже, даний вид підприємницької діяльності, а саме надання туристичних послуг і продукту, знаходиться під державним контролем. Звичайно, на відміну від попереднього законодавства, цей документ більш детально описує механізм створення туристичного бізнесу (процес ліцензування), окреслює повноваження органів влади, регламентує стосунки, права і обов’язки туристичних агентів та туристів. Проте, дане явище не позбавляє підприємця, який займається цим видом діяльності, роботи із плануванням. За статистичними даними цього року в Україні на 15–20 % збільшилась кількість іноземних туристів. Щороку іноземні інвесторикладають у розвиток вітчизняного готельного ринку до 100 млн дол. Але ці показники можуть стати ще вищими – до цього часу іноземних інвесторів стримувала недосконалість вітчизняного законодавства та відсутність в Україні кваліфікованих спеціалістів з туризму. Це тільки одна з проблем галузі загалом, а окремого вивчення потреб і особливостей потребують усі 17 видів туризму в Україні (залежно від категорій осіб, які здійснюють туристичні подорожі, та їхніх цілей).

**Аналіз останніх досліджень** дає нам уявлення про ряд науковців, які займаються вивченням даної проблеми, серед них можна особливо виділити Захаровича Н., Орлова В., Олійника О., Федорченко В., Дворову Т. Але на сьогодні це питання потребує залучення більш ширшого загалу вчених.

**Мета статті** – докладна характеристика сучасного стану туристичних послуг у галузі туризму, висвітлення чинників впливу на динаміку функціонування підприємств галузі, окреслення подальших напрямів дослідження.

Невід’ємною складовою світового туристичного процесу є національна галузь. Попри всі політичні та соціально-економічні негаразди останніх років, індустрія туризму стала тією галуззю народного господарства України, яка з року в рік, без залучення державних дотацій, стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту.

Туризм в Україні може і повинен стати сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення державного та місцевих бюджетів, засобом загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення, а також ознайомлення з історично-культурним спадком нашої нації й держави та її сьогоденням.

Пріоритетним видом туризму для України залишається іноземний (в’їзний) туризм як вагомий чинник поповнення валютними надходженнями державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Проте, екстремальний туризм з кожним роком набирає усе більше обертів у своєму розвитку. Різноманітності видів екстремального туризму в наш час можна просто подивуватися. Сьогодні підприємець постійно вигадує щось нове, аби лиш привабити туристів, джерело майбутнього прибутку.

Кількість туристів, обслуговуваних суб'єктами туристичної діяльності України за останні два роки, зросла з 56793 до 69508 (Хмельницька обл.), з них на екстремальний туризму припадає 14,5 %. У свою чергу кількість екскурсантів зросла з 29901 до 48902 осіб. За підрахунками Всесвітньої туристичної організації, у 2001 році за кількістю прибуття іноземних туристів Україна займала 22 місце у світі (5,8 млн осіб, що становить близько 1 % від світових туристичних прибуттів). За прогнозними розрахунками щодо розвитку візного туризму в Україні до 2005 року, його чисельність зросла до 9,3 млн осіб; прогноз на 2010 рік – 12,1 млн осіб; прогноз на 2020 рік – 15,0 млн осіб.

У підприємстві велике значення надається саме плануванню з надання послуг даного виду. На планування діяльності з надання туристичних послуг і виготовлення туристичного продукту в Україні суттєво впливають такі сектори економіки, як транспорт, торгівля, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання. У той же час туризм є одним із найбільш перспективних напрямків структурної перебудови економіки. Динаміка функціонування даних секторів у співвідношенні з туристичними послугами є зовнішніми чинниками впливу. Також варто відзначити, що потужними є туристичні потоки між сусідніми державами, так і для України, на перспективу, сукупна частка туристичного обміну з Росією, Білоруссю та Молдовою коливатиметься у межах 60 % від загальних обсягів туристичних потоків, які теж підлягають врахуванню під час планування обсягів туристичного продукту.

До внутрішніх компонентів планування туристичних послуг можна віднести створення конкурентоспроможного на світовому ринку туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечити на цій основі комплексний розвиток територій та їх соціально-економічних інтересів при збереженні екологічної рівноваги та історично-культурного доквілля. Програма дій, зорієнтована на досягнення цієї мети, повинна бути синхронізованою із загальними темпами становлення ринкових механізмів і співвідносною з політикою структурних реформ у економіці. Вона повинна також враховувати накопичений досвід розвитку туризму у світі, що створює сприятливі умови доопрацювання та розроблення відповідної нормативно-правової бази туризму. Додатковими внутрішніми чинниками впливу на планування обсягу туристичних послуг можна назвати демографічні зміни, матеріальний та соціальний стан населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість та багато іншого. Існує чіткий зв'язок між тенденцією розвитку туризму, загальним економічним розвитком і особистими доходами громадян. Туристичний ринок дуже чутливий до змін в економіці. За стабільних цін зростання особистого споживання на 2,5 % збільшує витрати на туризм на 4 %, а зростання особистого споживання на 5 % – на 10 %. Щорічне збільшення доходів громадян України приведе до більш інтенсивної туристичної діяльності і, зокрема, до збільшення кількості споживачів із високими доходами. У майбутньому населення України характеризуватиметься як таке, що має підвищену якість життя. Відпочинок, подорожі, мистецтво, культура стануть основними елементами, які заповнять вільний час людини. Демографічна структура населення України та аналіз вікових груп, які найбільше подорожують, ще раз підтверджують, що в Україні найбільш активна частина населення від 30 до 40 років, на відміну від економічно розвинених країн, де люди старшої вікової групи (55–60 років) відіграють все більш важливу роль у міжнародному туризмі. Тільки 2001 року у світі зареєстровано майже 120 млн прибуттів, здійснених людьми старшого віку. Основними постачальниками цієї категорії туристів є США, Канада, Японія та країни Європейського Союзу. Населення цих країн, незважаючи на швидкі темпи старіння, залишається фізично активним і, що не менш важливо, краще забезпеченим.

Поступове збільшення кількості працюючих, забезпечення більш високого доходу на кожного члена сім'ї, підвищення тривалості оплачуваної відпустки та гнучкість робочого графіку з часом розширять такі сегменти туристичного ринку, як поїздки з метою відпочинку і в період відпусток, відвідування тематичних парків і культурних заходів, здійснення ділових поїздок, короткочасних подорожей і маршрутів вихідного дня тощо. Зростання рівня освіти збільшує потяг людини до знань, зацікавленість іншою культурою викликає бажання подорожувати і отримувати нові враження.

Серед основних напрямів планування туристичного продукту можна виділити:

1. Прогнозування розвитку галузі туризму, у ході даного процесу виникають наступні завдання:
  - впровадити ефективні механізми фінансово-економічного регулювання розвитку галузі туризму;
  - визначити шляхи, форми та методи стимулювання розвитку підприємництва у цій сфері;
  - створити, з урахуванням соціально-економічних інтересів держави, ефективну модель інвестиційної політики в галузі туризму;
  - удосконалити організаційні структури управління галуззю туризму;
  - забезпечити раціональне використання та відновлення природного та історично-культурного середовища;
  - прийняти екологічні регламенти та затвердити допустимі норми освоєння туристичних ресурсів, розробити механізми їх дій та запровадити на практиці управління.
2. Планування фінансового забезпечення, джерел фінансування підприємницької діяльності (кошти туристичних підприємств і організацій, у тому числі й на умовах пайової участі; кредитні ресурси; іноземні інвестиції; державні асигнування на розвиток рекреаційних зон загальнодержавного значення та відновлення історично-культурних пам'яток; інші джерела, не заборонені законодавством України).
3. Планування впливу динаміки доходів споживачів.
4. Планування зміни місткості ринку туристичних послуг тощо.

На думку одного із провідних спеціалістів туризму Роберта А. Браймера, “у теперішній час найбільш гальмівним фактором розвитку туризму на суспільному рівні є відсутність уваги та підтримки з боку політиків та громадської влади. Коли на туризм не зважають, його доходи не визначені, відсутнє ретельне планування та, як наслідок, відсутній і розвиток. Як тільки буде глибока зацікавленість на законодавчому рівні, поєднання зусиль для піднесення статусу індустрії туризму на більш високий рівень не тільки у вигляді декларацій, а й конкретних заходів щодо встановлення та підтримки економічних зв'язків, почне ефективно діяти маркетинг у сфері туризму, відтоді можна розраховувати на видимі результати”.

Перспективним напрямком відкриття нових видів надання послуг і ринків збуту є взаємодія туризму і культури як на рівні центральних органів влади, так і на місцях. Культурний спадок, музеї, театри у більшості країн світу є винятково важливим фактором залучення туристів, генерації міжнародних і локальних туристичних потоків. У результаті цього свого клієнта отримує транспорт, громадське харчування, готелі, місцева промисловість та ін.

Координація стратегічного розвитку культурної сфери і туризму на місцях повинна привести до більш тісної співпраці місцевої влади та реального бізнесу у вирішенні конкретних завдань зі збереження культурних надбань, впровадження у діяльність музеїв, національних заповідників передової менеджерської практики, орієнтації для роботи у ринкових вимірах і координації діяльності із суб'єктами туристичної індустрії.

**Висновок.** Реалізація планування обсягів продукту, положення на ринку, кількості споживачів і їх особливостей на туристичних підприємствах призведе до стимулювання туристичної діяльності у країні, посилить взаємозв'язок туризму з іншими пріоритетними сферами соціального, економічного та культурного розвитку окремих регіонів України. Подальше зміцнення туризму як досить прибуткової галузі, у свою чергу, сприятиме зростанню авторитету України на світовому ринку туристичних послуг, зміцненню економіки країни, наповненню державного бюджету, створенню потужної туристичної галузі, зростанню добробуту українських громадян, збереженню історично-культурного спадку, піднесенню духовного потенціалу суспільства. Правильний розвиток туристичної галузі дасть також можливість більш широко представити справжній український культурний продукт на світовій арені. Що, відповідно, заохотить світову спільноту до ближчого знайомства з багатим культурним та інтелектуальним спадком нашої країни.

Для самого ж підприємця головним результативним показником стане прибуток підприємства, адже планування власної діяльності є об'єктивно необхідним засобом попередження подальших втрат і загроз у функціонуванні підприємства.

#### Література

1. Закон України “Про туризм” // ВВР України, 1995 р., № 31, ст. 241; 2001 р., № 32, ст. 172.
2. Закон України “Про внесення змін до Закону України “Про туризм” // ВВР. – 2004. – № 13. – С. 180.
3. Баранецька О.Г. Тюріна Н.М. Стан та проблеми розвитку міжнародного туризму // Вісник інституту економіки і управління 2008–2009 н. р. – Т. 3. – С. 100.
4. Олійник О. Туризм в Україні має перспективи // Урядовий кур'єр. – 2009. – 25 лют.
5. <http://extremal.ru>
6. <http://statbrd.ic.km.ua/ukr/index.htm>

УДК 711.57(043.2)

Н. Д. ГУРІНА, Н. М. КИРИЛКО

Київський національний університет технологій та дизайну

### ОСОБЛИВОСТІ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ВИСТАВКОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ-ЕКСПОНЕНТІВ

*У статті розглянуто сутність, призначення і необхідність бізнес-планування виставкової діяльності підприємств-експонентів, етапи розробки бізнес-планів. Особлива увага приділена структурі бізнес-планів підприємств-експонентів та організаційному плану їх участі у виставкових заходах.*

*The article considers the nature, purpose and need for business planning of exhibiting activity of enterprises-exhibitors, stages of development of business plans. Particular attention is paid to a structure of business plans of enterprises-exhibitors and organizational plan of their participation in exhibitions.*

**Постановка проблеми.** В умовах ринкових відносин в економіці України набуває актуального значення виставкова діяльність, яка пов'язана з організацією і проведенням виставок та ярмарків. Виставки і ярмарки – це не тільки активні канали просування товарів та послуг на ринок, але й основні види просування нових технологій, науково-технічних досягнень. Виставкові заходи характеризуються становленням нових торговельно-промислових зв'язків, відкриттям нових ринків збуту і розвитком експорту, можливістю оцінки конкурентоспроможності продукції та обміну досвідом.