

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

«Затверджено»
методичною комісією
природоохоронного факультету
Протокол № ____ від ____ 2019р.
Декан факультету _____ Чугай А.В.

«Затверджено»
на засіданні кафедри
економіки природокористування
Протокол № ____ від ____
Зав.кафедри _____ Губанова О.Р.

Одеса 2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Одеса-2019

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ З
ДИСЦИПЛІНИ
«ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

«Затверджено»
методичною комісією
природоохоронного факультету
Протокол № ____ від ____ 2019р.

Одеса-2019

Методичні вказівки до самостійної роботи студентів з дисципліни «Організація туристичної діяльності» старший викладач кафедри Економіки природокористування Полянничко О.В. – Одеса, ОДЕКУ, 2019. - 47с.

Методичні вказівки призначені для студентів -3 курсу денної форми навчання зі спеціальності 242 «Туризм».

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
1 ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА.....	7
2 ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПО ВИВЧЕННЮ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ.....	13
3 ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ.....	28

ПЕРЕДМОВА

Туризм розвивається як система, яка надає всі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними цінностями різних країн і народів світу, дає прибуток в скарбницю держави. Туристська індустрія безпосередньо взаємодіє з більшістю інших галузей економіки, в тому числі з промисловістю, сільським господарством, будівництвом, транспортом, страхуванням, зв'язком, торгівлею, харчуванням, культурою, мистецтвом, стимулює їх розвиток. Стратегічною метою розвитку туристської індустрії України є вихід на світовий рівень туристських послуг. Основними передумовами для цього виступають: географічне положення, наявність природного, історикоархеологічного туристського потенціалу, конкурентоспроможність туристських послуг. В Україні на сьогоднішній день вже відбулося усвідомлення важливості розвитку туризму як одного з ефективних засобів лікування національної економіки завдяки здатності цього сектора забезпечувати значні валютні надходження, створювати значну кількість нових робочих місць та іншим перевагам. Для досягнення поставленої мети туристська галузь України потребує великої кількості висококваліфікованих спеціалістів у галузі створення і надання туристських послуг. У сфері туризму працює багато підприємств, що надають різноманітні послуги. Туроператорські й турагентські підприємства інтегрують інформацію про послуги, що надаються такими підприємствами, роблять їх доступними для споживачів. Тому майбутнім фахівцям, необхідно досконало розбиратися у питаннях організації роботи туроператорів, турагентів, підприємств, що надають послуги розміщення, підприємств харчування, транспортних підприємств, санаторно-курортних підприємств, підприємств, що надають екскурсійні послуги, страхових компаній, установ і організацій державної влади та ін., а також володіти знаннями про процеси взаємодії цих підприємств.

Дисципліна «Організація туристичної діяльності» належить до циклу професійно-орієнтованої підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм».

Метою вивчення дисципліни «Організація туристичної діяльності» є формування здібностей самостійно мислити, приймати управлінські рішення, виконувати комплексні економічні розрахунки для ефективного здійснення господарської діяльності на рівні фірми.

Загальний обсяг навчального часу, що випадає на вивчення дисципліни «Організація туристичної діяльності», дорівнює 120 годинам (30 - лекції, 15 - практичні заняття, 75 - самостійна робота студентів; 4 кредитів ECTS + 1 наук).

В структурно-логічній схемі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів зі спеціальності 242 «Туризм» вивчення дисципліни «Організація туристичної діяльності» базується на знаннях, отриманих з курсу «Економічна теорія», «Економіка туристичного ринку», передуює засвоєнню

дисциплін «Менеджмент та маркетинг туризму», «Ціноутворення у туристичній галузі».

Методичним забезпеченням курсу є лекції з дисципліни «Організація туристичної діяльності» підручники та навчальні посібники, монографії, статті у фахових виданнях, Інтернет-ресурси, нормативно-законодавчі акти, що регулюють відносини в сфері господарської діяльності.

Базові складові дисципліни:

- вивчення системи взаємозв'язаних (взаємообумовлених та взаємозалежних) факторів реалізації туристичних послуг;
- дослідження принципів, методів і показників, що забезпечують адекватну вартісну оцінку витрат і результатів діяльності фірми;
- дослідження аналітичного апарату та організаційної основи, які гарантують пошук і здійснення найбільш ефективних напрямків виробництва та реалізації продукції, а також стратегічного розвитку фірми;
- аналіз мотиваційного інструментарію, потрібного для визначення цілей і засобів досягнення ефективного господарювання фірмою.

У результаті вивчення дисципліни студент отримує наступні знання та вміння:

знання:

- основних термінів та понять, що формують понятійний апарат навчальної дисципліни, методи оцінки показників господарської діяльності.
- системи факторів функціонування та розвитку фірми;
- закономірностей здійснення виробничих процесів;
- особливостей реалізації економічних відносин;
- методів оцінки витрат і результатів господарської діяльності;
- способів мотиваційного впливу, які забезпечують ефективне господарювання.
- основи функціонування окремих складових виробничо - господарського механізму підприємства.

вміння:

- здійснювати розрахунки витрат туристичної фірми, собівартості продукції та послуг, рівня рентабельності та ефективності капіталовкладень;
- визначати ціну виробленої продукції та послуг;
- організовувати ефективне використання матеріальних, трудових, фінансових, інвестиційних та інформаційних ресурсів фірми;
- оцінювати результати діяльності фірми за фінансово-економічними показниками;
- обґрунтовувати способи реалізації мотиваційного впливу на персонал фірми.
- аналізувати виробничу діяльність та зовнішнє середовища функціонуючого підприємства, сутність та наслідки мікроекономічних

- процесів, поведінки окремих господарюючих суб'єктів, їх інноваційної спрямованості
- володіти понятійним апаратом, користуватися методичним інструментарієм для здійснення необхідних розрахунків.

Мета методичних вказівок допомогти студентам при підготовці до теоретичних та практичних занять організувати свою самостійну роботу з дисципліни «Організація туристичної діяльності».

Додержання зазначених вказівок сприятиме формуванню у студентів професійних навичок та підвищенню їхньої загальної і спеціальної еколого-економічної культури, вмінню вивчати, систематизувати та аналізувати необхідний матеріал за вказаною тематикою.

1 ЗАГАЛЬНА ЧАСТИНА

Перелік тем теоретичного курсу

Тема 1. Сутність поняття «організація, «туризм». Характеристика визначень туризму

Тема 2. Туризм як соціально-економічна система

Тема 3. Державні органи регулювання туристичної діяльності в Україні..

Тема 4. Туристична політика в Україні, її основні положення.

Тема 5. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні

Тема 6. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність.

Тема 7. Туристські формальності: паспортно-візові, митні, валютні, санітарні.

Тема 8. Права і обов'язки туристів і екскурсантів.

Тема 9. Етапи створення туристського підприємства.

Тема 10. Вибір організаційно-правової форми туристського підприємства..

Тема 11. Обґрунтування організаційної структури управління туристським підприємством.

Тема 12. Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристського підприємства

Перелік тем практичних занять

Тема 1. Планування роботи туристського підприємства.

Планування – один з найважливіших інструментів економічної політики. У багатьох випадках процесу планування передують прогнозування. Прогнозування – це наукове передбачення, засноване на обліку різноманітних чинників, яке дозволяє одержати уявлення про розвиток об'єкту. Прогнозом вважається науково обґрунтована думка про можливий стан об'єкту в майбутньому, про тенденції розвитку об'єкту. Прогноз має характер вірогідності. План, на відмінність від прогнозу, є постановкою точно визначеної мети і, найчастіше, одно-варіантний опис конкретних подій (заходів) в ході досягнення цієї мети. У плані встановлюються шляхи і засоби розв'язання завдань. Головною відмінною рисою плану є визначеність, конкретність і директивність завдань, які виконуються у встановленій послідовності. Планування поділяється на три послідовні етапи: 1. Вивчення існуючого стану зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства; 2. Визначення місії та цілей майбутньої діяльності організації; 3. Вироблення конкретних стратегічних, тактичних та оперативних планів дій, направлених на досягнення визначених цілей та місії. Планування являє собою набір дій і рішень, зроблених керівництвом, які ведуть до розробки специфічних стратегій, призначених для того, щоб допомогти організації досягнути своїх цілей. Процес планування є інструментом, що допомагає у прийнятті управлінських рішень. Його завдання — забезпечити нововведення і зміну в

організації у достатній мірі. Процес планування є спробою уявити собі картину майбутнього. Це перший крок для вирішення проблем майбутнього і від його правильності залежать оптимальне використання можливостей і запобігання помилковим діям. Планування можна визначити як сукупність знань про закономірності розвитку різних господарських систем у майбутньому [86]. Існують також інші визначення планування, наприклад: "Планування – це цілеспрямована діяльність із забезпечення пропорційного й динамічного розвитку суспільства, визначення основних параметрів економіки в майбутньому періоді та досягнення їх з найменшими витратами суспільної праці" .

Об'єктом планування може виступати будь-яка організаційна система, що є відкритою для взаємодії з навколишнім середовищем. На вході система знаходить все, що їй необхідно для її діяльності: капітал, матеріали, інформацію, працівників. У процесі діяльності вона перетворює ці ресурси у відповідну продукцію та послуги, які поступають на вихід з системи в зовнішнє середовище. Якщо діяльність системи є ефективною, то на виході одержуємо прибуток й збільшуємо сегмент ринку, на який постачаються продукти. Конкретними об'єктами планування можуть виступати окремі виробничі процеси системи або все виробництво в цілому. Наприклад, конкретними об'єктами планування діяльності є виробництво, реалізація, собівартість, трудові ресурси, матеріальні і фінансові результати роботи, інвестиційна діяльність підприємства. Змістом планування є визначення цілей, найкращих методів і способів їх досягнення. Цілями науки планування є розробка методики передбачення і опис перспективного стану об'єктів різних господарських систем. Методика планування – конкретні методи дослідження, які створюють систему різних засобів та прийомів вивчення і узагальнення явищ діяльності в сфері планування. Методологія планування — це сукупність теоретичних висновків, загальних закономірностей, наукових принципів розробки планів, їх опис і обґрунтування. Методологія планування базується на пізнанні й використанні об'єктивних економічних законів. Процес наукового планування передбачає визначення наукового підходу чи орієнтації наукового дослідження. Вагомі відмінності між планами виникають через різницю в орієнтації. В одних спеціалістів переважає орієнтація на минулий досвід, у других – на сучасний стан, у третіх – на майбутнє, у четвертих при плануванні враховуються всі перелічені аспекти. Одним з продуктів процесу планування є проект. Колишнє розуміння проектування дослідники відносили до проектів науково-дослідницької, проектно-конструкторської та архітектурно-будівельної діяльності, оскільки під проектом розуміли сукупність документів, розрахунків, креслень, необхідних для створення будь-яких виробів чи споруд. Сучасне ж тлумачення проекту виходить за вищевказані межі й в широкому розумінні включає всі види діяльності. Різноманітність визначень поняття "проект" пояснюється передусім різними методологічними підходами.

Рекомендована література [1–3та інш.].

Тема2. Управління ресурсами туристського підприємства

Будь-яка підприємницька діяльність забезпечується ресурсами: природними, трудовими, матеріальними, фінансовими, інформаційними. При побудові конкурентоспроможного туристського бізнесу головна роль належить високоінтелектуальному людському капіталу та інноваціям, без яких неможливе існування сучасного суспільства. У даний час серед ресурсів туристських підприємств особлива увага приділяється науково-технічним розробкам і підприємницьким здібностям працівників. Такі здібності в туризмі виявляються в мистецтві економічного управління суб'єктами підприємництва та діяльністю всього туристського бізнесу країни (регіону).. Позитивним результатом підприємницької діяльності в туристському бізнесі є прибуток, який означає можливість збільшення коштів для авансування розвитку туристської діяльності. Як показано на рис. 8.2, таке збільшення можливе після реалізації турпродукту споживачам. Кінцевим результатом використання ресурсів у туристському бізнесі є приріст авансованих в ресурси грошових коштів, який визначається сумою отриманого прибутку після реалізації туристського продукту та окремих послуг, необхідних для задоволення потреб туристів під час подорожування. Підприємці у сфері туристського бізнесу можуть діяти як у відповідь на ініціативу туриста, так і за власною ініціативою, пропонуючи йому новий турпродукт або нову послугу, випереджаючи його попит. Оскільки туроператори, як правило, формують пакети туристських послуг відповідно до попиту туристів на певні маршрути подорожей, то вони мають ринкові відносини з виробниками послуг, що входять до цих пакетів. Туроператор комплектує туристський продукт, використовуючи комплекс конкретних туристських послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі.

Результатом підприємницької діяльності в туризмі є обсяг реалізованого туристського продукту, утвореного внаслідок економічних відносин між туристськими підприємствами, постачальниками ресурсів і туристами. Сумарно туристський оборот виражається обсягом виручки від реалізації всієї сукупності туристських послуг і називається доходом від реалізації туристського продукту. Ресурси туристських підприємств при їх використанні утворюють матеріальні, інформаційні, трудові, фінансові, туристські та ін. потоки. Ці потоки діалектично взаємозв'язані один з одним. У другій половині ХХ ст. застосування поняття потоків при вивченні забезпечення підприємств ресурсами сприяло бурхливому розвитку науково-практичного підходу до управління ресурсами підприємства, який отримав назву логістичний підхід. Застосування логістичного підходу в управлінні підприємствами дозволяє оптимізувати витрати ресурсів підприємства, одержати конкурентні переваги й підвищити ефективність роботи підприємства в цілому.

Рекомендована література [1–3, та інш.].

Тема 3. Фінансово-економічний аналіз роботи туристського підприємства

Сучасне підприємство є складною системою, що містить в собі декілька підсистем: економіку, технологію, організацію виробництва та ін. У кожному виді підсистем проводять свій аналіз. Залежно від підсистем виділяють такі види аналізу: – техніко-економічний аналіз, яким займаються технічні служби; його змістом є вивчення взаємодії технічних і економічних процесів, їх впливи на результати діяльності фірми; – фінансово-економічний аналіз, яким займаються фінансові служби, кредитні організації; об'єктом аналізу є фінансові результати, поліпшення фінансового стану і платоспроможності; – управлінський аналіз; ним займаються всі служби з метою надання інформації, необхідної для планування, контролю і ухвалення оптимальних управлінських рішень; це оперативний аналіз, його результати є комерційною таємницею; – економіко-статистичний аналіз; його проводять статистичні органи; він застосовується для вивчення масових суспільних явищ на різних рівнях управління – підприємства, галузі, регіону, країни в цілому; – економіко-екологічний аналіз, який проводять органи, контролюючі стан навколишнього середовища і економічні служби підприємства; в даний час цей вид аналізу особливо актуальний, оскільки в сучасних ринкових умовах рішення проблем екології стоїть дуже гостро. Усі вищевказані види аналізу так чи інакше пов'язані з економічним аналізом. Під економічним аналізом розуміється дослідження господарських процесів, явищ, ситуацій діяльності підприємства з погляду його результативності, тобто кінцевих фінансових результатів діяльності, що складаються під впливом внутрішніх і зовнішніх, об'єктивних і суб'єктивних чинників. У ході економічного аналізу виявляють потребу в матеріальних (основних і обігових), трудових (робочій силі) і фінансових (грошових коштах) ресурсах, дають оцінку очікуваних економічних результатів господарської діяльності з виробництва туристського продукту і його реалізації, визначають собівартість, прибуток і рентабельність. Економічний аналіз дозволяє розробити тип стратегії господарюючого суб'єкта відносно довгострокових активів, стратегію і тактику розвитку підприємства, виявити резерви підвищення ефективності виробництва, оцінити результат діяльності. Таким чином, загальна мета економічного аналізу полягає в оцінці досягнутих результатів і у виявленні резервів ефективності діяльності підприємства. Види економічного аналізу можна класифікувати: – за періодичністю (періодичний, річний, кварталний, змінний, разовий); – за змістом і повнотою питань, що вивчаються (виділяють повний аналіз всієї господарської діяльності, локальний аналіз діяльності окремих підрозділів, тематичний аналіз окремих питань економіки); – за методом дослідження об'єкта (комплексний, системний, функціонально-вартісний, економіко-математичний, діагностичний, маржинальний, кореляційний); – за

охопленням об'єктів, що вивчаються (ділять на суцільний і вибірковий аналіз); – за суб'єктами (користувачами) аналізу (виділяють внутрішній (управлінський) аналіз і зовнішній (фінансовий) аналіз).

На практиці окремі види економічного аналізу зустрічаються рідко. Проте щодня на кожному рівні управління приймається безліч різних рішень, для обґрунтування яких необхідні різні види економічного аналізу. Економічний аналіз тісно пов'язаний із статистикою, бухгалтерським обліком, маркетингом, аудитом, контролінгом. Він є необхідним елементом управління економікою підприємства. Туристське підприємство є господарюючим суб'єктом, який має самостійний баланс, діє відповідно до свого статуту, володіє правами і виконує обов'язки у сфері своєї діяльності, надає робочі місця, виплачує заробітну платню, здійснює соціальні програми і т. ін. Туристське підприємство здійснює господарську діяльність з виробництва і реалізації туристського продукту (послуг), виконання робіт, надання послуг відповідно до укладених контрактів, договорів із споживачами (клієнтами) на умовах самоокуповування і самофінансування. Як господарюючий суб'єкт підприємство вирішує такі завдання: – забезпечує споживачів продукцією (роботами і послугами) відповідної якості; – одержує прибуток, достатній для виконання своїх функцій; – виконує свої зобов'язання, як зовнішні, так і внутрішні; – дотримує вимог законів, нормативів і стандартів. Для вирішення цих завдань господарюючий суб'єкт повинен мати чітке уявлення про свій поточний стан і погляд на перспективи розвитку. Основою економічної діяльності туристського підприємства є виробництво туристського продукту і туристських послуг, додаткових послуг, супутніх товарів і послуг, отримання прибутку. Для того, щоб визначитися з перспективою розвитку турпідприємства, необхідно вивчати: – попит на даний вид продукції (туристські послуги); – можливості підприємства з виробництва продукції (робіт, послуг) виходячи з виробничих можливостей і перспективи її збільшення; – можливості конкуруючих виробництв на туристському ринку; – можливості партнерів – постачальників туристських послуг. Таким чином, для правильного розуміння змісту і визначення завдань необхідний різносторонній економічний аналіз господарської діяльності: – оперативний аналіз; – поточний (ретроспективний) за підсумками діяльності за той або інший період; – перспективний (прогнозний, попередній) аналіз.

Рекомендована література [1–2, та інші].

Тема 4. Організація обліку й звітності в туристському підприємстві

Облік – це функція управління, заснована на спостереженні, вимірюванні, реєстрації господарських явищ. Виділяють три види обліку: оперативний, статистичний і бухгалтерський. Оперативний облік здійснюється безпосередньо на місці (цех, ділянка, магазин, склад) і у момент виконання певних господарських операцій. Мета оперативного обліку – швидке отримання інформації про хід виробництва, реалізації продукції,

робіт або послуг. Ця інформація використовується для поточного, повсякденного управління роботою підприємства, фірми і може бути передана по телефону, в усній бесіді, тобто без документального оформлення. До оперативного обліку відносяться, наприклад, облік робочого часу, облік щоденного виробітку, випуску продукції, наданих послуг, облік відвантаження і реалізації готової продукції, облік поїздок автотранспорту і т. ін. Статистичний облік вивчає і узагальнює явища, які мають масовий, загальнодержавний характер. "Статистика знає все": про виробництво і реалізацію, гроші і товари, людей і машини. Ці відомості допомагають аналізувати результати різних процесів і прогнозувати подальший їх розвиток. Статистичний облік використовує відомості оперативного й бухгалтерського обліку. Бухгалтерський облік – суцільне, безперервне, строго документоване, взаємозв'язане віддзеркалення господарської діяльності підприємства. Бухгалтерський облік відрізняють такі ознаки: - облік строго документальний. Підставою для будь-якого бухгалтерського запису повинен служити спеціально оформлений документ. Наприклад, виписки банку, витратний і прибутковий касові ордери, відомість нарахування зарплати, авансовий звіт, накладна, рахунок і т. ін. В іншому випадку бухгалтер не має права реєструвати господарську операцію; - облік має суцільний, безперервний характер. Необхідно фіксувати виключно всі господарські операції, не допускаючи вибіркового і переривчастого спостереження.

Таким чином, кожна господарська операція (зміна розрахункового рахунку, прихід і витрата грошей по касі, покупка і продаж товару, прийом товару на склад і передача його для реалізації, видача матеріалів з складу у виробництво та інші) повинна бути документально оформлений і зафіксована бухгалтером в облікових реєстрах у грошовому вимірнику. Для організації і ведення бухгалтерського обліку на туристських підприємствах передбачені посади бухгалтерів, кількість яких визначається обсягом робіт, виконуваних підприємством. Якщо підприємство невелике, то бухгалтерським обліком можуть займатися один, два бухгалтери. Якщо підприємство має значні обсяги робіт, то для бухгалтерського обліку на підприємство приймають декількох фахівців і створюють спеціальний відділ – бухгалтерію. Організація бухгалтерського обліку на туристських підприємствах здійснюється згідно з чинним законодавством за такими ж принципами і правилами, як і на підприємствах інших галузей. Проте бухгалтерський облік в туристських підприємствах має свою специфіку, обумовлену особливостями діяльності турпідприємства і турпродукту, які розглядалися раніше. На підставі даних обліку, що проводиться на підприємстві, формується необхідна звітність. Туристські підприємства, як і інші суб'єкти підприємницької діяльності, з певною періодичністю направляють до різних державних органів звіти про свою діяльність. До обов'язкової звітності відносять такі звіти: – баланс; – звіт про фінансові результати; – звіт про рух грошових коштів; – звіт про власний капітал; – примітки до звітів. Але

не всі суб'єкти господарювання зобов'язані складати й подавати до державних органів управління повний комплект (тобто всі п'ять форм) фінансової звітності. Розрізняють фінансову звітність суб'єктів малого підприємництва та представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності і фінансову звітність інших суб'єктів господарської діяльності. Законодавством передбачено, що для фінансової звітності суб'єктів малого підприємництва достатньо дві форми – баланс і звіт про фінансові результати. Обидві ці форми об'єднані загальною назвою - “Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва” і мають скорочену (порівняно з аналогічними формами для інших підприємств) кількість показників. Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжну звітність складають щоквартально або щомісяця наростаючим підсумком з початку звітного року, вона для всіх підприємств включає тільки дві форми – баланс і звіт про фінансові результати. У окремих випадках звітний період може бути меншим або більшим за рік. Туристські підприємства зобов'язані також надавати спеціальну звітність з туризму. До неї відносяться: – форма річної статистичної звітності – № 1 – ТУР ”Звіт про діяльність туристичної організації”;

– форма піврічної і дев'ятимісячної статистичної звітності – № 1 – ТУР(К) ”Звіт про діяльність туристичної організації”. Підготовка звітності про діяльність фірми є трудомістким процесом, оскільки необхідно надати державним органам управління в короткі терміни об'єктивну інформацію про результати роботи і стан справ на підприємстві. Виконання такої роботи вимагає швидкої обробки великої кількості інформації, що, у свою чергу, створює передумови для застосування сучасних інформаційних технологій на даній ділянці управлінської роботи на туристському підприємстві.

Рекомендована література [1–3, та інші].

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

Основна

1. Організація туризму: Підручник. / За ред. І.М. Писаревський, С.О. Погасій, І.Б. Андренко, М.М. Покоłodна, І.В. Сегеда – Х.: ХНАМГ, Харків, 2008 - 533
2. Мальська М.П., Бордун О.Ю. Планування діяльності туристських підприємств: Навч. посібник. - К.: Знання, 2005. – 241 с.
3. Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 2001. – 528с.
4. Економіка підприємства. Збірник практичних задач і конкретних ситуацій: Навч. посібник / За ред. проф. С.Ф. Покропивного. – К.: КНЕУ, 1999. – 328с.

5. Губанова О.Р. Економіка підприємств: Конспект лекцій. – Одеса: «ТЭС», 2009. - 52с.
6. www.library-odeku.16mb.com

Додаткова

1. Бойчук І.М., Харів П.С., Хопчан М.І., Піча Ю.В. Економіка підприємства: Навч. посібник для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів I-IV рівнів акредитації. – К.: „Каравела”; Львів: „Новий світ-2000”, 2001. – 298с.
2. Экономика предприятия: Учебное пособие / Подобр. ред. проф. Л.Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 632с.
3. Котельникова Е.А. Экономика фирмы: конспект лекций. – Электронное издание, Эксмо, 2009. – Режим доступа: <http://www.alleng.ru/d/econ/econ175.htm>
4. Журнали: «Економіка України», «Регіональна економіка», «Фінанси України», «Економіст», «Вопросы экономики».

2 ОРГАНІЗАЦІЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ПО ВИВЧЕННЮ ТЕОРЕТИЧНОГО МАТЕРІАЛУ

Тема 1 *Сутність поняття «організація, «туризм». Характеристика визначень туризму.*

При вивченні теми звернути особливу увагу на наступні питання.

Термін —організація має три значення. По-перше, це внутрішня упорядкованість, узгодженість взаємодії більш або менш диференційованих і автономних частин цілого, обумовлених його побудовою. По-друге, це сукупність процесів або дій, що ведуть до утворення і удосконалення взаємозв'язків між частинами цілого. По-третє, це об'єднання людей, які сумісно реалізують деяку програму або прагнуть досягти якої-небудь мети і діють за певними процедурами й правилами. Під терміном «організація» будемо розуміти сукупність процесів або дій, які обумовлюють об'єднання елементів, частин в ціле, створення життєздатної стійкої системи. Організація передбачає внутрішню упорядкованість та взаємодію відносно незалежних частин одного цілого, що обумовлено його внутрішньою побудовою.

У сучасному світі туризм – це багатогранне явище, тісно пов'язане з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою, спортом та іншими науками. Однак жодна з них не може повністю і вичерпно характеризувати його як об'єкт власних досліджень, жоден з існуючих соціально-економічних інститутів не в змозі самостійно розв'язати комплекс його проблем. Існує багато поглядів на туризм як на галузь господарства, на міжгалузевий комплекс або ринок, де туристське підприємство з продукції різних галузей формує туристський продукт.

Найбільш універсальне, уніфіковане визначення туризму використовується в його статистиці. Згідно з цим визначенням, туризмом вважається діяльність осіб, які подорожують і перебувають у місцях, що знаходяться за межами їхнього звичайного середовища протягом періоду, що не перевищує одного року підряд, з метою відпочинку, діловими та іншими цілями. Це визначення, прийняте Всесвітньою туристською організацією, використовується в усіх країнах-членах ВТО, в тому числі в Україні. У Законі України «Про туризм» записано: «Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання з оздоровчою, пізнавальною або професійно-діловою метою без заняття оплачуваною діяльністю». Рекомендаційний законодавчий акт «Про основні принципи співробітництва країн-учасниць СНД в галузі туризму» (1994 р.) визначає туризм як тимчасовий виїзд людей з постійного місця проживання в цілях рекреаційних, оздоровчих, пізнавальних або професійно- ділових без заняття оплачуваною діяльністю в місці тимчасового перебування. Незважаючи на різноманіття підходів, існуючі визначення туризму можна об'єднати в три групи. До першої групи входять визначення, що характеризують туризм як різновид рекреації (розширеного відтворення

фізичних, інтелектуальних та емоційних сил людини), систему і форму проведення вільного часу у походах і поїздках, які поєднуються з активним відпочинком і зміцненням здоров'я людини, з підвищенням її загальної культури та освіти. Ці визначення мають вузькоспеціалізований характер і стосуються тільки окремих аспектів туризму або його видових особливостей. Друга група визначень туризму розглядає його як одну з форм міграції населення і пов'язує з актом пересування, подорожі, перетину простору і виступає як інструмент статистики туризму. Третя група визначень характеризує туризм як складне соціально-економічне явище, розкриває його внутрішній зміст, який полягає у єдності різноманіття властивостей і відносин.

Література [1, ст.24-30].

Питання для самоперевірки:

1. Які визначення має термін «організація»?
2. Яке визначення терміну «організація» користується попитом?
3. Дайте визначення поняттю «туризм»
4. Яке тлумачення поняттю «Туризм» дає Закон України «Про туризм»

Тема 2. Туризм як соціальна – економічна система

Системний підхід до характеристики сутності туризму в економічній науці сформувався у другій половині ХХ ст. внаслідок послідовної еволюції від первинного домінування в дослідженнях чисто економічної проблематики до визнання рівноправності суспільного, економічного і екологічного аспектів його функціонування. Туризм як складна соціально-економічна система, з одного боку, має власну структуру (субсистеми, елементи) з різноманітним внутрішнім зв'язком, а з другого - складовою частиною трьох взаємозв'язаних суперсистем (суспільство, економіка, природне середовище). В основі системи туризму, на думку швейцарського вченого К. Каспара, лежать дві внутрішні субсистеми: – суб'єкт туризму – турист, тобто споживач туристських послуг з усім різноманіттям його потреб і мотивів поведінки; – об'єкт туризму, що включає такі елементи, як туристський регіон і туристську індустрію. Таким чином, під суб'єктом туризму розуміється турист, який шукає можливості задоволення своїх потреб шляхом отримання специфічних туристських послуг. Останні надаються йому у визначеному місці або регіоні, що є метою його подорожі.

Туристським регіоном можуть вважатися як окремий готель, так і місто, місцевість, район, область, країна або навіть група країн, які турист вибирає як мету своєї подорожі. Яким туристський регіон представляється туристу, залежить від його потреб і сприйняття. Для туриста, що є любителем гри в гольф, туристським регіоном швидше за все буде спортивний центр з відповідними спорудами. Для вченого, який зацікавлений в участі в науковій конференції, туристським регіоном стане готель, в якому

проходитиме конференція. У сприйнятті учасника конференції, якого одночасно цікавлять історія і культура міста, в якому проводиться даний захід, туристським регіоном є все місто. Слід мати на увазі і наступну обставину: чим на більшу відстань від місця постійного проживання туриста видалено місце відвідування, що є метою подорожі, тим ширше можуть розглядатися ним межі туристського регіону (наприклад, для американського туриста, який в найкоротший термін бажає подивитися всю Європу, туристським регіоном може стати весь європейський континент).

Слід враховувати, що не будь-яка територія може бути віднесена до туристського регіону (регіону туристської дестинації). Щоб називатися таким, вона повинна відповідати наступним вимогам:

– містити об'єкти туристського інтересу (пам'ятники історії культури, музеї, особливу флору і фауну і т. ін.). Дестинація (місце призначення) привертає туристів, оскільки володіє такими характерними особливостями, яких немає в місцях їх постійного мешкання. Саме тут виникає конкуренція між дестинаціями, оскільки чим цікавіше територія з погляду можливостей побачити і узнати більше нового, тим вище її рейтинг серед дестинацій і, відповідно, тим більше вона відвідується туристами; – мати нагоду для надання послуг, необхідних для задоволення потреб туристів (причому обов'язково такої якості, яку чекає клієнт). До них в першу чергу відносяться доставка (транспорт) до дестинації і назад, забезпечення умов мешкання, харчування, організації дозвілля з відповідним рівнем обслуговування;

- забезпечувати ефективне функціонування інформаційних систем (перш за все комп'ютерного резервування і бронювання), які є необхідним інструментом діяльності дестинацій на туристському ринку. Таким чином, туристський регіон (дестинація) – це територія, що має в розпорядженні об'єкти туристського інтересу і пропонує певний набір послуг, необхідних для задоволення потреб туристів.

Типологія туристських регіонів, на думку, може бути представлена таким чином: – крупні столичні міста, які привертають туристів з багатьох причин, у тому числі як культурно-історичні й ділові центри; – туристські центри – це території, що мають високу концентрацію туристських підприємств, добре розвинуту транспортну мережу, а також є привабливими для туристів з культурної, історичної, рекреаційної і наукової точок зору; – центри цілеспрямованого розвитку місцевих звичаїв і культури для залучення туристів; – центри, спеціально побудовані для туристів. Уся інфраструктура таких центрів орієнтована виключно на задоволення потреб і інтересів туристів. Прямуючи до регіону туристської дестинації (мети своєї подорожі), туристи на деякий час (як правило, на декілька годин) можуть зупинитися в так званому транзитному регіоні (перш за все в місці пересадки з одного транспортного засобу на інший). Його головна функція – надати туристам послуги підприємств ресторанного господарства. Проте туристи можуть затримуватися тут і на декілька днів з метою огляду визначних пам'яток, якщо дана територія такі має в своєму розпорядженні і вони

становлять певний інтерес для туристів. Послуги туристам в тому або іншому регіоні надає туристська індустрія – сукупність підприємств матеріального виробництва і невиробничої сфери, що забезпечує виробництво, розподіл, обмін і споживання туристських послуг, освоєння і експлуатацію туристських ресурсів, а також створення матеріальної бази туризму. Туристська індустрія є важливим елементом субсистеми “об’єкт туризму”. Одні з підприємств туристської індустрії пропонують споживачам виключно туристські послуги, для інших туризм – тільки один з напрямів їх комерційної діяльності. Формування, просування і реалізація комплексу туристських послуг, об’єднаних загальним цільовим призначенням, забезпечується туристськими підприємствами (туроператорами і турагентами), діяльність яких служить виключно туризму і складає основу його існування. Туристські підприємства в процесі свого функціонування взаємодіють з виробниками туристських послуг (засобами розміщення, транспортними організаціями, підприємствами ресторанного господарства і т. ін.), для яких в більшості випадків обслуговування туристів є одним з напрямів їх комерційної діяльності. Наданням послуг туристам займаються також підприємства, які обслуговують все населення туристського регіону, хоча вони задовольняють одночасно і потреби туристів (перш за все це відноситься до підприємств торгівлі, зв’язку, побутового і медичного обслуговування, культурно-просвітницьких установ і т. ін.). До складу туристської індустрії входять також державні й громадські організаційно-правові структури, які регулюють й координують розвиток туризму в регіоні, забезпечуючи умови (інфраструктуру, інформацію, безпеку, доступність і збереження туристських об’єктів, формування туристської привабливості і іміджу регіону і т. ін.) ефективного функціонування системи туризму. Таким чином, туризм необхідно розглядати як самостійну соціально-економічну систему, яка одночасно інтегрована в суперсистеми “суспільство”, “економіка”, “природне середовище”. Такий підхід дозволяє, з одного боку, виявити його структуру з різноманітним внутрішнім зв’язком, а з іншого – визначити характер взаємодії із зовнішнім середовищем.

Література [1, ст.34-37].

Питання для самоперевірки:

1. Що називають туристською дестинацією?
2. Яким вимогам повинна відповідати туристська дестинація?
3. Що входить до складу туристської індустрії?

Тема 3. Державні органи регулювання туристичної діяльності в Україні

Основними цілями державного регулювання в галузі туризму є: – забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров’я, на безпечне для

життя і здоров'я довілля, задоволення духовних потреб та інших прав; – безпека туризму, захист прав та законних інтересів туристів, інших суб'єктів туристської діяльності та їх об'єднань, прав та законних інтересів власників або користувачів земельних ділянок, будівель та споруд; – збереження цілісності туристських ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля, врахування державних і громадських інтересів при плануванні й забудові територій; – створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристської діяльності.

Концептуальні завдання державного регулювання туристського бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки полягають у: – розробленні національної концепції туризму, в якій повинен бути встановлений рівний пріоритет внутрішнього туризму і послуг іноземним туристам; на внутрішньому ринку перевага повинна віддаватися масовим видам туризму для українських громадян, доступних широким прошаркам населення; при обґрунтуванні регіональної політики доцільно стимулювати активізацію пропозиції послуг культурного й історичного туризму; – сприянні розвитку туризму, що забезпечує відтворення та охорону природних і культурних ресурсів країни; – створенні умов для формування адресного туризму соціально незахищених верств населення; – створенні можливостей для погодженого розвитку всіх численних елементів сектора туризму; – оптимальному поєднанні політичних, економічних, екологічних і соціальних вигод від туризму і розподілу їх усередині суспільства, зводячи при цьому до мінімуму проблеми, пов'язані з туризмом; – формуванні на національному рівні необхідних координаційних структур у сфері вивчення ринку; оцінюванні можливостей розміщення, вибору типів і ступеня розвитку визначних об'єктів, послуг і інфраструктури в туристському секторі; – досягненні інвестиційної привабливості туризму; забезпеченні орієнтирів для постійного контролю за ходом і напрямками розвитку туризму. Туристська сфера потребує координації та регулювання більшою мірою, ніж жодна інша. Водночас надмірна державна присутність і регламентація загрожує суттєвим обмеженням прояву підприємницької ініціативи, яку покладено в основу становлення ринкової моделі господарювання. Історично склалося так, що в Україні регулюванням туризму постійно займається цілий ряд державних установ.

Література [1, ст. 161-168].

Питання для самоперевірки:

1. Основні цілі державного регулювання в галузі туризму ?
2. Концептуальні завдання державного регулювання туристського бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки полягають?

Тема 4. Туристична політика в Україні, її основні положення

Туризм необхідно планувати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, таких як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок та ін. Туристська політика є системою соціально-економічних, правових, зовнішньополітичних, культурних та інших методів і заходів, що використовуються парламентами, урядами, державними та приватними організаціями, асоціаціями і установами, відповідальними за туристську діяльність, з метою регулювання та координації туристської галузі й створення умов для її розвитку. Правову базу діяльності туристської галузі країни закладено Законом України —Про туризм». Він є основоположним законодавчим актом, що визначає загальні правові, організаційні, виховні та соціально-економічні засади реалізації державної політики в галузі туризму, всебічно регламентує туристську діяльність в Україні, створює умови для стимулювання ділової активності суб'єктів туристського підприємництва, забезпечує оптимальний рівень державного регулювання процесу розвитку вітчизняного туризму. Закон України —Про туризм» став правовим підґрунтям для розробки цілого комплексу галузевих нормативно-інструктивних документів, що регламентують конкретні аспекти туристської діяльності.

У цілому ж державна політика в галузі туризму визначається Верховною Радою України. Згідно із Законом України —Про туризм основними напрямками державної політики в цій сфері є:

- залучення громадян до раціонального використання вільного часу, проведення змістовного дозвілля, ознайомлення з історико-культурною спадщиною, природним середовищем, організація оздоровлення населення;

- забезпечення раціонального використання та збереження туристських ресурсів, становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, створення ефективної системи туристської діяльності для забезпечення потреб внутрішнього та іноземного туризму;

- створення та вдосконалення нормативно-правової бази в галузі туризму відповідно до чинного законодавства України, міжнародних норм і правил; – захист прав та інтересів держави в галузі туризму;

- створення сприятливого для розвитку туризму податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів контролю;

- створення економічних умов, які стимулюють розвиток туризму.

Програми розвитку туризму затверджуються з метою реалізації довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму і становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, розвиток туристської галузі. Державні цільові, регіональні та інші програми розвитку туризму повинні передбачати заходи щодо забезпечення безпеки в галузі туризму. Порядок формування, фінансування і реалізації регіональних та місцевих програм розвитку туризму визначається законом.

Література [2, ст.112-120].

Питання для самоперевірки:

1. Основними напрямками державної політики є?
2. Правову базу діяльності туристської галузі країни закладено?
3. Яким Законом України закладено правову базу діяльності туристської галузі?

Тема 5. Основні законодавчі й нормативно-правові акти у сфері туризму, що діють в Україні

Нормативно-правова база туристської діяльності представлена як спеціальним, так і загальним законодавством. До норм загального законодавства належать: Конституція України, якою закріплені основні права й свободи людини, їх гарантії; Закони України — Про захист прав споживачів, що є основою державного регулювання безпеки товарів і послуг з метою захисту людини, її майнового та природного середовища; — Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України; — Про порядок здійснення розрахунків в іноземній валюті; — Про страхування; — Про рекламу; — Про державний кордон України; — Про охорону навколишнього природного середовища; — Про правовий статус іноземців; — Про підприємництво; — Про підприємства в Україні; — Про охорону культурної спадщини тощо.

До основних документів нормативно-правової бази туризму відносяться:

1. Конституція України;
2. Цивільний кодекс України;
3. Господарський кодекс України.

Література [1, ст.28-35].

Питання для самоперевірки:

1. Що відноситься до основних документів нормативно-правової бази туризму?
2. Що відноситься до норм загального законодавства?

Тема 6. Основні важелі впливу держави на туристську діяльність

Державний механізм управління в туристській сфері розглядається як виважена система прийомів, важелів та методів впливу державних органів влади на діяльність усіх суб'єктів туристського ринку, а також способів практичного застосування їх за тієї чи іншої ситуації, якою обумовлюються цілі й завдання розвитку галузі.

Розвиток туризму впливає на національну економіку країни й окремих її регіонів. Він може бути короткочасним і тривалим. При короткочасному

впливі за допомогою перерозподілу частини доходів населення в туристський сектор зростає попит на послуги відповідних сегментів ринку. Це дає підставу розглядати розвиток туризму як інструмент перерозподілу видаткової частини бюджетів домогосподарств.

Довгостроковий вплив туризму створює ширший мультиплікативний ефект, що виявляється в розвитку сполучених галузей: будівництва, промисловості, сільського господарства, народних промислів і т. ін. Унаслідок цього збільшується зайнятість населення, зростають його доходи. Так, досвід розвинутих країн, зокрема Франції, Іспанії, свідчить про те, що будівництво 100 місць розміщення туристів викликає створення 20–25 нових робочих місць з їх обслуговування.

Держава сприяє розвитку туристської діяльності: допомагає готувати кадри, організовувати наукові дослідження у сфері туристської індустрії, забезпечує картографічною продукцією тощо. При підтримці держави українські туристи, туроператори, турагенти та їхні об'єднання беруть участь у міжнародних туристських програмах.

Відповідно до законодавства, з метою просування туристського продукту на світовому ринку орган виконавчої влади в сфері туризму створює представництва за межами України. Правовою основою міжнародного співробітництва у сфері туризму є міжнародні договори України.

Іншою важливою метою державного регулювання є охорона навколишнього природного середовища. Підприємство у сфері туризму пов'язане з використанням природних рекреаційних туристських ресурсів у вигляді лікувально-оздоровчих місцевостей, земель, лісів, водних ресурсів, природних заповідників, національних парків, курортів і т. ін. Оскільки природні ресурси, як це встановлено законодавством, знаходяться в державній власності, то в умовах змішаної ринкової економіки їх використання в сфері туризму ґрунтується на орендних відносинах.

Охорона навколишнього природного середовища повинна здійснюватися таким чином, щоб у ході туристської діяльності створювались умови для виховання культури й оздоровлення туристів.

Держава ставить за мету, розвиток туристської індустрії, щоб забезпечити потреби громадян при здійсненні подорожей. Одночасне формування туристської індустрії повинне бути орієнтоване на створення нових робочих місць, збільшення доходів держави і українських громадян, збереження об'єктів туристського показу, раціональне використання природної, історичної, культурної спадщини, зміцнення міжнародних контактів.

Взаємини держави і ринку туристських послуг можна умовно розділити на відносини з приводу:

- стимулювання підприємництва у сфері туризму;
- охорони навколишнього середовища, в тому числі природних рекреаційних туристських ресурсів;

– охорони життя, здоров'я, захисту прав та інтересів споживачів туристських послуг.

Для ринку рекреаційних і туристських послуг характерна наявність великої кількості невеликих і дрібних фірм, що спеціалізуються на безпосередньому постачанні різноманітних послуг туристам і відпочиваючим, суб'єктам, які займаються діяльністю з організації турів.

Туризм – це капіталомісткий бізнес. Для створення індустрії туризму сучасного рівня необхідно залучати матеріальні й фінансові ресурси. У багатьох країнах індустрія туризму створювалась із залученням іноземного капіталу. Використання іноземних інвестицій, як свідчить світова практика, припускає активний державний вплив за допомогою податково-фінансової політики. Створення сприятливих умов для інвестицій у туристську індустрію, надання пільгових кредитів, установа податкових і митних пільг туроператорам і турагентам які займаються туристською діяльністю на території України, приваблюючи іноземних громадян у цю сферу, скорочення податків і зборів або звільнення від них на початковій стадії створюваних разом із закордонними інвесторами компаній і фірм, допомога цільовими бюджетними субсидіями – це ті заходи, що повинні бути узгоджені з обов'язковими умовами щодо створення додаткових робочих місць і залучення місцевої робочої сили та інших ресурсів, що сприяють активізації економіки.

Надання послуг туризму і рекреації в умовах ринку повинне супроводжуватися захистом прав та інтересів споживачів, забезпеченням їхньої безпеки.

Правову основу для цього створює Закон України “Про захист прав споживачів”, що визначає права споживача на безпеку послуг, на одержання необхідної інформації, гарантії і відповідальності постачальника (виконавця) послуг і т. ін.

Специфіка послуг туризму відбивається і на процесі їхнього ціноутворення. Для них характерна висока еластичність цін у різних сегментах туристського ринку, що залежить від співвідношення попиту й пропозиції. Нематеріальна природа, незбереженість послуг зумовлюють особливості ринкового ризику, пов'язаного з утворенням нереалізованих запасів туристського призначення, а також імовірність того, що ціна на ці товари й послуги може бути збита конкурентами. Виникає небезпека “цінових війн” у різних секторах індустрії туризму, що загострюється сезонною диференціацією цін, їхньою залежністю від цін і тарифів на товари й послуги сумісних галузей. Державне регулювання повинне враховувати цю специфіку при здійсненні перегляду цін і тарифів на послуги галузей із природною монополією.

Найважливішим засобом державного контролю над підприємництвом у сфері туризму є ліцензування цієї діяльності, стандартизація в туристській індустрії, сертифікація туристського продукту. Це необхідно для захисту прав та інтересів туристів.

Поряд з прямими методами регулювання держава повинна використовувати методи непрямого впливу.

Держава може суттєво впливати на розвиток туристської діяльності за допомогою таких важелів, як зовнішньоекономічна політика, митна політика, податкова політика та ін. Державне регулювання повинне будуватися так, щоб споживач був у центрі уваги, тільки тоді буде реалізоване його право на доступність послуг, право на відпочинок, на волю пересування.

Зусилля держави мають бути спрямовані не тільки на обмеження монополії у сфері пропозиції туристських послуг, а й на підвищення соціальної відповідальності підприємництва.

Література [1, ст.81-84].

Питання для самоперевірки:

1. Державний механізм управління в туристській сфері.
2. Що є важливою метою державного регулювання?

Тема 7 Туристські формальності: паспортно-візові, митні, валютні, санітарні

Туристські формальності – обов'язкові з погляду законності й встановленого порядку дії з оформлення і здійснення туристської подорожі, а також процедури, пов'язані з перетином кордонів. Формальності у сфері туризму підрозділяються на паспортно-візові, митні, санітарні або медичні правила, валютний контроль і порядок обміну валюти, правила перебування і пересування в країні, імміграційні правила та інші процедури.

Міжнародна співпраця і діяльність різних міжнародних організацій у сфері туризму спрямована на спрощення подібних формальностей, на ліквідацію перешкод для розвитку подорожей і міжнародного туризму.

Спрощення туристських формальностей стало об'єктом цілого ряду міжнародних угод і договорів. До них слід віднести:

- Чикагську конвенцію Міжнародної організації цивільної авіації (ІКАО);
- Міжнародні медичні правила Всесвітньої організації охорони здоров'я 1951 р.
- Конвенцію по сприянню міжнародному морському транспорту Міжнародної морської організації 1965 р.;
- Міжнародну конвенцію 1973 р. по спрощенню і гармонізації (узгодженню) митних процедур (конвенція Киото);
- Заключний акт Ради з безпеки і співпраці в Європі 1975 р.
- Рішення-рекомендація Ради ОЕСР з міжнародної політики в області туризму 1985 р.;
- Єдиний європейський акт Європейських співтовариств 1987 р.;
- Гаагську декларацію Міжпарламентської конференції з туризму 1989 р.;

– Конвенцію про застосування шенгенської угоди 1985 р.

UNWTO, надаючи особливе значення спрощенню туристських формальностей, розробила і прийняла відповідний пакет рекомендацій в частині:

– паспортних формальностей: децентралізація паспортних служб; скорочення термінів і спрощення процедури оформлення закордонних паспортів, введення розумного збору, встановлення терміну дії паспорта не менше 5 років з необмеженим числом поїздок, зберігання закордонного паспорта у власника без права конфіскації; приведення паспортів у відповідність із стандартами ІКАО, що дозволяють здійснювати перевірку за допомогою комп'ютерних систем;

– візових формальностей: безвізовий в'їзд на строк до 3 місяців; розповсюдження дії візи строком на 12 місяців на один або декілька в'їздів у всі пункти і по всіх маршрутах, відкритих для туристів, з використанням будь-якого виду транспорту; взаємне визнання візи ряду держав; у виняткових випадках видача дозволу на в'їзд на контрольно-пропускному пункті; встановлення єдиного консульського збору незалежно від громадянства туриста;

– валютних формальностей: дозвіл ввезення валюти в розмірі, вказаному в митній декларації; надання повної інформації потенційним відвідувачам і туристам про правила і поточний курс обміну валюти; розміщення відповідної інформації в обов'язковому порядку на контрольно-пропускних пунктах в'їзду; забезпечення можливості зворотного обміну валюти при виїзді з країни перебування; обмін валюти, що ввозиться, тільки на добровільній основі; надання туристам права мати при виїзді достатні суми в національних грошових одиницях для зворотної поїздки по своїй країні;

– митних формальностей: обкладання туристів податками, зборами, митами при в'їзді-виїзді, окрім митних зборів і податків на додану вартість по окремих видах товарів і певній їх кількості; включення деяких податків і зборів на утримання і оновлення туристських об'єктів у структуру непрямого оподаткування, у вартість квитків, путівок, турів, замість прямого збору валюти з відвідувачів;

– медичних формальностей і надання медичної допомоги туристам: розширення співпраці національних туристських адміністрацій з органами охорони здоров'я у справі надання вичерпної туристської інформації медичного характеру всім зацікавленим особам; висновок багатобічних державних договорів з медичного страхування і надання медичної допомоги туристам; надання невідкладної медичної допомоги всім без винятку туристам; у разі захворювання в гострій формі або смерті негайне сповіщення консульства і родичів;

Ці рекомендації виходять з основоположних принципів спрощення туристських формальностей, що знайшли віддзеркалення в Гаагській декларації з туризму.

Туристські формальності включають ряд вимог і правил, що ставляться до порядку в'їзду і перебування іноземних туристів на території держав. Таким чином, встановлення і визначення рамок їх дії є винятковим правом цих держав.

Туристські формальності є одним з чинників зовнішнього середовища, які враховуються туристським підприємством при організації поїздок в зарубіжні країни. Здійснюючи організацію турів в ту чи іншу країну, слід з'ясувати порядок і необхідні процедури для забезпечення в'їзду і перебування в ній туристів, а також зробити всі дії, що забезпечують виконання цих процедур мандрівниками.

Туристське підприємство зобов'язано інформувати учасників подорожей і потенційних покупців про формальності, пов'язані з в'їздом, виїздом і перебуванням у країні призначення. Турист, який відправляється в країну повинен знати наступне: які речі і в якій кількості підлягають безмитному переміщенню через кордон; що заборонено до вивозу в країні, куди він їде; що підлягає обкладенню митними зборами; який порядок обміну валюти; чи існують обмеження на її обмін; чи має місце обов'язковий мінімум валютних коштів з розрахунку на день мешкання під час подорожі.

Окрім цього, туристська компанія повинна вжити всіх заходів до того, щоб забезпечити клієнтів належним чином оформленою документацією (туристським ваучером, путівкою, медичною страховкою, проїзними документами).

Література [,ст.84-86].

Питання для самоперевірки:

1. Дати визначення, що називають туристськими формальностями?
2. Що відносять міжнародних угод і договорів.
3. Що входить в капет UNWTO?
4. Що включають в туристські формальності.
5. Обов'язки туристського підприємства?

Тема 8 Права і обов'язки туристів і екскурсантів

Туристи й екскурсанти – громадяни України, керуються правами та обов'язками, закріпленими в Конституції України та інших законах і законодавчих актах. Крім того основні права й обов'язки туристів та екскурсантів окремо визначені Законом України “Про туризм”.

Туристи і екскурсанти мають право на:

– реалізацію закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне для життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб, захист і повагу людської гідності;

– необхідну і достовірну інформацію про правила в'їзду до країни (місця) тимчасового перебування, а також виїзду з країни (місця) тимчасового перебування і перебування там, про звичаї місцевого населення,

пам'ятки природи, історії, культури та інші об'єкти туристського показу, що знаходяться під особливою охороною, стан навколишнього середовища;

- інформацію про наявність ліцензії у суб'єкта, який здійснює підприємницьку діяльність у галузі туризму, дозволів, сертифікатів, інших документів, наявність яких передбачена законодавством;

- отримання обов'язкової інформації, що передує укладенню договору;

- отримання туристських послуг, передбачених договором;

- особисту безпеку, захист життя, здоров'я, прав споживача, а також майна;

- одержання відповідної медичної допомоги;

- відшкодування матеріальних і моральних збитків у разі не виконання або неналежного виконання умов договору;

- сприяння з боку органів державної влади України в одержанні правових та інших видів допомоги, а громадяни України також і за її межами;

- реалізацію інших прав.

Туристи і екскурсанти зобов'язані:

- не порушувати прав та законних інтересів інших осіб, вимоги законів, які діють на території країни перебування;

- виконувати митні, прикордонні, санітарні та інші правила;

- поважати політичний і соціальний устрій, традиції, звичаї, релігійні вірування країни (місця) перебування;

- зберігати довкілля, дбайливо ставитися до об'єктів природи та культурної спадщини в країні (місці) тимчасового перебування;

- дотримуватися умов і правил, передбачених договором про надання туристських послуг;

- надавати персональну інформацію в обсязі, необхідному для реалізації туристського продукту;

- дотримуватися під час подорожі правил особистої безпеки;

- відшкодувати збитки, завдані їх неправомірними діями.

- виконувати інші обов'язки, передбачені законодавством України та законодавством країни тимчасового перебування.

Література [1, ст. 94-95].

Питання для самоперевірки:

1. Як ви знаєте права туристів і екскурсантів?

2. Які вам відомі зобов'язання туристів і екскурсантів.

Тема 9 Етапи створення туристського підприємства

Підприємницька діяльність в Україні регулюється Господарським і Цивільним кодексами України, окремими законами і підзаконними нормативними актами.

Основними суб'єктами на туристському ринку, які здійснюють виробництво і реалізацію послуг, виступають окремі підприємці – фізичні особи і підприємства – юридичні особи.

Виходячи з того, що в економіці України створюються і функціонують підприємства різних організаційно-правових форм, законодавство визнає загальні і спеціальні умови їх створення. Загальні умови поширюються на організацію створення усіх форм підприємств. Вони визначені законами України "Про підприємства", "Про підприємництво", Господарським і Цивільним кодексами, які регулюють загальні умови створення юридичної особи, в тому числі і підприємства. Спеціальні умови створення підприємств визначені законами про їх окремі види

Закон "Про підприємства в Україні" регламентує діяльність різних видів підприємств, визначає види й організаційні форми, правила діяльності, створює однакові правові умови незалежно від форми власності й системи господарювання, забезпечує самостійність підприємств, фіксує їхні права і відповідальність, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою.

Процедура створення туристського підприємства як юридичної особи передбачає багато етапів. Найважливішими елементами

створення туристського підприємства є:

- вибір організаційно-правової форми;
- складання протоколу намірів учасників (засновників);
- розробка проектів установчих документів;
- проведення установчих зборів;
- підготовка установчих документів для реєстрації;
- правова реєстрація підприємства;
- постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних

органах,

Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та інших установах.

– організаційні процедури, пов'язані з відкриттям рахунків у банківських установах, виготовлення печатки, штамп, фірмових бланків.

Порядок створення і реєстрації визначається чинним законодавством України, що передбачає певний порядок і умови реєстрації юридичної особи.

Література [1 ст.114-115].

Питання для самоперевірки:

1. Якими кодексами України регулюється підприємницька діяльність?
2. Що регламентує Закон "Про підприємства в Україні"?
3. Що передбачає процедура створення туристського підприємства як юридичної особи?

Тема 10 Вибір організаційно-правової форми туристського підприємства

При виборі організаційно-правової форми діяльності підприємства потрібно визначити необхідний рівень і кількість його можливих прав і зобов'язань, що залежить від профіля і змісту майбутньої діяльності, можливого кола партнерів, існуючого в країні законодавства. Ухвалюючи рішення про вибір організаційно-правової діяльності, необхідно керуватися господарським, підприємницьким і трудовим правом. Господарське, і підприємницьке право кожної країни містить лише певні організаційно-правові форми діяльності.

Як було сказано раніше, підприємства можуть бути засновані на приватній, колективній, державній і змішаних формах власності. У зв'язку з цим в туристському бізнесі можуть діяти приватні, колективні, державні, сумісні й іноземні підприємства.

Суб'єктами господарювання можуть виступати фізичні і юридичні особи.

До **фізичних осіб** відносяться громадяни країни, іноземні громадяни, особи без громадянства і з подвійним громадянством. Проте участь в товарногрошових відносинах нерідко вимагає вкладення значних капіталів, якими неволодіють окремі фізичні особи. Тільки об'єднавши капітали багатьох учасників ринкових відносин, можна реалізовувати крупні інвестиційні проекти. Ця особливість ринкових відносин зумовила участь в них штучних утворень, іменованих юридичними особами.

Юридичною особою визнається організація, яка має у власності, господарському веденні або оперативному керуванні відособлене майно, несе самостійну відповідальність за своїми зобов'язаннями, може від свого імені придбати і здійснювати майнові й особисті немайнові права, виконувати обов'язки, бути позивачем і відповідачем в суді. Юридична особа повинна мати самостійний баланс або кошторис і власний розрахунковий рахунок. Вона також повинна бути внесена в єдиний державний реєстр юридичних осіб країни реєстрації.

Юридичні особи діляться на види за різними не співпадаючими критеріями залежно від мети, яка ставиться при класифікації. Таких критеріїв багато.

Найважливішими з них є:

- власність, на основі якої юридична особа утворена;
- права засновників (учасників, членів) юридичної особи на його майно;
- мета діяльності; склад засновників; спосіб утворення; склад засновницьких документів;
- характер участі засновників в діяльності юридичної особи;
- обов'язок учасників (членів) брати участь своєю працею в діяльності юридичної особи та ін.

Ринкова економіка припускає діяльність суб'єктів господарювання різних організаційно-правових форм. Розрізняють некомерційні організації (що утворюються для задоволення духовних або інших нематеріальних

потреб; звичайно переслідують соціальні, добродійні, культурні, освітні та інші суспільно корисні цілі) і комерційні (що утворюються з метою отримання прибутку).

До некомерційних організацій відносять споживчі кооперативи, громадські й релігійні організації (об'єднання), фонди, установи, об'єднання юридичн До комерційних організацій відносять господарські товариства (повні й командитні), господарські товариства, виробничі кооперативи й унітарні підприємства.

Однією з організаційно-правових форм туристських підприємств є діяльність індивідуального підприємця (ІП). У законодавстві кожної країни визначено, що будь-яка приватна особа, громадянин даної країни, має право займатися підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи з моменту державної реєстрації як індивідуальний підприємець. ІП відповідає за своїми зобов'язаннями всім майном, що йому належить, за винятком майна, на яке відповідно до законодавства не може бути накладено стягнення. Перелік майна громадян, на яке не може бути накладено стягнення, встановлюється цивільним процесуальним законодавством. ІП, який не в змозі задовольнити вимоги кредиторів, пов'язані із здійсненням ним підприємницької діяльності, може бути визнаний економічно неспроможним (банкротом) в судовому порядку. З моменту вступу в дію рішення суду втрачає силу реєстрація індивідуального підприємця.

Таким чином, ми назвали можливі організаційно-правові форми діяльності підприємств. Але вказати, яка з цих форм найбільш придатна для туристського підприємства, що знов утворюється, неможливо, оскільки на вибір організаційно-правової форми підприємства впливає багато різноманітних чинників.

Беручи до уваги вищевказані чинники, необхідно зазначити, що до 2000р. туристські підприємства при виборі форми юридичної особи віддавали перевагу товариствам з обмеженою відповідальністю. У даний час найпопулярнішими організаційно-правовими формами діяльності туристських підприємств є товариства з додатковою відповідальністю, унітарне підприємство, індивідуальний підприємець

Вибір організаційно-правової форми господарського товариства проводиться учасниками (засновниками) відповідно до законодавства України.

Література [1 ст.116-118].

Питання для самоперевірки:

- 1.Хто виступає субектами господарювання?
- 2.Що відноситься до фізичних осіб?
- 3.На які види діляться юридичні особи?
- 4.Що відноситься до організаційно-правових форм туристських підприємств?

Тема 11 Обґрунтування організаційної структури управління туристським підприємством.

Поняття "структура" відображає будову й внутрішню форму системи.

Наявність структури – обов'язкова умова всіх існуючих систем, оскільки саме структура додає їм цілісність, сприяє збереженню стійкого стану.

Організаційною структурою називається структура, що відображає сукупність взаємозв'язків різних елементів, які функціонують для досягнення єдиної мети. Структура виробничої системи, наприклад підприємства є сукупністю структури виробництва і структури управління.

Функції і структура управління – дві взаємозв'язані сторони організації системи управління. Вони виступають як зміст і форма процесу управління. Взаємозв'язок цих сторін припускає первинність функцій і вторинність структури управління. При цьому первинність і вторинність цих важливих елементів системи управління відносна. Наявність структури системи управління і її розвиток є основою реалізації функцій управління, тобто самого процесу управління.

В основі формування організаційної структури управління лежить виділення функцій, необхідних для організації і функціонування підприємства, і закріплення відповідних функцій за підрозділами апарату управління.

Решта елементів системи управління: методи, кадри, техніка, інформація і т. ін. – є засобом, необхідним для своєчасної реалізації тієї або іншої функції. Організаційна структура забезпечує безперервність процесу функціонування системи управління.

Розглядаючи будь-яку систему управління, можна виділити елементи структури й різні за змістом взаємозв'язки між ними. Елементами структури є органи й ступені управління.

Орган (ланка) управління – відносно відособлений підрозділ, об'єднуючий групу працівників, зв'язаних відносинами розподілу управлінської праці, наділених правами і відповідальністю і виконуючих відповідні функції управління.

Ступінь (рівень) управління – сукупність ланок одного рівня ієрархії управління. Ступені управління виражають ступінь концентрації процесу управління і показують послідовність підпорядкованість одних органів іншим від низу до верху.

Між елементами структури існують вертикальні й горизонтальні, лінійні й функціональні зв'язки. **Вертикальні зв'язки** – це зв'язки підпорядкування і керівництва. Вони підрозділяються на лінійні (обов'язкове підпорядкування з усіх питань управління) й функціональні (підпорядкування лише по окремих функціях). Горизонтальні зв'язки – це зв'язки між органами одного рівня, обумовлені кооперацією управлінської праці. Горизонтальні зв'язки мають характер **узгодження**. Лінійні зв'язки відображають рух інформації між лінійними керівниками (особами, що

відповідають за діяльність підприємства або його структурних підрозділів). Функціональні зв'язки є там, де відбувається обмін інформацією за тими або іншими функціями управління.

Таким чином, **організаційна структура управління (ОСУ) – впорядкована сукупність взаємозв'язаних елементів, які знаходяться між собою в стійких відносинах, що забезпечують їх функціонування і розвиток як єдиного цілого.**

Організаційна структура управління фіксується у структурній схемі управління, у штатних розписах, положеннях про підприємство і структурні підрозділи, а також в посадових інструкціях. Організаційна структура закріплює функції управління за структурними підрозділами і встановлює раціональні взаємозв'язки між ними, визначаючи цим ефективність функціонування системи, її техніко-економічні результати.

Туристські підприємства будують свою організаційну структуру залежно від масштабів і змісту діяльності, регіональних особливостей ринку, фінансово економічного положення.

Побудова ОСУ залежить:

- від організаційно-правової форми підприємства, закріпленої в реєстраційних документах;
- форми власності;
- виду підприємства (туроператор, турагент);
- технології формування, просування і реалізації туристського продукту.

В основу побудови ОСУ повинні бути встановлені наступні принципи:

- достатня доцільність — здатність відображати зміст діяльності підприємства, забезпечувати функціональну доцільність ланок управління;
- гнучкість – здатність реагувати і адаптуватися до умов діяльності, що змінюються;
- мінімальна кількість ланок;
- мінімізація персоналу;
- висока кваліфікація персоналу;
- мінімізація невикорисливих витрат.

Як показує практика, не існує навіть двох однакових туристських підприємств. Отже не може існувати універсальних рекомендацій з побудови ОСУ.

Вони повинні розроблятися індивідуально і враховувати специфіку, завдання і потреби кожного підприємства. Крім того, ОСУ може неодноразово змінюватися залежно від конкретної ситуації. На туристських підприємствах з відомих в сучасному менеджменті ОСУ в основному застосовують лінійну, функціональну і комбіновану (лінійно-функціональну) структури управління.

Лінійна ОСУ характеризується тим, що всі функції управління зосереджені в лінійних ланках – кожний працівник підпорядковується одному керівнику і одержує вказівки тільки від нього. Це виключає отримання підлеглими суперечливих і не зв'язаних між собою розпоряджень,

підвищує відповідальність керівників за результати роботи свого підрозділу. Дана структура максимально забезпечує принципи єдиноначальності в управлінні. При цьому керівник кожної ланки відповідає за весь об'єм роботи увіреного йому підрозділу. У зв'язку з цим керівник підрозділу в лінійній організаційній структурі повинен бути висококваліфікованим і компетентним у всіх питаннях, що стосуються безпосередньої діяльності підрозділу, яким він керує.

Лінійна ОСУ є логічно стрункою і формально визначеною (єдиноначальність, узгодженість дій виконавців, чітко виражена відповідальність, швидкість і достовірність інформації, несуперечність завдань, можливість контролю за виконанням доручень), але відрізняється відносно невеликими можливостями вирішення функціональних проблем і високими вимогами до знань керівників, необхідними для керування об'єктом. Як правило, застосування лінійної ОСУ виправдано для невеликих туристських підприємств.

Функціональна ОСУ заснована на диференціації функцій управління, що розділяють бізнес-процеси на окремі операційні відрізки, а управлінські дії на дії за функціями. Подібна організаційна структура є класичним варіантом розподілу праці по вертикалі.

Функціональна структура припускає розподіл всієї діяльності туристського підприємства за напрямками, кожний з яких (наприклад, відділ продажів, бухгалтерія і т. ін.) очолює функціональний керівник. При цьому передбачається, що функціональні керівники не втручаються у справи один одного, а їх діяльність координується директором підприємства або його заступником. Використання даної структури сприяє швидкому професійному зростанню лінійних керівників, а також підвищенню оперативності і якості ухвалення рішень всередині підрозділу. Схема функціональної структури управління показано .

При такій структурі управління підвищується ефективність управління за рахунок участі в роботі кваліфікованих фахівців, обізнаних у конкретній області діяльності підприємства і управління, що готують і приймають більш кваліфіковані рішення. Така структура дозволяє диференціювати роботу, розвантажити лінійних керівників, звільнити їх від необхідності детально знати всі сторони управління підприємством.

Разом з тим при функціональній структурі управління порушується принцип єдиноначальності, знижується відповідальність за роботу, оскільки виконавець може одержувати вказівки від декількох функціональних керівників. Виникає проблема узгодження цих розпоряджень, що створює додаткові

труднощі. Всі ці недоліки функціональної структури зростають при ускладненні управління.

Функціональна ОСУ є найпоширенішою в туристському бізнесі.

Лінійно-функціональна ОСУ є одночасно розвитком і комбінацією двох попередніх структур управління. Вона забезпечує такий розподіл

праці, при якому керівники лінійних ланок ухвалюють рішення і управляють, а функціональні керівники – консультують, інформують, планують і координують дії керівника підприємства

Література [1 ст.118-124].

Питання для самоперевірки:

1. Що називають організаційною структурою?
2. Організаційна структура управління (ОСУ), дайте визначення?
3. Побудова Організаційної структури управління залежить?

Тема 12 Розробка засновницьких документів, державна реєстрація і організаційне оформлення туристського підприємства

В Україні протягом останніх років діє типова схема створення і реєстрації підприємства, наведена в табл. 6.1. Розглянемо особливості деяких з них.

Одним з найважливіших документів, що оформлюються при створенні підприємства, є протокол намірів. Протокол намірів доцільно оформити для більш чіткого визначення мети і завдань створюваного підприємства, погодження організаційно-правової форми, розміру статутного капіталу, розподілу доручень між учасниками, вирішення інших організаційних питань. Він не входить до числа обов'язкових засновницьких документів, формально особи, які його підписали, не несуть відповідальності за невиконання взятих зобов'язань.

Разом з тим цей протокол є основою установчого договору і єдиним документом, який об'єднує засновників до моменту реєстрації.

У ряді випадків замість протоколу намірів оформлюють договір про спільну діяльність, в якому закріплюють певні зобов'язання:

- порядок й терміни розробки засновницьких документів;
- розподіл пайової участі у фінансуванні організаційного етапу;
- розподіл часток у статутному капіталі;
- узгодження форм майнового й інтелектуального внеску в статутний фонд та його оцінка;
- розподіл часток при формуванні обігових коштів;
- узгодження організаційно-правової форми й структури керування майбутньої фірми;
- ступінь й форма участі засновників в органах керування фірмою;
- узгодження бізнес-плану або техніко-економічного обґрунтування створення фірми й інше.

Виконання учасниками зобов'язань за даним договором (протоколом) є основою їх подальшого взаєморозуміння і довіри.

Важливим етапом створення туристського підприємства є розробка проектів установчих документів відповідно до обраної організаційно-правової форми.

До засновницьких документів, які необхідно розробити, відносяться:

– установчий договір (якщо до числа засновників входить дві особи і більш) або рішення засновника про створення підприємства (якщо засновником виступає одна особа);

– статут підприємства (при заснуванні підприємства будь-якої форми власності);

– заява засновника або особи уповноваженої засновником для державної реєстрації підприємства.

Засновницький договір – документ, що регламентує умови і порядок сумісної діяльності засновників і містить такі відомості:

– розмір і склад статутного фонду;

– порядок розподілу прибутку;

– розмір і порядок зміни часток, паїв або акцій кожного з учасників уставного фонду;

– розмір, склад, терміни і порядок внесення учасниками вкладів;

– про відповідальність учасників за порушення зобов'язань по внесенню вкладів і т. ін.

Статут – це зведення правил, що встановлюють порядок і організацію діяльності підприємства. Статут підприємства є одним з найважливіших документів і до його розробки необхідно відноситися дуже ретельно. При розробці статуту треба виходити з вимог законодавства, що діє на території країни реєстрації підприємства, яким визначаються права власності, а також права і обов'язки підприємств у процесі виконання господарської діяльності.

Статут підприємства містить наступну інформацію:

– найменування підприємства з вказівкою його організаційно-правової форми, фамілія власника майна і назви (для недержавних підприємств):

– дані про засновника (засновників) та їх відповідальність за зобов'язаннями підприємства;

– адреса підприємства;

– предмет, цілі й види діяльності;

– порядок утворення майна, в тому числі права власності на майно підприємства;

– порядок розподілу прибутку й покриття збитків;

– відомості про керування підприємством і компетенція органів управління;

– умови реорганізації і ліквідації підприємства та ін.

Титульний аркуш статуту підприємства повинен містити дату затвердження і підпис засновника, а якщо статут затверджено рішенням зборів засновників – дату зборів і номер протоколу. Перед подачею на державну реєстрацію статут необхідно прошити.

Розглянемо зміст цих документів для туристських підприємств найбільш поширених організаційно-правових форм. Так, для товариства з обмеженою відповідальністю в установчому договорі перераховуються всі засновники, їх реквізити, розмір статутного капіталу, його розподіл по

частках, перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, його оцінка та ін.

У статуті товариства з обмеженою відповідальністю необхідно записати наступні дані: повна назва товариства і юридична адреса; засновники (учасники) товариства; на який термін створене товариство; мета, предмет діяльності товариства; правовий статус товариства; майно, статутний капітал, розподіл часток;

перелік майна, яке вноситься засновниками у статутний фонд, та його оцінка;

порядок розподілу прибутку і покриття збитків, створення фондів;

права і обов'язки засновників; органи керування товариством; порядок зміни складу засновників;

трудові відносини з працівниками товариства; порядок обліку і звітності;

відомості про ревізійну комісію і аудит; порядок припинення діяльності й реорганізація товариства; порядок внесення змін до статуту.

Цей перелік не остаточний і може змінюватися залежно від різних факторів.

Вимоги до установчих документів товариства з повною відповідальністю аналогічні, за винятком специфіки солідарної відповідальності по зобов'язаннях, обумовлених попередньо.

Установчими документами акціонерного товариства є статут, в який додатково до вищесказаного заносять порядок розподілу статутного капіталу на акції, їх номінал, види та ін. Крім цього, додатково вводять розділи “Права і обов'язки акціонерів”, “Дивіденди”, “Порядок ведення реєстру акцій”. Для відкритого акціонерного товариства додатково вводиться розділ “Порядок емісії акцій”.

Особливо важливий для всіх форм господарських товариств вибір розміру статутного фонду і частки в ньому кожного учасника.

Статутний фонд майбутнього підприємства – це частина коштів, у межах яких воно несе відповідальність перед кредиторами, якщо інше майно відсутнє.

Наступний етап – проведення установчих зборів. Підготовка зборів проводиться ініціативною групою в порядку виконання рішень протоколу намірів.

Погоджений із засновниками порядок денний офіційно вручається всім учасникам не менше ніж за два тижні до початку зборів. У зборах мають право взяти участь всі засновники або їх довірені особи.

У порядок денний вносяться такі питання:

про створення підприємства;

обговорення статуту й установчого договору; вибори органів управління та затвердження виконавчих органів;

затвердження аудиту та ревізійних органів;

інші питання (обговорення бізнес-плану, рекламної компанії).

Якщо статутом передбачено внесення майнових вкладів у вигляді будівель, споруд, обладнання, права власності на землю і інші майнові права, а також право на інтелектуальну власність, тоді на зборах створюється комісія з оцінки відповідної власності і затверджуються її пропозиції за принципами і формами оцінки.

У разі створення акціонерного товариства закритого або відкритого типу в порядок денний додатково вноситься питання про порядок ведення реєстру акціонерів.

Загальні установчі збори вважаються такими, що відбулися, в разі присутності на них більше половини учасників або їх представників.

Голосування може бути відкритим або закритим.

Після проведення зборів установчі документи готують для реєстрації. У цей період документи передрукуюють, розмножують, прошивають. Необхідно звернути увагу на наявність усіх підписів засновників в установчому договорі й статуті, а також на правильне оформлення протоколу установчих зборів, який підписується головою і секретарем зборів.

Правова реєстрація підприємства проводиться виконавчими комітетами міських і районних Рад або вповноваженими органами. Реєстрація відбулася, якщо відповідний запис внесений в Державний реєстр, а підприємству видане свідоцтво про реєстрацію відповідної форми.

Після цього настає процедура взяття на облік в органах статистики, подає тковій адміністрації, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та ін.

Наступним організаційним заходом є відкриття розрахункових рахунків у банківській установі. Це вільний вибір банку, але зручніше, щоб він був розташований в районі, де знаходиться це підприємство. Для відкриття рахунків необхідно визначитися, які банківські рахунки необхідні для діяльності підприємства (гривневий, валютний, рубльовий) і ознайомитися з порядком відкриття і ведення рахунків.

Одночасно з процедурою відкриття рахунків треба отримати дозвіл

Управління внутрішніх справ на виготовлення печатки і штампів, підготувати їхні ескізи й замовити фірмові бланки, іншу друковану продукцію.

Одночасно з вказаними етапами необхідно виконувати роботи з оформлення офісу й формування трудового колективу туристського підприємства.

Одним з найважливіших етапів створення туристського підприємства є розробка програми його економічної діяльності. Це – основа фінансового менеджменту як для підприємства, яке створюється, так і для діючої фірми.

Обравши туристську діяльність як основний вид, слід розв'язати ще дві проблеми:

1. Вибрати супутні види діяльності, тобто диверсифікувати основу туристського бізнесу для зниження фінансових ризиків у зв'язку з тим, що

туризм досить чутливий до цілого ряду факторів: політичних, економічних, інфраструктурних та ін.

2. Бажано вибрати такі види основної і додаткової діяльності, які були б пріоритетними на тривалий період.

Наступним етапом є вибір географії бізнесу. Якщо майбутня основна діяльність пов'язана тільки з реалізацією внутрішніх турів, то необхідно визначити район прийому-відправки туристів. Якщо підприємство буде займатися міжнародним туризмом, то мають бути вибрані ті країни й регіони, де буде реалізований і спожитий туристський продукт.

Далі необхідно дослідити ринок туристських послуг і обрати свій сегмент туристського бізнесу й довести конкурентоспроможність власного турпродукту.

Визначивши регіон ринку збуту туристських послуг, необхідно провести розрахунок максимально можливих пропозицій та попиту цього ринку на перспективу за роками, місяцями, сезонами, днями тижня, а вже потім проаналізувати конкурентне середовище.

При цьому вивчають статистику чисельності туристських фірм, зареєстрованих у регіоні, обсяги реалізації ними туристських послуг, цінові фактори, наявність монополістів, відмінність власного туристського продукту від аналогічного продукту конкурентів та ін. Якщо рішення по вибору регіону ринку збуту туристських послуг визначається тільки умовами конкуренції, то приймається (після аналізу конкурентного середовища) одне з трьох рішень:

- вихід з цього ринку;
- прийняття стратегії конкурентоспроможності та робота на ринку шляхом завоювання свого сегмента;
- формування (виробництво) позаконкурентного туристського продукту і робота в цьому новоствореному сегменті ринку.

Важливими етапами діяльності туристського підприємства є:

- планування виробництва туристських послуг і контроль за якістю туристського продукту. Це питання підготовки турів, їх методичне забезпечення, підготовка договірної документації, робота зі страховими та іншими зацікавленими організаціями;
- визначення способу (технології) реалізації туристського продукту. Це може бути самостійна реалізація або через інші фірми, комісійний продаж через посередників або створення розгалуженої дилерської мережі;
- способи стимулювання продажів. Сюди належать ярмарки, виставки, конкурси, аукціони, туристські лотереї, надання сезонних пільг, пільг для постійних клієнтів, дітей, рекламні тури та ін;
- підбір та управління персоналом туристського підприємства. Це розрахунок необхідної кількості працівників, формування штатного розпису, розробка посадових інструкцій, форми оплати праці, регламенту роботи підприємства.

Література [1 ст.124--131].

Питання для самоперевірки:

1. Дайте визначення терміну засновницький договір?
2. Які відомості містить засновницький договір?
3. Яку інформацію містить статут підприємства?

ОРГАНІЗАЦІЯ ПОТОЧНОГО ТА ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ ТА ВМІНЬ СТУДЕНТІВ

Поточна та підсумкова оцінка рівня знань студентів здійснюється за модульною накопичувальною системою.

Поточний модульний контроль з дисципліни «Організація туристичної діяльності» передбачений за лекційними змістовними модулями програми ЗМ-Л1, ЗМ-Л2, одним модулем індивідуального завдання ЗМ-І3 та практичним змістовним модулем програми ЗМ-П1.

Методично модульний контроль з *лекційного модуля* проводиться в формі тестових контрольних робіт. Кожному студенту видається свій варіант завдання. Результати роботи оформлюються на окремому аркуші відповідно до наступного зразка:

Тестова контрольна робота
з дисципліни «Організація туристичної діяльності»
студент групи..... прізвище, ім'я, по батькові студента
Варіант № ____

1. Запитання
- відповідь
.....

20. Запитання
- відповідь
Дата

Підпис

Час, що виділяється на виконання тестової контрольної роботи визначається при видачі завдання, залежить від складності завдання і не перевищує 1 академічної години.

Методично модульний контроль з *модуля індивідуального завдання* проводиться у формі курсового проекту, що передбачає його написання за обраним завданням та захист.

Після вивчення лекційного матеріалу, написання контрольних робіт зі змістовних модулів може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 1.

Таблиця 1

Розподіл балів за лекційними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-Л1	КР1	25
ЗМ-Л2	КР2	25
Всього		50

Методично модульний контроль з *практичного модуля* проводиться в формі письмової контрольної роботи.

За змістовними модулями ЗМ-П1 і виконання індивідуального завдання (курсова робота) може бути нарахована максимальна кількість балів згідно табл. 2.

Розподіл балів за практичними змістовними модулями

Змістовний модуль	Форма контролю	Максимальна сума балів
ЗМ-П1	КР1	20
ЗМ-ІЗ	КР	30
Всього		50

Критерії оцінювання в балах контрольних роботи в залежності від якості відповіді на запитання наступні:

При денній формі навчання, якщо за практичні і теоретичні модулі студент одержав не менше половини кількості балів (≥ 25 балів) що відведені на них та успішно захистив КР,, студент одержує допуск до заліку .

Наприкінці I семестру студенти пишуть залікову контрольну роботу. Оцінюється залікова контрольна робота еквівалентно % правильних відповідей.

Сума балів, яку одержав студент за всі контрольні роботи, індивідуальне завдання і за практичний модуль формують інтегральну оцінку студента з навчальної дисципліни.

Для денної форми навчання інтегральна оцінка (В) за дисципліну розраховується за формулою:

$$B = 0,75 \times O3 + 0,25 \times O3KP,$$

де В – інтегральна оцінка поточної роботи студента в 100-бальній шкалі по дисципліні; ОЗ – оцінка роботи студента за змістовними модулями ($O3 \geq 60\%$), ОЗКР – оцінка залікової контрольної роботи, яка проводиться на останньому занятті з дисципліни за тестами оцінки знань базової компоненти навчальної дисципліни та має бути виконана на $\geq 50\%$ від максимальної оцінки.

Наприкінці сесії студент отримує інтегральну оцінку з дисципліни за всіма системами оцінювання наступним чином:

- для денної форми навчання студент, який не має на початок заліково-екзаменаційної сесії заборгованості по дисципліні, отримує якісну оцінку (зараховано або не зараховано) згідно з табл. 4 за умови: 1) якщо має на останній день семестру інтегральну суму балів поточного контролю достатню ($O3 \geq 60\%$) для отримання позитивної оцінки, 2) має $O3KP \geq 50\%$ від максимально можливої суми балів за залікову контрольну роботу;

Таблиця 3

Шкала оцінювання

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
90 – 100	5 (відмінно)	зараховано	A
82 – 89,9	4 (добре)	зараховано	B
74 – 81,9	4 (добре)	зараховано	C
64 – 73,9	3 (задовільно)	зараховано	D

Бал успішності (у відсотках)	За національною системою		За шкалою ECTS
	для іспиту	для заліку	
60 – 63,9	3 (задовільно)	зараховано	E
35 – 59,9	2 (незадовільно)	не зараховано	FX
1 – 34,9	2 (незадовільно)	не зараховано	F

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО ОСАМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ
З ДИСЦИПЛІНИ «ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

Укладач: Полянничко О.В.

Підп. до друку
Умов. друк. арк.

Формат 60×84/16
Тираж

Папір друк.
Зам. №

Надруковано з готового оригінал-макета

Одеський державний екологічний університет,
65016, м. Одеса, вул. Львівська, 15