

Планирование в сфере туризма

Лекция

Содержание

- Сущность и основные принципы планирования.
- Классификация планирования.
- Способы и методы планирования.
- Система плановых показателей.
- Структура плана

Сущность планирования

- ***Философия предприятия*** отражает способ его функционирования во взаимодействии с клиентами, акционерами, государством и обществом и выражена главной целью его существования.
- ***Стратегия предприятия*** — это выбор правил и приемов, с помощью которых достигаются основополагающие цели, утверждение курса действий и определение ресурсов, необходимых для достижения этих целей

Стратегия предприятия

- приоритеты и направления развития предприятия;
- потребность в капитале и ресурсах;
- рынок и его сегменты;
- эффективность отдачи.



Принципы планирования:

- непрерывности;
- научности;
- оптимальности;
- экономичности;
- ведущих звеньев и приоритетности их реализации;
- взаимной увязки и координации.

Основные задачи планирования

- увеличении объема продаж и доли на рынке за счет высококонкурентного туристского продукта, услуг;
- обеспечении финансовой устойчивости туристского предприятия и более высокой, чем у конкурентов, рентабельности капитала.

Классификация планирования

◆ *по времени*

- долгосрочное (на срок от 5 и более лет);
- среднесрочное (на срок от 1 года до 5 лет);
- краткосрочное (до 1 года);

◆ *по объекту*

- план предприятия;
- структурного подразделения;
- конкретного исполнителя;

◆ *по степени охвата*

- частное (отдельные сферы деятельности);
- общее (деятельность всего предприятия);

◆ *по видам*

- стратегическое (поиск новых возможностей);
- тактическое (создание определенных предпосылок);
- оперативное (реализация возможностей);

◆ *по предмету планирования*

- целевое (определение целей);
- планирование средств (материальные, трудовые, финансовые, информационные ресурсы);
- программное (программы производства и реализации);
- планирование действий (специальные продажи, многоуровневый маркетинг).

Способы планирования

- сверху вниз. Руководитель определяет цели и задачи, контрольные цифры (по прибыли);
- снизу вверх — обратный процесс;
- встречное планирование — симбиоз первого и второго — наиболее эффективный способ.

Методы планирования'

- балансовый;
- нормативный;
- программно-целевой.

Система показателей

◆ *количественные показатели* (абсолютные величины):

- объем продаж;
- численность персонала;
- фонд оплаты труда;
- сумма прибыли;
- затраты;
- количество туристов, экскурсантов, ночевок и др.;

◆ *качественные показатели* (относительные) выражают экономическую эффективность производства, его отдельных факторов:

- производительность труда;
- фондоотдача;
- качество продукта, услуги и др.

Этапы планирования

- определение локальных и глобальных целей предприятия;
- анализ внутренней и внешней среды предприятия;
- поиск альтернатив:
- составление прогноза и оценка наилучшей альтернативы;
- принятие решения, постановка плановых заданий;
- собственно разработка плана.

Структура плана:

- **производственная программа.** Под ней понимается научно обоснованное плановое задание по объему, номенклатуре, ассортименту и качеству туристского продукта, разработанное на основе заключенных контрактов и договоров. Основой разработки производственной программы являются:
 - результаты маркетинговых исследований;
 - портфель заказов;
 - наличие производственных мощностей и ресурсов;

Структура плана:

- план по издержкам;
- план по труду и кадрам;
- план инвестиций;
- план социального развития трудового коллектива;
- финансовый план