

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

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за  
освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»**

**на тему: «Економічне обґрунтування проєкту створення туристичного  
агентства»**

**Виконавець:**

студентка ЦЗВФН

Кічук Д. Д. \_\_\_\_\_/підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., професор

Траченко Л. А. \_\_\_\_\_/підпис/

**Одеса 2023**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Одним з найбільш привабливих напрямів для реалізації бізнес-ідей є сфера послуг. В свою чергу серед її найбільш перспективних сегментів важливе місце займає туризм. Розвиток туризму в Україні є важливим для забезпечення економічного зростання країни, збільшення доходів населення та підвищення її престижу у світі.

По-перше, туризм є важливим економічним сектором, який забезпечує створення робочих місць і зростання ВВП країни. Туристи витрачають кошти на проживання, харчування, транспорт та розваги, що сприяє збільшенню доходів підприємств, підвищенню рівня життя населення та розвитку інфраструктури.

По-друге, туризм допомагає просувати культурну спадщину країни та збільшувати її міжнародний престиж. Україна має великий потенціал у розвитку туризму, оскільки на її території знаходяться багато історичних та культурних пам'яток, красиві природні ландшафти та унікальні курорти.

По-третє, розвиток туризму може сприяти розвитку інших секторів економіки, таких як сільське господарство, транспорт, будівництво та інші.

Україна має великий потенціал для розвитку туризму завдяки своїй багатогранній культурі, природним красотам, історичним пам'яткам, спортивним та розважальним заходам. Це може, навіть в умовах війни створювати різноманітні можливості для розвитку туристичного бізнесу, насамперед, в сегменті внутрішнього туризму.

Однак, крім проблем пов'язаних з війною та загальним падінням рівня життя населення, до негативних факторів розвитку ринку туристичних послуг в Україні слід віднести невпорядкованість туристичних ресурсів, нераціональне використання культурно – історичної спадщини і довкілля, відсутність ефективних стимулів інвестування у розвиток туристичних об'єктів тощо.

Таким чином, бізнес-ідея щодо створення туристичного агентства спрямованого на сегмент внутрішнього туризму є своєчасною та потенційно ефективною.

**Мета дослідження** - теоретичні, методичні та прикладні аспекти започаткування власної справи в сфері туризму.

Для досягнення мети було поставлено такі **завдання**:

- охарактеризувати власну бізнес-ідею у сфері внутрішнього туризму;
- розглянути зовнішні умови започаткування власної справи у туристичній сфері;
- визначити найбільш ефективну організаційно-правову форму та систему оподаткування для туристичного агентства;
- проаналізувати поточний стан внутрішнього туризму в Україні;
- визначити можливі конкурентні переваги новостворюваного туристичного агентства;
- розрахувати інвестиційні та операційні витрати за проектом туристичного агентства;

- спрогнозувати доходи та прибуток від діяльності туристичного агентства;
- розрахувати показники ефективності проекту;
- проаналізувати ризики та визначити шляхи їхньої мінімізації.

**Об'єкт дослідження** – процес обґрунтування доцільності створення туристичного агентства.

**Предмет дослідження** – бізнес-планування власної справи у сфері туристичних послуг.

**Методи дослідження, які застосовувалися у роботі:** діалектичний метод використовувався на етапі збору, систематизації і обробки інформації. Порівняльний аналіз застосовувався при визначенні найбільш перспективної сфери для туристичного агентства. Методи економіко-статистичного аналізу використовувались для формального опису найбільш важливих й суттєвих закономірностей функціонування економічних систем, на основі сформульованих за певними правилами логіки вхідних даних і співвідношень. Розрахунки за проектом відкриття туристичного агентства «Vilna» проводились з використанням програмного продукту «Microsoft Excel».

**Інформаційна база дослідження** - Закони України, законодавчо-нормативні матеріали Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, офіційні дані органів державної статистики України, галузеві нормативні документи, фактичні результати діяльності підприємств туристичної сфери, результати маркетингових досліджень профільних агентств, наукові статті та монографії вітчизняних та іноземних дослідників, дані з відкритих Інтернет-джерел.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (41 найменування). Загальний обсяг роботи становить 65 сторінок. Основний зміст викладено на 61 сторінці. Робота містить 13 таблиць, 3 рисунки.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

У першому розділі «**Концептуальні засади організації власного бізнесу в сфері туристичних послуг**» надана характеристика бізнес-ідеї створення туристичного агентства, визначено зовнішні умови створення та функціонування суб'єкту туристичного бізнесу, обґрунтовано організаційно-правову форму та систему оподаткування майбутнього бізнесу.

У другому розділі «**Аналітична оцінка доцільності створення туристичного агентства**» проаналізовано поточний стан ринку туристичних послуг, сформовано концепцію та надано оцінку конкурентних переваг новостворюваного бізнесу, здійснено розрахунок інвестиційних та операційних витрат туристичного агентства.

У третьому розділі «**Оцінка економічної ефективності проекту туристичного агентства**» здійснено розрахунок доходів та прибутку від реалізації туристичних послуг, критеріїв ефективності проекту, проведено оцінку проектних ризиків та визначено шляхи їхньої мінімізації.

## ВИСНОВКИ

У результаті розгляду теоретичних, методичних та практичних аспектів реалізації бізнес-ідеї в сфері послуг внутрішнього туризму у кваліфікаційній роботі зроблено наступні висновки.

1. В усьому світі туризм є одним з найпопулярніших видів відпочинку. Подорожуючи люди пізнають світ – історію, культуру, звичаї своєї Батьківщини та інших країн. А отже, не лише відпочивають, а й збагачуються духовно. Туризм є найбільш демократичною та інтернаціональною сферою суспільної діяльності, що бурхливо розвивається. Водночас він є однією з найприбутковіших галузей світової економіки.

2. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні здійснюється у відповідності зі «Стратегією розвитку сфери туризму і курортів України на період до 2026 року», яка спрямована на вирішення питань комплексного розвитку сфери туризму, готельного господарства, курортів, санаторно-курортного обслуговування, підтримку створення та модернізації туристичної інфраструктури, забезпечення належної якості туристичних і курортних послуг, ефективного використання туристичного потенціалу тощо.

3. Діяльність туристичного агентства відноситься за КВЕД до групи 79.1 (туди входять діяльність агентств з організації подорожей, перевезення та розміщення в засобах тимчасового розміщування туристів і мандрівників, організації та проведення турів, які продають туристичні агентства або безпосередньо агенти, такі як туристичні оператори), а для її реалізації оптимальною є реєстрація ФОП, який буде працювати на спрощеній системі оподаткування (2 група).

4. Обсяг ринку туристичних послуг зростав з року в рік до 2019 року, але у зв'язку з пандемією COVID-19 у 2020 році спостерігався суттєвий спад. Хоча у 2020 р. ситуацію вдалося поступово дещо стабілізувати завдяки зростанню внутрішнього туризму, адже більшість країн закрили всі кордони до в'їзду туристів з інших країн. Проте в 2021 році падіння ринку продовжилося і склало 2,9 млрд. грн. І нарешті, за 2022 р. достовірних даних щодо обсягу ринку туристичних послуг поки що немає. Однак, експерти говорять про можливе скорочення ринку туристичних послуг лише за 2022 р. на 50-70 %.

5. Незважаючи на критично складні часи, в Україні все ще функціонує понад 400 туристичних агентств та операторів серед яких як представництва великих міжнародних туроператорів, так і туроператори та агентства регіонального масштабу. При цьому майже усі суб'єкти туристичного бізнесу намагаються зайняти власну нішу на ринку за рахунок поглиблення спеціалізації. Зокрема, серед найбільших туристичних агентств України можна виділити TUI Ukraine, Join UP!, Coral Travel, TEZ TOUR, ANEX Tour та інші.

6. Для відкриття туристичного агентства «Vilna» потрібні сумарні початкові інвестиції у розмірі 59 тис. грн. Найбільшу частку у їхній структурі (близько 50%) займають витрати на обладнання. Джерелом початкових інвестицій виступають власні кошти автора бізнес-ідеї. У свою чергу постійні

витрати за проектом склали 74,9 тис грн. В їхній структурі понад 68% займають витрати на оплату праці та нарахування на неї.

7. Розрахунок доходу здійснюється, виходячи з наступних аспектів. Розмір комісії виходить із середньо ринкового значення і складає 10%. Для спрощення розрахунків всі варіанти подорожей згруповано в залежності від кінцевої вартості у дрібний, середній та великий чеки (кожен з них може включати різну кількість туристів). Середньомісячна кількість поїздок розраховувалася з огляду на подібні показники конкурентів. Запланований розмір доходів склав 100 тис. грн. на місяць. Щодо прибутку, він складатиме 15,1 тис. грн. за перший місяць роботи і в подальшому поступово зростатиме.

8. При ставці дисконтування 27 % дисконтований період окупності проекту становить 4 місяці. Чистий приведений дохід складе 1275,6 тис. грн. Індекс прибутковості 4,3, що є достатньо високим показником навіть для сфери послуг. Все вищезазначене свідчить про доцільність реалізації запропонованого проекту створення туристичного агентства «Vilna». Значення внутрішньої норми рентабельності 211 % значно перевищує ставку дисконтування, що свідчить про високу надійність проекту та прийнятний рівень ризику

9. Серед основних ризиків, притаманних проекту, слід відзначити появу нових конкурентів, зміну вподобань споживачів, маркетинговий ризик, фінансовий ризик, юридичний ризик, кадровий ризик. З точки зору кількісної оцінки задля забезпечення порогу рентабельності туристичному агентству «Vilna» потрібно кожного місяця продавати щонайменше 56 подорожей при плановому обсязі – 95. Тобто запас міцності складає 41%.

#### **АНОТАЦІЯ**

**Кічук Д. Д. «Економічне обґрунтування проекту створення туристичного агентства».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

У роботі розглядаються теоретичні засади започаткування власного бізнесу у сфері послуг; розглянуто загальну концепцію відкриття агентства внутрішнього туризму; досліджуються нормативно-правове регулювання підприємницької діяльності в Україні у даній сфері, обґрунтовується вибір організаційно-правової форми бізнесу та системи оподаткування.

Проаналізовано конкурентне середовище на ринку туристичних послуг та визначені внутрішні конкурентні переваги нового туристичного агентства. Сформовано стартові та поточні витрати за проектом.

Визначено доходи та прибуток від діяльності туристичного агентства, розраховано показники ефективності проекту, охарактеризовані можливі ризики та сформульовано шляхи їхньої мінімізації.

**Ключові слова:** послуги, туризм, туристичне агентство, конкуренція, проект, ефективність, ризик.

## ANNOTATION

**Kichuk D. D. "Economic substantiation for the project of creating a travel agency".**

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activities" in the educational program "Economics and Business Planning". – Odessa National Economic University. – Odessa, 2023.

The paper examines the theoretical foundations of starting your own business in the service sector; considers the general concept of opening a domestic tourism agency; examines the legal regulation of business in Ukraine in this area, justifies the choice of organizational and legal form of business and taxation system.

The competitive environment in the market of tourist services is analyzed and the internal competitive advantages of a new travel agency are determined. The start-up and current costs of the project are formed.

The revenues and profits from the travel agency's activities are determined, project performance indicators are calculated, possible risks are characterized, and ways to minimize them are formulated.

Keywords: services, tourism, travel agency, competition, project, efficiency, risk.