

**УДК 338.48**

**Грусова Т. С., аспірант** (Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів)

### **ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

**У статті проведено аналіз сучасного стану туристичного бізнесу в Україні та виявлено проблеми, що заважають його сталому розвитку. З цією метою запропоновано ряд цілей, які потрібно враховувати при плануванні розвитку туристичних підприємств.**

**В статье проведен анализ состояния туристического бизнеса сегодня в Украине и выявлены проблемы, мешающие его устойчивому развитию. С этой целью предложен ряд целей, которые нужно учитывать при планировании развития туристических предприятий.**

**The analysis of the Ukrainian tourist business modern state was conducted and the problems which stood in the way of its steady development were exposed. A number of goals which one must take into account in the process of the tourist enterprises development planning were proposed in the article.**

Туристичний бізнес є потенційно інвестиційно-привабливим видом економічної діяльності в Україні. Проте на сьогодні рівень реалізації потенціалу залишається низьким, що свідчить про відсталість розвитку туризму України відносно інших держав. На сьогодні це є актуальним питанням, адже Україна готується прийняти тисячі іноземних туристів і від враження, яке справить на них українська гостинність буде залежати подальший розвиток українського туристичного бізнесу. Тому ми вважаємо за доцільне переглянути основні аспекти розвитку туристичних підприємств під впливом зовнішніх чинників, що склалися у сучасних умовах.

**Серед українських дослідників**, що займаються науково-теоретичним обґрунтуванням суті та об'єктивної необхідності розвитку туризму, слід виділити: Е.Н. Азарян, А.В. Бережну, Є.В. Виноградову, В.П. Дергачова, Л.П. Дядечко, Н.Л. Жукову, В.К. Євдокименко, В.І. Карсекіна, В.Ф. Кифяка, В.І. Мацола, А.В. Сидорову, Т.І. Ткаченко, В.К. Федорченко, В.І. Цибуха, О.Б. Чернегу, І.М. Школу, А.А. Шубіна, Л.Н. Шульгину та ін. Однак, в цих роботах не приділено достатньої уваги розвитку туристичних підприємств в сучасних умовах. **Подальшого дослідження потребу-**

ють питання сталого розвитку та правильного планування на підприємствах туризму.

**Мета статті** – провести аналіз туристичного ринку України, виявити основні проблеми та розробити конкретні практичні пропозиції щодо забезпечення сталого розвитку туризму в Україні. Зміст статті розкривається у контексті таких цілей: з'ясувати сутність поняття розвитку туристичного підприємства; визначити соціально-економічне значення туризму у світі, зокрема в країнах ЄС та провести аналіз ринку туристичних підприємств України; визначити основні напрями сталого розвитку туризму; запропонувати практичні пропозиції щодо планування розвитку туристичних підприємств.

**Сучасне бачення розвитку підприємства** характеризується неоднозначністю у поглядах вчених. Загалом, розвиток визначається як необоротна, спрямована, закономірна зміна матеріальних та ідеальних об'єктів. Тільки одночасна наявність всіх трьох зазначених властивостей виділяє процеси розвитку серед інших змін.

Розвиток туристичного підприємства – складний і важливий процес. Проте він сьогодні немає однозначного визначення. Теоретики та практики по-різному визначають основу розвитку підприємства. Проаналізувавши існуючі підходи щодо визначення характеру розвитку на підприємстві, необхідно виокремити такі основні елементи (табл. 1).

Таблиця 1

Елементи категорії «розвиток туристичного підприємства»

Назва елемента	Автори
Кількісні та якісні зміни	Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О., Єрохіна Е.А., Афанасьєв М.В., Рогожин В.Д., Рудика В.І., Маслеченков Ю.С. Ільїн В.В., Кулагін Ю.І.,
Поліпшення	Гапоненко О.Л., Пакрухин А.П.
Процесний характер	Василенко В.О., Раєвнева О.В.
Довготривалість	Хміль Ф.І.
Сукупність процесів	Гвішиані Д.М.
Збільшення потенціалу підприємства	Бачевський Б.С.
Адаптація до зовнішнього середовища	Коротков Е.М.
Внутрішня інтеграція підприємства	Мескон М. Х. Альберт М., Хедоурі Ф.

За результатами проведеного аналізу поняття розвитку туристичного підприємства у первісному наближенні пропонується розуміти як процес необоротних, спрямованих, закономірних кількісних та якісних змін, що ведуть до поліпшення фінансово-економічного стану туристичного підприємства.

Вагомість сталого розвитку туристичного бізнесу підтверджується статистичними даними. Так, стан розвитку туризму у світі та країнах ЄС характеризується такими основними показниками і тенденціями: щорічно у світі відбувається близько 808 млн подорожей; частка туризму у світовому експорті товарів і послуг становить близько 13%, а в країнах ЄС – 14%, туризм формує 8% сукупного ВВП країн ЄС і забезпечує близько 11% економічного зростання [1, С. 21]. За оцінками спеціалістів, сьогодні в туристичній індустрії працює більше 100 млн. осіб, кожне 16-те робоче місце в світі припадає на туризм, кожна 8-ма працездатна людина в світі зайнята в цьому секторі [2].

Згідно даних розміщених Державною службою туризму і курортів України (з 2011 року Державне агентство України з туризму та курортів) впродовж 2010 р. Україну відвідали близько 17 млн. туристів, що на 1% більше 2009 р. На нашу думку, зважаючи на ресурсний потенціал України ці цифри говорять про те, що в нашій країні є серйозні недоліки розвитку. Згідно з оцінками експертів, доходи від туризму в Україні можуть становити до 10 млрд. дол. в рік [3].

Згідно статистичних даних Державної служби туризму і курортів в Україні зареєстровано 8113 туристичних підприємств та їх чисельність щороку збільшується. Проте при цьому кількість туристичних агентств зростає інтенсивніше, ніж туристичних операторів. Це можна охарактеризувати, як негативне явище, тому що туроператори створюють новий продукт та несуть повну відповідальність за якісне надання своїх послуг. В той час, як турагент займається посередництвом, заробляючи на туристах комісійні, не беручи на себе зобов'язань за надані послуг. Також негативним явищем є те, що чисельність зареєстрованих туристичних підприємств перевищує чисельність функціонуючих туристичних підприємств (на 12%). Це свідчить про низький рівень активності туристичних підприємств, що зумовлено їх сезонністю або коротким життєвим циклом.

Важливою характеристикою туристичного ринку є його насиченість. Згідно даних державного комітету статистики чисельність населення України станом на 1 листопада 2011 року становить 45655,2 тис. осіб таким чином на 1 туристичне агентство припадає 7286 осіб. Цей показник можна порівняти до європейських стандартів. Середнє співвідношення кількості туристичних агентств до кількості жителів в найбільш розвинених туристичних країнах коливається в межах 1:10 тис. У Великобританії і Бельгії цей показник дорівнює приблизно 1:10 тис., у Нідерландах – 1:13,5 тис., у США – 1:14 тис. У цей час показник 1:10 тис. визнаний оптимальним, так як, з одного боку, досить широка мережа турагентств робить ринок туристичних продажів «ринком споживачів», з іншого боку, конкуренція, досить жорстка, проте не приймає занадто складні форми. Порівнявши показники, можна зробити висновок про високу насиченість україн-

ського туристичного ринку підприємствами, що надають туристичні послуги.

Тому, проаналізувавши сучасний стан туристичного ринку України, можна зробити висновок, що у більшості туристичних підприємств склався неправильний підхід до планування розвитку своєї діяльності, адже активність туристичних фірм низька, значна частина їх має короткий життєвий цикл. А надмірна насиченість ринку туристичними агентствами призводить до ведення нечесної конкурентної боротьби.

Стійкий розвиток туристичного бізнесу передбачає його планування і управління, які забезпечать захист природного і культурного середовища, покращення якості життя місцевого населення, забезпечення туристам умов проживання, що відповідають високим міжнародним стандартам. Ці задачі вирішуються на міжнародному, національному, регіональному і місцевому рівні планування та управління.

Важливим постулатом в питанні сталого розвитку туризму є розроблена Всесвітнім союзом охорони природи концепція сталого розвитку, що отримала подальший розвиток в сфері туризму Всесвітньою туристичною організацією. В зв'язку з цим відомі три основні принципи сталого розвитку (рис.):

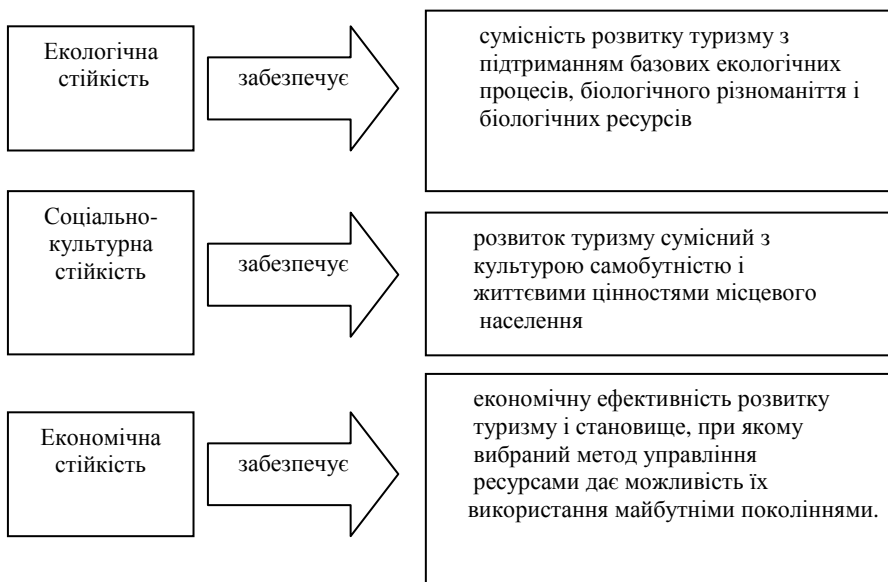


Рисунок. Принципи сталого розвитку туризму [3]

Для отримання реальних вигод від сталого розвитку туризму необхідний облік потреб туристів та індустрії туризму, збереження та захист на-

вколишнього середовища, як природного, так і культурного, а також забезпечення потреб місцевого населення.

Якщо туристичне підприємство бажає підтримувати туризм в довгостроковій перспективі, необхідно за допомогою планування виявляти прагнення до збереження і підтримання цих факторів. З цієї точки зору планування розвитку туризму ставить п'ять основних цілей (табл. 2).

Таблиця 2

**Цілі планування розвитку туристичних підприємств**

Ціль	Завдання в межах цілі
1	2
Визначити альтернативні підходи	до маркетингу; до організації туризму; до супутніх послуг і заходів.
Сформувати метод адаптації до неочікуваних змін	загальних економічних умов; енергозбереження; життєвих цінностей; стану окремих галузей економіки; інших факторів зовнішнього середовища.
Підтримати унікальні для туризму характеристики	природних ресурсів; місцевої культурної та соціальної структури; місцевої архітектури; історичних місць і пам'яток; місцевих традицій і обрядів; парків і спортивних майданчиків, та ін.
Досягти бажаного стану	високого рівня доходу від туризму; позитивного іміджу туристичної дестинації; ефективної організації індустрії туризму; високого рівня співробітництва між окремими операторами; розвитку ефективних маркетингових та інформаційних програм.
Уникнути небажаного стану процесів, що протікають в дестинації	непотрібна конкуренція між операторами; недружнє ставлення місцевих жителів до туристів; пошкодження або зміна природних і культурних ресурсів; втрата культурної індивідуальності; втрата ринкової частки; забруднення навколишнього середовища; яскраво виражена сезонність; транспортні проблеми та ін.

**Таким чином**, цілі планування туризму в основному зводяться до того, щоб уникнути негативного впливу на маркетингову і соціальну складові та навколишнє середовище. Автором запропоновано трактування класичних принципів сталого розвитку туризму для підприємств, що займаються туристичним бізнесом в Україні у сучасних умовах. Врахування таких пропозицій при плануванні розвитку на туристичному підприємстві дозволить зміцнити власну позицію на ринку та покращить фінансово-економічний стан. Український туристичний бізнес повинен складатися з активних, стійких та чесних туристичних підприємств з орієнтацією розвитку на довгострокову перспективу.

1. Двоєзерська В. С. Тенденції державного регулювання розвитку туризму і діяльності курортів в Україні / В. С. Двоєзерська // Науково-виробничий журнал «Держава та регіони». Серія: Державне управління. – 2010 р. – №1. – С. 20-24/ 2. Білоус С. В. Значення інвестицій для розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] / С. В. Білоус // Матер. економ. наук. інтернет-конф. від.16.04.2011 р. – Режим доступу: [http://www.economy-confer.com.ua/full\\_article/893/](http://www.economy-confer.com.ua/full_article/893/) 3. Проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні на сучасному етапі (оглядова довідка за матеріалами преси) / Міністерство культури і туризму України, національна парламентська бібліотека України; Інформаційний центр з питань культури та мистецтва, ДЗК. – Випуск 6/5. – 2009.
4. Устойчивое планирование туризма : пособие для специалистов по местному планированию [Электронный ресурс]. – Мадрид: ВТО, 1993. – Режим доступа: <http://www.iucn.org/>.

Рецензент: к.е.н., професор Кушнір Н. Б. (НУВГП)