

УДК 658.5

Лахманюк М.-ст.гр.БМ-31

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В ТУРИЗМІ

Науковий керівник: к.е.н. доцент Галушак О.Я

Туризм як важливе соціально-економічне явище знаходиться в прямій залежності від економічного положення, загальної стратегії розвитку держави, її міжнародного становища та іміджу. За рекомендаціями Всесвітньої туристичної організації (ВТО) безперервне управління туризмом має таке ж важливе значення, як планування та стійкий розвиток. Обов'язковою умовою ефективного управління усіма аспектами туризму є бізнес-планування. Професійно складений і орієнтований на майбутнє бізнес-план - це основа для досягнення підприємницької мети.

Бізнес-план туристського підприємства або, іншими словами, проект розвитку тур фірми - це план початку підприємницької діяльності, концепція бізнесу. Він відображає вихідну стратегічну ситуацію і перспективи розвитку справи.

У бізнес-плані передбачений взаємозв'язок таких термінів, як: бізнес-ідея, філософія туристського підприємства, специфіка положення фірми на ринку туристичних послуг, стратегічна мета підприємства і розроблений на її основі план його розвитку. Бізнес-план - це важливий інструмент, за допомогою якого можна переконати майбутніх ділових партнерів або інвесторів у рентабельності і перспективності проекту.

Бізнес-план потрібен для: створення підприємства (start-up); пошуку інвесторів і/або венчурного капіталу; об'єднання підприємств; придбання і продажу підприємства; санації, реорганізації і раціоналізації підприємства, а також зміни позиціонування для завоювання нових ринків; кредитного, лізингового, інвестиційного і проектного фінансування; залучення нових клієнтів; залучення висококваліфікованих кадрів; інформування акціонерів; орієнтування діяльності адміністрації. Бізнес-план туристського підприємства повинен враховувати специфіку туристичного продукту. У сфері послуг туризму для потреб планування і прогнозування діяльності туристичних фірм доцільно використовувати такі поняття, як основний продукт, спеціальний продукт, супутний продукт, додатковий продукт, комплексний туристичний продукт.

На міжнародному ринку туристичних послуг існує достатньо серйозна конкуренція відносно рівня обслуговування, а також його змісту. Важливо знайти свою нішу на ринку, яка точно відповідає можливостям туристичного підприємства і крім того, частково заповнена конкурентами. Бізнес-планування дає уяву про зміст, організацію, фінансовий стан підприємства. Лише після одержання позитивного результату можна приступити до створення туристичної фірми. Якщо справа починається з одержання кредиту або залучення інвестицій, то інвесторам і партнерам необхідно представити картину майбутнього підприємства: охарактеризувати туристичний продукт, ринки збуту і майбутню прибутковість. Лише за допомогою бізнес-плану вирішуються питання фінансування. Бізнес-планування вже давно стало аксіомою успішного функціонування підприємства.