

# ЗМІСТ

## ВСТУП

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ I ..... 8

Тема 1. Основні поняття, принципи створення туристичного підприємства ..... 8

1.1. Характеристика термінів «підприємство», «підприємець». Їх особливості, законодавча та нормативна бази ..... 8

1.2. Мале підприємство – більш оптимальна форма організації туристичного підприємства ..... 24

1.3. Функції туроператора і турагента, їх договірні взаємовідносини ..... 28

1.4. Структура та функції відділів, посадові обов'язки. Основний перелік посад і професій ..... 33

1.5. Характеристика принципів побудови зв'язків під час створення туристичного підприємства ..... 37

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ II ..... 43

Тема 2. Обґрунтування і вибір підприємницької діяльності туристичного підприємства ..... 43

2.1. Характеристика підприємницької діяльності туристичного підприємства ..... 43

2.2. Вибір господарської і ринкової ніші ..... 45

2.3. Визначення видів діяльності, можливостей їх перспективи розвитку ..... 47

2.4. Підприємницька ідея. Способи організації бізнесу ..... 50

2.5. Об'єктивна необхідність планування туристичної діяльності ..... 52

2.6. Багатоваріантність розрахунків і розкриття кон'юнктури ринку ..... 56

2.7. Визначення місця туристичного продукту на ринку (срс) ..... 57

2.8. Вибір і формування мети. Варіанти визначення цілей ..... 61

2.9. Завдання туристичного підприємства щодо етапів розвитку та здійснення ідей бізнесу ..... 62

2.10. Вибір місцезнаходження підприємства (срс) ..... 65

2.11. Виробнича база туристичного підприємства ..... 67

### ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ III ..... 71

Тема 3. Економічні питання діяльності туристичного підприємства ..... 71

3.1. Послідовність, основні елементи створення туристичного підприємства (срс) ..... 71

3.2. Ліцензування і сертифікація (срс) ..... 72

3.3. Зміст планової, цінової і фінансової політики підприємства ..... 75

3.4. Види планів у діяльності туристичних підприємств ..... 77

3.5. Оптимізація доходів, прибутку та витрат туристичного підприємства ..... 79

3.6. Роль і вплив інформаційних технологій на оптимізацію ціни туристичного продукту (срс).....	80
3.7. Собівартість як базовий елемент під час формування туристичного продукту (срс).....	94
3.8. Туристична діяльність і оподаткування. Загальні принципи і види податків.....	101
3.9. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності, її особливості й актуальність застосування.....	108
3.10. Особливості податкового та бухгалтерського обліку туристичної діяльності. Звітність і відповідальність.....	109
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ IV</b> .....	<b>116</b>
Тема 4. Бізнес-план – необхідна умова оптимального управління туристичним бізнесом.....	116
4.1. Бізнес-план – сутність, логіка, структура, зміст.....	116
4.2. Підходи та методи розробки бізнес-плану. Основні етапи підготовки, технологія розробки.....	122
4.3. Формування інформаційної бази, необхідної для розробки бізнес-плану, визначення базового та прогнозного періодів.....	125
4.4. Обґрунтування показників і даних для складання бізнес-плану, бюджетний метод вибору показників.....	127
4.5. Цілі, роль і завдання розділу «дослідження ринку».....	129
4.6. Обґрунтування необхідності розділу “план маркетингу”, послідовність його формування.....	130
4.7. Бізнес – планування ціни з метою беззбиткової діяльності.....	133
4.8. Характеристика ринку та конкурентного середовища.....	135
4.9. Контролінг і комунікативна політика в бізнес-плануванні.....	136
4.10. Вибір шляхів мінімізації ризиків, їх оцінка при формуванні бізнес-плану.....	138
<b>ЗМІСТОВНИЙ МОДУЛЬ V</b> .....	<b>145</b>
Тема 5. Виробничий, організаційний і фінансовий план в структурі бізнес-плану.....	145
5.1. Виробничий план.....	145
5.2. Організаційний план.....	150
5.3. Фінансовий план.....	156
<b>СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ</b> .....	<b>169</b>

## ВСТУП

У сучасних економічних умовах туризм сформувався як самостійний реальний сектор економіки України. Туристичний бізнес та туристичне підприємництво мають власне поле виробничої діяльності, надання послуг, суб'єктів туристичної підприємницької діяльності, виробників і споживачів цих послуг, нормативно-правове та законодавче обґрунтування підприємницької ініціативи у сфері малого туристичного бізнесу.

Економічну ефективність туризму для України вже визначено та підтверджено багатогірним досвідом. У туризмі спостерігається достатньо швидкий обіг коштів, а показник доходів від нього, як зазначає світова практика, не залежить від рівня економічного розвитку країни. Саме завдяки туризму багато країн зробили міцний ривок у розвиток і реформування економіки. Сучасна індустрія туризму є однією з найбільш продуктивних і динамічних галузей світового господарства. Частка туризму складає близько 12 % світового ВВП.

Відповідно до рекомендації Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО – від англ. UNWTO – United Nations World Tourism Organization) – головної міжнародної організації в сфері туризму і подорожей, дійсним членом якої є й Україна – туризм не обмежується місцями відпочинку, а охоплює світовий ринок подорожей у межах мобільності населення у цілому. За матеріалами Гаагської конференції туризм визначається як діяльність, що має важливе значення у житті народів через безпосередній вплив на соціальну, культурну, освітню та економічну сфери розвитку держав і їх міжнародні відносини.

Розглядаючи проблеми організації світового туризму та підкреслюючи його роль у процесі глобалізації, можна зазначити, що для внеску туризму в розвиток економіки країни, необхідно розширити погляд на конкурентоспроможність сфери його призначення на глобальному рівні. Мета цих дій – привернути попит, що ґрунтується не лише на існуючих природних чи культурних ресурсах, на полісах туризму, завдяки належному розташуванню, повному якісному управлінні та ефективності процесів сервісу, постачання.

За останні роки в Україні зроблено значні кроки для розвитку туризму. Туризм в Україні – один із пріоритетних напрямів у структурі економіки з надання послуг. Так, на підставі даних Держкомстату України можна стверджувати, що діяльність туристичних підприємств у сфері надання послуг з організації подорожувальників у цілому по Україні характеризується стабільним середньорічним показником частки послуг з організації подорожувальників у загальному обсязі реалізованих послуг за 2006-2009 рр. До того ж за даний період цей показник становив 1,0; 1,03; 1,49; 1,09 % відповідно за роками.

Розвиток туристичної індустрії неможливо прогнозувати без впровадження в практику туристичного обслуговування інноваційних моделей господарювання. Товари та послуги туристичного ринку сьогодні повинні надаватися споживачам із більш повними гарантіями. Найефективніше це вдається суб'єктам туристичного бізнесу, які надають туристичні продукти комплексно.

На туристичному ринку постійно працює певна кількість туристичних підприємств. Так, у 2006 р. туристичні послуги фактично надавали 3 052 ліцензіата, із них: туроператори – 1 246, тур агенти – 1 806, відповідно 41 % та 59 %, тобто туристичну діяльність здійснювали лише 67,7 % ліцензіатів. Протягом 2007р. туристичні послуги фактично надавали 3 833 ліцензіата, із них: тур оператори – 1 281, тур агенти – 552, відповідно 33 % та 67 %, фактично працювало 71,8 % ліцензіатів. За 2008р. туристичні послуги фактично надавали 4 631 ліцензіата, із них: тур оператори – 1 517, тур агенти – 3 114, відповідно 33 % та 67 %. Отже, у 2008р. туристичну діяльність здійснювали 75,8 % ліцензіатів. Протягом 2009 р. туристичні послуги фактично надавали 4 829 ліцензіата, із них: тур оператори – 1 475, тур агенти – 3 354, відповідно 31 % та 69 %, отже працювало 66,0 % ліцензіатів.

Вивчення стадій створення туристичних послуг дає можливість відповідним чином оптимізувати структуру пропонованих на ринок туристичних продуктів. Попит споживачів на певний продукт тісно взаємозалежить з рекламою, якістю та його конкурентоспроможністю. Однак для підвищення відчутного комерційного успіху необхідна сучасна техніка туристичного маркетингу з використанням усіх каналів інформації. Важливим завданням туристичного підприємства, як територіально-просторової туристичної організації у рекреаційній системі, є формування в його складі підсистеми туристичних маршрутів регіону.

Український туристичний бізнес поступово набирає темпів зростання. Щорічно підвищується рівень послуг, що надають туристичні оператори, зростає кількість споживачів, які звертаються до турагентів. Успіх туристичних підприємств на світовому туристичному ринку залежить і від того, як вони зможуть надати своїм відвідувачам належні послуги: ознайомити з історією, природою, культурними цінностями, устроєм життя і т.ін.

Такі зміни в стратегії діяльності туристичного підприємства, його виробничих процесах, структурі й управлінській культурі в одних випадках можуть відбуватися цілеспрямовано, в інших – мають неформальний і адаптивний характер у результаті реакції на поточні події. Інакше кажучи, туристичне підприємство оперативно пристосовується до зовнішнього середовища шляхом модифікації своєї поведінки бізнесу. У цих умовах успіх бізнесу визначається швидкістю і точністю реакції туристичного

підприємства на зовнішні зміни. Ключовим чинником підвищення конкурентоспроможності та подальшого успішного розвитку бізнесу стає ефективне його планування.

Туризм – це специфічна сфера підприємницької діяльності, яка має свої особливості. Нині розвиток туристичної індустрії неможливий без урахування особливих чинників. Кожен підприємець повинен чітко розуміти необхідність перспективи у фінансових, матеріальних, трудових і інтелектуальних ресурсах, джерела їх отримання, а також уміти розрахувати ефективність використання ресурсів у процесі роботи підприємства. Розробка бізнес-плану – це перший крок до успіху в цьому напрямі. Планування в діяльності туристичного підприємства є обов'язковим.

У сучасних умовах підвищуються вимоги до економічних вимірювань і обґрунтувань, ухваленню рішень щодо інноваційних проєктів, що можуть фінансуватися тільки після економічної оцінки кожного з можливих їх варіантів. Необхідно звернути увагу на те, що туристичні підприємства планують свою діяльність у напрямі досягнення локальної мети. Перш за все, такі підприємства реалізують можливості успішно функціонувати на ринках виробництва нових туристичних послуг, що з'являються в результаті впровадження нових туристичних технологій.

Сучасний розвиток економіки України розпочато на конкурентному ринку туристичних послуг. Бурхливе створення нових туристичних підприємств призвело до жорсткої конкуренції на цьому ринку. Туризм характеризується як перспективний і прибутковий вид бізнесу у світі, тому він потребує постійної уваги фахівців та вдосконалення.

Розвиток туристичної індустрії неможливо прогнозувати без впровадження до практики туристичного обслуговування нових організаційно-управлінських моделей господарювання.

Структурно-логічну схему посібника сформовано з п'яти розділів, зміст яких базується на організаційних, аналітичних та управлінських принципах. Кожен розділ є змістовим модулем згідно з навчальною програмою дисципліни «Організація діяльності туристичних підприємств». Перший, другий та третій – це змістові модулі, присвячені теоретичним і практичним засадам створення та функціонування туристичних підприємств, четвертий та п'ятий – методичним та практичним питанням формування бізнес-плану.

Користування посібником допоможе набути знань та навичок стосовно сучасних нормативів створення і функціонування туристичних підприємств, вимог до структури його бізнес-плану, з урахуванням специфічних особливостей, характерних для туристичної галузі.