

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ
КЛУБНОГО ТУРИЗМУ»**

Студентки 2 курсу, 12 групи
Освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 242 «Туризм»
спеціалізації «Міжнародний
туристичний бізнес

Слокви Анни Юріївни

*підпис
студента*

Науковий керівник
к.е.н., доцент

Жученко
Валентина Григорівна

*підпис
керівника*

Гарант освітньої
програми д.е.н., проф.

Ткаченко
Тетяна Іванівна

*підпис
гаранта*

Київ 2020

Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «магістр»
Спеціальність 242 «Туризм»
Спеціалізація «Міжнародний туристичний бізнес»

Затверджую
Зав. кафедри _____ **Т. І. Ткаченко**
« _____ » _____ **20** _____ р.

**Завдання
на випускн кваліфікаційну роботу студентів**

Слокви Анні Юріївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

Формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму

Затверджена наказом КНТЕУ від «04» листопада 2019 р. № 3755.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 20.11.2020 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: Дослідження теоретичних аспектів та розробка практичних пропозицій щодо формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму.

Об'єкт дослідження: Теоретичні основи та розробка практичних пропозицій щодо формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму.

Предмет дослідження: Туристичний продукт в сегменті клубного туризму в «Superior Golf & Spa Resort» м.Харків.

4. Консультанти по роботі із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Жученко В.Г		
2	Жученко В.Г		
3	Жученко В.Г		

5. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (перелік питань за кожним розділом):

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. Теоретико- методологічні засади формування стратегій конкурентоспроможності туристичних destinations

1.1. Сутність туристичних destinations та їх значення в розвитку міжнародного туризму

1.2. Особливості клубного туризму та його конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку

Висновок до Розділу 1

РОЗДІЛ 2. Діагностика передумов формування туристичного продукту гольф-туризму в Харківській області.

2.1. Аналіз стану розвитку сфери в межах Харківської області.

2.2. Загальна характеристика готельного підприємства «Superior Golf & Spa Resort»

Висновок до Розділу 2

РОЗДІЛ 3. Розробка стратегії конкурентоспроможності туристичної destinations на ринку клубного туризму.

3.1. Проект стратегії конкурентоспроможності туристичної destinations для клубного туризму.

3.2. Розробка туристичного продукту в сегменті клубного туризму.

Висновок до Розділу 3

Список використаних джерел

Додатки

6. Календарний план виконання роботи:

№ пор.	Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	
		за планом	фактично
1.	Вибір і затвердження теми випускної кваліфікаційної роботи	01.09.2019-04.11.2019	27.10.2019
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	05.11.2019-03.02.2020	28.01.2020
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	04.02.2019 - 21.06.2020	14.05.2020
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 01.07.2020	26.06.2020
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	22.06.2020-04.10.2020	25.09.2020
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	05.10.2020-01.11.2020	26.10.2020
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедрі та попередній захист у комісіях	02.11.2020-10.11.2020	02.11.2020
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	11.11.2020-19.11.2020	18.11.2020
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедрі	до 20.11.2020	19.11.2020
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

7. Дата видачі завдання « ____ » _____ 20__ р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи

Жученко В.Г.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми

Ткаченко Т. І.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Слюква А.Ю.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no text or other markings on the paper.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Жученко В.Г

(nidnuc, dama)

Відмітка про попередній захист

(ПІБ, підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Слокви А.Ю

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми Ткаченко Т. І.

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри Ткаченко Т. І.

(підпис, прізвище, ініціали)

« » 2020 p.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	9
1.1.Сутність туристичних дестинацій та їх значення в розвитку міжнародного туризму.....	9
1.2.Особливості клубного туризму та його конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку	13
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ГОЛЬФ-ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	20
2.1. Аналіз стану розвитку туристичної сфери в Харківській області	20
2.2. Загальна характеристика готельного підприємства «Superior Golf & Spa Resort».....	24
Висновки до розділу 2	34
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ НА РИНКУ КЛУБНОГО ТУРИЗМУ	35
3.1. Проект стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації для клубного туризму	35
3.2. Розробка туристичного продукту в сегменті клубного туризму.....	38
Висновки до розділу 3	45
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	49
ДОДАТКИ.....	54

ВСТУП

Актуальність теми. Актуальність обраної теми полягає в тому, що в останнє десятиліття отримав значного розвитку один з найбільш динамічних секторів туризму – клубний туризм. Система клубного відпочинку існує більше 25 років і до сих пір є одним з найбільш прогресивних секторів туристичного бізнесу, який постійно розвивається та має високу ефективність. Щороку все нові клуби вводяться в експлуатацію, і все більша кількість сімей надають перевагу цьому виду відпочинку. Система володіння клубним туризмом є швидкозростаючим і високоприбутковим сектором світового туристичного бізнесу. Дана тема представляє великий інтерес для вивчення, оскільки в ринку клубного туризму прихований величезний потенціал для розвитку та значних змін в індустрії туризму України.

Різні аспекти розвитку клубного туризму висвітлені в працях таких вітчизняних і зарубіжних учених як: Н.М. Влащенко, Г.М. Гуменюк, Копець Р.Г., Макогін З.Я., Сирик Н.В. та інші. Вивчення праць вказаних науковців дозволяє ґрунтовно підійти до дослідження сутності поставленого наукового завдання, а також виявити питання, що залишаються невирішеними.

Мета випускної кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних аспектів та розробка практичних пропозицій щодо формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму.

Відповідно до зазначеної мети поставлено та вирішено такі **завдання**:

- досліджено теоретико-методологічні засади формування стратегії конкурентоспроможності туристичних дестинацій;
- проведено аналіз стану розвитку туристичної сфери в Харківській області;
- наведено загальну характеристику готельного підприємства «Superior Golf & Spa Resort»; наведено формування проекту стратегії конкурентоспроможності туристичних дестинацій для клубного туризму;

— розроблено туристичний продукту в сегменті клубного туризму для гольф-курорту «Superior Golf & Spa Resort».

Об’єктом дослідження є теоретичні основи та розробка практичних пропозицій щодо формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму.

Предметом дослідження є процес туристичний продукт в сегменті клубного туризму в «Superior Golf & Spa Resort» м.Харків.

Методи дослідження. Для дослідження теоретичних основ формування стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на міжнародному ринку клубного туризму застосовано методи порівняльного аналізу та абстрактно-логічний метод. Для аналізу комунікацій бренду взято за основу вітчизняний готель «Superior Golf & Spa Resort».

Інформаційну базу дослідження складають монографії, наукові статті зарубіжних і вітчизняних учених, аналітичні журнали, нормативно-правові акти, офіційні дані готелю «Superior Golf & Spa Resort».

Практичне значення випускної кваліфікаційної роботи: матеріали і результати дослідження можуть бути використані в подальшій роботі готельного підприємства «Superior Golf & Spa Resort» щодо туристичний продукту в сегменті клубного туризму для гольф-курорту.

Апробація роботи здійснена у вигляді наукової статті «Проблеми та перспективи розвитку клубного туризму в Україні» зі збірника «Туристичний бізнес: виклики та можливості. Частина. – К.: КНТЕУ, 2020.». (додаток А).

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, шести підпунктів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1. Сутність туристичних дестинацій та їх значення в розвитку міжнародного туризму

Туристська дестинація – вирішальний елемент туристської системи. Її можна охарактеризувати як центр (територію) зі всілякими зручностями, засобами розміщення, обслуговування та послугами для забезпечення всіляких потреб туристів. Слово «дестинація» у перекладі з англійської означає «місце знаходження; місце призначення». Термін «туристична дестинація» був введений Лейпером в середині 1980-х рр. Зараз дестинація – це географічна територія, що має певні межі, яка може залучати і задовольняти потреби досить широкої групи туристів [7, с.67].

В табл.1.1. представлено підходи до визначення поняття «туристичної дестинації».

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття «туристичної дестинації»

№	Автор	Визначення поняття «туристична дестинація»
1	2	3
<i>Географічний або ресурсно-територіальний підхід</i>		
1	С. Медлик [30, с.77]	«Країни, регіони, міста та інші території, які відвідують туристи. Круглий рік їх інфраструктура обслуговує резидентів і нерезидентів, які приїхали з метою заробітку, і якийсь час в році постійних споживачів послуг – туристів».
2	Оксфордський словник понять і термінів [40]	«Destination – the place to which a person or thing is going» (дестинація – місце, куди в даний час направляються люди і речі. Тобто, туристична дестинація може бути визначена як будь-яка територія, в напрямок якої спрямовуються туристи з наміром відвідати, що є їх основною ціллю)».
3	Головчан А.І. [18, с.55]	«Місцевість певного масштабу з конкурентоспроможними туристичними ресурсами і підприємницькою інфраструктурою, де створюється й реалізується привабливий для мандрівників туристичний продукт, не завдаючи шкоди туристичним ресурсам і довкіллю».

Продовження табл.1.1.

1	2	3
4	UNWTO [44]	«Територія, яка приваблює туриста, куди він здійснює свою подорож і де проводить певний час. Туристичні дестинації виділяються як центральний елемент в процесі формування та реалізації турпродуктів. Дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить час, не менший ніж з однією ночівлею. Він (простір) включає туристичні продукти, такі, як послуги та атракції, туристичні ресурси в межах одного дня подорожі. Цей простір має фізичні і адміністративні кордони, які визначають спосіб управління ним, образи і перцепцію (сприйняття), що визначає їх ринкову конкурентоспроможність».
5	Закону України «Про туризм» [35]	«Місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення»
Економіко-управлінський підхід		
6	Т.І.Ткаченко [26, с.77]	«Дестинація – це об’єкт (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), який має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), привабливі для подорожуючих, доступні завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведення до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб’єктами господарювання».
Маркетинговий підхід		
7	Ф. Котлер [12, с.90]	«Туристська дестинації визначається як туристський продукт (комплекс матеріальних і нематеріальних елементів), що має багаторівневу структуру: основний, супутній, додатковий і розширений продукти».
Соціально-культурний підхід		
8	J. Saarinen [31]	«Динамічна, соціально сконструйована за допомогою дискурсивних практик (у тому числі конфліктуючих, конкуруючих) просторова структура».
9	В.Б. Буторіна [2]	«Соціально сконструйований простір, який активно створює своє майбутнє та є результатом соціальних практик і структуризації цінностей».

Як завершення розгляду концепту «туристська дестинації» наведемо сучасне визначення, запропоноване фінськими дослідниками С. Саранайемі і М. Кіланеном: туристська дестинації є «сукупність інститутів, що знаходяться в просторі фізично або віртуально, де відбуваються маркетингові операції і заходи, що кидають виклик традиційній дихотомії «виробництво - споживання» [31].

У моделі, запропонованій вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенем, К. Купером і Д. Флетчером, дестинація розглядається як взаємозв'язок таких елементів (рис.1.1.)

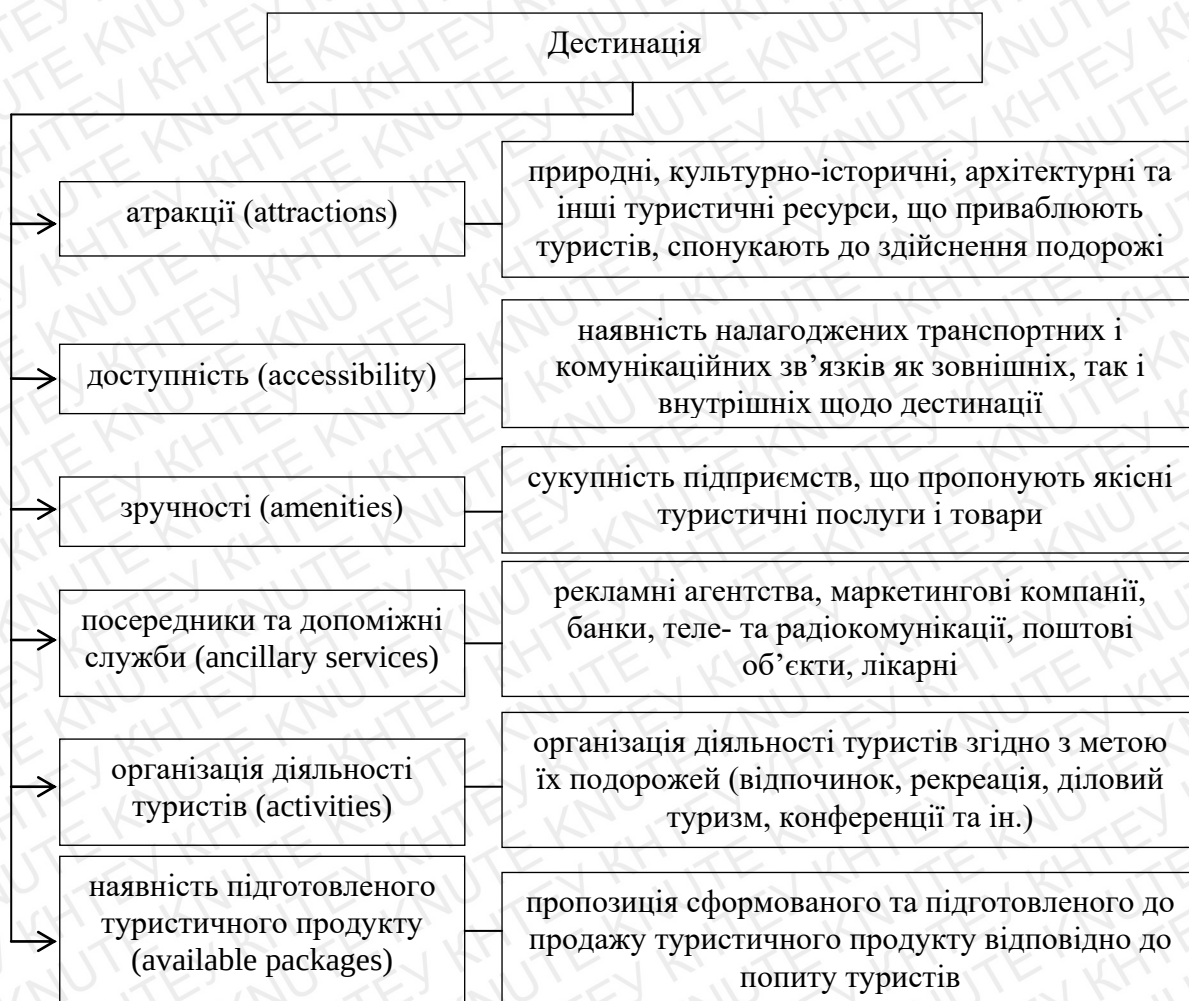


Рис.1.1. Система компонентів дестинації [18, с.78]

Отже, модель «шість А» базується на системі елементів туристичної дестинації, що перебувають у тісному зв'язку з туристичною діяльністю. Лише за наявності зазначених компонент стає можливою пропозиція якісного комплексного туристичного продукту та максимальне задоволення потреб туристів.

Кожна дестинації в своєму розвитку проходить наступні етапи.

Перший, дотуриський етап, характеризується привабливістю дестинації як унікального географічного об'єкта. На даному етапі дестинації ще не зазнала змін під впливом туризму.

Другий, визначається зростанням чисельності туристів і заснований на

любіві до краси незайманої природи і культури проживання місцевих жителів дестинації. Потік туристів на цьому етапі зростає, в результаті формуються основи туристської інфраструктури.

На третьому етапі, в результаті стійкого зростання туристичних потоків, формується ринок туристичних послуг, таким чином, перед сектором бізнес-одиниць стоїть завдання щодо забезпечення інфраструктури дестинації.

На четвертому етапі дестинація потребує припливу інвестицій в туризм, так як інфраструктура не справляється з обсягом прибуттів туристів. Змінюється її зовнішній вигляд.

П'ятий етап характеризується зростанням організацій і підприємств інфраструктури туризму, отже, створенням нових робочих місць в дестинації.

Шостий етап характеризується підвищенням конкурентоспроможності та якості продукції, робіт, послуг підприємств дестинації.

Сьомий етап визначається зростанням прибутку і капіталізації туристських організацій.

Що, безумовно, призведе до підвищення якості життя постійного населення дестинації, восьмий етап.

У підсумку, мультиплікативний ефект для економіки дестинації, дев'ятий етап.

Отже, метою підвищення якості та конкурентоспроможності туристських послуг, необхідно розвивати дестинації, що призведе до підвищення ролі менеджменту і маркетингу дестинацій на рівні регіону.

При прийнятті стратегічних рішень в сфері регіонального туризму необхідно розуміти сутність концепту «туристська дестинації» і враховувати його багатоаспектність: наявність або відсутність чітких територіальних меж, туристських ресурсів і атракцій; єдиний підхід до управління дестинації, стратегічне планування на національному, регіональному та локальному рівнях з чіткими механізмами реалізації; просування як багаторівневого комплексного турпродукту; динамічну просторово-часову природу туристської дестинації як відкритої, нелінійної системи; складний механізм взаємодії туристів,

представників туріндустрії, влади і місцевої громади; соціальні та дискурсивні практики акторів туризму; створення і придбання туристського досвіду, заснованого на символічному споживанні, а не тільки придбання споживчої цінності.

1.2.Особливості клубного туризму та його конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку

Клубний відпочинок – це один з найбільш економічних способів проведення своєї відпустки при забезпеченні більш високого рівня комфорту і обслуговування в порівнянні з традиційними видами відпочинку.

Н.М. Влащенко дає таке визначення клубного відпочинку: «клубний відпочинок – одна з можливостей туристичного дозвілля, що є проживанням в готелях клубного типу або готелях об'єднаних в клубну систему. Одна з основних систем такого типу – RCI (Resort Condominiums International) – система обміну апартаментів для відпочинку категорії таймшер [45]. Разом з RCI існує також Interval International (II), яка свого найбільшого поширення набула в США» [3, с.87].

Як зазначено в дослідженні Г.М. Гуменюк: «Структура індустрії володіння клубним відпочинком значно складніша, ніж структура індустрії традиційного туризму, так як у ній задіяно набагато більше учасників: клуб відпочинку; продавець; покупець; компанія-власник; розробник (девелопер) проекту; компанія-маркетер; управлінська компанія, яка відповідає за управління курортом і його обслуговування; трастові компанії (опікунська організація) – організація, спеціально створена для охорони прав численних і роздроблених членів клубу і є гарантом виконання клубом своїх зобов'язань; компанії з перепродажу (спеціалізовані туристські біржі); компанії з обміну; курорт (клуб); професійні консультанти; торгові асоціації; асоціації членів клубного відпочинку; національні асоціації власників.

Якщо говорити про засоби розміщення, які використовуються в індустрії

клубного відпочинку, то поняття «курорт» в даному випадку буде мати дещо інше значення на відміну від поширеного у вітчизняній літературі. Курорти можуть відрізнятися за наступними основними показниками: близькістю до цільового ринку, місцезнаходженням і умовами для відпочинку, а також за співвідношенням постійного і тимчасового житла. За близькістю до цільового ринку розрізняють два основних типи курортів: курорти місця призначення і регіональні курорти. З точки зору поєднання місця розташування і умов для відпочинку існує чотири основні категорії курортів: приморські курорти, курорти при озерах або ріках, гірські (гірськолижні) курорти, курорти для гольфу (гольф-курорти). За типом умов для проживання можна виділити три основні види курортів: курортні готелі, таймшеркурорти, багатофункціональні курортні комплекси. Модуль (номер) у засобах розміщення клубу позначається як Т0, Т1, Т2, Т3, Т4, де цифра вказує на кількість спалень в засобі розміщення» [34].

Система володіння відпочинком спочатку виникла в Європі в середині 60-х рр. XX ст. і була остаточно дороблена в США в середині 70-х рр. під час нафтової кризи і пов'язаного з ним кризи на ринку нерухомості. Система володіння відпочинком приносить величезні доходи країнам, де розвивається ця індустрія. Вона дозволяє створити велику кількість додаткових робочих місць, так як в її роботі беруть участь банки, страхові, туристичні, юридичні, будівельні компанії, готелі, курорти тощо. Економічна вигода для місцевої економіки регіонів України, де система володіння відпочинком отримає свій розвиток, реальна, і підтвердження тому – досвід інших країн.

Індустрія клубного відпочинку крім законодавства регулюється асоціаціями і організаціями. Такими утвореннями є Європейська таймшер-організація (OTE), Американська асоціація розвитку курортів (ARDA), Асоціація російських компаній, які діють на ринку клубного відпочинку (таймшер)-АРККО.

Клубний відпочинок – це придбане законне та виключне право щорічно проводити один чи більше тижнів відпочинку на вибраному курорті чи групі

курортів. Але клубний відпочинок не може надавати власнику майнових прав володіння. Клубний відпочинок дає право власнику та його сім'ї користуватися всіма перевагами клубного відпочинку пожиттєво або протягом всього часу дії уставу клубу (в середньому 30–80 років) [3, с.89].

Клубний відпочинок також надає власнику право:

- подарувати придбані тижні відпочинку своїм дітям, близьким людям, рідним;
- продати куплені тижні відпочинку іншим особам;
- скерувати на відпочинок своїх друзів чи знайомих;
- вибрати країну відпочинку із запропонованих клубом на конкретний час [34].

На рис.1.2. представлено різновидності (види) клубного відпочинку.

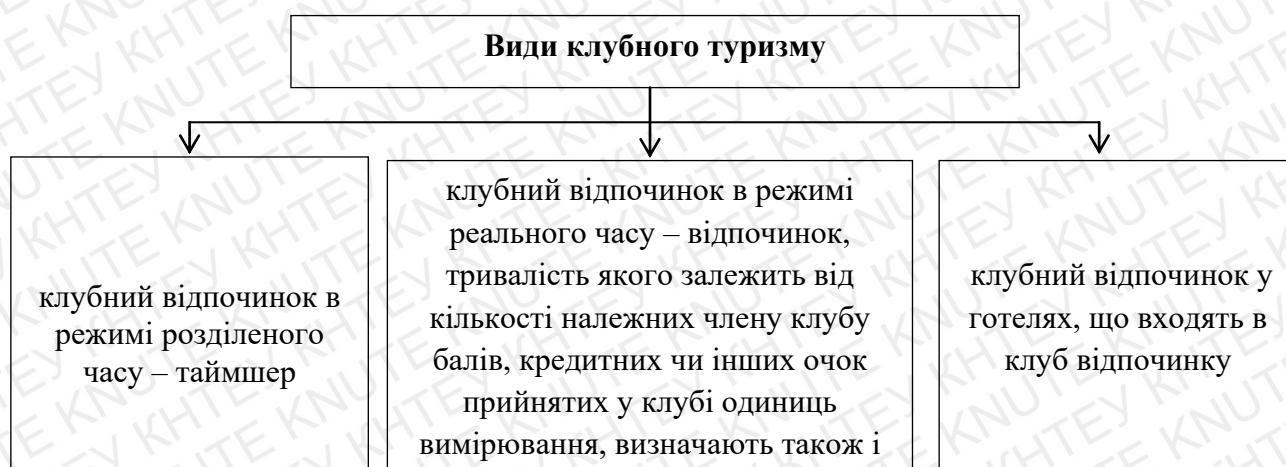


Рис.1.2.Види клубного туризму [38]

Система клубного відпочинку в режимі реального часу вигідно відрізняється від таймшера за наступними позиціями:

- 1) вступаючи в клуб, майбутній член клубу контактує безпосередньо з компанією, яка володіє всією системою відпочинку (а не з окремим клубом або трастовою компанією, як це характерно для таймшера). Відповідно всі платежі йдуть напряму в центральну організацію, оминаючи посередників;
- 2) член клубу має широкий вибір із всього асортименту готелів і подібних

засобів розміщення (каюти на круїзних кораблях), що позбавляє його від додаткових витрат, пов'язаних зі вступом у міжнародні системи обміну, без чого неможливий «класичний таймшер»;

3) член клубу може підвищувати свій статус і, відповідно, можливості з організації відпочинку, просто докупивши необхідну кількість кредитних балів. У таймшері бальна система почала практикуватися нещодавно і отримала розповсюдження лише у великих мульти-клубах типу Club La Costa;

4) членство в клубі забороняє перепродаж, тобто відсутній вільний обіг, як в таймшері, членських сертифікатів. При цьому членством у клубі може користуватися будь-хто (члени сім'ї або друзі) з тих, кого член клубу авторизує оператору клубу. Разом з тим існує налагоджена процедура передачі права членства на користь третіх осіб, чиє членство реєструється управлінською компанією [15, с.178].

Специфіка клубного відпочинку пов'язана з безумовною необхідністю дотримання самих високих стандартів гостинності, які досить складно витримувати на необхідному рівні. Завдання персоналу полягає в тому, щоб створити для гостя обстановку «будинку далеко від дому», зробити все, щоб гість не відчував дискомфорту через відсутність звичних для нього речей або послуг. Головним критерієм оцінки правильності обраного напрямку діяльності готелю є бажання гостей повертатися в нього знову і знову.

Основними суб'єктами клубного відпочинку є такі особи (рис.1.3.):

Документом, що підтверджує право володіння набутими тижнями відпочинку та користування інфраструктурою клубу, є клубний сертифікат (сертифікат відпочинку, сертифікат члена клубу), який не надає власнику майнових прав на нерухомість.

Описаний вище ланцюжок закріплює і робить можливим існування відносин клубного відпочинку. Кількість елементів може постійно змінюватися, від цього залежить якість і різноманітність пропонованих послуг.

Розвиток клубного туризму в Україні, це великі перспективи для країни, щодо активного залучення внутрішніх туристів, а також іноземних.

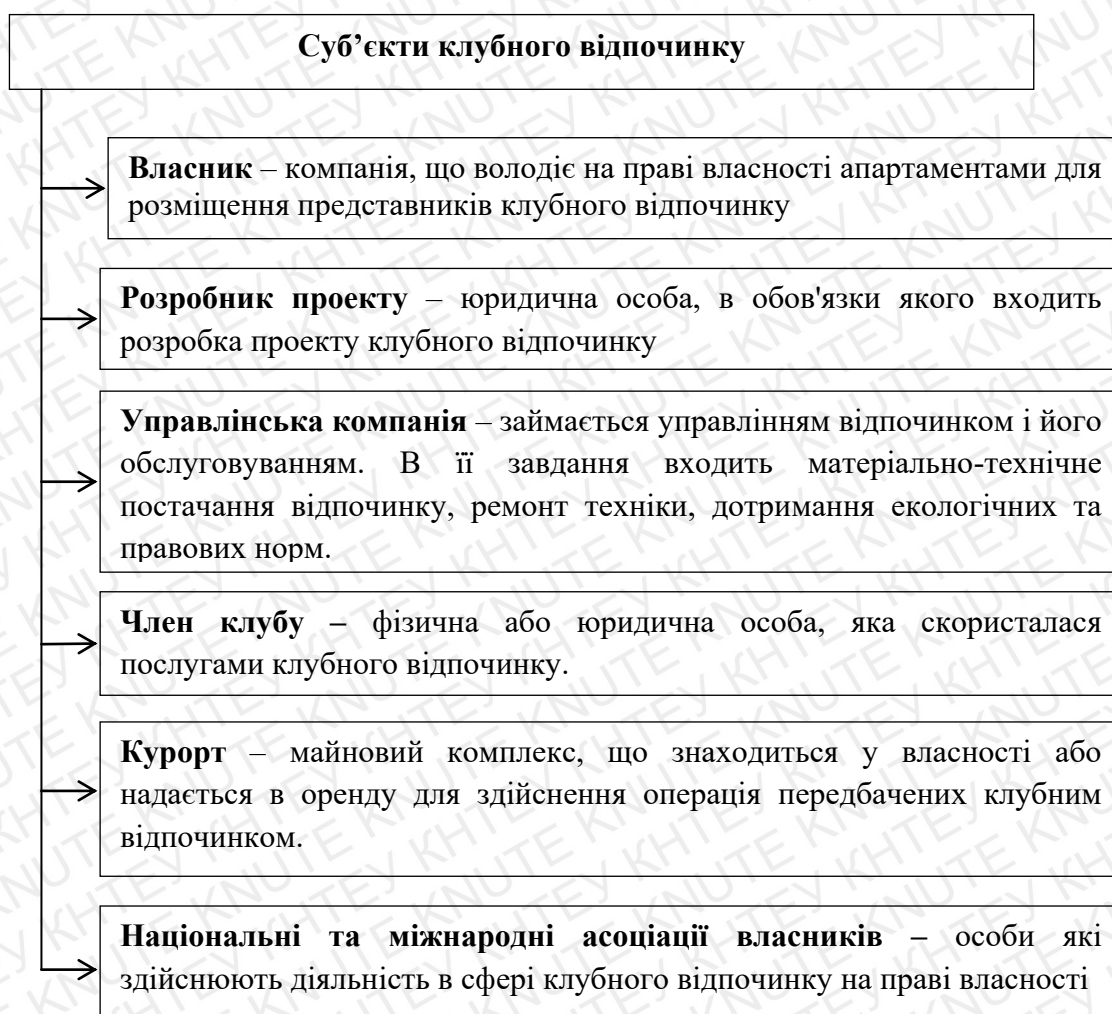


Рис.1.3. Основні суб'єкти клубного відпочинку [22, с.155].

На рис.1.4. представлено переваги клубного відпочинку для клубів, туристичних підприємств, готелів України.

Слід відмітити, що в Україні на внутрішньому ринку туризму присутній такий вид клубного відпочинку, як: «клубний відпочинок у готелях, що входять в клуб відпочинку», не достатньо розвинений «клубний відпочинок в режимі реального часу». На даний момент в Україні немає жодного таймшерного курорту. Зростання індустрії володіння відпочинком за останні десять років в порівнянні із загальним зростанням індустрії туризму більш значне. Таймшер, є перспективним сектором економіки. В останнє десятиліття темпи зростання цієї індустрії туризму перевищували темпи зростання індустрії туризму в цілому і досягали 10-12% щорічного приросту.

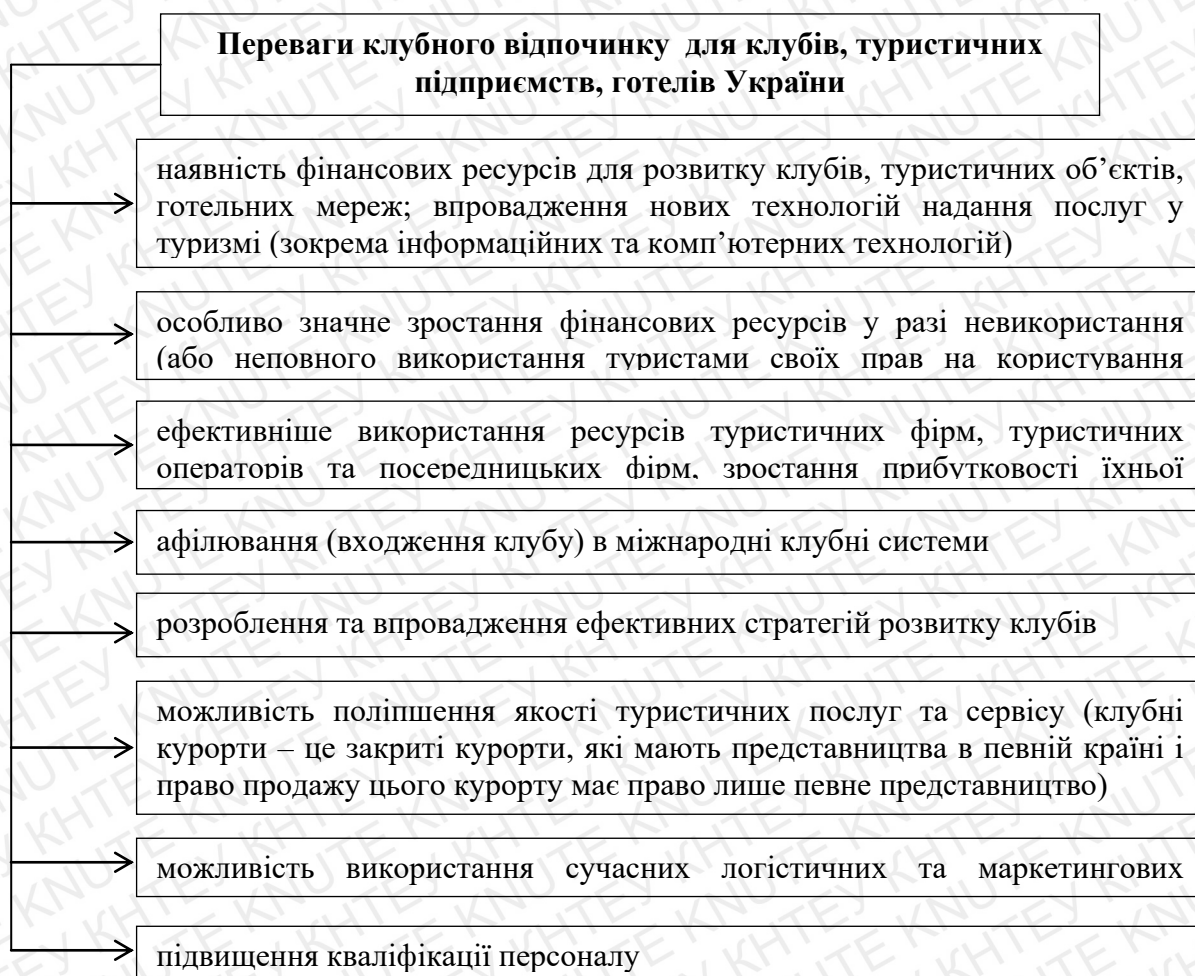


Рис.1.4. Переваги клубного відпочинку для клубів, туристичних підприємств, готелів тощо України [38ui3]

Об'єкти туристичної індустрії України поки що зовсім не залучені до механізму діяльності міжнародного клубного відпочинку через такі причини:

– недосяжність для українських туристичних підприємств та об'єктів міжнародних стандартів клубного відпочинку – чотирьох та п'яти зірок. Навіть сучасні туристичні підприємства та об'єкти Трускавця, Східниці, Закарпаття не відповідають цим стандартам, незважаючи на їхній високий потенціал у ресурсно-рекреаційно-оздоровчому значенні;

– недостатня кваліфікація управлінського та обслуговуючого персоналу туристичних підприємств (матеріал про клубний відпочинок у туризмі не входить до навчальних програм відповідних ВНЗ м. Києва та інших міст України);

- недостатнє інформаційне та програмно-комп'ютерне забезпечення розвитку клубного відпочинку;
- недостатній обсяг інвестиційних ресурсів для входження у міжнародну систему клубного відпочинку та забезпечення законодавчих, економічних та фінансових ризиків (саме через це у систему міжнародного клубного відпочинку RCI повинно було ввійти, але так і не ввійшло туристичне підприємство на базі рекреаційно-оздоровчих ресурсів та мінеральних вод у м. Свалява, Закарпаття).

Отже, Україна має значний потенціал для розвитку клубного туризму майже в кожному регіоні, але потребує значної уваги від держави, розробки законодавчої бази в цьому напрямку, збільшення інформаційної бази для споживачів та ефективний маркетинг для просування даного напрямку туризму.

Висновки до розділу 1

На основі проаналізованого матеріалу можна зробити наступні висновки:

1. Розвиток клубного відпочинку в Україні безпосередньо залежить від рівня розвитку економіки і доходів населення.
2. Є необхідність покращення матеріальної бази для розвитку клубного відпочинку на регіональному рівні.
3. В силу певних суб'єктивних та об'єктивних причин, в Україні споживач фактично не має уявлення про даний вид відпочинку. У зв'язку з цим існує необхідність проведення маркетингової політики щодо клубного відпочинку.
4. Активний розвиток клубного відпочинку в Україні обмежить експорт валюти за кордон, і тим самим дозволить не тільки зберегти гроші всередині країни, а й залучити іноземний капітал.

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА ПЕРЕДУМОВ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ ГОЛЬФ-ТУРИЗМУ В ХАРКІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

2.1. Аналіз стану розвитку туристичної сфери в Харківській області

Харківщина володіє розвинутим народногосподарським комплексом, представленим майже всіма галузями економіки України. Сукупність наявних факторів сприяла становленню регіону як одного з найважливіших політичних, промислових, економічних, наукових, релігійних, культурно-освітніх центрів нашої держави.

Важливим фактором розвитку туристичної дестинації є її доступність не лише з точки зору географічного розташування, а й з точки зору наявності прямих сполучень та вартості проїзду. Харків є одним із найбільших транспортних вузлів України, який розташований лише у 480 км від міста Києва і має добре залізничне та авіаційне сполучення, автомобільні шляхи, які ведуть до столиці України були відремонтовані у процесі підготовки до проведення фінальної частини чемпіонату Європи з футболу і дають можливість за 4-5 годин добратися до Харкова.

Міжнародний аеропорт розташований лише у 12 км від центру Харкова і забезпечує обслуговування літаків класу «Аеробус А320» та «Боїнг 737».

Головний термінал аеропорту має статус пам'ятки архітектури, його було збудовано у 1950-і роки. В рамках підготовки до Чемпіонату Європи з футболу 2012 року було проведено реконструкцію злітно-посадкової смуги, в результаті якої її було подовжено до 2500 м та побудовано новий термінал, який може обслуговувати до 2000 пасажирів (1000 на приліт та 1000 на виліт) на годину, старий термінал перетворено на термінал з обслуговування VIP-пасажирів.

Міські перевезення здійснюються за допомогою тролейбусів, трамваїв, метрополітену та маршрутного автотранспорту.

- метрополітен – 3 лінії, 29 станцій, 321 од. рухомого складу

- 19 трамвайних маршрутів, 305 од.
- 32 тролейбусних маршрути, 261 од.
- 178 автобусних маршрутів, 1200 од.

Щоденно міський транспорт перевозить більше 1,7 мільйона пасажирів. Існуюча транспортна система міста добре розвинена і забезпечує можливість зростання обсягів перевезень, але рухомий склад в більшості зношений на 70-80 % і потребує оновлення. Відсутність організованих паркінгів в центральній частині міста ускладнює перебування гостям міста.

Можна стверджувати, що Харківська область виступає на національному туристичному ринку як адміністративний, історико-культурний, промисловий, спортивний і діловий центр, а в регіоні туризм є одним із пріоритетних напрямів розвитку.

Найбільшого розвитку в Харківському регіоні набули:

- історико-культурний туризм, що ґрунтується на екскурсійній зацікавленості до пам'яток історії та культури на території міста як з боку внутрішньоукраїнських споживачів (в основному у форматах освітнього туризму, поїздок вихідного дня тощо), так і з боку іноземних гостей;
- сільський та зелений туризм;
- спортивний туризм;
- діловий туризм;
- міський туризм (шопінг, дозвілля й розваги), у першу чергу для жителів Харківського регіону.

На території Харківської області діють 266 суб'єкти туристичної діяльності, з них: 254 туристичних агентів, 4 туристичний оператор та 8 туристичних операторів внутрішнього туризму

В табл. 2.1. представлено кількість колективних засобів розміщення в Харківській області у 2015-2019 роках.

Таблиця 2.1

Колективні засоби розміщення в Харківській області у 2015-2019 роках

Колективні засоби розміщення	Роки					Абсолютне відхилення (+,-)		Відносне відхилення (%)	
	2015	2016	2017	2018	2019	2019/2018	2019/2015	2019/2018	2019/2015
готелів та аналогічних засобів розміщування	123	108	116	39	38	-1	-85	-2,56	-69,11
спеціалізованих засобів розміщування	69	64	59	28	35	7	-34	25,00	-49,28
Усього	192	172	175	67	73	6	-119	8,96	-61,98

На жаль, на сьогодні відсутня система збору актуальних даних про завантаженість закладів розміщення, країни походження туристів, що зупиняються у цих закладах, та динаміку даних показників протягом останніх років. Запропоновані вище заходи щодо проведення опитування серед готелів та хостелів, а також залучення цих закладів до роботи Туристичної ради при Харківському міському голові дозволить краще зрозуміти потреби та запити готельної індустрії міста, а також проаналізувати туристичний потік до Харкова загалом.

Незважаючи на відсутність даної статистики, неважко припустити, що більшість гостей у закладах розміщення Харкова, як і інших індустріальних міст, становлять бізнес-туристи, що прибувають з метою участі як у корпоративних заходах, ділових зустрічах та розвитку бізнесу, так і для участі у різноманітних з'їздах, конгресах, конференціях тощо. З огляду на це, готельні заклади на початковому етапі повинні бути ключовими партнерами міста у розвитку конгрес-туризму, спільно із спеціалізованими конгрес-центрами та компаніями з організації подій. Слід зазначити, що саме показник за кількістю туристів (як внутрішніх так і іноземних) найкраще характеризує рівень розвитку туристичного сектору області (табл. 2.2.)

Таблиця 2.2

Туристичні потоки Харківської області

Роки	Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, усього	У тому числі		
		в'їзні (іноземні) туристи	виїзні туристи	внутрішні туристи
2014	71437	–	68046	3391
2015	31233	6	25946	5281
2016	40429	1	33716	6712
2017	51929	16	43626	8287
2018	62232	273	53633	8326
2019	76211	223	64911	11077

Згідно таблиці 2.2, бачимо, що з рокам кількість туристів зростає, зокрема з 2014 року до 2019 року кількість обслуговуваних осіб зросла вдвічі. Також помітно, що іноземних туристів стало значно більше. Це говорить про розвиток туризму в регіоні, хоч і має деякі проблеми.

Останнім часом через певні кризові явища провідні держави світу зосереджують свою увагу здебільшого на стимулюванні внутрішнього споживання.

Однією з важливих перешкод розвитку туристичної індустрії в Харкові є технологічна відсталість – практично не застосовуються інноваційні туристичні технології, які в розвинених країнах набули широкого використання. Одним з основних напрямків технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Організації, які надають туристичні послуги повинні усвідомити необхідність впровадження і використання сучасних програмно-технічних інтерактивних інформаційних систем, які сприятимуть розширенню можливостей туристичних підприємств Харкова. Такі системи запам'ятовують і зберігають в пам'яті значну за обсягом інформацію про минулі заявки і клієнтів, на підставі якої можна визначити кращі напрямки просування продукту з урахуванням демографічних чинників, інтересів клієнтів, кращих засобів розміщення і безлічі інших параметрів.

До факторів, які гальмують розвиток туристичної галузі в Харківському регіоні, відносяться:

- значна територіальна диференціація в господарському використанні рекреаційного потенціалу Харківського регіону;
- невідповідність якісних характеристик (у тому числі рівня комфортності) та організаційно-економічного механізму функціонування рекреаційної інфраструктури міжнародним нормам і стандартам, зокрема низький рівень послуг у переважній більшості готелів регіону, що не відповідає їх вартості;
- неефективність механізму регулювання цін на туристсько-екскурсійні, санаторно-курортні та готельні послуги, рівень та динаміка яких повинні визначатися забезпеченістю індустрії оздоровлення, відпочинку та туризму;
- низький рівень маркетингових досліджень у сфері туристсько-екскурсійної та санаторно-курортної діяльності, недостатність її інформаційно-рекламного забезпечення, передусім на зовнішньому ринку.

2.2. Загальна характеристика готельного підприємства «Superior Golf & Spa Resort»

П'ятизірковий готель «Superior Golf & Spa Resort» розташований на території гольф-клубу і спа-курорту Superior, за 15 хвилин їзди від центру Харкова. До послуг гостей спа-центр із критим і відкритим басейнами, саунами, тренажерним залом і масажними кабінетами. Просторі номери курортного готелю Superior вирізняються яскравим сучасним оформленням. Усі номери оснащені кондиціонером і телевізором з плоским екраном та супутниковим телебаченням, налічують розкішну ванну кімнату з халатом і тапочками. Страви європейської кухні подають у вишуканому ресторані «Альбатрос» з чудовою терасою та інтер'єром у білих тонах. Гості можуть відпочити у лобі-барі та відвідати музей гольфу.

В табл. 2.3. представлено структура номерного фонду готелю «Superior Golf & Spa Resort».

Таблиця 2.3

Структура номерного фонду готелю «Superior Golf & Spa Resort»

Номерний фонд	Кількість номерів	Кількість місць	Загальна кількість місць	Площа номера, м ²	Питома вага, %
Classic Golf View	8	1	8	27	8,89
Classic Twin Golf View	10	2	20	34	11,11
Classic Twin Park View	8	2	16	36	8,89
Superior Golf View	10	2	20	34	11,11
Superior Park View	16	3	48	65	17,78
Family Suite	10	4	40	80	11,11
Executive Suite	14	3	42	70	15,56
Duplex Suite	10	4	40	94	11,11
Romantic Triplex	2	2	4	65	2,22
Presidential Suite	2	2	4	83	2,22
Разом	90	x	242	x	x

В готелі налічується 90 номерів різної категорії. Загальна місткість закладу складає 242 місця.

Гольф у Superior це: професійне 18-луночне гольф-поле зручні тренувальні зони; сучасне обладнання; досвідчені тренери; Школа гольфу; елегантний Клубний дом; Музей гольфу.

Поле на 18 лунок (Par 72) займає 70 гектарів, навколо поля – мальовничий ліс. Ландшафт, що його створювали дизайнери з багаторічним досвідом, виконано за класичними шотландськими канонами, він поєднує у собі типи полів Parkland і Links. Більше сотні бункерів, дерева, озера, водоспади, мінливий вітер і навіть білі лебеді роблять гру на полі Superior завжди захоплюючою та непередбачуваною. Саме це вабить сюди досвідчених гольфістів і дозволяє новачкам ставати тут майстрами. А для тих, хто поки що не готовий підкорювати професійне гольф-поле, є площадка для міні-гольфу. В сезон – із середини квітня до жовтня – клуб постійно проводить турніри. Міжнародні та любительські, благодійні та юніорські, корпоративні та тематичні. Тренуватися та вчитися грати в гольф можна весь рік. Взимку на

симуляторах у Клубному домі проходять заняття для дітей та дорослих, а також – невеликі змагання. В теплу пору року відкриті всі види тренувальних площадок: driving range, putting green, chipping green. Придбати все необхідне для гри можна в Proshop, де завжди представлені останні колекції провідних світових виробників.

В табл. 2.4. представлено основні техніко-економічні показники діяльності «Superior Golf & Spa Resort» за 2017-2019 роки.

Таблиця 2.4

Техніко-економічна характеристика готелю «Superior Golf & Spa Resort» 2017-2019 роки

Показник	Один. виміру	Роки			Відхилення абсолютне (+,-)		Відхилення відносне (%)	
		2017	2018	2019	2018-2017	2019-2018	2018-2017	2019-2018
Чистий дохід від реалізованої продукції	тис. грн.	383283	468915	477435	85632	8520	22,34	1,82
Собівартість реалізованої продукції	тис.грн	314948	373616	393823	58668	20207	18,63	5,41
Середньооблікова чисельність працівників	чол.	287	288	284	1	-4	0,35	-1,39
Чисельність ПВП	чол.	258	259	256	1	3	0,35	-1,39
Продуктивність праці	тис. грн. / чол.	1335,5	1628,1	1681,1	292,7	52,93	21,92	3,25
Фонд оплати праці	тис.грн	29188	36661	39027	7473	2366	25,60	6,45
Середньомісячна заробітна плата	грн.	8475,0	10607,9	11451,6	2132,9	843,7	25,17	7,95
Повні витрати	тис. грн.	337210	399066	416414	61856	17348	18,34	4,35
Прибуток від реалізації	тис. грн.	46073	69849	61021	23776	-8828	51,61	-12,64
Чистий прибуток	тис.грн	23021	30699	13840	7678	-16859	33,35	-54,92
Рентабельність продукції	%	13,66	17,50	14,65	3,84	-2,85	x	x
Витрати на 1 грн. реалізованої продукції	коп	88	85,1	87,2	-2,9	2,1	-3,30	2,47

Виходячи з аналізу представленому в табл. 2.4. можна побачити, що у 2019 році збільшився чистий дохід від реалізації на 8520 тис.грн. або на 1,82%. Середньооблікова чисельність персоналу у 2019 році склала 284 особи, що на 4 особи менше ніж у 2018 році. Рентабельність продукції у 2019 році склала 14,65% у 2019 році, що на 2,85% менше ніж у 2018 році, на це вплинуло збільшення повних витрат на 4,35% у 2019 році порівняно з 2018 роком.

На рис. 2.1. представлено динаміку прибутку від реалізації послуг готелю «Superior Golf & Spa Resort» за 2017-2019 роки.

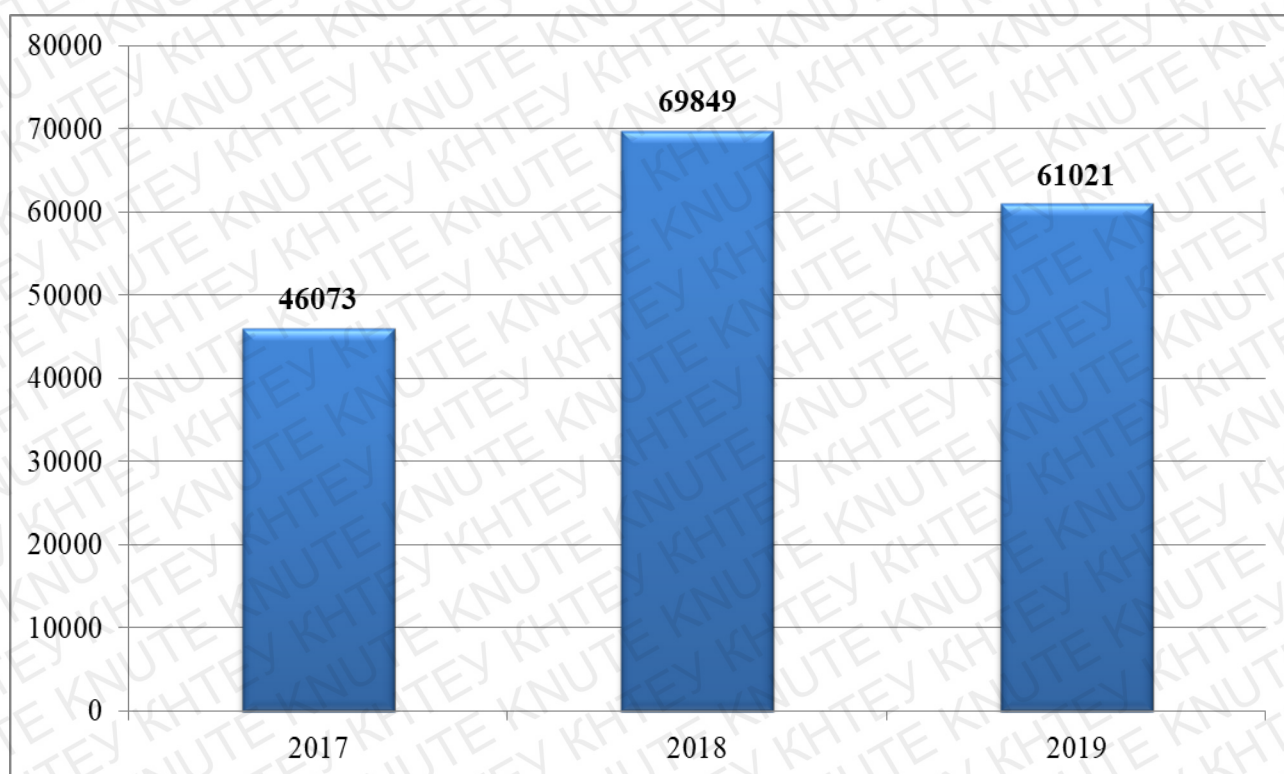


Рис. 2.1. Динаміка прибутку від реалізації послуг готелю «Superior Golf & Spa Resort» за 2017-2019 роки.

Отже, як видно з рис. 2.1. прибуток від реалізації зменшився у 2019 році порівняно з 2018 роком на 8828 тис.грн.. На це вплинуло збільшення повних витрат у 2019 році більшими темпами ніж чистого доходу від реалізації.

Фінансовий стан підприємства це сукупність показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Проведемо аналіз фінансових результатів готелю «Superior Golf & Spa Resort» у нижче наведеній табл. 2.5. та зробимо відповідні висновки.

Таблиця 2.5

**Фінансові результати готелю «Superior Golf & Spa Resort» за 2017-
2019 роки (тис.грн.)**

Стаття	Роки			Відхилення (+,-)		Відхилення (%)	
	2017	2018	2019	2018- 2017	2019- 2018	2018- 2017	2019- 2018
Чистий дохід (виручка) від реалізації	383283	468915	477435	85632	8520	22,34	1,82
Собівартість реалізованої продукції	314948	373616	393823	58668	20207	18,63	5,41
Валовий прибуток	68335	95299	83612	26964	-11687	39,46	-12,26
Інші операційні доходи	11292	6925	2167	-4367	-4758	-38,67	-68,71
Адміністративні витрати	15046	18052	17511	3006	-541	19,98	-3,00
Витрати на збут	7216	7398	5080	182	-2318	2,52	-31,33
Інші операційні витрати	5592	10118	6136	4526	-3982	80,94	-39,36
Фінансові результати від операційної діяльності	51773	66656	57052	14883	-9604	28,75	-14,41
Інші фінансові доходи	10	5	2	-5	-3	-50,00	-60,00
Фінансові витрати	23781	29493	39985	5712	10492	24,02	35,57
Інші витрати	66	103	95	37	-8	56,06	-7,77
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування	27936	37065	16974	9129	-20091	32,68	-54,20
Чистий прибуток	23021	30699	13840	7678	-16859	33,35	-54,92

Дані табл. 2.5. свідчать про збільшення чистого доходу від реалізації продукції на 1,82%. Дане збільшення відбулось за рахунок збільшення випуску та реалізації продукції у звітному 2019 році у порівнянні з попереднім 2018 роком. Відповідно збільшилась собівартість продукції на 5,41%. Валовий прибуток від реалізації продукції зменшився на 12,26%, що пояснюється більшими темпами росту собівартість продукції в порівнянні з темпами росту чистого доходу від реалізації продукції. Також, виходячи з аналізу фінансових

результатів діяльності, видно, що відбулось зменшення чистого прибутку. На його зменшення вплинуло значне збільшення фінансових витрат підприємства на 10492 тис.грн.

Розрахуємо показник рентабельності діяльності підприємства готелю «Superior Golf & Spa Resort» табл. 2.6

Таблиця 2.6

**Показники рентабельності готелю «Superior Golf & Spa Resort» за
2017-2019 роки, %**

Показник	Роки			Абсолютне відхил. (+,-)	
	2017	2018	2019	2018- 2017	2019- 2018
Рентабельність продаж	17,83	20,32	17,51	2,49	-2,81
Рентабельність активів	5,92	7,23	3,28	1,30	-3,95
Рентабельність власного капіталу	17,62	19,49	7,70	1,87	-11,79
Рентабельність діяльності	33,69	32,21	16,55	-1,48	-15,66

Коефіцієнт рентабельності продаж, дає змогу визначити, скільки з 1 грн. чистого доходу на підприємство надходить валового прибутку, тобто у 2019 році це 17 копійок. Рентабельність (пасивів) активів (англомовний аналог Return on Assets (ROA) – показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку. Протягом періоду дослідження рентабельність активів зменшилась на 3,95% у 2019 році і склала у звітному році 3,28%, тобто готельне підприємство отримало 3,28 коп. чистого прибутку на кожну вкладену гривню активів.

Проведемо аналіз ділової активності готелю «Superior Golf & Spa Resort» 2017-2019 роки.

З табл. 2.7 видно, що коефіцієнт оборненості запасів в 2019 році порівняно з 2018 роком збільшився на 0,23 пункти. що є сприятливою тенденцією для підприємства, бо вказує на те, що підприємство почало краще розпоряджатися своїм оборотним капіталом, вкладеним у товарно-матеріальні запаси. Відповідно до цього зменшився термін оборненості запасів на 3,81

пункти і становить близько 75 днів.

Таблиця 2.7

**Показники ділової активності готелю «Superior Golf & Spa Resort»
2017-2019 роки**

Назва показника	Алгоритм розрахунку показника	Роки			Абсолютне відхил. (+,-)	
		2017	2018	2019	2018-2017	2019-2018
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість реалізованої продукції/середня вартість запасів	5,90	4,61	4,85	-1,28	0,23
Час обороту запасів, днів	Тривалість періоду/коефіцієнт оборотності запасів	61,74	78,88	75,07	17,14	-3,81
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чистий дохід від реалізації / Середня сума дебіторської заборгованості	4,03	5,08	5,58	1,05	0,49
Час обороту дебіторської заборгованості, днів	Тривалість періоду / коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	90,29	71,61	65,28	-18,68	-6,32
Коефіцієнт оборотності грошових коштів	Чистий дохід від реалізації/середній залишок грошових коштів	56,05	66,70	123,07	10,65	56,36
Час обороту грошових коштів, днів	Тривалість періоду/коефіцієнт обороту грошових коштів	6,49	5,46	2,96	-1,04	-2,50
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Чистий дохід від реалізації / Середня сума кредиторської заборгованості	2,10	1,97	4,20	-0,13	2,23
Час обороту кредиторської заборгованості, днів	Тривалість періоду / коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	173,71	185,14	86,73	11,43	-98,41
Тривалість операційного циклу, днів	Час ОЗ+час обороту дебіторської заборгованості	152,03	150,49	140,35	-1,54	-10,14
Тривалість фінансового циклу, днів	Тривалість операційного циклу-час обороту кредиторської заборгованості	-21,67	-34,65	53,62	-12,98	88,28

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує на скільки швидко підприємство одержує платежі за рахунками дебіторів, отже

збільшення даного показника у 2018 році на 0,49 пункти є позитивним результатом. Це значить, що дебітори розраховуються з платежами швидше, ніж 2017 році, а відповідно і зменшився термін оборненості дебіторської заборгованості на 6,32 дні і складає більше 65 днів.

Коефіцієнт оборненості кредиторської заборгованості демонструє наскільки швидко підприємство погашає свої зобов'язання. У 2019 році цей показник збільшився на 2,23 пункти. Термін оборненості кредиторської заборгованості у 2019 році зменшився на 98,41 дні, зростання даного показника вказує на те, що у 2019 році підприємство повільніше розраховувалось зі своїми кредиторами.

Тривалість виробничого (операційного) циклу у 2019 році зменшилась на 10,14 дні. Це відбулося за рахунок зменшення терміну оборненості дебіторської заборгованості. Зменшення виробничого циклу сприяє покращенню фінансового стану підприємства.

Тривалість фінансового циклу у 2019 році становила 53,62 дні, а в 2018 році (- 34,65 днів). Від'ємне значення даного показника пояснюється тим, що фактично термін за який підприємство виробляє, продає і отримує кошти за продукцію менший ніж термін, за який воно розраховується зі своїми кредиторами, але вже у 2019 році в готелі «Superior Golf & Spa Resort» ситуація змінилась. В умовах інфляції для фінансового стану підприємства краще, щоб кредиторська заборгованість перевищувала дебіторську.

Проведемо аналіз ліквідності і платоспроможності підприємства готелю «Superior Golf & Spa Resort» за 2017-2019 роки.

За даними груп активів та груп зобов'язань можна проаналізувати ліквідність балансу та ліквідність підприємства, які зображені в табл. 2.8.

За даними розрахунками табл. 2.8. можемо зробити висновок що баланс підприємства у 2017 та 2018 році був не ліквідним, оскільки не виконувалась умова ліквідності, а у 2019 році баланс готелю «Superior Golf & Spa Resort» є ліквідним.

Таблиця 2.8

Ліквідність балансу та ліквідності підприємства готелю «Superior Golf & Spa Resort»

Умова ліквідності балансу:	2017	2018	2019
$A_1 \geq P_1$	6896 < 70772	7164 < 206235	595 < 21274
$A_2 \geq P_2$	122462 < 200000	86268 > 0	109993 > 0
$A_3 \geq P_3$	60344 > 0	101823 > 57624	61000 < 200000
$A_4 \leq P_4$	223254 > 142184	241487 > 172883	236409 > 186723
Умова ліквідності підприємства			
$A_1 + A_2 + A_3 \geq P_1 + P_2$	189702 < 270772	195255 < 206235	171588 > 21274

В таблиці 2.9. наведено аналіз ліквідності балансу та ліквідності підприємства «Superior Golf & Spa Resort», за даними розрахунками можемо зробити висновок що баланс підприємства лише у 2019 році був ліквідним. Проаналізувавши ліквідність балансу та ліквідність підприємства розглянемо коефіцієнти ліквідності та платоспроможності, які показано у табл. 2.9.

Таблиця 2.9

Показники ліквідності та платоспроможності «Superior Golf & Spa Resort» за 2018- 2019 рік

Показники	Алгоритм розрахунку	Нормативне значення	Роки		Темп росту показника, %
			2018	2019	
1. Коефіцієнт поточної ліквідності ($K_{пл}$)	Оборотні активи / Поточні зобов'язання $((A_1+A_2+A_3)/(P_1+P_2))$	1-3	0,95	8,07	851,92
2. Коефіцієнт швидкої ліквідності ($K_{шл}$)	(Оборотні активи – Запаси) / Поточні зобов'язання $((A_1+A_2)/(P_1+P_2))$	>0,5	0,45	5,20	1147,43
3. Коефіцієнт абсолютної ліквідності ($K_{аб.л}$)	Грошові кошти / Поточні зобов'язання $(A_1/(P_1+P_2))$	від 0,1 до 0,2	0,03	0,03	80,51
4. Загальний коефіцієнт ліквідності ($K_{зл}$)	$(\lambda_1 A_1 + \lambda_2 A_2 + \lambda_3 A_3) / (k_1 P_1 + k_2 P_2 + k_3 P_3)$	>1	0,74	0,91	122,86
6. Коефіцієнт втрати платоспроможності (K_{yn})			4,92		

Показник поточної ліквідності (англомовний аналог Current Ratio) - показує співвідношення оборотних активів і поточних зобов'язань. Оборотні активи – це середньо- і високоліквідна частина активів підприємства. Показник демонструє, скільки в компанії є гривень оборотних коштів на кожну гривню поточних зобов'язань. Нормативним є значення в рамках 1-3, однак більш бажаним є значення 2-3 [8, с.134].

Показник поточної ліквідності «Superior Golf & Spa Resort» склав у 2019 році 8,07, це говорить про не ефективне використання оборотних активів підприємства, оскільки показник значно вище нормативного.

Коефіцієнт швидкої ліквідності (англомовний аналог Quick Ratio, Acid Test Ratio) - індикатор короткострокової ліквідності компанії, який вимірює здатність компанії вчасно погасити свої короткострокові зобов'язання з допомогою високоліквідних активів. Оптимальне значення показника залежить від сфери діяльності та особливостей фірми. Норматив показника знаходиться в межах 0,5-1 і вище. Таке значення вказує на те, що в компанії досить ліквідних оборотних коштів для своєчасного розрахунку за зобов'язаннями [8, с.89].

Отримані дані показують, що в 2019 р. коефіцієнт швидкої ліквідності знаходився в межах нормативного значення, і на кожну гривню поточних зобов'язань припадає 5,20 гривні високоліквідних оборотних активів. Це означає, що «Superior Golf & Spa Resort» платоспроможний.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності (англомовний аналог Cash Ratio) - співвідношення найбільш ліквідної частини активів і поточних (короткострокових) зобов'язань. Нормативним вважається значення від 0,1 до 0,2 [8, с.102]. Отримані дані показника коефіцієнт абсолютної ліквідності розрахованого для «Superior Golf & Spa Resort» показують, що в 2019 році на кожну гривню поточних зобов'язань припадає близько 0,03 гривні грошових коштів та їх еквівалентів. Це говорить про неефективну стратегію управління фінансовими ресурсами.

Висновки до розділу 2

Завдяки своєму розташуванню Харківська область має надзвичайно високий рекреаційно-туристичний потенціал, що надає області значні можливості для розвитку туризму. Цьому сприяють як і різноманітність природних факторів, так і наявність численних пам'яток історії та культури.

П'ятизірковий готель «Superior Golf & Spa Resort» розташований на території гольф-клубу і спа-курорту Superior, за 15 хвилин їзди від центру Харкова. До послуг гостей спа-центр із критим і відкритим басейнами, саунами, тренажерним залом і масажними кабінетами. Просторі номери курортного спа-готелю Superior вирізняються яскравим сучасним оформленням. В готелі налічується 90 номерів різної категорії. Загальна місткість закладу складає 242 місця. Прибуток від реалізації зменшився у 2019 році порівняно з 2018 роком на 8828 тис.грн.. На це вплинуло збільшення повних витрат у 2019 році більшими темпами ніж чистого доходу від реалізації. Коефіцієнт рентабельності продаж, дає змогу визначити, скільки з 1 грн. чистого доходу на підприємство надходить валового прибутку, тобто у 2019 році це 17 копійок. Протягом періоду дослідження рентабельність активів зменшилась на 3,95% у 2019 році і склала у звітному році 3,28%, тобто готельне підприємство отримало 3,28 коп. чистого прибутку на кожную вкладену гривню активів.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ НА РИНКУ КЛУБНОГО ТУРИЗМУ

3.1. Проект стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації для клубного туризму

Для успішного розвитку клубного туризму, важливу роль відіграє конкурентоспроможність дестинацій, в яких планується реалізація турів клубного туризму. Ефективна стратегія розвитку туристичної дестинації значно підвищує зацікавленість туристів та в свою чергу дає передумови для успішної реалізації туристичних продуктів.

Важливу роль у підвищенні конкурентоспроможності Харківської області відіграє «Стратегія розвитку Харківської області на 2021 – 2027 роки», а також «Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року».

Серед ключових заходів з розвитку туризму в Харківській області варто передбачити:

- 1) створення сприятливих умов для розвитку існуючих і приходу нових українських і закордонних мережних лідерів туристичного сектора. Стимулювання розвитку конкуренції в секторі;
- 2) налагодження системи інформування цільових груп споживачів про туристичні можливості області;
- 3) налагодження системи управління туристичною привабливістю області;
- 4) формування туристичних дестинацій як концепту розвитку регіональної системи туризму;
- 5) просування концепції «дружні та комфортні міста» та її технологічне забезпечення;
- 6) формування привабливості обласного середовища для туристів;
- 7) забезпечення безпеки перебування в Харківській області та супровід індивідуальних туристів;

- 8) налагодження системи управління подієвістю, у т.ч. у сфері культури та спорту;
- 9) створення Координаційної ради з питань розвитку туризму при обласній державній адміністрації;
- 10) узагальнення та розповсюдження досвіду ВНЗ з питань розвитку кулінарного та освітянського туризму, залучення навчальних закладів до популяризації та впровадження авторських розробок у діяльність мереж ресторанів міста й області, що будуть брати участь у реалізації програм розвитку кулінарного туризму регіону;
- 11) розвиток індустрії дозвілля, шопінгу та розваг, що включатиме комплекс таких заходів:
 - будівництво торговельних і розважальних центрів, їх концептуальне оформлення, включення в їх структуру дитячих розважальних комплексів і ресторанних двориків;
 - розвиток центрів дозвілля сімейного формату, а також спеціалізованих центрів дитячого відпочинку, зокрема дитячого тематичного парку;
 - розвиток культурного (музейного, концертного, фестивального) дозвілля в Харківській області.

Відповідно до цільового ринку необхідно перетворити Харківську область на центр ринкової інфраструктури та ділових послуг: конгресних, торговельно-посередницьких і розподільних, кредитно-фінансових і страхових, консультаційних і маркетингових; регіональний і національний центр освіти й науки, науково-технічних розробок та інноваційної діяльності (розроблення та впровадження нових технологій і матеріалів) тощо.

Реалізація клубних турів можлива лише на базі туристичного підприємства, або спеціалізованої організації, якої в Україні на даний час не існує. Тому, вважаємо за доцільне, спроектувати на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» туристичне підприємство «Superior Tour».

Приміщення для туристичного підприємства буде взято з вільних

приміщень адміністративного корпусу готелю.

Розрахуємо планові витрати для відкриття туристичного підприємства «Superior Tour», як додаткового підрозділу готелю «Superior Golf & Spa Resort».

Таблиця 3.1

Планові витрати на відкриття туристичного підприємства «Superior Tour»

№ п/п	Стаття витрат	Кількість	Ціна за одиницю, грн.	Загальна вартість, грн.
1	Стіл	2 шт.	2500	5000
2	Стілець	2 шт.	800	1600
3	Комп'ютер	2 шт.	18000	36000
4	Канцелярський набір	2 шт.	700	1400
5	Програмне забезпечення	1 шт.	15000	30000
6	Телефон	1 шт.	600	1200
7	Принтер	1 шт.	2000	4000
8	Шафа	1шт.	1500	3000
9	Сейф	1шт.	900	1800
10	М'який диван	1 шт	6000	12000
Всього				96000

Витрати на відкриття туристичного підприємства «Superior Tour» складуть 96000 грн. Визначимо витрати на оплату праці.

Впровадження нової посади планується з 01.03.2021. (оскільки потребується час на укладення трудового договору, облаштування робочого місця, та внесення змін до підприємницької діяльності готелю).

Посадовий оклад планується встановити виходячи із середньої заробітної плати по підприємству та враховуючи функціональні обов'язки працівника, отже розмір заробітної плати туристичних агентів буде 15000 грн. (в подальшому буде встановлена преміальний бонус). Планується дві штатних одиниці – агентів з туризму.

Для визначення загальних витрат на оплату праці (Воп) необхідно до отриманого фонду заробітної плати додати ЄСВ. Ставка ЄСВ у 2020 році згідно Законодавства складає 22%.

Отже: $15000 \cdot 9 \cdot 22\% \cdot 2 + 15000 \cdot 9 \cdot 2 = 329,40$ тис.грн.

Таким чином загальні витрати на оплату праці у 2021 році за 9 місяців складуть: 329,40 тис.грн.

Загалом витрати на відкриття туристичного підприємства «Superior Tour» складуть: $96+329,4=425,40$ тис.грн.

Фінансування даного заходу планується за рахунок власних коштів готелю «Superior Golf & Spa Resort».

Додаткових витрат та процедур для відкриття туристичного підприємства на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» не потрібно, окрім внесення додаткового КВЕД у перелік підприємницької діяльності готелю, а саме КВЕД-2010 група 79.1.: «ця група включає діяльність агентств з організації подорожей, перевезення та розміщення в засобах тимчасового розміщування туристів і мандрівників, організації та проведення турів, які продають туристичні агентства або безпосередньо агенти, такі як туристичні оператори».

Головним напрямком діяльності туристичного підприємства «Superior Tour» будуть тури, розроблені в межах Харківської області, задля підвищення конкурентоспроможності обраної для дослідження дестинації, а також пропозиції у напрямку клубного туризму, базою проживання якого буде готелю «Superior Golf & Spa Resort», який відповідає всім вимогам HV-1 (клубних турів), адже даний готель надає широкий спектр додаткових послуг.

3.2. Розробка туристичного продукту в сегменті клубного туризму

Для розробки туристичного продукту в сегменті клубного туризму, вважаємо за доцільне розробити наповнений та цікавий тур, в якому будуть включені цікаві послуги готелю «Superior Golf & Spa Resort» та унікальні екскурсійні маршрути Харківською областю. Для реалізації яких є мікроавтобуси місткістю на 14 осіб у власності готелю «Superior Golf & Spa Resort», а також машина універсал місткістю 6 місць (для індивідуальної групи туристів).

Тур проектується на 6 днів, оскільки клубний тур розрахований на 7 днів,

відповідно послугами туру туристам доцільно буде скористатися з другого дня свого перебування.

В табл.3.2. представлено програму туру «Superior Tour», за потребою туристів (який придбав клубний тур), можна екскурсії підбирати ідивідуально та переставляти, обираючи ті послуги та екскурсійні маршрути, які є більш цікавими та доцільними для них.

Таблиця 3.2

Програма туру «Superior Tour»

День	Заходи
1 день	9:00-10:00 тренування по гольфу "Школа треування з гольфу для дорослих" та «Школа тренування з гольфу для дітей»
	12:00-14:30 - екскурсія до Станція дослідження іоносфери (37 км від готелю)
	16:00-18:00 - спа процедури в готелі
2 день	9:00-10:00 тренування по тенісу
	11:00-14:00 екскурсія до Радіо-астрономічна обсерваторія брауде (утр-2) (відстань 58 км від готелю)
	16:00-18:00 - спа процедури в готелі
3 день	9:00-10:00 тренування по гольфу
	11:00-13:00 Екскурсія по місту Харків
	16:00-18:00-спа та аква процедури в готелі для дорослих та дітей
4 день	9:00-10:00 тренування по тенісу
	11:00-14:00 -Екскурсія до Шарівський палац (відстань 70 км від готелю)
	16:00-18:00 спа процедури в готелі
5 день	9:00-10:00 тренування по гольфу
	11:00-14:00 - екскурсія в Люботин до Джерел з «живою» та «мертвою» водою (25 км від готелю)
	16:00-18:00 спа процедури в готелі
6 день	9:00-12:00 - турнір по гольфу
	15:00-21:00 - розважальна програма на території готелю

Даний тур розрахований передусім для власників клубного туру, його реалізація не залежить від сезонності, адже тренування по гольфу та тенісу доступні в готелі «Superior Golf & Spa Resort» в будь-яку пору року, оскільки є криті є криті тенісні корти та спеціальні тренажери для гри у гольф.

Спа процедури, які пропонуються в турі можна обирати самостійно, заздалегідь узгодивши з агентом при купівлі туру, вартість спа послуг закладається у тур у розмірі 1400 грн за комплекс процедур, турист може обрати послуги в межах даної суми (та переліку включених послуг до туру на

вибір), або інші з доплатою.

Турнір по гольфу проводиться безкоштовно за рахунок готелю.

Екскурсії по Харківській області можливі при учасників туру від 5 осіб, або з доплатою індивідуально. Представимо нижче коротку характеристику обраним екскурсійним об'єктам, які включені у тур.

Станція дослідження іоносфери. Іоносферні станції - комплекс високоінформативних наземних радіофізичних засобів. До них відносяться створені в Інституті [Іоносфери] унікальні радары некогерентного розсіювання (Incoherent Scatter Radar) з найбільшою в світі зенітною двозеркальною параболічною антеною діаметром 100 м і повноповоротною параболічною антеною діаметром 25 м. Комплекс дослідницьких засобів також включає короткохвильовий нагрівний стенд ефективною потужністю 300 МВт з антеною, розміром 300х300 м і призначений для вивчення впливу потужного радіовипромінювання на іоносферну плазму.

Екскурсія до Радіо-астрономічної обсерваторії Брауде (утр-2). Сама обсерваторія названа в честь українського радіофізика – Брауде Семена Яковича. Радіо-Астрономічна обсерваторія імені С.Я. Брауде належить Харківському національному університету ім. В.Н. Каразіна. Тут знаходиться найбільший в світі радіотелескоп нового покоління ГУРТ, що в перекладі означає Гігантський Український Телескоп та УТР-2. Особливістю радіотелескопів є те, що вони здатні перехопити космічні радіохвилі на різних частотах - аж до низькочастотного декаметрового діапазону, але в силу великих розмірів поки не можуть бути винесені в космос. Розміром приблизно в 25 футбольних полів у відкритому полі за придорожною лісосмугою відкривається фантастична картина: на сонці виблискують дивовижні конструкції висотою більше трьох метрів кожна. Це диполя - елементи антени радіотелескопа УТР-2. Таких елементів тут 2040.

Шарівський палац – білокам'яна будівля кінця ХІХ століття неоготичного стилю. Розташований у смт. Шарівка Богодухівського району Харківської області. Також його ще називають Шарівський замок,

«Цукровий замок», «Шарівська перлина». Палац налічує два поверхи, парадний вхід спрямований на південь — прямо на каскад паркових галерей. Над парадним фасадом височіють дві восьмигранні вежі зі стрілчастими вікнами, зубцями та шпилями. Всього в палаці налічується 26 кімнат та три зали.

Екскурсія в Люботин до Джерел з «живою» та «мертвою» водою. У 25 км від Харкова, в Західній частині Харківської області, на річках Люботинка та Мерефа розташувалося мальовниче містечко під назвою Люботин. Це місце ще часто називають краєм озер та вікових лісів. А ще там є містичні джерела з «живою» та «мертвою» водою. пройшовши всі п'ять ставків Люботинського каскаду та дійшовши до джерел, у прохолодному затишку лісу можна побачити два залізобетонних кільця, які розташовані десь приблизно на відстані одного метра один від одного. Визначити де «жива» та «мертва» вода не викликає складнощів: в одному кільці вода прозора та вирує, а в іншому нагадує болотну, зеленого кольору та непрозора. Шлях, по якому вода тече, утворюючи невеликий струмок, окислений та іржавий, що підтверджує ще раз про високий вміст заліза у джерельній воді. Людей зазвичай біля цих джерел небагато, бо воду можна пити лише на місці. Якщо налити її у ємність, вона втрачає свої корисні властивості та впродовж однієї години «заіржавіє».

Перелік екскурсій в туристичному підприємстві «Superior Tour» буде більшим та буде мати більші можливості компанувати їх, для власників клубного туру.

Таблиця 3.3

Калькуляція туру «Superior Tour»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кільк.	Ціна	Вартість
1	2	3	4	5
1	Тренування по гольфу "Школа тренування з гольфу для дорослих" та для дітей"	3	280	840
2	Тренування по тенісу	2	400	800
3	Спа процедури в готелі	5	1400	7000
4	Екскурсія до Шидловського Замку (38 км від готелю)	1	330	330
5	Екскурсія до Радіо-астрономічна обсерваторія брауде (утр-2) (відстань 58 км від готелю)	1	450	450

Продовження табл.3.3

1	2	3	4	5
6	Екскурсія по місту Харків	1	150	150
7	Екскурсія до чугуївські катакомби (відстань 39 км від готелю)	1	560	560
8	Екскурсія в Люботин до Джерел з «живою» та «мертвою» водою (25 км від готелю)	1	440	440
	Разом			10570
	Прибуток (націнка)	20%		2114
	Вартість туру без ПДВ	х		12684
	Вартість туру з ПДВ	20%		15221

Отже, вартість туру для власників клубного туру. складе 15221 грн.

В табл. 3.4. представлено вартість клубного туру. Розрахунок проводився виходячи з таких даних: середня вартість номеру люкс в готелі за 1 добу коштує 1000 грн за особу, за 7 днів: $7 \cdot 1000 = 7000$ грн.

Березень – травень – середній сезон (міжсезоння) завантаженість складає до 60%, тому на вартість проживання у клубному турі закладаємо знижку 35%. Для клубного туризму даний сезон має назву «білий».

Червень – вересень – високий сезон завантаженість готелю складає до 80%, тому на вартість володіння проживанням закладаємо знижку 15%. Даний сезон в клубному турі має назву «червоний».

Жовтень-лютий – сезон, який користується найнижчим попитом. Завантаженість готелю до 50%. На вартість проживання у в клубному турі закладаємо знижку 45% («синій» сезон).

Таблиця 3.4.

Розрахунок вартості клубних турів для готелю «Superior Golf & Spa Resort»

Сезон	Вартість проживання на 1 особу на 7 днів	Вартість володіння номером 4-ох місним	Вартість володіння номером 3-ох місним
Білий	4550	18200	13650
Синій	3850	15400	11550
Червоний	5950	23800	17850

Володіння клубним туром, можливо на такі терміни: 3 роки, 5 років, та 6 років. Чим більше років тим більша додається знижка на проживання. В табл.3.5.

Таблиця 3.5

Вартість клубних турів для готелю «Superior Golf & Spa Resort»

Сезон	3 роки		5 років (додаткова знижка 5%)		6 років (додаткова знижка 7%)	
	4-ох місний номер	3-ох місний номер	4-ох місний номер	3-ох місний номер	4-ох місний номер	3-ох місний номер
Білий	54600	40950	86450	64838	101556	76167
Синій	46200	34650	73150	54863	85932	64449
Червоний	71400	53550	113050	84788	132804	99603

За оцінками маркетологів відкриття туристичного підприємства на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» підвищить чистий дохід готелю на 5%, це відбудеться за рахунок: збільшення завантаженості готелю протягом року, збільшенню кількості наданих додаткових платних послуг готелю, а також збільшення доходу за рахунок реалізації турів по Харківській області.

Отже, чистий дохід від реалізації у 2021 році збільшиться на:

$$477435 \cdot 5\% = 23872 \text{ тис.грн}$$

Чистий дохід в 2021 році складе: $23872 + 477435 = 501307$ тис.грн.

Повні витрати у 2019 році склали: 416414 тис.грн.

З них змінні витрати $416414 \cdot 55\% = 229028$ тис.грн

Постійні витрати: $416414 - 229028 = 187386$ тис.грн.

Отже, із збільшенням доходу від реалізації збільшаться і змінні витрати на 5%, і складуть у 2021 році: $229028 \cdot 105\% = 240479$ тис.грн.

Загалом повні витрати складуть:

$$187386 + 240479 + 425,40 = 428290,4 \text{ тис.грн.}$$

У 2021 році повні витрати збільшаться на:

$$428290,4 - 416414 = 11876,4 \text{ тис.грн.}$$

Виходячи із розрахункових даних розраховуємо прибуток від реалізації продукції:

$$П = ЧД - ПВ \quad (3.1.)$$

де П- прибуток,

ЧД– чистий дохід, тис.грн.;

ПВ – повні витрати, тис.грн.

$$П=23872-11876,4=11995,6 \text{ тис.грн.}$$

Чистий прибуток: СПП- ставка податку на прибуток (18%)

$$ЧП=11995,6-11995,6 \cdot 18\%=9836,4 \text{ тис.грн}$$

Проаналізуємо вплив запропонованого заходу на основні показники діяльності готелю «Superior Golf & Spa Resort» розрахунок представлено в табл. 3.6.

Таблиця 3.6.

Вплив запропонованих заходів на основні техніко-економічні показники діяльності готелю «Superior Golf & Spa Resort»

Показники	До впровадження	2021 рік	Відхилення	
			Абсолютне +/-	Відносне, %
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції, тис. грн.	477435	501307	23872	5,00
Повні витрати на виробництво та реалізацію послуг, тис. грн.	416414	428290	11876,4	2,85
Прибуток від реалізації, тис. грн.	61021	73017	11995,6	19,66
Чистий прибуток, тис.грн.	13840	23676	9836,4	71,07
Рентабельність послуг, %	3,32	5,69	2,36	x

В результаті розрахунків отримали такі переваги, від реалізації стратегічного плану, щодо проектування клубних турів з відкриттям туристичного підприємства на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort»:

- чистий дохід від реалізації збільшиться на 23872 тис.грн. або на 5%;
- прибуток від реалізації зросте на 11995,6 тис.грн. або на 19,66%;
- рентабельність послуг збільшиться на 2,36%;

Перевагами клубних турів для готелю є те, стабільність завантаженості готелю яку можна більш точно спрогнозувати, відповідно більш ефективно будувати стратегічні плани розвитку. Переваги клубних турів для туристів: це стабільність ціни протягом періоду на, якій придбано право володіння номером.

Для всіх власників клубних турів на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» сніданки безкоштовні та наявність спец-туру.

Висновки до розділу 3

Отже, для успішного розвитку клубного туризму, важливу роль відіграє конкурентоспроможність DESTИНАЦІЙ, в яких планується реалізація клубних турів. Ефективна стратегія розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ значно підвищує зацікавленість туристів та в свою чергу дає передумови для успішної реалізації туристичних продуктів. Відповідно до цільового ринку необхідно перетворити Харківську область на центр ринкової інфраструктури та ділових послуг: конгресних, торговельно-посередницьких і розподільних, кредитно-фінансових і страхових, консультаційних і маркетингових; регіональний і національний центр освіти й науки, науково-технічних розробок та інноваційної діяльності (розроблення та впровадження нових технологій і матеріалів) тощо.

Реалізація клубних турів можлива лише на базі туристичного підприємства, або спеціалізованої організації, якої в Україні на даний час не існує. Тому, вважаємо за доцільне, спроектувати на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» туристичне підприємство «Superior Tour». Для розробки туристичного продукту в сегменті клубного туризму, вважаємо за доцільне розробити наповнений та цікавий тур, в якому будуть включені цікаві послуги готелю «Superior Golf & Spa Resort» та унікальні екскурсійні маршрути Харківською областю. Для реалізації яких є мікроавтобуси місткістю на 14 осіб у власності готелю «Superior Golf & Spa Resort», а також машина універсал місткістю 6 місць (для індивідуальної групи туристів). Вартість туру для власників клубного туру складе 15221 грн.

Перевагами клубних турів для готелю є те, стабільність завантаженості готелю яку можна більш точно спрогнозувати, відповідно більш ефективно будувати стратегічні плани розвитку. Переваги клубних турів для туристів: це стабільність ціни протягом періоду на, якій придбано право володіння номером. Для всіх власників клубних турів на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» сніданки безкоштовні та наявність спеціального туру.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проаналізованого матеріалу можна зробити наступні висновки:

1. Розвиток клубного відпочинку в Україні безпосередньо залежить від рівня розвитку економіки і доходів населення.
2. Є необхідність покращення матеріальної бази для розвитку клубного відпочинку на регіональному рівні.
3. В силу певних суб'єктивних та об'єктивних причин, в Україні споживач фактично не має уявлення про даний вид відпочинку. У зв'язку з цим існує необхідність проведення маркетингової політики щодо клубного відпочинку.
4. Активний розвиток клубного відпочинку в Україні обмежить експорт валюти за кордон, і тим самим дозволить не тільки зберегти гроші всередині країни, а й залучити іноземний капітал.

У другому розділі було проведено діагностику передумов формування туристичного продукту гольф-туризму в Харківській області. Завдяки своєму розташуванню Харківська область має надзвичайно високий рекреаційно-туристичний потенціал, що надає області значні можливості для розвитку туризму. Цьому сприяють як і різноманітність природних факторів, так і наявність численних пам'яток історії та культури.

П'ятизірковий готель «Superior Golf & Spa Resort» розташований на території гольф-клубу і спа-курорту Superior, за 15 хвилин їзди від центру Харкова. До послуг гостей спа-центр із критим і відкритим басейнами, саунами, тренажерним залом і масажними кабінетами. Просторі номери курортного спа-готелю Superior вирізняються яскравим сучасним оформленням. Усі номери оснащені кондиціонером і телевізором з плоским екраном та супутниковим телебаченням, налічують розкішну ванну кімнату з халатом і тапочками. Страви європейської кухні подають у вишуканому ресторані «Альбатрос» з чудовою терасою та інтер'єром у білих тонах. Гості можуть відпочити у лобі-барі та відвідати музей гольфа. В готелі налічується 90 номерів різної категорії.

Загальна місткість закладу складає 242 місця. Прибуток від реалізації зменшився у 2019 році порівняно з 2018 роком на 8828 тис.грн.. На це вплинуло збільшення повних витрат у 2019 році більшими темпами ніж чистого доходу від реалізації. Коефіцієнт рентабельності продаж, дає змогу визначити, скільки з 1 грн. чистого доходу на підприємство надходить валового прибутку, тобто у 2019 році це 17 копійок. Рентабельність (пасивів) активів (англомовний аналог Return on Assets (ROA) – показує ефективність використання активів компанії для генерації прибутку. Протягом періоду дослідження рентабельність активів зменшилась на 3,95% у 2019 році і склала у звітному році 3,28%, тобто готельне підприємство отримало 3,28 коп. чистого прибутку на кожную вкладену гривню активів.

В третьому розділі випускної кваліфікаційної роботи було розроблено стратегії конкурентоспроможності туристичної дестинації на ринку клубного туризму. Отже, для успішного розвитку клубного туризму, важливу роль відіграє конкурентоспроможність дестинацій, в яких планується реалізація клубних турів. Ефективна стратегія розвитку туристичної дестинації значно підвищує зацікавленість туристів та в свою чергу дає передумови для успішної реалізації туристичних продуктів. Відповідно до цільового ринку необхідно перетворити Харківську область на центр ринкової інфраструктури та ділових послуг: конгресних, торговельно-посередницьких і розподільних, кредитно-фінансових і страхових, консультаційних і маркетингових; регіональний і національний центр освіти й науки, науково-технічних розробок та інноваційної діяльності (розроблення та впровадження нових технологій і матеріалів) тощо.

Реалізація клубних турів можлива лише на базі туристичного підприємства, або спеціалізованої організації, якої в Україні на даний час не існує. Тому, вважаємо за доцільне, спроектувати на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» туристичне підприємство «Superior Tour». Для розробки туристичного продукту в сегменті клубного туризму, вважаємо за доцільне розробити наповнений та цікавий тур, в якому будуть включені цікаві послуги

готелю «Superior Golf & Spa Resort» та унікальні екскурсійні маршрути Харківською областю. Для реалізації яких є мікроавтобуси місткістю на 14 осіб у власності готелю «Superior Golf & Spa Resort», а також машина універсал місткістю 6 місць (для індивідуальної групи туристів). Вартість туру для власників клубного туру складе 15221 грн.

Перевагами клубних турів для готелю є те, стабільність завантаженості готелю яку можна більш точно спрогнозувати, відповідно більш ефективно будувати стратегічні плани розвитку. Переваги клубних турів для туристів: це стабільність ціни протягом періоду на, якій придбано право володіння номером. Для всіх власників клубних турів на базі готелю «Superior Golf & Spa Resort» сніданки безкоштовні та наявність спеціального туру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Безугла Л. С. Концептуальні засади діяльності туристичних підприємств в Україні / Л. С. Безугла, Д. В. Воловик // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2019. – Вип. 25. – Ч. 1. – С. 20-23.
2. Буторіна В. Б. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні / В. Б. Буторіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – Вип. 12. – С. 211-214.
3. Влащенко Н. М. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Інноваційні технології в туризмі». Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. 2015. – 131 с.
4. Гетьман О.О. Економічна діагностика: навч. посібн. / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. –К.: Центр навч. літ-ри, 2019. – 327 с.
5. Дьордяк О. В. Понятійно-категоріальний апарат у міжнародно правовому регулюванні діяльності з надання туристичних послуг / О. В. Дьордяк // Актуальні проблеми держави і права. – 2016. – Вип. 76. – С. 57-62.
6. Економіка підприємства: навч. посіб. / [Н. М. Колпаченко та ін.]. – Харків : Діса плюс, 2019. – 277 с.
7. Жук І. З. Актуальні проблеми та перспективи управління туристичною індустрією в Україні / І. З. Жук // Актуальні проблеми та перспективи розвитку туризму в Україні: теорія і практика // Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. – К., 2013 р. – С. 68–70.
8. Кіндрацька Г. І. Аналіз господарської діяльності: посібник / Г. І. Кіндрацька, А. Г. Загородній, Ю. І. Кулиняк. – Львів : ЗУКЦ, 2017. – 310 с.
9. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. / Є. В. Козловський. – К. : Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.
10. Корж Н.В. Туристична дестинація як фактор стійкого розвитку регіональної економіки / Н.В. Корж // III Міжнар. наук.-практ. конференція [«Сучасні проблеми менеджменту»], (м. Київ, 21-22 травня 2013 р.). – Київ :

НАУ, 2013. – С.51-52.

11. Корж Н.В. Управління туристичними дестинаціями: підручник. /Н.В.Корж Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.

12. Котлер, Ф. Основы маркетинга. 5-е изд. / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. – 752 с.

13. Кулішов В. В. Економіка підприємства: теорія і практика : навч. посіб. / В. В. Кулішов. – 3-тє вид. – К. : ЦУЛ, 2020. – 211 с.

14. Лахтінова Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: Монографія /Л.А.Лахтінова– К.: КНЕУ, 2016.– 387 с.

15. Макогін З.Я. Міжнародний туризм: навч. посіб. / Макогін З. Я. ; Центр. спілка спожив. т-в України, Львів. торг.-екон. ун-т. – Львів : Вид-во Львів. торг.-екон. ун-ту, 2018. – 395 с

16. Малахова, Н.Н. Инновации в туризме и сервисе: учеб. пособие для вузов / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. – 2-е изд., доп. и перераб. – Ростов на Дону: МарТ ; Феникс, 2010. – 244 с.

17. Михайлов С.І. Економіка підприємства: навч. посіб. для студентів ВНЗ / С. І. Михайлов, Л. М. Степасюк, С. В. Городенко ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України. – 2-е вид. – Київ : Компрінт, 2018. – 417 с.

18. Моїсєєва Н. І. Сутність туристичної галузі як складника економічного комплексу України / Н. І. Моїсєєва // Бізнес-навігатор. – 2019. – № 1. – С. 124- 128.

19. Мулик Т.О. Аналіз господарської діяльності: навч. посіб. / Т. О. Мулик, О. А. Материнська, О. Л. Пльонсак; Вінниц. нац. аграр. ун-т. – Київ : Центр учбової літератури, 2017. – 287 с.

20. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: підручник / О. О. Непочатенко, Н. Ю. Мельничук. – К. : «Центр учбової літератури», 2020. – 504 с.

21. Послуги туристичні. Класифікація готелів: ДСТУ 4269:2003. – [Чинний від 2004-01-09]. – К.: Держспоживстандарт України, 2004. – 13 с. – (Державний стандарт України).

22. Організування туристичної діяльності : навч. посіб. / О. Є. Кузьмін, А. В. Дубодєлова, І. Я. Кулиняк, Х. Ю. Малкуш. – Львів : Вид-во Львів. політехніки, 2015. – 352 с.
23. Поважний О.С. Фінанси підприємств: підручник О.С.Поважний, Н.А. Ясинська, Н.О. Шира.– Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017 – 460 с.
24. Терміни та визначення: ДСТУ 3862-99 зі змінами: [затв. наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 29.10.2003 р. № 185]. – [Чинний від 2003-12-01]. – Офіц. вид. – К. : Держспоживстандарт України, 2004. – 31 с.
25. Туризм на Харківщині. Природно-рекреаційні ресурси та історикокультурний потенціал регіону: бібліогр. путівник / Упр. культури і туризму Харк. облдержадмін., Харк. обл. універс. наук. б-ка; уклад. Г.М.Єрофєєва. – Х., 2008. – 203 с.
26. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: Київ.нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 2-ге видання. – 463 с.
27. Управління туристичними дестинаціями : підручник / Н. В. Корж, Д. І. Басюк. – Вінниця: «ПП»ТД Едельвейс і К», 2017. – 322 с.
28. Швець І.Ю. Антикризове управління: навч. посіб. / І. Ю. Швець, Ю. Ю. Швець. – Сімф. : ДІАЙПІ, 2013. – 206 с.
29. Юрченко С.О. Міжнародний туризм: навч. посіб. для студентів спец. «Туризмознавство», «Міжнародні економічні відносини» / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. – 327 с.
30. Medlik, S. Dictionary of travel, tourism and hospitality. 2nd edn. Oxford, Butterworth-Heinwmann, 2017. – 273 p.
31. Saarinen, J. Destinations in change: the transformation process of tourist destinations // Tourist Studies, 2014, no. 4 (2), pp. 161–179.
32. Interval International [Електронний ресурс]: – Режим доступу:

<https://www.intervalworld.com/web/my/home>

33. Головне управління статистики у Харківській області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/pro-holovne-upravlinnia>

34. Гуменюк Г.М. Теоретичні основи клубного відпочинку [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://eprints.cdu.edu.ua/1278/1/122-51-54.pdf>

35. Закон України «Про туризм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi>

36. Зорин, И.В. Менеджмент дестинаций. Учебные программы международных образовательных проектов уровней бакалавриата и магистратуры // Туристские бренды – генератор развития территорий: Материалы международной конференции, г. Вологда, г. Великий Устюг, 13–14 декабря 2011 года. URL: http://russiaturforum.com/upload/presentation/004_plenarn_zorin_vologda.pdf

37. Концепція розвитку туризму в Харківській області до 2020 року Затверджено рішенням обласної ради від 05 березня 2013 року № 648-VI (XX сесія VI скликання). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.ts.lica.com.ua/b_text.php?type=3&id=8096&base=77

38. Копець Г.Р. Клубний відпочинок у туризмі України [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/11067/1/14.pdf>

39. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму / Д. А. Корнева. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrialnuu%20tyruz.m.pdf

40. Оксфордский словарь понятий и терминов. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.oxfordreference.com/search?q=tourist+destination&searchBtn=Search&isQuickSearch=true>

41. Офіційний сайт готелю «Superior Golf & Spa Resort» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.superiorresort.com/ru/>

42. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження: схвалене КМУ від від 16.03.2017 № 168-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua>

43. Сирик Н.В. Договор на клубный отдых [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <http://library.shu.ru/pdf/sirik17.pdf>

44. UNWTO World Tourism Barometer. Edition 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу до журн.: <http://unwto.org/facts/eng/barometer.htm>. – Назва з титул. екрану.

45. RCI – Resort Condominiums International [Електронний ресурс]: – Режим доступу: <https://www.rci.com/>

Додатки

Додаток Б

БАЛАНС

Актив	Код рядка	2016	2017	2018	2019
1	2	3	4	3	4
I. Необоротні активи	0	0	0	0	0
Нематеріальні активи:	1000	1033	974	991	900
первісна вартість	1001	1574	1635	1716	1716
накопичена амортизація	1002	541	661	725	816
Незавершені капітальні інвестиції	1005	6815	6875	13548	10256
Основні засоби:	1010	225246	215405	226948	225253
первісна вартість	1011	359900	366943	395418	410811
знос	1012	134654	151538	168470	185558
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0	0
знос	1017	0	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	0	0	0	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0	0
Усього за розділом I	1095	233094	223254	241487	236409
II. Оборотні активи	0	0	0	0	0
Запаси	1100	46575	60268	101658	60778
Виробничі запаси	1101	36471	54708	97714	57306
Незавершене виробництво	1102	521	24	895	1840
Готова продукція	1103	2919	2623	896	1632
Товари	1104	6664	2913	2153	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0	0

Продовження дод.Б

Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	68613	98162	55941	42502
Дебіторська заборгованість за розрахунками:	1130	7522	15852	14542	58273
за виданими авансами	0	0	0	0	0
з бюджетом	1135	108	7322	15458	8905
у тому числі з податку на прибуток	1136	102	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	317	1106	309	312
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	6780	6896	7164	595
Готівка	1166	0	0	0	0
Рахунки в банках	1167	6780	6896	7164	595
Витрати майбутніх періодів	1170	66	76	165	222
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0	0
у тому числі в:	1181	0	0	0	0
резервах довгострокових зобов'язань	0	0	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	1134	20	18	1
Усього за розділом II	1195	131115	189702	195255	171588
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0	0	0	0
Баланс	1300	364209	412956	436742	407997
Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
I. Власний капітал	0	0	0	0	0
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	110527	110527	110527	110527
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0	0
Додатковий капітал	1410	6740	6740	6740	6740
Емісійний дохід	1411	0	0	0	0

Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0	0
Резервний капітал	1415	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	1896	24917	55616	69456
Неоплачений капітал	1425	0	0	0	0
Вилучений капітал	1430	0	0	0	0
Інші резерви	1435	0	0	0	0
Усього за розділом I	1495	119163	142184	172883	186723
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	0	0	0	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	150000	0	57624	200000
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0	0
Усього за розділом II	1595	150000	0	57624	200000
III. Поточні зобов'язання і забезпечення	0	0	0	0	0
Короткострокові кредити банків	1600	50000	200000	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість:	1610	0	0	0	0
за довгостроковими зобов'язаннями	0	0	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	40612	62424	96760	1800

Продовження дод.Б

за розрахунками з бюджетом	1620	547	2562	2308	1960
за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	1871	1764	1034
за розрахунками зі страхування	1625	609	791	71	519
за розрахунками з оплати праці	1630	1085	1590	1875	1739
за одержаними авансами	1635	82	308	605	1
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	842	1766	1830	2204
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	1269	1331	102786	13051
Усього за розділом III	1695	95046	270772	206235	21274
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0	0
Баланс	1900	364209	412956	436742	407997

Додаток В

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	2016	2017	2018	2019
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	296653	383283	468915	477435
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0	0	0
Премії, передані у перестрахування	2012	0	0	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	245835	314948	373616	393823
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0	0	0
Валовий: прибуток	2090	50818	68335	95299	83612
Валовий: збиток	2095	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0	0	0
Інші операційні доходи	2120	1394	11292	6925	2167
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2130	0	0	0	0
Адміністративні витрати	2130	14705	15046	18052	17511
Витрати на збут	2150	4530	7216	7398	5080
Інші операційні витрати	2180	2787	5592	10118	6136

Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	30190	51773	66656	57052
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	0	0	0	0
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0	0	0
Інші фінансові доходи	2220	1	10	5	2
Інші доходи	2240	0	0	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0	0	0
Фінансові витрати	2250	16829	23781	29493	39985
Втрати від участі в капіталі	2255	0	0	0	0
Інші витрати	2270	25	66	103	95
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	13337	27936	37065	16974
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	0	0	0	0
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-3021	-4915	-6366	-3134
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	10316	23021	30699	13840
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	0	0	0	0
II. СУКУПНИЙ ДОХІД					
Стаття	Код рядка	За аналогічний період попереднього року	За звітний період	За аналогічний період попереднього року	За звітний період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0	0	0

Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	10316	23021	30699	13840
III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ					
Матеріальні затрати	2500	145669	184373	231227	210548
Витрати на оплату праці	2505	29139	29188	36661	39027
Відрахування на соціальні заходи	2510	8942	9172	8740	7448
Амортизація	2515	17306	17377	17286	17617
Інші операційні витрати	2520	24309	28565	35928	29933
Разом	2550	225365	268675	329842	304573
IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ					
Середньорічна кількість простих акцій	2600	0	0	0	0
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	0	0	0	0
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0	0	0	0
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0	0	0	0
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0	0	0