

УДК 338.48:339.9

Болюта О.Р.

студент гр. МТЕ-112м

Національний університет «Запорізька політехніка»

м. Запоріжжя, Україна

наук. кер. – к.е.н., доцент Цвілий С.М.

БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ: ТЕНДЕНЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Бізнес-план за сутністю представляє собою план, програму здійснення бізнес-операцій, дій підприємства, що містить відомості про фірму, товар, його виробництво, ринках збуту, маркетингу, організації операцій, його ефективності.

Бізнес-план в туризмі – це програмний продукт, що виробляється в ході бізнес-планування туристичної діяльності [1]. Планування бізнесу, у свою чергу, це визначення цілей і шляхів їх досягнення, за допомогою намічених програм дій, які в процесі реалізації коригуються відповідно до обставин, що змінилися. Планування можна визначити як безперервний процес, який має на меті привести діяльність туристичного підприємства у відповідність до умов ринку. Зазвичай, виокремлюють наступні види планування в туристичному бізнесі: стратегічне

(довгострокове); середньострокове; короткострокове. Стратегічні плани містять перспективи розвитку туристичної організації у майбутньому (понад 5 років). Середньострокові плани (3-5 років). Короткострокові плани (1 рік) – пов’язують обсяг продукції з ресурсами (виробничі фонди, чисельність працівників). Плани складають у кількісних та якісних показниках. Кількісні характеризують обсяги продажу, збільшення прибутку, зниження собівартості [2]. До якісних належать такі: підвищення престижу підприємства, охорона навколишнього середовища, підвищення культурного та освітнього рівня працівників підприємства [3].

Бізнес-планування допомагає підприємцю вирішити такі основні завдання:

- визначити конкретні напрямки діяльності туристичної фірми;
- цільові туристичні ринки та місце фірми на цих ринках;
- сформулювати довгострокові та короткострокові цілі туристичної фірми, стратегію та тактику їх досягнення;
- визначити осіб, які відповідають за реалізацію стратегії; вибрати склад та визначити показники послуг, які будуть запропоновані фірмою споживачам;
- оцінити усі види витрат щодо центрів їх створення та оптимізації;
- виявити відповідність наявних кадрів туристичної фірми, умов мотивації їх праці вимогам для досягнення поставлених цілей;
- визначити склад маркетингових заходів фірми з вивчення ринку, реклами, стимулювання продажів, ціноутворення, каналів збуту та інше;
- оцінити фінансове становище фірми та відповідність наявних фінансових і матеріальних ресурсів можливостям досягнення поставленої мети;
- передбачити труднощі, «підводні камені», які можуть стати на заваді практичному виконанню бізнес-плану [4].

Зміст бізнес-плану підприємства індустрії туризму може мати наступні розділи; 1) резюме бізнес-плану (коротка інструкція); 2) цілі та завдання проекту; 3) опис компанії індустрії туризму; 4) аналіз туристичної галузі та тенденцій її розвитку; 5) цільовий туристичний ринок; 6) конкуренція; 7) стратегічна позиція і оцінка ризиків; 8) план маркетингу і стратегія продажів продукту; 9) операційна діяльність; 10) технологічний план; 11) організаційний план; 12) план персоналу;

13) план фінансів; 14) екологічна відповідальність; 15) умови виходу із бізнесу.

Бізнес-план допомагає дати відповіді підприємцю на такі питання: 1) який вид туристичної послуги чи яку нову справу вибрати для виходу на вітчизняний та зарубіжний ринки; який буде ринковий попит на пропоновані послуги та як він змінюватиметься; які ресурси та в яких кількостях потрібні для організації бізнес-проекту; скільки коштуватимуть необхідні ресурси і де знайти надійних постачальників; які будуть витрати на організацію виробництва та реалізацію туристичних послуг на відповідних ринках; якою може бути ринкова ціна на цю продукцію та як на неї вплинуть конкуренти; якими можуть бути загальні доходи та як їх слід розподіляти між усіма учасниками бізнес-проекту; якими будуть показники ефективності виробництва послуг та як їх можна підвищити.

До основних тенденцій бізнес-планування в сучасних умовах слід віднести факт, що суттєвою часткою в туризмі сьогодні є невеликі туристичні компанії. Більшість компаній нехтують тим, що ретельне опрацювання етапів намічених цілей є однією з головних складових бізнес-планування для малих підприємств, приділяючи увагу довгостроковій перспективі без розбивки на етапи досягнення мети. Специфікою бізнес-планування малого бізнесу в туризмі є: недостатність людських ресурсів; обмеженість фінансових ресурсів; особлива сприйнятливість до всіх змін економіки; взаємини з постачальниками. Саме тому особливістю бізнес планування у малому бізнесі сьогодні є облік управлінського потенціалу.

Література:

1. Цвілий С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусне відновлення бізнес-активності мікропідприємств сфери гостинності регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Том 32(71). Київ : ВД «Гельветика», 2021. № 3. С. 73-78.

2. Цвілий С.М., Кукліна Т.С., Жилко О.В. Організаційні компоненти в управлінні бізнесом вітчизняного туристичного підприємства. *Економіка та суспільство.* 2022. № 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1168>.

3. Цвілій С.М., Кукліна Т.С., Зайцева В.М. Автоматизація управління підприємством в умовах післявоєнного відновлення туристичного бізнесу. *Таврійський науковий вісник. Серія: економіка. Науковий журнал*. Вип. 13. Одеса : Видавничий дім «Гельветика», 2022. 226 с. С. 143-149. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/13>.

4. Charkina T., Pikulina O., Zadoja V., Tsviliy S. Improvement of the tourism industry management due to introduction of new trends and types of tourism. *Philosophy, economics and law review : Scientific Journal*. Dnipro : DSUIA, 2022. Volume 2, no. 1. 231 p. Pp. 108-117. URL: https://phelr.dduvs.in.ua/?page_id=2028.