

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Сментина Н.В.

“ _____ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності «Економіка підприємства»

за темою:

«Економічне обґрунтування проекту відкриття туристичної агенції»

Виконавець

студентка ФЕУП

Банєва Вікторія Володимирівна

(підпис)

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Янковий Володимир Олександрович _____

(підпис)

Одеса 2018

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ.....	6
1.1. Обґрунтування бізнес-ідеї створення власної справи в туристичному бізнесі	6
1.2. Нормативно-правові засади створення туристичного підприємства	12
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ.....	25
2.1. Аналіз ринку туристичних послуг України.....	25
2.2. Формування витрат на створення та функціонування туристичної агенції .	36
РОЗДІЛ 3. ОЦІНКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ АГЕНЦІЇ	45
3.1. Планування доходної частини проекту	45
3.2. Оцінка економічної ефективності проекту створення туристичної агенції .	49
3.3. Виявлення можливих ризиків, пов'язаних із функціонуванням агентства ..	54
ВИСНОВКИ.....	58
Список використаних джерел	61
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність дослідження. Сучасні тенденції та умови функціонування світової економіки диктують нові пріоритети та напрями розвитку: провідні галузі промисловості, які у минулому були лідерами стають аутсайдерами і навпаки. Однією з галузей, що вирвалася у лідери за останні роки, є індустрія туризму. Інтенсивний розвиток даної сфери надасть нові робочі місця, додаткові надходження до бюджету, дозволить сформувати позитивний туристичний імідж окремих регіонів та країни в цілому, тому визначення тенденцій розвитку туристичного господарства України є актуальним для сьогодення.

Проблеми дослідження кон'юнктури туристичного ринку були та залишаються предметом наукових досліджень багатьох вчених. Серед українських дослідників найбільш помітними слід назвати роботи О.О. Любіцевої, Т.І. Ткаченко, Л.М. Шульгіної. О.О. Любіцева розробила методичні основи дослідження ринку туристичних послуг, Т.І. Ткаченко розглянула алгоритм розрахунку показників ємності локального (регіонального) ринку і ринку країни, адаптованих до сфери туризму. Л.М. Шульгіна запропонувала визначення деяких кількісних характеристик туристичного ринку та способи їх розрахунку. З російських вчених можна виділити публікації І.С. Барчукова, В.С. Боголюбова і В.П. Орловської.

І.С. Барчуков головну увагу приділив характеристиці конкурентного середовища туристичного ринку, а В.С. Боголюбов і В.П. Орловська розглянули загальні економічні закономірності розвитку ринку туристичних послуг в сучасних умовах господарювання. Питання функціонування туристичного ринку порушують і вчені з Білорусії А.П. Дурович і А.С. Копанев.

Однак, їх робота розглядає галузевий ринок виключно з позицій орієнтованого на споживача концептуального маркетингу, абстрагуючись від проблем кількісного аналізу. Болгарські фахівці С. Ракаджийська і С. Марінов у ґрунтовній монографії «Туристичні ринки» виклали своє бачення основних якісних характеристик туристичного ринку.

Проте, незважаючи на актуальність і значну кількість публікацій із вказаної проблематики, окремі її аспекти залишаються маловивченими. Більшість авторів-дослідників туристичного ринку, незважаючи на різні підходи до його трактування, сходяться на тому, що ринок має свої якісні та кількісні характеристики. До якісних характеристик ринку зазвичай відносять такі його елементи як попит, пропозицію, ціну на конкретні послуги. При цьому, дана сторона туристичного ринку досить ретельно розглянута у працях згаданих нами вчених.

Набагато менше уваги приділяється кількісним характеристикам туристичного ринку й методикам їх визначення. Так, наприклад, А. Дурович і А. Копанев включили до свого посібника «Маркетинг в туризмі» такі важливі розділи як «Структура туристичного ринку», «Оцінка кон'юнктури ринку», «Визначення ємності ринку». Проте, в усіх трьох перелічених розділах не наведено жодної формули, за допомогою якої можна було б визначити будь-який з вказаних показників.

Метою роботи є розробка проекту створення туристичної агенції.

Відповідно до мети дослідження поставлено наступні **завдання**:

- розглянути теоретичні основи бізнес-планування;
- проаналізувати стан і тенденції розвитку ринку туристичних послуг;
- обґрунтувати вибір сфери діяльності майбутнього підприємства;
- розробити проект створення нового підприємства в сфері туристичного бізнесу;
- розрахувати та обґрунтувати економічну ефективність запропонованого проекту.

Об'єктом дослідження є процеси розвитку й функціонування ринків туристичних послуг України.

Предметом дослідження є інвестиційний проект у сфері туристичного бізнесу.

Методи дослідження. При проведенні дослідження використовувались такі методи, як: спостереження і співставлення, теоретичного узагальнення,

групування, порівняння, показники динаміки; для прогнозування розвитку готельного господарства на найближчі періоди застосовано метод екстраполяції, для наочності відображення результатів дослідження використано графічний метод.

Інформаційною базою дослідження є Закони України, Укази Президента України, нормативні акти і звітність Державного комітету статистики України, Головного управління статистики в Одеській області, дані мережі Інтернет. При оформленні дипломної роботи були використані програми Microsoft Word, Microsoft Excel, а також Project Expert 6 Holding.

Висновки до розділу 3

1. Чиста приведена вартість проекту складає 460863 тис. грн, що свідчить про загальну ефективність проекту з урахуванням вартості грошей у часі.

2. Середня норма рентабельності для проекту складає 288,29%, індекс прибутковості – 6,72, а внутрішня норма рентабельності – 702,60%. Усі три показники вказують на те, що інвестування у бізнес, що аналізується, є ефективним як враховуючи зміну вартості грошей у часі, так і без такого врахування.

3. Термін окупності проекту відображає той період часу, по закінченні якого вкладені у проект кошти повернуться до інвестора через прибуток, що генерується проектом, а після його завершення – почнуть приносити чистий прибуток. Для запропонованого проекту цей період часу складає 7 місяців, з урахуванням зміни вартості грошей у часі також 7 місяців, що є достатньо реальним відображенням процесів, що проходять в поточних реаліях економічного стану України.

4. Загальний аналіз показників, що наведені вище, дозволяє зробити висновок про абсолютну прибутковість проекту, що аналізується, за всіма критеріями оцінки його ефективності.

ВИСНОВКИ

1. Бізнес-план – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого комерційного проекту, що створюється. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації нової ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Бізнес-план – це документ, який містить систему ув'язаних в часі та в просторі та узгоджених з метою та ресурсами заходів і дій, спрямованих на отримання максимального прибутку внаслідок реалізації підприємницького проекту (угоди).

2. Туристичне агентство – це роздрібна фірма, яка є посередником між фірмами-туристичними операторами або обслуговуючими підприємствами і клієнтами-туристами.

3. Для підприємства, створення якого розглядається в рамках цієї роботи, обрано в якості організаційно-правової форми – товариство з обмеженою відповідальністю. Підприємство буде відноситися до третьої групи спрощеної системи оподаткування (5% від доходу від реалізації).

4. Найбільш гнучкою формою для малого туристичного бізнесу є товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ). Воно може бути засноване однією або декількома особами, а статутний фонд такого товариства поділений на частини, розмір яких визначається засновницькими документами. При цьому учасники товариства не відповідають по його зобов'язаннях, а несуть відповідальність, пов'язану з діяльністю товариства в межах їхніх внесків.

5. Туристичний ринок поступово відновлюється після застою, українці починають підкорювати Європу, а Туреччина і Єгипет змагаються за лідерство в сфері туризму. 2017 рік можна з упевненістю назвати роком розвитку туризму в Україні: турпотік стрімко зріс, а кількість реалізованих путівок збільшилася на 36%. Однією із сприятливих умов для розвитку туризму в Україні стало прийняття безвіза з країнами ЄС. Це значно здешевило відпочинок за кордоном, оскільки раніше віза обходилася туристу у 40-60 євро, а для сім'ї – у 130-180 євро.

6. Ємність обласного туристичного ринку у 2017 р. склала 213,5 млн. грн., збільшившись на 26,8 %, порівняно із попереднім роком. У 2016 році було реалізовано туристичних послуг на суму 113,5 млн. грн. Темпи зростання витрат споживачів, порівняно із 2015 роком склали 22 %. Тобто на одеському регіональному туристичному ринку, в узгодженості із світовими та загальнонаціональними тенденціями, спостерігалось певне поживлення.

7. SWOT-аналіз виявив, що утворювальне агентство має багато сильних сторін, що надає йому перевагу серед конкурентів. Однак, існують і слабкі сторони, які пов'язані з відсутністю репутації у клієнтів, недостатністю управлінського досвіду. Можливості пов'язані з функціонуванням магазину у майбутньому. Небезпеки – з появою конкурентів, зниженням платоспроможності населення, загальними макроекономічними змінами в економіці держави.

8. Стартові витрати на початок бізнесу складають 80512 грн, більше 60% з яких формуються за рахунок двох позицій: оренда приміщення (29,9%) та придбання офісних меблів (29,81%). Основним джерелом фінансування проекту стануть власні кошти у розмірі 44512 грн. Проте, за недостатністю коштів планується звернутись по кредит комерційного банку. Структура джерел фінансування наведена у таблиці 2.6. Задля задоволення потреб у капіталі новостворюваного бізнесу планується взяти позику у розмірі 36000 грн в Державному банку «Укресімбанк» під 30% річних строком на 18 місяців.

Загальний обсяг поточних витрат туристичної агенції «Сім чудес» за місяць склав 49594,29 грн, а за рік – 559259,85 грн.

9. Чиста приведена вартість проекту складає 460863 тис. грн, що свідчить про загальну ефективність проекту з урахуванням вартості грошей у часі. Середня норма рентабельності для проекту складає 288,29%, індекс прибутковості – 6,72, а внутрішня норма рентабельності – 702,60%. Усі три показники вказують на те, що інвестування у бізнес, що аналізуються, є ефективним як враховуючи зміну вартості грошей у часі, так і без такого врахування.

10. Термін окупності проекту відображає той період часу, по закінченні якого вкладені у проект кошти повернуться до інвестора через прибуток, що

генерується проектом, а після його завершення – почнуть приносити чистий прибуток. Для запропонованого проекту цей період часу складає 7 місяців, з урахуванням зміни вартості грошей у часі також 7 місяців, що є достатньо реальним відображенням процесів, що проходять в поточних реаліях економічного стану України.

11. Загальний аналіз показників, що наведені вище, дозволяє зробити висновок про абсолютну прибутковість проекту, що аналізується, за всіма критеріями оцінки його ефективності.

Список використаних джерел

1. Алейнікова Г.М. Організація та управління тур бізнесом: Навч. посібник. / Г.М. Алейнікова – Х.: Олді-Плюс, 2005. – 184 с.
2. Асмолова І.М. Аналіз та виявлення шляхів удосконалення ресурсного потенціалу приватних готелів [Електронний ресурс]. Режим доступу: file:///C:/Users/user/Downloads/znprnudps_2011_1_5.pdf
3. Бовш Л. А. Аналіз основних аспектів розвитку туристичного бізнесу в Україні в сучасних умовах [Електронний ресурс]. Режим доступу: [file:///C:/Users/user/Downloads/Npmaup_2015_1_30%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Npmaup_2015_1_30%20(1).pdf)
4. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности. –М.: Финансы и статистика, 2003. – 312 с.
5. Гусєва О. Тенденції ринку туристичних послуг Одеського регіону [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream.pdf>
6. Драчук Г. Є. Апартамент-готелі – перспективний напрям готельної індустрії [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/konfer37/64.pdf>
7. ДСТУ 4269:2003 «Послуги туристичні. Класифікація готелів» [Електронний ресурс]. Режим доступу: [file:///C:/Users/user/Downloads/dstu4269%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/dstu4269%20(1).pdf)
8. Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань» від від 15.05.2003 № 755-IV. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15/page>
9. Закон України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» від 08.07.2010 № 2464-VI [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15/print1464236722455929>
10. Зеленко О. О. Габараєва К. Р. Сучасні тенденції розвитку туристичного господарства в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: [file:///C:/Users/user/Downloads/Nvdu_2013_10_6%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/user/Downloads/Nvdu_2013_10_6%20(1).pdf)

11. Карпов В.А., Улибіна В.А. Проектний аналіз (конспект лекцій та практичні завдання) – Одеса, 2005 – 151 с.
12. КВЕД-2010: Клас 23.61 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/23/KVED10_23_61.html
13. Класифікація організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ST000948.html
14. Маначинська Ю.А. Статистична оцінка ринку туристичних послуг України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2014/v2/NV-2014-V2_12.pdf
15. Марцин Т.О., Бурак Т.В. Сучасні тенденції розвитку ринку туристичних послуг України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.sworld.com.ua/index.php/ru/c113-2/16215-c113-141>.
16. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Офіційний сайт інтернет-магазину «Счетчики» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://schetchiki.com.ua/>
18. Офіційний сайт компанії «Housefix» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.housefix.od.ua/price.html>
19. Офіційний сайт компанії «Интелсити» [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.ic.ua/hotels_equipment.php?page_id=60
20. Офіційний сайт компанії «Приватбанк» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://privatbank.ua/ru/>
21. Офіційний сайт компанії «Тенет» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.tenet.ua/>
22. Офіційний сайт рекламного агентства «Ника» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nika.odessa.ua/index.php?name=Shop&cat=19&num=2>
23. Офіційний сайт ТОВ «nextweb» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nextweb.ua/>

24. Покропивний С.Ф., Соболев С.М., Швиданенко Г.О., Дерев'янка О.Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://studentam.kiev.ua/content/view/692/92/>
25. Роглев Х.Й. Основи туристичного менеджменту [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/roglev11-7.htm
26. Руденко В.П. Теоретичні основи туристичного господарства, поняття «гостинності» і «готельного господарства». Ретроспективний аналіз розвитку готельної справи [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://libfree.com/164516961_turizmteoretichni_osnovi_gotel'nogo_gospodarstva.html
27. Сайт міського єдиного розрахункового центру [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.gerc.ua/tarifs/>
28. Скибінський С.В. Маркетинг туристичних послуг. / С.В. Скибінський – Л.: Видавництво Львівської комерційної академії. – 2000. – 246 с.
29. Ткаченко Т.І. Організаційно-економічні особливості функціонування підприємств туристичного господарства різних форм власності / Т.І. Ткаченко // Вісник ДІТБ. – 2001. – №5. – С. 209- 213.
30. Усик С.П. Аналіз ринку туристичних послуг України [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Economics/6_120118.doc.htm
31. Шляхта О.М. SWOT-аналіз як метод стратегічного управління підприємством [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/old_jrn/Soc_Gum/Ekpr/2012_68/statti/35.pdf