

РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ В ЕФЕКТИВНОМУ ФУНКЦІОНУВАННІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ

Сергій КАЛІНІЧЕНКО¹, Тетяна КОЛЕСНИК², Вадим ГРОХОЛЬСЬКИЙ³, Андрій ГРІБНИК⁴

¹ Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0003-3958-4763>

² Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-9167-4072>

³ Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-4731-6489>

⁴ Державний біотехнологічний університет

<https://orcid.org/0000-0002-0266-3006>

Основним напрямом стратегічного розвитку туристичних підприємств є орієнтація на планування діяльності з урахуванням змін, що відбуваються на ринку туристичних послуг та в соціально-економічному середовищі в цілому. Саме таке планування надає змогу туристичним підприємствам поєднати загальну стратегію розвитку з наявністю реальних і потенційних можливостей для її реалізації, ураховуючи загрози, які можуть виникнути на ринку. Для розробки та здійснення стратегії велике значення має аналіз ринкових чинників, які через свою постійну й високу мінливість можуть безпосередньо вплинути на успіх або крах підприємства. Потрібно переглянути наукові та практичні підходи до планування в умовах ринкової економіки. Не можна відкидати планування як ідеологічний підхід минулого та ототожнювати планування з насадженням нашої державі, під виглядом планування, неефективного шляху розвитку. Моделі прогнозування розвитку туристичного ринку дозволяють визначити нову структуру туристичного ринку залежно від еластичності реакції туристів та ієрархії їхніх потреб в контексті кон'юнктурних чинників. Реалізація таких моделей може забезпечити розвиток туристичної сфери через встановлення й підтримання рівноваги між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, створення сприятливих умов для формування якісного туристичного продукту.

В сучасних умовах господарювання всі учасники ринкових відносин самостійно здійснюють планування своєї діяльності на основі ринкового попиту, раціонального використання наявних ресурсів, прагнення отримати максимальну величину прибутку. При цьому в практичній діяльності підприємство використовує різні види планів. В умовах скрутного матеріального становища планування є важливим чинником економії ресурсів та дає змогу ефективно використовувати інвестиційні надходження. Більшість націлених на успіх менеджерів присвячують себе концепції внутрішньофірмового планування. Вони намагаються зробити все можливе, плануючи життєвий шлях підприємства

Ключові слова: планування, туризм, стратегічне планування, управління

DOI: 10.31891/mdes/2022-3-4

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Планування- це діяльність, пов'язана з постановкою цілей (завдань) та дій у майбутньому. Це найважливіша управлінська функція, яка покликана забезпечити успіх підприємства та обов'язкове досягнення його цілей.

Загальні тенденції посилення ролі туризму як із найважливіших сфер економіки, неухильне зростання соціально-економічної значимості туризму вимагають підвищеної уваги до питань планування діяльності туристичних підприємств. Як для багатьох держав, так і для деяких регіонів доходи від туризму є одним із найважливіших джерел поповнення бюджету та зайнятості населення. У зв'язку з високим мультиплікативним ефектом галузі зростання обсягів виробництва в туристичній галузі призводить до багаторазового зростання в інших галузях економіки. Необхідно переглянути існуючі підходи до управління туристичними компаніями, посилити позитивні сторони їхньої діяльності, розробити нові підходи до стратегії розвитку туристичних компаній, що дозволяють підвищити їхню економічну та соціальну ефективність.

У умовах дослідження у сфері вдосконалення системи планування у туристичних компаніях набувають особливого значення практично, що визначає актуальність обраної теми дослідження.

АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПУБЛІКАЦІЙ

Теорія стратегічного планування та управління посідає важливе місце в сучасній науковій думці. Питання, пов'язані з визначенням та формуванням стратегії розвитку туристичної галузі (регіонів) та окремих суб'єктів туристичної діяльності, знайшли відображення в працях вітчизняних та зарубіжних авторів, серед яких: Н. Алексеева, М. Борушак, Д. Басюк, Л. Баумгартен, С. Білоус, Г. Горіна, В. Квартальнов, Н. Корж, М. Мальська, М. Моїсеева, Л. Погребняк, О. Савіцька, Н. Савіцька, Т. Ткаченко, О. Шершньова та ін [1-13].

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Формулювання цілей статті провести аналіз важливості планування для ефективної роботи туристичного підприємства

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Планування діяльності туристичного підприємства- це безперервний систематичний інформаційно-обробний процес якісного, кількісного та тимчасового визначення майбутніх цілей, засобів та методів формування, розвитку та управління підприємством.

Важливість планування для підприємства у будь-якій сфері діяльності дуже велика: за допомогою детальних планів, що ґрунтуються на реальних фактах господарської діяльності підприємства, аналізу діяльності за попередні роки, керівництво підприємства може ефективно управляти господарською діяльністю підприємства та впливати на результати фінансового року. Планування на підприємстві дозволяє повною мірою враховувати вплив змін навколишнього середовища, розробляти програми протидії негативним факторам та програми використання сприятливих для підприємства можливостей, а також програми альтернативних стратегій у разі виникнення чи недоступності певних ризиків. Все це робиться для мінімізації негативних факторів та максимального використання сприятливих обставин.

Тому можна сказати, що планування на підприємстві сьогодні не втратило своєї значущості. В умовах активної конкуренції та складних умов ефективного управління підприємством можливе лише за рахунок використання бізнес-планів, що базуються на системі планування на підприємстві. Плани спрямовують роботу всіх відділів та підрозділів підприємства на спільну цілеспрямовану роботу з досягнення поставленої перед підприємством мети.

Планування для туристичного підприємства також дозволяє, з урахуванням діяльності конкурентів, розробляти ефективні методи протидії з досягнення нових конкурентних переваг. При правильному використанні сучасних та актуальних методів планування, будь-яке підприємство може зміцнити свої позиції на ринку.

Об'єктами планованих рішень є:

- цілі та завдання функціонування туристичного підприємства;
- шляхи та засоби досягнення поставлених цілей;
- ресурси, необхідні вирішення задач;
- організація та контроль виконання плану.

Планування дозволяє вирішувати такі управлінські завдання:

- своєчасне оновлення та вдосконалення продукції, розширення переліку послуг та підвищення їх якості відповідно до ринкової кон'юнктури;
- розширювати ринки та розвивати нові сегменти;
- більш раціональне використання ресурсів підприємства;
- оцінити свій бізнес неупереджено, щоб виявити слабкі місця;
- передбачати перспективи розвитку Компанії, забезпечити її фінансову стабільність та конкурентоспроможність, уникнути ризиків банкрутства.
- Планування сприймається як вихідна база, основа формування економічної стратегії підприємства.

Необхідним інструментом планування є прогнозування, метод можливого планування, в якому прогнозування майбутнього засноване на накопиченому досвіді та поточних припущеннях про майбутнє.

Туризм, як і будь-яка форма економічного розвитку, вимагає ретельного управління для успішного досягнення цілей, що лежать в основі його розвитку, яке неможливе без певного набору інструментів. Під інструментами у разі розуміється сукупність засобів і методів, сприяють здійсненню функцій управління, серед яких особлива роль належить планування.

Планування туризму з боку держави на рівні країни та її регіонів є основою управління туризмом. Проблеми планування необхідно приділяти велике значення, оскільки розвиток туризму перебуває у прямої залежності від тих конкретних зусиль, які робляться органами влади збільшення потенціалу прийому туристів.

Можливо класифікувати інструменти управління регіональним туризмом за сферами їх застосування.

1. У правовій сфері: удосконалення нормативно-правової основи туризму; розвиток методології ліцензування, стандартизації, сертифікації у сфері туризму; митне регулювання;

встановлення правил в'їзду, виїзду та перебування на території регіонів з урахуванням інтересів розвитку туризму; боротьба зі злочинністю та корупцією.

2. В економічній сфері: податкове регулювання; цільове бюджетне фінансування програм розвитку; створення сприятливих умов інвестицій у туризм; збільшення інвестицій у людський капітал.

3. У соціальній сфері: вирішення проблем адресного соціального туризму.

4. У науково-освітній сфері: розвиток наукових досліджень у сфері туризму; створення інформаційно-аналітичної бази; забезпечення професійними кадрами для туристської діяльності.

5. У сфері організації туризму: формування іміджу регіонів світовому ринку туризму; сприяння у просуванні турпродукту на внутрішній та світовий ринки; сприяння участі у міжнародних туристських програмах; створення умов багатоцільового використання туристичної інфраструктури; координація діяльності та інвестицій державного та приватного секторів у галузі розвитку туризму.

Інструментами управління під час реалізації функції планування є програми, плани, прогнози, стратегії. Будь-яка програма, що має на меті створення стратегії розвитку галузі народного господарства, має спиратися на два основні принципи:

по-перше, облік найважливіших цілей та потреб, які суспільство хотіло б досягти або задовольнити своєю господарською діяльністю в даній галузі;

по-друге, облік ключових факторів, дія яких є істотною для функціонування та розвитку галузі.

При розробці програми розвитку того чи іншого сектора ці цілі та фактори мають бути ув'язані в єдиний комплекс, внутрішня логіка якого характеризується повнотою, несуперечливістю, відображає об'єктивну реальність поточного стану та доступний для управління потенціал розвитку даного сектора регіональної економіки.

Перевага місцевого законодавства бачиться в оперативності та обліку регіональної специфіки, що об'єктивно не може забезпечити жодного федерального закону. Основні недоліки полягають у роздробленості правового простору, нестачі місцевих ресурсів для реалізації великих проектів, інколи ж – низькому правовому рівні опрацювання документів. І хоч би як ретельно ці проекти були продумані і втілені, без єдиної федеральної програми, що у єдину концепцію просування кожного регіону та країни загалом, ці спроби не принесуть очікуваного результату.

У зв'язку з цим програма розвитку туризму на рівні регіону має спиратися на Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» [4] як методологічну основу для створення регіональних програм розвитку туризму.

Цілі та завдання, які суспільство ставить перед сферою туризму, сформульовані у цій програмі з достатньою повнотою. Як зазначається у вступі до Програми, Єдиний шлях розв'язання системних проблем у сфері туризму та курортів - це стратегічно орієнтована державна політика, основним завданням якої є визначення туризму одним з основних пріоритетів держави, впровадження економіко-правових механізмів успішного ведення туристичного бізнесу, інвестиційних механізмів розвитку туристичної інфраструктури, інформаційно-маркетингових заходів з формування туристичного іміджу України.

Умовами сталого розвитку сфери туризму та курортів є:

- ✓ забезпечення координуючої ролі держави у реалізації національної туристичної політики із застосуванням принципів державно-приватного партнерства, організації наукових досліджень, розвитку людського потенціалу;
- ✓ концентрація ресурсів держави на пріоритетних завданнях розвитку сфери туризму та курортів;
- ✓ створення загальнодержавної інформаційної системи у сфері туризму та курортів та її інтеграція до світової інформаційної туристичної мережі;
- ✓ удосконалення законодавства з питань регулювання суспільних відносин у сфері туризму та курортів;
- ✓ сприяння розвитку міжрегіонального та міжнародного співробітництва у сфері туризму та курортів;
- ✓ удосконалення на постійній основі бізнес-клімату та розвиток добросовісної конкуренції;
- ✓ запровадження інституту саморегульованих організацій у сфері туризму та курортів (створення національної туристичної організації);

- ✓ розроблення національних стандартів відповідно до міжнародних стандартів;
- ✓ популяризація нашої держави у світі та просування якісних національних туристичних продуктів у світовому інформаційному просторі;
- ✓ розвиток туристичних територій.

Подолання негативних тенденцій, створення сприятливих умов для розвитку сфери туризму та курортів повинні стати пріоритетними напрямками прискорення економічного та соціального зростання країни.

Нова стратегія розвитку туризму передбачає стимулювання процесу його децентралізації шляхом створення нових зон та баз відпочинку у різних куточках регіону. Значні пільги в орендній платі за землю повинні надаватися державою тим підприємцям, які вкладають кошти в індустрію туризму. Пільгове оподаткування мають отримати ті бізнесмени, які займаються розвитком інфраструктури доріг, електрифікацією нових районів регіону.

Програма розвитку туризму у тому чи іншому регіоні передбачає попереднє вивчення його існуючого стану та визначення потенційних туристських ресурсів, які можуть стати метою подорожі: природні ресурси, історичні комплекси, пам'ятки архітектури, етнографічні ресурси та ін.

Необхідність визначення та вибору туристських регіонів пов'язана з проведенням трудомістких та ресурсомістких досліджень, розробкою та застосуванням спеціальних методик для створення інформаційної бази туристських ресурсів та їх оцінки. Потрібна тісне взаємопов'язання туристських програм з програмами розвитку транспорту, культури, науки, освіти, охорони навколишнього середовища та розвитку регіонів країни.

У регіональній програмі слід розглянути основні напрями, у яких виявляють себе чинники, що суттєво впливають на туризм як на міжгалузевий комплекс народного господарства:

- облік туристських ресурсів, потреб щодо їх використання та можливостей реалізації цих потреб;
- Планування раціонального застосування ресурсів для задоволення потреб щодо їх використання;
- Управління ходом виконання планів на всіх рівнях;
- Проектування розвитку туризму шляхом створення раціональної управлінської інфраструктури.

У регіонах країни вже з'явилися програми розвитку туризму, які багато в чому відповідають сучасним вимогам, проте питання про підходи до планування поки що не стало актуальним.

Нижче аналізуються деякі зарубіжні підходи планування туризму (табл. 1).

Таблиця 1

Зарубіжні підходи планування туризму

Підхід	Основа	Період виникнення	Характеристика підходу
1. Фізичний	Інфраструктура	60-ті р XX ст	Аналіз туристських ресурсів та обладнання. Складання програм будівництва та землеустрою. Оцінка їхньої окупності
2. Стандартизований	Стандарти	Початок 70-х р XX ст.	Оцінка стандартів одиниць користування. Інвентаризація ресурсного потенціалу регіону Зіставлення наявного попиту та ємності території. Складання програми розвитку регіону
3. Економіко-політичний	Соціально-економічна політика	Середина 70-х р XX ст.	Більш детальна оцінка туристичної послуги. Огляд ресурсів та відповідної інфраструктури. Порівняння потреб та ресурсів для визначення потенціалу розвитку та обмежень. Визначення альтернатив програми. Вибір варіанта
4. Моделюючий	Моделювання систем	80-ті р XX ст.	Використання моделей для виявлення тенденцій попиту, аналізу можливих проблем у використанні ресурсів перевірки наслідків прийнятої політики планування

Описані вище підходи мають свої особливості, переваги та недоліки, проте загальним для всіх є те, що в результаті їх використання буде вироблено програму розвитку туризму.

Сьогодні планування туризму вже не можна розглядати як проблему, обмежену рамками однієї галузі, оскільки доведено, що туризм є міжгалузевим комплексом. Назріла необхідність забезпечити взаємодію різних підходів та інтегративний характер самого розвитку.

При плануванні розвитку туризму на регіональному рівні доцільно використати всю сукупність підходів, напрацьованих світовою та вітчизняною практикою, адекватній ситуації синтез яких є обов'язковою умовою інтегративного планування.

Аналіз підходів, що застосовувалися до планування туризму, дозволив сформулювати комплексний підхід, що включає п'ять стадій.

1. Стадія огляду та аналізу.

Направлена на аналіз існуючих та потенційних туристичних ресурсів із виділенням основних місць туристичного інтересу, результатом якого є інвентаризація ресурсного потенціалу регіону. Визначається місце регіону на вітчизняному та міжнародному ринках. Виділяються потенційні туристичні потоки з наступним зіставленням із існуючими та потенційними ресурсами.

2. Стадія визначення туристської стратегії та вибору пріоритетних потоків.

Визначаються цілі та пріоритети розвитку туризму в регіоні. Проводиться оцінка варіантів розвитку туризму з їхньої соціально-економічної ефективності (SWOT-аналіз, аналіз «витрати-вигоди» тощо). Здійснюється аналіз основних туристських потоків на даній території та територіальних уподобань туристів, потім кожен туристський продукт порівнюється за привабливістю та ціною з продуктами-конкурентами, внаслідок чого визначаються пріоритетні туристські потоки, яким приділяється особлива увага.

3. Стадія вдосконалення управлінських структур та законодавства.

Переведення результатів аналізу в площину практичних дій здійснюється на даній стадії через модифікацію законодавчої бази (розробка та затвердження регіональних законодавчих актів про туризм та суміжні сфери) та зміни організаційної структури органів управління туризмом у регіоні для оптимальної відповідності наміченим цілям та стратегії.

4. Стадія фізичного планування та реалізації.

Виробляються програми будівництва необхідних споруд та обладнання та детальні плани землеустрою з вибором розташування нових об'єктів інфраструктури та визначаються основні види потенційного використання територій. Паралельно розробляється стратегія здійснення детального планування, виходячи з обраної стратегії розвитку туризму.

5. Стадія аналізу впливів та наслідків.

Здійснюється оцінка можливих соціально-економічних наслідків розвитку туризму у регіоні на основі проведеного аналізу туристських потоків та продуктів, а також оцінка впливу розвитку туризму на ситуацію у регіоні (за допомогою оцінки мультиплікаторів).

Цей комплексний підхід може бути покладено в основу розробки методичних рекомендацій щодо складання програми розвитку туризму в регіоні

ВИСНОВКИ З ДАНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК У ДАНОМУ НАПРЯМІ

Висновки побудова системи планування для підприємства, що відповідає сучасним вимогам - це складний процес. А знання теорії планування сьогодні в умовах нестабільного навколишнього середовища недостатньо, значно важливішим є вміння застосувати отримані теоретичні відомості на практиці з урахуванням чинних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, що визначають умови функціонування та розвитку підприємства. Планування передбачає розгляд розвитку, аналіз реальної ситуації та постановку реальних завдань на майбутнє, а якість планування багато в чому залежатиме від того, якими принципами керується менеджер туристської організації.

ЛІТЕРАТУРИ:

1. Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богатьорова Л.М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник. Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/semenov.htm.

2. Савіцька О.П., Савіцька Н.В. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти. URL: file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/VNULPP_2013_754_12.pdf.

3. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с. URL: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf>

4. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.
5. Алексеева Н.Ф., Сакун Л.М. Региональні аспекти стратегії розвитку туристичної індустрії. Економіка. Управління. Інновації. 2012. № 2 (8). URL: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm.
6. Баумгартен Л.В. Стратегический менеджмент в туризме: учеб. пособие для вузов. Москва: Издательский центр «Академия», 2007. 352 с.
7. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: монографія. Львів: ІРД НАН України, 2006. 288 с.
8. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. Москва: Финансы и статистика, 1999. 496 с.
9. Лисенко В.Ю., Пічкур Н.В. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014-2018 рр. (проект). Запоріжжя, 2013 р. 93 с.
10. Мілашовська О. Регіональна політика соціально-економічного розвитку прикордонних регіонів: монографія. Ужгород: Карпати, 2008. 512 с.
11. Моисеева М.К. Стратегическое управление туристской фирмой. Москва: Финансы и статистика, 2007. 230 с.
12. Савицька О.П., Савицька Н.В., Погребняк Л.В. Екотуризм як важлива складова стратегії сталого розвитку України. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 15. С. 122-128.
13. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Бойко М.Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу: монографія / за заг. ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.

REFERENCES:

1. Semenov V.F., Herasymenko V.H., Horban H.P., Bohadorova L.M. (2011) Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu [Management of regional tourism development] navch. posibnyk, Odesa, Odeskyi derzhavnyi ekonomichnyi universytet, Ukraine.
2. Savitska O.P., Savitska N.V. Stratehiia rozvytku turystychnoi industrii v Ukraini: rehionalni aspekty [Strategy for the development of the tourism industry in Ukraine: regional aspects], available at: file:///C:/Documents%20and%20Settings/User/%D0%9C%D0%BE%D0%B8%20%D0%B4%D0%BE%D0%BA%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%8B/Downloads/VNULPP_2013_754_12.pdf.
3. Korzh N.V., Basiuk D.I. (2017) Upravlinnia turystychnymy destynatsiiamy [Management of tourist destinations], Vinnytsia, "PP"TD Edelweis i K", available at: <http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/t/04.pdf>
4. On approval of the Tourism Development and Resorts Strategy for the period up to 2026, available at: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>
5. Aleksieieva N.F., Sakun L.M. (2012) "Regional aspects of the tourism industry development strategy", Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii, available at: http://tourlib.net/statti_ukr/alekseeva.htm.
6. Baumhartent L.V. (2007) Stratehicheskyi menedzhment v turyzme [Strategic management in tourism], ucheb. posobyie dlia vuzov, Moskva, Yzdatelskyi tsentr "Akademyia".
7. Borushchak M. (2006) Problemy formuvannia stratehii rozvytku turystychnykh rehioniv [Problems of development strategy of tourist regions]: monohrafiia, Lviv, IRD NAN Ukrainy.
8. Kvartal'nov V.A. (1999) Stratehicheskij menedzhment v turizme [Strategic Tourism Management], Moskva, Finansy i statistika.
9. Lysenko V.Yu., Pichkur N.V. (2013) Stratehiia rozvytku turyzmu u misti Zaporizhzhia na 2014-2018 rr. (proekt) [Strategy for tourism development in the city of Zaporizhzhia for 2014-2018 (project)], Zaporizhzhia, Ukrainy.
10. Milashovska O. (2008) Rehionalna polityka sotsialno-ekonomichnoho rozvytku prykordonnykh rehioniv: monohrafiia [Regional policy of social and economic development of the border regions], Uzhhorod, Karpaty, Ukrainy.
11. Moiseeva M.K. (2007) Stratehicheskoe upravlenie turistsoj firmoj [Strategic management of a travel company.], Moskva, Finansy i statistika.
12. Savitska O.P., Savitska N.V., Pohrebniak L.V. (2017) "Ecotourism as an important component of the strategy of sustainable development of Ukraine", Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky, no. 15, pp. 122-128.
13. Tkachenko T.I., Melnychenko S.V., Boiko M.H. (2008) "Methodical principles of construction of the Tourism Development Strategy in small towns of Rivne region", Universytetski naukovy zapysky, no. 3 (II), pp. 271-272.

THE ROLE OF PLANNING IN THE EFFECTIVE FUNCTIONING OF TOURIST ENTERPRISES

SERGIY KALINICHENKO, TETIANA KOLIESNIK,
VADYM GROKHOLSKYI, ANDREY GRIBINYK

State Biotechnological University

The main direction of strategic development of tourism enterprises is to focus on planning activities taking into account changes in the market of tourism services and in the socio-economic environment in general. It is this planning that allows tourism enterprises to combine the overall development strategy with the availability of real and potential opportunities for its implementation, taking into account the threats that may arise in the market. To develop and implement a strategy, it is important to analyze market factors, which due to their constant and high variability can directly affect the success or failure of the enterprise. Scientific and practical approaches to planning in a market economy need to be reviewed. We cannot reject planning as an ideological approach of the past and equate planning with planting our state, under the guise of planning, an inefficient path of development. Models for forecasting the development of the tourism market allow us to determine the new structure of the tourism market depending on the elasticity of the reaction of tourists and the hierarchy of their needs in the context of market factors. The implementation of such models can ensure the development of the tourism sector by establishing and maintaining a balance between the preservation of natural and historical and cultural resources, creating favorable conditions for the formation of a quality tourism product.

In modern economic conditions, all participants in market relations independently plan their activities on the basis of market demand, rational use of available resources, the desire to obtain the maximum amount of profit. At the same time in practice the company uses different types of plans. In a difficult financial situation, planning is an important factor in saving resources and allows you to effectively use investment income. Most success-oriented managers are committed to the concept of in-house planning. They try to do everything possible to plan the life of the enterprise

Key words: *planning, tourism, strategic planning, management*