

СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ТУРОПЕРАТОРА

к. екон. н., доцент Кожухівська Р. Б.

Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини

За сучасних ринкових умов, підприємства туристичного бізнесу змушені змінювати систему та специфіку планування своєї діяльності. Роль планування не втрачає своєї актуальності і постійно зростає. Планування діяльності туристичних підприємств надає їм можливість погоджувати свої ресурси для формування туристського продукту з можливостями його збуту. В цьому аспекті гостро постає проблема споживчого попиту. Головним завданням туристичних підприємств і їх менеджерів, є знання поточного і перспективного попиту потенційних споживачів.

Планування виробничої діяльності туристичного підприємства є одним з основних завдань. Такі завдання передбачають створення індивідуальних програм спрямованих на малу, середню і велику перспективи обсягу виробництв туристичних послуг. Також такі плани мають передбачати результати реалізації самого туристичного продукту.

Виробнича програма туроператора – це документ, в якому чітко передбачені завдання на створення або комплектацію туристичного продукту певної кількості, асортименту, якості та номенклатури у встановлені терміни за замовленнями потенційних клієнтів, а також для вільної реалізації на основі ринкового попиту.

Початковим етапом обґрунтування виробничої програми туристичного підприємства виступатиме ухвалений план реалізації, який буде спрямовано на можливий варіант реалізації продукту, з урахуванням попиту або обсягу продажів, необхідних для отримання цільового

прибутку з урахуванням забезпечення обсягу реалізації туристичного продукту. Незалежно від того, який план реалізації обрано, планування створення туристичного продукту в кінцевому результаті неможливе без визначення потреби у ресурсному забезпеченні.

Виробнича програма підприємств туристичного бізнесу складається з:

- плану надання туристичних послуг і комплектування туристичного продукту за асортиментом і номенклатурою;
- плану ресурсного забезпечення виробничої програми підприємств;
- плану кооперування туроператора з постачальниками туристичних ресурсів і послуг;
- завдань з підвищення якості наданих послуг і самого продукту.

Плани комплектування туристичного продукту по відношенню до прогнозованих обсягів його реалізації буде реальним тільки за умов повного ресурсного забезпечення та наявності всіх необхідних виробничих потужностей турагентів і туроператорів. У зв'язку з цим, в планах комплектування туристичних продуктів необхідно встановлювати чіткі за термінами завдання щодо закупівлі конкретних видів туристичних послуг, які надалі будуть необхідними для створення планових обсягів туристичного продукту, а також при цьому визначаються обсяги робіт у взаємозв'язку з потребами в інших необхідних ресурсах .

Планування випуску турпродукту або розробка турів охоплюватиме програмування та прогнозування, які ґрунтуються на можливостях його реалізації, детальних розрахунках потреби в туристичних ресурсах, і подальшого пошуку ефективних джерел ресурсного забезпечення.

Туроператор при формуванні туристичного пакету повинен орієнтуватися на послуги підприємств транспортування, розміщення, харчування, лікування, оздоровлення, екскурсій, розваг і спорту, а також на послуги зв'язку, торгівлі тощо. Туроператори всі ці ресурси закупають. Але при розробках виробничих програм необхідно

враховувати і ресурси самого туристичного підприємства – грошові кошти, основні та оборотні фонди, нематеріальні активи, трудові ресурси.

Усі ресурси туристичних підприємств діляться на відчутні (матеріальні) і невідчутні – торгівельна марка, досвід роботи, імідж, престиж, кваліфікація персоналу, ноу-хау, компетенція, мистецтво управління тощо.

При розробці виробничої програми витрати ресурсів розраховуються на з урахуванням встановлених техніко-економічних нормативів на певну кількість туристів або на одного туриста. У процесі обґрунтування виробничої програми туристичного підприємства при використанні ресурсних нормативів слід враховувати особливості його діяльності, специфіку надаваних їм туристичних послуг, змін кон'юнктури, спрямованість туристичних потоків, і які в кінцевому результаті будуть безпосередньо стосуватися даного туристичного підприємства. Такі особливості слід враховувати при плануванні, корегуючи встановлені нормативи, при цьому, з огляду на коефіцієнти інтенсивності туристичного потоку, середньої вартості туристичного продукту, підвищення якості ресурсного забезпечення та обслуговування потенційних клієнтів. Але, як свідчить практика, застосування такого методу в туристичному бізнесі поки обмежується відсутністю норм і нормативів, які обґрунтовані з боку наукових досліджень. Нормативи, які існують на сьогоднішній день, можуть стосуватися лише окремих видів наданих туристичних послуг.

За умов ринкової економіки, вихідними передумовами розробки виробничої програми туристичного підприємства будуть втілені в плани реалізації туристичного продукту, а також результати маркетингових досліджень туристичного попиту. Такі результати зможуть сформувати весь банк потенційних клієнтів як базу для створення виробничої програми туристичного підприємства.

Розробка програми діяльності турпідприємства починається з формування банку потенційних клієнтів, які формуються у результаті вивчення ринкового попиту. Така програма починається з комплектування туристичного продукту у вартісних і натуральних показниках, а закінчується формуванням структури туристичного продукту цільового призначення, який визначається кількісним виділенням з номенклатури, якості та асортименту з кожного різновиду туристичного напрямку (в'їзного, виїзного, внутрішнього).

Отже, обґрунтована виробнича програма діяльності туроператора виступатиме основою економічного управління усіма показниками туристичного підприємства та фундаментом для організації та створення конкретних і загальних стратегічних рішень.