



“Първи стъпки в бизнес планирането – идентифициране на наличните природни и културни ресурси като възможности за развитие на собствен бизнес”

Interregional Tourism through Cultures (ITC)

Обучение „Възможности за създаване на собствен бизнес чрез използване на наличните природни и културни ресурси на територията“

22-26 септември 2017год.

Оценка на потенциала за развитие на туризма в региона

Главна цел - обединяване на усилията на заинтересованите страни и субекти и на регионалната туристическа политика за развитие на устойчив туризъм, базиран на културно-историческото наследство, местните условия и възможностите на трансграничното сътрудничество. Ефективното развитие на туристическата дестинация изисква приложение на:

- Съответни подходи и методи за изследване на текущото и потенциално състояние на нейните ресурси;
- Оптималното им управление е призвано да подпомага устойчивото развитие на територията и
- Цели повишаване конкурентоспособността на нейния продукт;

Основен обект на изследването

- Туристическите ресурси, като основен обект на изследването, се ограничават предимно до **културно-историческите и природни обекти и ресурси**;
- Оценката на останалите видове - материални, трудови, финансови, капиталови и част от антропогенните не се включват в конкретния обект и предмет на изследването;
- Интегрално участие при формиране на атрактивността на туристическата дестинация и участват съвместно в процеса на формиране и потребление на регионалния туристически продукт;

Потенциал на културно-историческите и природни туристически ресурси (1)

Оценява се по *следните критерии*:

- *капацитет (потенциал, способност) за развитие* (КР) – съобразен с факторите и условията за развитие на ресурсите;
- *степен на въздействие/влияние* – оценява се нивото на атрактивност/привлекателност;
- *степен на изменение* (в резултат от туризма) – оценка на полезността/стойността/значението на туристическата атракция;

Избраните критерии за оценката следва да се прилагат не само за научни цели, но е необходимо да отчитат и позицията (гледната точка) на конкретната туристическа атракция и възможностите за практическо използване на резултатите от изследването. Горните критерии следва да се съвместяват и с очакваните тенденции и динамика в поведението на туристите, а именно:

- *нарастващо търсене* от страна на туристите към качеството, автентичността и разнообразието/асортимента на туристическите услуги;

Потенциал на културно-историческите и природни туристически ресурси (2)

- *нарастващи изисквания на туристите* към качеството на техническата инфраструктура на страната, туристическото място и материалната база на туризма, предлагането на специфични услуги, интересите и потребностите на населението/хората;
- *насочване на предпочитанията* на туристите в страната към дестинации и места, които предлагат *сигурност, безопасност* и от друга страна към специализирани форми на туризъм – културен, еко- и селски, приключенски и др.;
- *нарастване дела на децата и младежите*, особено на студентите, в културно-познавателния туризъм, пътуванията за опознаване на други страни, общности и хора;
- *увеличаване ролята* на информационно-комуникационните системи в хотелите и туристическия бизнес във връзка с търсенето, планирането и провеждането на туристическите пътувания;
- *увеличаване дела на възрастното население* в туризма/участието на хората от „третата възраст“ в туристическите пътувания.

“Диференциална туристическа рента”

- Последната отразява *разликата в потребителната стойност и стойността на продукта, получена вследствие различни равнища на качеството на ресурсите (туристическа рента от първи вид) или отдалеченост от основни пазари на търсенето (туристическа рента от втори вид).*
- Ако даден ресурс в район “А” е с по-добри екологични характеристики в сравнение с този на район “Б”, то район “А” може да предложи (при равни други условия) продукт с по-висока цена от този на район “Б”. Същото е валидно и ако двата района са на различно разстояние от Германия като основен емитивен пазар, или от основни емитивни центрове в страната (столицата София, например).

Изграждане на туристическа инфраструктура

Основни изисквания:

- *съответствие между поеман капацитет на ресурса и капацитет (брой леглата) на базата за настаняване в прилежащата на ресурса територия;*
- *съобразяване на строителни конструкции и други характеристики на сгради и съоръжения с вида на ресурса и особеностите на базирането на него вид туризъм (планински, морски, селски, градски и пр.);*
- *комплексност и интегриране на туристическата инфраструктура с природните и антропогенни ресурси (при ски-туризма, например пистите са свързани с хотелите с лифтови и други комуникации);*
- *устойчивост или възможност за дългосрочно използване на съответния вид ресурс.*

Как се подготвя един добър Бизнес план?

Организирайте процеса

- Привлечете в процеса на планиране ръководители на основните звена в предприятието и сформирайте екип отговорен за изготвянето на бизнес плана;
- Очертайте точно обхвата и обема на вашия бизнес план;
- Определете предварително срок, в който планът да бъде завършен;
- Разпределете отговорностите на всеки участник в екипа натоварен с планирането;
- Изгответе ако е необходимо заедно с участниците в екипа индивидуални работни планове свързани с целия процес на изготвяне на бизнес план;
- Организирайте и ръководете работните съвещания на екипа ангажиран с изготвянето на бизнес плана.

Как се подготвя един добър Бизнес план?

Оценете външните фактори

- Направете оценка на състоянието на външната икономическа среда на компанията от гледна точка възможности и ограничения. Има някои отделни външни фактори чието влияние е важно да се прецени:
- Общите тенденции в развитието на икономиката на страната;
- Конкурентната среда в която работи компанията ви;
- Вашите доставчици и клиенти от гледна точка на възможностите им за влияние върху резултатите на вашето предприятие.

Как се подготвя един добър Бизнес план?

Оценете вътрешните фактори

- Направете оценка на състоянието на вътрешната работна среда във фирмата от гледна точка на силните страни и слабите страни в работата на вашето предприятие:
- Социокултурна среда, управленски екип, лидерство;
- Ясно дефинирана стратегия , дългосрочни, средносрочни и краткосрочни цели;
- Състояние на основните дейности в предприятието (финанси, маркетинг, производство, продажби, персонал).

Как се подготвя един добър Бизнес план?

Определете нова стратегия и цели

- Дефинирайте бъдещата стратегия, дългосрочни и средносрочни цели и ги обосновайте на базата на преценка на бизнес средата.

Изгответе ясни планове

- Организирайте превръщането на стратегията и дългосрочните цели в специфични планове и програми и се погрижете за съответните им ресурсно обезпечаване (финанси, техника, човешки ресурси).

Изгответе бюджети

- Организирайте изготвянето на конкретни планове и бюджети поне за основните функции или звена – маркетинг, производство, продажби, финанси и управленски екип (със съответните необходими промени в организационната структура на компанията).

Как се подготвя един добър Бизнес план?

Намерете капиталът

Намирането на първоначално финансиране за нов бизнес проект не е лесна задача, особено във времената на финансова криза. В последните години водещите финансови институции значително са редуцирали програмите си за отпускане на заеми и стартиране на рискови инвестиции. Това обаче не означава, че източниците на финансиране съвсем са пресъхнали. Може да търсите средства по различни европейски програми, бизнес ангели и дори локални кредитни институции. Добрият бизнес модел и идеята ви могат значително да допринесат да намерите бързо финансиране.

- **БЛАГОДАРЯ ЗА
ВНИМАНИЕТО!**