

**А.В. Севко**, 2 курс

Научный руководитель – **И.М. Зборина**, к.э.н., доцент

**Полесский государственный университет**

Современное туристическое предприятие – это сложный, многоуровневый механизм, успешная работа которого напрямую зависит от того, как организованы его структура, внутренние и внешние информационные и финансовые потоки, и именно поэтому планирование его деятельности следует уделять значительное внимание.

Планирование туристической деятельности, как и любой другой, осуществляется посредством разработки бизнес-плана. Бизнес-план заставляет проанализировать каждый аспект деятельности и помогает оценить возможности роста, прибыли, риски и пр.

Специфика характера деятельности индустрии туризма определяет особенности бизнес-планирования туристической организации. Поэтому, для достижения успеха туристическому предприятию при составлении бизнес-плана необходимо учитывать следующие особенности.

В первую очередь, особенность сферы туризма заключается в том, что результатом деятельности туристической организации является комплекс услуг. Туристические услуги обладают рядом специфических черт. Основными из которых являются:

- неосязаемость;
- неотделимость от источника и объекта услуги (неразрывность производства и потребления);
- изменчивость (непостоянство качества);
- неспособность к хранению [1, 2].

В связи с этим планировать туристическую деятельность довольно непросто.

Второй особенностью, которую нужно учитывать, является то, что формирование туристического продукта складывается из услуг множества организаций из различных областей деятельности. Каждая организация осуществляет свою деятельность в соответствии с разной законодательной базой и на основе различных уставов. Что также создаёт некоторые сложности в планировании деятельности в сфере туризма. При этом, туристической организации необходимо тесно сотрудничать с многочисленными правительственными инстанциями, с работниками паспортных,

визовых служб, иностранных организаций и консульств, различных страховых и медицинских учреждений.

Следующая особенность заключается в том, что сфера туризма подвержена влиянию внешних факторов на качество туристических услуг. Индустрия туризма наибольшим образом зависит от погоды, в первую очередь от ее аномальных проявлений.

Смена предпочтений туриста также является немаловажным фактором, влияющим на планирование деятельности организации. Анализ туристического интереса является важной частью бизнес-планирования организации. Без его учета невозможно обосновать вероятный спрос на туристские услуги. В стратегических планах развития объектов туризма должны содержаться предложения по формированию и поддержанию к ним туристского интереса. Однако сложность здесь состоит в том, что туристский интерес обуславливается множеством разнородных и, порой трудно измеримых количественно, факторов. Это же можно сказать и о конкретных формах проявления туристского интереса, выражающих туристскую привлекательность объектов или территорий.

Изменчивым фактором является мода на какие-то определенные туры или страны. Существенные перемены в этой части могут серьезно осложнить положение туристической фирмы, у которой, например, заключены долгосрочные контракты с туроператорами, работающими в конкретной области. Кроме того, при ориентировании туристической фирмы на выездной туризм могут возникнуть осложнения политического характера, если, вдруг, принимающая страна окажется в сложном положении, например, начнутся беспорядки, перевороты, военные действия или стихийные бедствия. Это крайне негативно воспринимается потенциальными клиентами, и фирме придется срочно отменять уже заказанные туры, налаживать связи в новом регионе или даже возвращать уже уехавших туристов. Все это сказывается на имидже туристической фирмы, ее клиентской базе, а в конечном итоге, на доходности и окупаемости [3,4].

Также на деятельность туристической организации может влиять недоверие населения, основанное на невозможности получения личных выгод и боязни негативного воздействия на экологию, появление новых техник и технологий, экономическое состояние, политика, проводимая правительством принимаемой страны, социальная сфера, системы международных отношений и многое другое. Всё это необходимо учитывать при составлении бизнес-плана.

Ещё одной особенностью состоит в том, что туризм обладает сезонным характером. Данное обстоятельство должно учитываться при планировании деятельности организации. При этом, необходимо исследовать возможности смены главного профиля деятельности фирмы в «несезонный» период, во время затишья и спада потока клиентов. Кроме того, в межсезонье необходимы дополнительные меры стимулирования спроса: низкие цены, различные дополнительные услуги и т.д. [5].

И последняя особенность, которую хотелось бы выделить, это то, что туризм не является предметом первой необходимости человека. Туристические услуги, скорее, относятся к приобретениям, которые осуществляются при наличии некоторого избыточного дохода, поэтому спрос на услуги туристической фирмы напрямую зависит от уровня жизни населения и его платежеспособности.

Ярким примером влияния внешних факторов на планирование туристической деятельности является пандемия COVID-19. Закрытие государственных границ, отмена большинства регулярных и чартерных пассажирских авиаперевозок, приостановка работы туристических предприятий и других объектов туристической инфраструктуры привели к полномасштабному кризису международного туризма. Из-за пандемии туристические организации вынуждены были переориентироваться на внутренний рынок, что приводит к ужесточению конкуренции в условиях снижения потребительского спроса.

Пандемия коронавируса обусловила коренной пересмотр санитарно-гигиенических стандартов и стандартов безопасности туристов и экскурсантов, изменению технологий обслуживания в туризме и гостеприимстве с учетом новых реалий туристического обслуживания.

Таким образом, учёт вышесказанных факторов при бизнес-планировании позволит откорректировать бизнес-план на начальном этапе и не допустить неудач при реализации запланированных мероприятий в сфере туризма.

### **Список использованных источников**

1. Практикум по бизнес-планированию в туризме / Е.А. Сергеева. – Электрон. дан. – Симферополь : ИТ «АРИАЛ», 2021-134 с.
2. Актуальные вопросы экономики, организации и управления в строительстве. Материалы Национальной научно-практической конференции (15 декабря 2017 г.) [Текст]: сборник трудов /Нижегор. гос. архитектур. – строит. ун - т; редкол. Д. В. Хавин, С. В. Горбунов, Т.В. Богачева – Н.Новгород: ННГАСУ, 2017-159 с.
3. Бизнес-планирование : учеб. пособие / К.Н. Вицелярова, Ю.Н. Захарова, М.Н. Попов. – Майкоп: Изд-во Магарин О.Г., 2018. – 132 с.
4. Туристско-рекреационное проектирование: учебное пособие для вузов/ Е.А. Джанджугазова. - 3-е изд., испр. и доп.- Москва: Издательство Юрайт, 2020. – 257 с.
5. Учебник для студентов Бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки «Туризм»/ Под обьей редакцией к.э.н., доцента Т.В.Харитоновой; д.э.н., профессора А.В.Шарковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство-торговая корпорация “Дашков и К”,2019. – 310 с.