

ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЯ В СФЕРЕ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

С.А. Ковалевский, к.и.н., доцент

Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачёва
650000, г. Кемерово, ул. Весенняя, 28
г. Кемерово

Отличительной чертой предпринимательства в России в настоящее время является постепенный, но уверенный переход от нецивилизованных форм бизнеса (высокие ставки реинвестирования, задержки платежей, правовое непослушание и т. п.) к современным международным формам с использованием методов и средств бизнес-планирования.

По мнению В. А. Боровковой, современные представления о функциях управления связаны с выделением трех групп функций: первичные или базовые, связующие и интегрирующие (оперативные) функции [2, с. 120].

Выполнение базовых функций составляет основу процесса управления для любого руководителя, независимо от занимаемой должности и специфики деятельности. К ним относятся: планирование, организация, мотивация и контроль.

По определению В. И. Бовыкина, планирование – это определение целей деятельности и развития организации, тактики и стратегии их достижения, индивидуальных действий каждого участника процесса управления. Планирование должно быть непрерывным, для того, чтобы обеспечить поступательное развитие организации и постоянную корректировку намеченных планов в силу их вероятностных характеристик [1, с. 259].

В зависимости от длительности планового периода различают следующие виды планов:

- текущее или оперативное планирование;
- среднесрочное планирование;
- перспективное планирование.

Среди стратегического планирования важное место занимает бизнес-планирование.

По мнению автора Н. А. Васильевой, бизнес-план – это постоянный документ; он систематически обновляется, в него вносятся изменения, связанные как с переменами, происходящими внутри фирмы, так и на рынке, где действует фирма [3, с. 45]. Л. И. Ерохина считает, что бизнес-план по содержанию является полным и точным описанием предприятия, начиная от продукта и заканчивая процессами управления, а также финансовыми потребностями [4, с. 90].

По определению В. М. Попова, бизнес-план – программа осуществления бизнес-операции, действий фирмы, содержащая сведения о фирме, товаре, его производстве, рынках сбыта, маркетинге, организации операций, и их эффективности [5, с. 143].

В зависимости от целей можно выделить три вида бизнес-планов:

- бизнес-план форма;
- бизнес-план сущность;
- бизнес-план понимание.

Бизнес-план форма призван осуществить представление бизнеса для инвесторов, акционеров или руководства. Он составляется в соответствии с требованиями партнеров или участников бизнеса.

Бизнес-план сущность необходим при отражении процессов, происходящих на предприятии, и прогнозировании последствий вводимых изменений. Он отражает содержание бизнес-процесса с целью выявления всех особенностей, возможностей и угроз и помогает принимать решение.

Бизнес-план понимание составляется для анализа и изучения новой идеи, предполагающей развитие и изменение предприятия. Он направлен на понимание как уже происходящих, так и планируемых процессов, и наиболее полное представление результатов новых идей.

Каждый предприниматель, начиная свою деятельность, должен ясно представлять потребность на перспективу в финансовых, материальных, трудовых и интеллектуальных ресурсах, источники их получения, а также уметь четко рассчитать эффективность использования ресурсов в процессе работы фирмы.

Тщательно составленный бизнес-план не только поможет проложить курс фирмы, но и послужит руководством по обеспечению деятельности (такую задачу решит бизнес-план сущность).

Потенциальные инвесторы (те, кто предоставляют капитал) практически ежедневно получают множество запросов по финансированию рискованных проектов, а поэтому необходимо предоставить им информацию о фирме и ее продукции профессионально, в соответствии с определенным планом (бизнес-план форма).

Согласно мнению В. М. Попова, определение цели бизнес-плана – второй важный шаг после определения сферы деятельности будущего предприятия или проекта. Цель – это положение вещей, реальное или воображаемое, к которому будет стремиться разработчик бизнес-плана, предприятие или проект. На данном этапе не следует значительное внимание уделять реалистичности поставленных целей, так как именно составление бизнес-плана и должно ответить на этот вопрос. Важно следующее: цель должна быть однозначной, может быть разбита на подцели, и она должна соответствовать намерениям предпринимателя [7, с. 5].

Содержание бизнес-плана и степень его детализации зависят от размеров создаваемого предприятия и сферы, к которой оно относится, – к сфере услуг или производственной сфере, и если предприятие

производственное, – от того, какой товар будет выпускаться, – товар для потребления или товар для производителя. Содержание бизнес-плана будет зависеть также от рынка сбыта, наличия конкурентов и перспектив роста создаваемого предприятия.

Важнейшей составной частью бизнес-плана является ресурсное обеспечение проекта. Этот раздел должен содержать сведения о видах и объемах ресурсов, необходимых для проведения в жизнь предпринимательского проекта, источниках и способах получения ресурсов:

- материальные ресурсы (материалы, полуфабрикаты, сырье, энергия, здания, помещения, оборудование, аппаратура, средства транспорта и связи);
- трудовые ресурсы (работники всех категорий);
- финансовые ресурсы (текущие денежные средства, капиталовложения, кредиты, валюта, ценные бумаги);
- информационные ресурсы (статистическая, научно-техническая и др. информация).

Множество разнообразных бизнес-проектов может быть классифицировано по различным основаниям:

- тип проекта – технический, организационный, экономический, социальный, смешанный;
- класс проекта – по составу и структуре проекта и его предметной области;
- масштаб проекта – по размерам самого проекта, количеству участников и степени влияния на окружающий мир;
- длительность проекта – по продолжительности периода осуществления проекта;
- сложность проекта – например, по степени финансовой, технической или другой сложности;
- вид проекта – по характеру предметной области проекта.

По предложенным основаниям можно выделить основные разновидности бизнес-планов:

- тип проекта – технический, организационный, экономический, социальный, смешанный;
- класс проекта – моно –, мульти –, мегапроект.

Как следует из названия каждого из трех классов проектов:

- монопроект – это отдельный проект различного типа, вида и масштаба;
- мультипроект – это комплексный проект, состоящий из ряда монопроектов и требующий применения многопроектного управления;
- мегапроект – целевые программы развития регионов, отраслей и других образований, включающие в свой состав ряд моно и мультипроектов.

Масштабы проекта могут быть мелкими, средними, крупными и очень крупными. Это деление проектов очень условное. Масштабы проектов можно рассматривать в более конкретной форме – межгосударственные, международные, национальные, межрегиональные и региональные,

межотраслевые и отраслевые, корпоративные, ведомственные, проекты одного предприятия.

При составлении бизнес-плана даются ответы на вопросы:

- Так ли уж хороша идея?
- На кого рассчитан новый продукт, услуга?
- Найдёт ли этот продукт, услуга своего покупателя?
- С кем придется конкурировать?

Ключевые моменты бизнес-планирования – это оценка инициаторами проекта; возможности, необходимости и объема выпуска продукции (услуг), потенциальных потребителей, конкурентоспособности продукта на внутреннем и внешнем рынках, показателей различных видов эффективности (коммерческой, региональной, бюджетной), достаточности капитала у инициатора бизнес-идеи и возможных источников финансирования.

В сфере туристских услуг бизнес-планирование целесообразно проводить: 1) при открытии нового туристского предприятия; 2) разрабатывая проект нового туристского объекта. Так, например, при разработке бизнес-плана нового туристского предприятия на территории Кемеровской области целесообразно: 1) провести всесторонний анализ современного состояния данной отрасли в регионе и конкурентной среды; 2) выявить сильные и слабые стороны основных конкурентов; 3) на основании проведенного анализа предложить свои конкурентные преимущества; 4) разработать организационный, маркетинговый и финансовый планы.

Из перечисленного выше можно сделать вывод, что бизнес-план это:

- изложение системы доказательств, убеждающих инвестора в выгоды проекта;
- определение степени жизнеспособности и будущей устойчивости предприятия;
- конкретизация перспективы бизнеса в виде системы количественных и качественных показателей развития;
- развитие перспективного (стратегического) взгляда на компанию и ее рабочую среду путем получения ценного опыта планирования.

Список литературы:

1. Бовыкин, В. И. Новый менеджмент: управление предприятием на уровне высших стандартов: теория и практика эффективного управления. – Москва : ИНФРА-М, 2002. – 378 с.
2. Боровкова, Р. Я. Основы управления организацией: учебник. – Санкт-Петербург: НЕВА, 2006. – 340 с.
3. Васильева, Н. А. Экономика предприятия: конспект лекций. – Санкт-Петербург : Юрайт, 2010. – 192 с.
4. Ерохина, Л. И. Экономика предприятия в сфере товарного обращения. – Москва : КноРус, 2009. – 304 с.

5. Финансовый бизнес-план: учебное пособие / под редакцией В.М. Попова. – Москва: Финансы и Статистика, 2002. – 480 с.