МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки та планування бізнесу

Допущено до захисту
Завідувач кафедри
_____ Балджи М.Д.
"___" _____ 2017 року

ВИПУСКНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»
за темою:

«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНСТВА»

Виконавець
студент ФЕУП, IV курсу, групи 5
Кулик Віталій Костянтинович _____
/підпис/
Науковий керівник
к.е.н., доцент
Сілічєва Наталія Євгенівна _____
/підпис/

Одеса – 2017

ЗМІСТ

Стор.

ВСТУП ……..…….…….. 3

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНА КОНЦЕПЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ

1.1 Характеристика бізнес – ідеї започаткування власної справи на ринку туристичних послуг……..…… 6

1.2. Організаційно-правові умови створення та функціонування об’єкту туристичного бізнесу ……..…….. 14

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНСТВА

2.1. Аналіз конкурентного середовища на ринку туристичних послуг ……..…….……..… 22

2.2. Формування витрат на відкриття туристичного агенства “Спорт Тревел” ……..……. 38

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБГРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНСТВА

3.1. Прогнозування доходів та прибутків агенства “Спорт Тревел” 43

3.2. Оцінка ефективності проекту……..…… 50

3.3. Шляхи мінімізації ризиків у туристичній діяльності…… 57

ВИСНОВКИ……..……..…. 66

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ …….. 68

ДОДАТКИ……..…….……. 74

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасна індустрія туризму – одна з найприбутковіших та найперспективніших щодо темпів зростання галузей світового господарства. Туризм впливає на економічний розвиток не лише на національному рівні, а й зумовлює зміни в розвитку певного регіону (області) країни, видозмінюючи їх інфраструктуру, споживчий ринок, інші галузі підприємницької діяльності, навіть сьогодні – в умовах світової фінансової кризи. Більше того, сучасний туризм, а, отже, і процес його організації (туристична діяльність) – це один із важливих аспектів нової філософії бізнесу нинішнього інформаційного суспільства.

Потужний туристично-рекреаційний потенціал створює сприятливі умови для розвитку туристичної галузі в м. Одеса та Одеській області.. Проте для цього система управління туристичними підприємствами повинна базуватись не лише на ініціативності та інтуїції керівників, але й на досягненнях сучасної науки в сфері стратегічного управління в умовах невизначеності та ризику, що супроводжують туристичну діяльність.

Конкуренція на ринку туристичних послуг в м. Одеса та Одеській області достатньо висока, проте постійно з’являються нові ринкові ніші (шопінг-тури, медичний туризм тощо). Тому ідея щодо надання послуг туристичного агентства є досить актуальною.

Слід зазначити, що Одеса, особливо при втраті конкуренції з боку Криму, повинна стати повноцінною південною і при цьому морською столицею України. Уже цей факт автоматично підвищує як її статус, так і економічну значимість, тому внаслідок збільшення кількості туристів, туристичним агентствам важливо розширювати напрямки діяльності.

Що стосується спортивного туризму, на сьогоднішній день в Україні це не тільки лише активний відпочинок. За останні десять років туристичні маршрути стали як більш чисельними так і більш різноманітними. Адже в Україні існує велика кількість можливостей для спортивного туризму. В

багатьох регіонах країни можна з великим задоволенням та певною долею ризику звісно, проводити сплави на швидких річках. В карпатських горах знайдуть собі зайняття як скелелази, так і піші туристи. На берегах озер, водосховищ, великих річок, Чорного чи Азовського морів можна отримати задоволення від дайвингу чи човнярського спорту.

Питання розвитку підприємництва розглядають у своїх працях учені-економісти: З.С. Варналій, В.В. Вітлінський, С.Г. Дрига, О.В. Кужель, І.Г. Манцуров. Проблемам розвитку туристичної сфери присвячені дослідження Л.Г. Агафонової, О.О. Любімцевої, В.К. Федорченко. Регіональні проблеми розвитку туризму та рекреації вивчають науковці А.В. Виршицький, П.В. Ґудзь, Г.В. Казачковська, В.Ф. Кифяк, І.М. Мініч.

Мета випускної роботи **-** теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи у сфері туристичних послуг**.**

Завданнями дипломної роботи є:

- розглянути теоретичні питання щодо створення власної справи;
- розглянути організаційно-правові умови створення та функціонування об’єкту туристичного бізнесу;
- провести аналіз туристичного ринку в регіональному та функціональному аспектах;
- провести економічне обґрунтування проекту створення туристичного агентства «Спорт Тревел»;
- визначити спеціалізацію агентства, підібрати тури, сформулювати кадрову та маркетингову політику;
- здійснити розрахунки показників ефективності проекту;
- проаналізувати ризики туристичної діяльності та шляхи їхньої мінімізації.

Предмет дослідження – бізнес – проектування започаткування власної справи у сфері туристичних послуг.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування доцільності створення туристичного агентства, яке спеціалізуватиметься на спортивному туризмі**.**

Методи дослідження:

- діалектичний – для вивчення стану об'єктів в процесі їх життєдіяльності на досліджуваному підприємстві;
- аналіз – для деталізації та розділення об'єкта дослідження на окремі важливі складові елементи;
- синтез – для узагальнення розрізнених аспектів окремих об'єктів дослідження;
- порівняння – для зіставлення даних туристичної галузі у динаміці;
- табличний (графічний) – для наочного відображення результатів дослідження;
- для проведення розрахунків використовувався програмний комплекс Excel.

Інформаційна база дослідження. У якості інформаційної бази дослідження застосовувались матеріали кон'юнктурних досліджень аналітичних компаній щодо ринку туристичних послуг, офіційні статистичні матеріали, законодавчі та нормативні документи, наукова література, періодичні видання та Інтернет - джерела.

ВИСНОВКИ

У випускній роботі проведено економічне обґрунтування проекту створення туристичного агенства.

За результатами проведеного дослідження було отримано такі висновки.

1. Сутність бізнес-ідеї полягає у створенні туристичної агенції, яка буде орієнтуватися на надання послуг з організації поїздок на спортивні заходи. За класифікацією видів економічної діяльності новостворюване підприємство з надання туристичних послуг матиме таке найменування та код: «Клас 79.11 Діяльність туристичних агентств», «Клас 79.12 Діяльність туристичних операторів» та «Клас 79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність». Організаційно-правова форма – фізична особа підприємець, який функціонує на спрощеній системі оподаткування, 2 група.

2. Актуальність обраного напрямку діяльності обґрунтовано тим фактом, що сьогодні спостерігається зростання популярності серед населення спортивного способу життя і для багатьох це стає спосібом життя, який стимулює до досягнення певних цілей, серед яких є і виступи як на регіональних спортивних заходах, так і на заходах національного і міжнародного рівня. Така тенденція у свою чергу підтверджується статистикою щодо формування туристичного потоку та статистикою учасників змагань.

3. Єдиним конкурентом для туристичного агенства, що спеціалізуватиметься на спортивному туризмі є львівська туристична фірма «Спорт Тур». Проте розташування цієї фірми у місті Львові передбачає орієнтацію на споживачів із західних регіонів, тоді як новостворюване туристичне агенство «Спорт Тревел» орієнтуватиметься на споживачів з південних регіонів країни.

4. На першому етапі функціонування туристичного агентства клієнтам пропонуватимуться основні напрями спортивних турів: водний, гірський та пішохідний. Крім того, основним видом діяльності буде організація виїздів спортсменів-аматорів та професіоналів на міжнародні збори та змагання.

5. Враховуючи наявність постійних витрат та відсутність змінних витрат, середньомісячні поточні витрати склали 43,4 тис. грн. на місяць та 521,4 тис. грн. на рік.

Запланований дохід агенства становитиме 197,0 тис.грн. на місяць, при чому левову частку доходу планується отримувати від організації виїзду спортсменів на міжнародні змагання. Прогноз доходів і видатків здійснюється з урахуванням інфляції на рівні 20%. Сукупний чистий грошовий поток за пять років реалізації проекту становить 12429,2 тис. грн.

6. При ставці дисконтування у 25 % індекс прибутковості складе 15%. При цьому внутрішня норма рентабельності складає 351,3%. Чистий приведений дохід за 5 років реалізації проекту становитиме 6044,9 тис. грн. Термін окупності проекту становить 0,3 року, тобто 5 місяців. Все це свідчить про високу ефективність проекту, що пропонується і доцільність його реалізації на практиці.

7. Серед основних ризиків слід виділити ризик щодо контрагентів, які можуть відмовитись від виконання своїх обов’язків, тому слід здійснювати диверсифікацію контрагентів, укладати договори з кількома туроператорами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк К. Напрямки диверсифікації міжнародного ринку туристичних послуг / К. Антонюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2013. – № 5/6. – С. 12-17.
2. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства : навч. посіб. / Р. І. Балашова – К. : Центр учбов. літ., 2012. – 184 с.
3. Білоущенко О. В. Місце і роль туристичного комплексу в структурі регіональної економіки / О. В. Білоущенко // Економіка та держава. – 2014. – № 9. – С. 77-79.
4. Босовська М. В. Концепція інтеграційного розвитку туристичних підприємств / М. В. Босовська // Економіка та держава. – 2015. – № 3. – С. 43-47.
5. Борецька Н.П. Економіка підприємства: навч. посіб. / Н. П. Борецька, Є. В. Кравченко; Донец. ін-т ринку та соц. політики. — Донецьк, 2010. — 271 с.
6. Ветитнев А.М. Маркетинг санаторно-курортных услуг / Ветитнев А.М. - М.: Медицина, 2010. - 224 с.
7. Волков Ю. Ф. Введение в гостиничный и туристический бізнес / Волков Ю. Ф. - М.: Феникс, 2013. - 348 с.
8. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг/ Восколович Н.А.- М.: Теис, 2015. -167 с.
9. Воскресенский В. Ю. Международный туризм : учебное пособие / В. Ю. Воскресенский. – М. : Юнити-Дана, 2016. – 255 с.
10. Гостиничный и туристический бизнес /под ред. проф. Чудновского А.Д. - М.: Ассоциация авторов и издателей ТАНДЕМ, изд. ЭКМОС, 1998. - 352 с.
11. Горбаченко С.А. Аналіз підприємницьких проектів: навчальний посібник / Горбаченко С.А., Карпов В.А.- О: ОНЕУ ротапринт, 2013.- 241с.

12. Гриффитс А. Экономика для бизнеса и менеджмента / Алан Гриффитс, Стюарт Уолл; [пер. с англ. Я.И.Невмержицкого]. — Д.: Баланс Бизнес Букс, 2007. — 916 с.
13. Данилишин Б. М. Сфера та ринок послуг у контексті соціальної модифікації суспільства / Данилишин Б. М., Куценко В. І., Остафійчук Я. В.- Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України. — К. : ЗАТ "Нічлава", 2005. — 328с.
14. Денисенко А. Ризик-контроль формування туристичного продукту / А. Денисенко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2014. – № 4. – С. 67-78.
15. Державна прикордонна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pvu.gov.ua
16. ДержСТ 51185-98 «Туристичні послуги. Засоби розміщення. Загальні вимоги»
17. Дмитриев М.Н. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учебник для студентов вузов / Дмитриев М.Н. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 143с.
18. Должикова Л. Динамика и развитие делового и конгрессного туризма в Украине / Л. Должикова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 8. – С. 67-70.
19. Дячук Ю. О. Проблеми діяльності туристичного підприємства і шляхи їх розв’язання / Ю. О. Дячук // Вісник Київського інституту бізнесу та технологій. – 2014. – № 2. – С. 75-76.
20. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://rada.gov.ua
21. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник / Ильина Е. Н.. – М.: Финансы и статистика, 2015. – 256 с.
22. Карпов В.А. Аналіз ринкової кон’юнктури: навчальний посібник/ Горбаченко С.А., Кучеренко В.Р., Андрейченко А.В., Карпов В..А., Грінченко Р.В. - О: ОНЕУ, 2014.- 345 с.

23. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навч. Посібник / Кифяк В.Ф. – Чернівці: Книги – XXI, 2003. – 300 с.
24. Колотуха О. Спортивний туризм у загальній структурі туризму : підходи до класифікації / О. Колотуха, А. Шипко // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2015. – № 10. – С. 7-14.
25. Концепція розвитку туризму в м. Одесі на 2007 – 2025 роки: Рішення Одеської міської ради від 4 липня 2007 р. № 1395-V [Електронний ресурс] / Режим доступу : http:// www.misto.odessa.ua
26. Красавцева Л. Ю. Щодо ролі держави у розвитку туристичної сфери в Україні / Л. Ю. Красавцева // Економіка та держава. – 2014. – № 8. – С. 135-137.
27. Котелюк Н. Туризм як одна із пріоритетних галузей розвитку депресивних регіонів України / Н. Котелюк // Нова педагогічна думка. – 2012. – № 4. – С. 103-106.
28. Мальська М.П. Туристичний бізнес: теорія та практика. Навч. Пос / Мальська М.П., Худо В.В. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 424 с.
29. Мальська М.П. Планування туристичної діяльності : підручник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Знання, 2010. – 310 с.
30. Міжнародний туризм : навч. посіб. / Т. Б. Божидарнік, Н. В. Божидарнік, Л. В. Савош. – К. : Центр. учбов. літ., 2012. – 312 с.
31. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой: Учебник / Моисеева Н.К. - М.: Финансы и статистика, 2015. – 208с.
32. Офіційний сайт Одеської міської ради . – [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.odessa.ua
33. Офіційний сайт Департаменту культури та туризму Одеської міської ради. – [Електронний ресурс]/ Режим доступу : http://www.kultura.od.ua/
34. Офіційний туристичний сайт Одеської області. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://touregion.odessa.gov.ua/vidi_turizma
35. Офіційний туристичний сайт Одеської області. – [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.odessatourism.org/

36.Панченко Ю. В. Менеджмент внутрішнього і міжнародного туризму : навч. посіб. / Ю. В. Панченко, О. Є. Лугінін, С. В. Фомишин. – Херсон : ОЛДІ-ПЛЮС, 2013. – 324 с.

37.Петриченко П. Розвиток споживчих мереж в індустрії туризму / П. Петриченко. // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 153-160.

38.Проблеми кон'юнктурних досліджень ринків товарів та послуг в Україні/ [В.Р.Кучеренко, А.В.Андрейченко, Л.М. Гейко та ін.; під науковим керівництвом і редакцією д.е.н., професора В.Р.Кучеренка]. – Одеса: Атлант, 2010. – 164с.

39.Романова И. Разработка методики оценки влияния кросс-культурных отличий на поведение потребителей на рынке туристических услуг / И. Романова, Е. Носкова // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 12. – С. 212-221.

40.Саух І. Державне регулювання розвитку туризму: сутність поняття та проблеми визначення / І. Саух // Актуальні проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 59-66.

41.Скопень М. М. Інформаційні системи і технології маркетингу в туризмі : навч. посіб. – К. : Каравела, 2010. – 336 с.

42.Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gue.odessa.gov.ua

43. Стратегія економічного та соціального розвитку міста Одеси до 2022 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.odessa.ua/

44.Уокер Дж. С. Введение в гостеприимство: Учебник/пер. с англ. - М.: ЮНИТИ, 1999. - 463 с.

45. Управління статистики Одеської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.od.ukrstat.gov.ua/

46.Федорченко В.К. Теоретичні та методичні засади підготовки фахівців для сфери туризму : [монографія / за ред. Н. Г. Ничкало]. – К. : Видавничий Дім «Слово», 2004. –472 с.

47. Фролова Е. Направления и механизмы развития туристической привлекательности территории / Е. Фролова // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 297-305.
48. Центр этнографического, зеленого, сельского туризма и семейного отдыха «Фрумушика-Нова». – [Электронный ресурс] / Режим доступа : http://frumushika.com
49. Черниш О.І.Ринок послуг: механізми державного регулювання в трансформаційній економіці / В.В. Дорофієнко (заг.ред.). — Донецьк : ТОВ "РВК"ПРОМО", 2005. — 410с.
50. Чорненька Н. В. Організація туристичної індустрії : навч. посіб / Н. В. Чорненька. – К. : Атіка, 2009. – 392 с.
51. Чумаков К. Этно-экологический туризм в сохранении природного и культурного наследия / К. Чумаков // Новая жизнь. – 2006. – № 5. – С. 15-16.
52. Чучка І. М. Досвід зарубіжних країн у контексті формування державної політики розвитку туризму / І. М. Чучка, В. П. Братюк // Економіка України. – 2014. – № 9. – С. 83-94.
53. Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : підручник / Ф. Ф. Шандор, М. П. Кляп. – К. : Знання. – 334 с.
54. Швец И. Управление конкурентоспособностью объектов туристического рынка/ И. Швец // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – № 5. – С. 250-256.
55. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії: Навч. Посібник / Школа І.М. – Чернівці: Книги – ХХІ, 2015. – 596 с.
56. Янкевич В. С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: российский и международный опыт / Янкевич В. С, Безрукова Н.Л. - М.: Финансы и статистика, 2003. - 416с.
57. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія / О. Г. Янковий. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

58. Ясинський В. В. Бізнес-планування: теорія і практика : навч. посіб. / В.В. Ясинський, О.О. Гайдай. – К.: «Каравела», 2006. – 232 с.