



**УДК 338.48**

**А.Ю. Илова**

**Илова Ангелина Юрьевна**, студентка 3 курса группы Тур-17 направления «Туризм» ФСКДТ Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: a.ilova270299@gmail.com

Научный руководитель: **Егорова Елена Николаевна**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры туризма и физической культуры ФСКДТ Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: elena.kgik@mail.ru

## **БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ТУРИЗМЕ**

В данной статье рассмотрены понятие и цели бизнес-планирования. Определена структура при создании бизнес-планов, а также выявлены специфические особенности разработки бизнес-планирования в индустрии туризма.

**Ключевые слова:** туризм, бизнес-план, бизнес-планирование.

**А.Yu. Ilova**

**Ilova Angelina Yuryevna**, student of 3 course of group Tour-17 of the direction «Tourism» of FSKAT of the Krasnodar state institute of culture (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: a.ilova270299@gmail.com

Research supervisor: **Egorova Elena Nikolaevna**, candidate of pedagogical sciences, associate professor of department of tourism and physical culture of

FSKAT of the Krasnodar state institute of culture and arts (33, im. 40-letiya Pobedy St., Krasnodar), e-mail: elena.kgik@mail.ru

## **BUSINESS PLANNING IN TOURISM**

This article discusses the concept and objectives of business planning. The structure of the creation of business plans defined, as well as the specific features of the development of business planning in the tourism industry identified.

**Key words:** tourism, business plan, business planning.

Бизнес-план – это директивный плановый документ, в котором ставится стратегическая задача по созданию либо расширению предприятия, а также его модернизации на качественно новой основе, включая технологические, управленческие, информационные изменения [1]. В процессе бизнес-планирования постоянно необходимо дорабатывать и корректировать бизнес-план.

Бизнес-план должен соответствовать двум основным целям: для инвестора должен отвечать на вопрос о том, стоит ли ему вкладывать свои средства в проект, а для реализаторов проекта должен быть основным источником информации.

Но при этом главная цель разработки бизнес-плана – определить основное направление бизнеса, согласуя при этом все существующие потребности, а также условия приобретения необходимых ресурсов. Бизнес-планирование дает возможность найти или предвидеть проблемные ситуации, предотвратить которые требуется до момента их обострения [2].

В структуре бизнес-плана выделяют следующие разделы: резюме, цель бизнес-плана, анализ выбранной отрасли, оценка возможностей в отрасли, описание товара/услуги, маркетинг-план, производственный план,

финансовый план, анализ рисков, приложения [3]. Рассмотрим более подробно структуру бизнес-плана на примере бизнес-планирования для туристического агентства в г. Краснодаре.

Как и любой другой документ, бизнес-план имеет титульный лист. На нем указывают название бизнес-проекта, название организации, для которой разрабатывался бизнес-план, и данные этой организации (место нахождения, контакты), а также дата создания документа. Некоторые компании упоминают на титульном листе о политике конфиденциальности, информируя о том, что информация бизнес-плана не должна разглашаться третьим лицам.

Первый раздел бизнес-плана – «Резюме». Данный раздел содержит краткую информацию о документе. Главной задачей резюме является привлечение внимания возможных инвесторов. От того, насколько грамотно составлен этот раздел, зависит успех всего бизнес-планирования. Резюме должно содержать такую информацию, как цели и задачи бизнес-проекта, его описание, ресурсы, которые потребуются для реализации идеи, а также возможные способы ее реализации, шансы на успех и т.д. В среднем, объем резюме не должен превышать 2 страницы. Например, в резюме мы можем отразить цель бизнес-плана: открытие туристического агентства в г. Краснодаре. Задача: формирование товарного ассортимента турагентства для людей со средним уровнем дохода. Помимо этого, в резюме бизнес-плана для турагентства можно отразить инициатора проекта, к примеру, это человек, ранее работавший менеджером турфирмы и решивший открыть свой бизнес в отрасли туризма. Также в данном разделе необходимо указать, какие услуги будет оказывать агентство. Это могут быть туры внутренней направленности (в Крым, Алтай, Центральную Россию и т.д.) и туры международные (в Египет, Таиланд, Грецию, Италию и пр.).

Следующий раздел – «Постановка цели бизнес-плана». Здесь должна быть отражена четкая цель проекта и выделены преимущества, которые получают потребители от реализуемой предприятием продукции. Можно

выделить также уникальность или новизну товара/услуги. В данном разделе рекомендуется уделять внимание авторским правам, что дает некую защищенность от появления новых конкурентов. Здесь цель открытия турагентства расписывается более подробно, чем в резюме. Например, можно сказать, что целью является открытие туристского агентства, расположенного в Краснодаре, которое будет заниматься въездным и выездным туризмом, а также организацией и проведением экскурсий и экскурсионных маршрутов по Краснодарскому краю. К преимуществам проекта можно отнести такие показатели, как широкий спектр услуг и предложений, уникальность турпродукта, ежегодные новинки, гарантии, акции или бонусные программы и т.д.

Раздел «Анализ выбранной отрасли и жизнеспособности проекта в ней» должен содержать информацию о том, какая ситуация обстоит в выбранном сегменте рынка. Также необходимо провести анализ функционирования организации в отрасли или дальнейшего развития организации. При этом наибольший акцент надо сделать на внешние, а не на внутренние факторы. Для бизнес-проекта турагентства необходимо провести анализ состояния современного туристского рынка. Здесь стоит отразить такие аспекты, как стремительный рост объемов туристского рынка, который наблюдается с 2010 года по настоящее время, и, следовательно, рост прибыли туристских предприятий. Не следует забывать о высокой конкуренции на туррынке, важно описать способы конкурентной борьбы создаваемого туристского предприятия.

Далее идет раздел, посвященный описанию товаров или услуг предприятия. Большое внимание уделяется самым значимым характеристикам продукта, которые позволяют ему конкурировать на рынке. Обязательно должно быть указано: название товара/услуги, сфера применения, наиболее важные характеристики, оценка уровня конкурентоспособности, сертификаты качества (если имеются), наличие патента (авторских прав), экологичность, гарантии и сервисное

обслуживание. К примеру, наше туристическое агентство может в данном разделе описать свой ассортимент, создав различную классификацию. Классифицировать можно по длительности путешествия: экскурсии и экскурсионные маршруты, однодневные туры, туры выходного дня, многодневные туры и пр.

Затем составляется такой раздел, как «Маркетинг-план», где необходимо рассмотреть способы воздействия на спрос, то есть рекламную кампанию, возможность модификации или улучшения качества продукции. При этом существует рекомендуемая структура для составления данного раздела. Он должен содержать анализ конкурентов на рынке, уровень конкурентоспособности, возможности сбыта продукции, варианты привлечения внимания покупателей. В маркетинговом разделе бизнес-плана для турагентства необходимо расписать примерные методы продвижения агентства на рынок, а также способы распространения услуг, предлагаемых организацией. Подробно можно указать планируемые мероприятия, например, такие как создание сайта туристического агентства, который позволит клиентам легко найти интересующий их тур по ключевым показателям; помимо этого необходимо разработать вывеску или баннер, который будет находиться на фасаде здания, где расположен офис. Также обязательным пунктом рекламной кампании является печать визиток, на которых указывается контактная информация турагентства. Не стоит забывать и о продвижении туристских продуктов через сеть Интернет.

В разделе, посвященном «Составлению производственного плана», делается акцент на рабочих процессах. Например, эта часть бизнес-плана может включать в себя информацию о производственном помещении, об используемом оборудовании, о персонале. Помимо этого может содержаться информация о способах увеличения либо сокращения объемов производства. Инициатору бизнес-проекта по созданию туристского агентства необходимо продумать, из скольких работников будет состоять штат турагентства, а также высчитать заработную плату для сотрудников. Многие туристские

организации привязывают заработную плату сотрудников к уровню продаж, так как это может стимулировать работников к увеличению объема продаж. Также в данном разделе указывается график работы агентства и выходные дни.

В «Финансовом плане» находят отражение такие аспекты, как план доходов и расходов при реализации проекта, план сроков реализации, в котором должен быть расписан первый год наиболее подробно, движение активов и денежных средств и прочее. Как правило, финансовый план туристического агентства составляется на несколько лет вперед, и используются такие показатели, как ежегодная инфляция, НДС, социальные отчисления и налоги. Указывается способ финансирования проекта. Предположим, что наше туристическое агентство получит свое финансирование с помощью кредитного займа. Инициатор проекта должен указать конкретную сумму займа. Также турагентству необходимо наиболее точно рассчитать показатели окупаемости проекта.

В разделе «Рассмотрение и анализ возможных рисков» предусматривается возможность устранить трудности и проблемы, возникшие в ходе реализации проекта. При этом ряд специалистов рекомендует в данном разделе составить SWOT-анализ. Данный раздел бизнес-плана туристического агентства может содержать и возможные непредвиденные ситуации. К таким ситуациям можно отнести резкое снижение уровня доходов населения, что в итоге повлияет на состояние всего туррынка и на деятельность нашего турагентства. При этом агентству будет необходимо быстро переориентироваться на более состоятельный сегмент потребителей туристских услуг. Еще одной непредвиденной ситуацией, которая может произойти на рынке, станет резкое повышение цен на туристические услуги, что приведет к подорожанию стоимости туров.

Последний раздел – «Приложения». Он может содержать различную информацию, в том числе копии лицензий или договоров, прайс-листы поставщиков и т.д.

Бизнес-планирование давно уже применяется в туристской индустрии. Не секрет, что туристская деятельность стала достаточно успешным бизнесом при правильной разработке маршрута экскурсий, подборе кадров и ценовой политики [4]. При этом в туристской индустрии не обойтись без бизнес-планирования, так как оно дает возможность в полной мере представить самые приемлемые варианты развития объектов туристской индустрии.

Цели создания бизнес-плана могут расходиться как в зависимости от видов туристской деятельности, так и от специализации туристской организации на рынке.

Создание бизнес-планирования в туризме схоже с созданием бизнес-плана в других сферах экономики, что проявляется в возможности решать вопросы управленческого характера. Сам бизнес-план в туристской сфере требуется для того, чтобы устранить внутренние проблемы (наладить внутренние процессы) организации с помощью привлечения внешних партнеров, к которым относят кредитные организации, инвестиционные фонды [5].

Учитывая все основные особенности бизнес-планирования в туристской индустрии, можно сказать, что бизнес-план в туризме необходим для того, чтобы кредиторы или инвесторы убедились не только в надежности, но и прибыльности бизнеса, в который они будут вкладывать свои финансовые средства. При этом важно учитывать, что успешность бизнес-планирования будет зависеть от профессиональных навыков составителей бизнес-плана. Так, для разработки бизнес-плана рекомендуется нанимать высококвалифицированных специалистов в области туризма и экономики. А для каждого направления при разработке проекта необходимо подбирать соответствующих экспертов, которые будут отвечать за свое направление.

От уровня возможности привлечения туристов в определенный регион зависит экономический потенциал территории, т.к. развитие туристской сферы значительно влияет на другие сферы экономики, например, сельское хозяйство, пищевая промышленность и пр. Данную особенность туристских

регионов следует учитывать во время разработки бизнес-планов, а также при составлении экономического и социального прогнозов развития региона. Также можно сказать, что планы выступают в качестве бизнес-планирования всего территориального комплекса туристской индустрии.

### **Список используемой литературы:**

1. Планирование на предприятии: учебник / Савкина Р.В. Москва, 2018. 320 с.
2. Бизнес-планирование: учеб. пособие / В.А. Богомолова, Н.М. Белоусова, О.В. Кублашвили, Р.Ю. Ролдугина. М., 2014. 250 с.
3. Бизнес-планирование: методические рекомендации, примеры реализации теоретических положений, практические задания: учебное пособие / Пидоймо Л.П. Воронеж, 2015. 192 с.
4. *Е.Н. Егорова, Е.А. Сагандакова.* Всероссийский и зарубежный опыт развития экскурсионного туризма // Вестник Краснодарского государственного института культуры № 1(14). 2018.
5. *Котлячкова Н.В., Кугушева А.Н.* Особенности бизнес-планирования в туристической индустрии // *Фундаментальные исследования.* 2015. № 12–2. С. 380–384.