

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Формування стратегії економічного розвитку
туристичного підприємства»**

Студента 2 курсу, 4 групи,
освітнього ступеня «магістр»
спеціальності 073 «Менеджмент»
спеціалізації «Туристичний та
курортно-рекреаційний менеджмент»

(підпис)

Сокур Андрія
Борисовича

Науковий керівник
д.е.н., професор

(підпис)

Роскладка Наталія
Олександрівна

Гарант освітньої програми
д.е.н., професор

(підпис)

Роскладка Наталія
Олександрівна

Київ 2021

Київський національний торговельно-економічний університет

Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу

Кафедра туризму та рекреації

Освітній ступінь «магістр»

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Спеціалізація «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»

Затверджую

Зав. кафедри

Т. І. Ткаченко

« _____ » _____ 2020 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Сокуру Андрію Борисовичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства»

Затверджена наказом КНТЕУ від «12» листопада 2020 р. № 3396.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: 19.11.2021 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: розроблення теоретико-методичних та прикладних засад формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства.

Об'єкт дослідження: процес формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства.

Предмет дослідження: теоретичні, методичні та практичні аспекти формування стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel», м. Київ.

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

Розділ	Консультант (прізвище, ініціали)	Підпис, дата	
		Завдання видано	Завдання виконано
1	Роскладка Н. О.	11.12.2020	
2	Роскладка Н. О.	11.12.2020	
3	Роскладка Н. О.	11.12.2020	

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

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства

1.2. Методичні підходи до формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства

Висновки до розділу 1

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА «RUBY TRAVEL», М. КИЇВ

2.1. Характеристика діяльності туристичного агентства «Ruby Travel»

2.2. Аналіз системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»

2.3. Оцінка впливу чинників на ефективність системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»

Висновки до розділу 2

РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА «RUBY TRAVEL», М. КИЇВ

3.1. Розроблення стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel»

3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів

Висновки до розділу 3

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

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	01.09.2020-12.11.2020	12.11.2020
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	13.11.2020-13.12.2020	11.12.2020
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	14.12.2020 - 10.05.2021	07.05.2021
4.	Написання та оформлення наукової статті	до 10.05.2021	07.05.2021
5.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.05.2021-17.09.2021	13.09.2021
6.	Написання та попередній захист 3 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	18.09.2021-31.10.2021	29.10.2021
7.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи за структурою, представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	01.11.2021-08.11.2021	08.11.2021
8.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	09.11.2021-18.11.2021	18.11.2021
9.	Представлення готової зшитої випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 19.11.2021	19.11.2021
10.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	07.12.2021

7. Дата видачі завдання «11» грудня 2020 р.

8. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи: Роскладка Н. О.

(прізвище, ініціали, підпис)

9. Гарант освітньої програми:

Роскладка Н. О.

(прізвище, ініціали, підпис)

10. Завдання прийняв до виконання студент

Сокур А. Б.

(прізвище, ініціали, підпис)

11. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи

Студент Сокур А. Б. виконав випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно з календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

У вступі роботи обґрунтовано актуальність теми, наведено характеристику сучасного стану досліджуваної проблеми, визначено мету і завдання, зазначено об'єкт і предмет дослідження, елементи наукової новизни, практичну значимість, апробацію результатів дослідження.

У першому розділі «Теоретико-методичні засади формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства» студентом розглянуто сутність та види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства, обґрунтовано методичний інструментарій формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства. У другому розділі «Діагностика системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel», м. Київ» охарактеризовано діяльність туристичного агентства, оцінено систему управління його економічним розвитком, проаналізовано вплив чинників на її ефективність. У третьому розділі «Формування стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel», м. Київ» розроблено стратегію економічного розвитку туристичного агентства та обґрунтовано її ефективність.

У цілому поставлена у роботі мета досягнута, сформовані завдання виконані. Робота виконана самостійно та не містить плагіату. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію КНТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студента Сокура А. Б. на тему «Формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства» рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ Роскладка Н. О.
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____ Роскладка Н. О.
(підпис, дата)

12. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу

Випускна кваліфікаційна робота студента _____ Сокура А. Б.
(прізвище, ініціали)
може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____ Роскладка Н. О.
(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Ткаченко Т. І.
(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2021 р.

ВСТУП

Актуальність теми. Сучасний світ є дуже мінливим та чутливим до змін, які впливають не тільки на роботу підприємства, а й на економіку всього світу, адже все між собою пов'язано. Такі зміни обумовлені різними внутрішніми та зовнішніми факторами, більшість з яких, викликані діяльністю самої людини. Це відбувається через некомпетентність, недосвідченість або просто через відсутність розуміння, які важелі використовувати, щоб протидіяти цим факторам. Одним із таких важелів є вибір та формування стратегії економічного розвитку підприємства.

Проблема формування ефективної стратегії економічного розвитку туристичного підприємства є актуальною і на сьогоднішній день, оскільки визначає подальший напрям діяльності підприємства – вектор його розвитку. Без якісно розробленої стратегії і розуміння вищого керівництва туристичного підприємства щодо її важливості, на підприємство може очікувати банкрутство. Ризик банкрутства поширюється не тільки на власників туристичного підприємства, але й на інших учасників економічних відносин в тій чи іншій формі (працівники підприємства, партнери-постачальники, банки, клієнти тощо).

З огляду на це, актуальність теми випускної кваліфікаційної роботи, присвяченої дослідженню проблеми формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства, набуває особливо важливого значення у сучасних умовах функціонування туристичних підприємств.

Огляд останніх джерел, досліджень і публікацій. Істотний внесок у розвиток теорії та практики формування стратегії економічного розвитку підприємства зробили Белошапка В.І., Бланк І.О., Наливайко А.М., Шершньова З.Є., Кіндрацька З.І. та інші науковці. Однак питання формування ефективної стратегії економічного розвитку туристичних підприємств з урахуванням галузевих особливостей, притаманних цій сфері, залишаються і на сьогодні дискусійними.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є розроблення теоретико-

методичних та прикладних засад формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства.

Для досягнення поставленої мети у роботі сформульовано та вирішено такі **завдання**:

- розглянути сутність та види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства;
- обґрунтувати методичні підходи до формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства;
- надати характеристику діяльності туристичного агентства «Ruby Travel»;
- проаналізувати систему управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»;
- оцінити вплив чинників на ефективність системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»;
- розробити стратегію економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel»;
- обґрунтувати ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні аспекти формування стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel», м. Київ.

Методи дослідження. У процесі виконання випускної кваліфікаційної роботи було використано загально-наукові та спеціальні методи дослідження. Загальнонаукові методи базуються на використанні методів індукції, дедукції, аналізу та синтезу. Спеціальні методи дослідження включають інструменти експертних оцінок, економіко-статистичні та графічні процедури аналізу.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи полягає в удосконаленні теоретико-методичного інструментарію формування стратегії економічного розвитку туристичних підприємств.

Практична значимість результатів дослідження полягає у тому, що

рекомендації, запропоновані у випускній кваліфікаційній роботі, можуть бути використані при формуванні стратегії економічного розвитку національних туристичних підприємств.

Апробація результатів дослідження. За результатами проведеного дослідження підготовлено та опубліковано наукову статтю на тему «Стратегії економічного розвитку туристичного підприємства» у збірнику наукових праць КНТЕУ «Туристичний бізнес: виклики та можливості», частина 2 (Додаток А).

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

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

1.1. Сутність та види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства

Ефективна робота туристичних підприємств визначається правильним вибором стратегічних цілей, що дають змогу реалізувати потенціал підприємства найкращим чином. У складних умовах для покращення економічної ситуації в країні існує необхідність у підвищенні ефективності діяльності туристичних підприємств. Для цього необхідно використовувати дієві методи, механізми, способи зростання доходів туристичних підприємств. Це можливо, коли туристичне підприємство правильно оцінює ринкову ситуацію, швидко реагує на зміни внутрішнього середовища та пристосовується до змін у зовнішньому оточенні, а також у разі чітко визначених цілей, прагне до їх досягнення та реалізації правильно обраної стратегії розвитку підприємства.

Вчені розрізняють поняття «стратегія» по-різному (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Трактування сутності поняття «стратегія» різними науковцями

Автори	Визначення
Шершньова З.Є. [1, с. 233]	Стратегія – це конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство, це своєрідний погляд на внутрішнє і зовнішнє середовище і спроба знайти шляхи ефективного пристосування до зовнішніх, неконтрольованих фірмою факторів, а також проведення необхідних змін елементів та їхніх комбінацій внутрішнього середовища.
Швайка Л.А. [2, с. 62]	Стратегія – це узагальнена модель майбутнього стану економіки та планових дій щодо його досягнення, яка встановлює основні напрями, цілі та пріоритети діяльності, визначає критичні ресурси та необхідні нововведення, містить засоби реалізації пріоритетів та індикатори досягнення планованого результату.
Чистов С.М. [3, с. 33]	Стратегія – це детальний, усебічний комплексний план, спрямований на втілення місії організації.

Джерело: складено автором за [1, 2, 3].

Хоч визначення і різні, але вони мають спільне значення. Стратегія – це сукупність дій щодо визначення способу передбачити майбутнє, визначити можливі шляхи негативного впливу на підприємство і заходи для його запобігання, а також розроблення методів для досягнення вищого показника економічного та соціального рівня розвитку [4, с. 214].

При розробці стратегії економічного розвитку потрібно враховувати певні типи аналізу: стратегічний аналіз, економічний аналіз, соціальний аналіз.

Метою стратегічного аналізу є змістовний і більш-менш формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямів його розвитку. Результатом стратегічного аналізу стає системна модель об'єкта та його оточення. Отримані дані про об'єкт управління є базою для визначення концепцій самої організації та способів управління нею [1, с. 59].

Проте необхідний економічний аналіз реального стану підприємства. Наскрізна система економічного аналізу має вирішити такі завдання [5, с. 174]:

- забезпечення можливості системного дослідження регульованого об'єкта, підпорядкованого єдиній меті у потрібні для управління проміжки часу;
- обґрунтування мети господарської одиниці, виходячи зі стану внутрішнього і зовнішнього середовища, корегування її у разі їх зміни;
- обґрунтування співвідношення між глобальним та національним;
- дослідження впливу кожної підсистеми для досягнення мети, пошук найефективніших шляхів її реалізації;
- вивчення потреб і запитів, стосовно яких необхідно вживати спеціальні заходи тоді ж або в найближчому майбутньому;
- виявлення систем взаємозв'язків між підсистемами та елементами, вивчення впливу кожного елемента на систему загалом і навпаки – виявлення підсистеми (елементів систем, які є «вузькими місцями» і які є «провідними ланками»);
- порівняльна оцінка конкуруючих альтернативних курсів дій кожної підсистеми для вибору варіанта, який найбільшою мірою відповідає цілям системи загалом, вироблення своєчасних, виважених ефективних управлінських рішень).

Наступним і головним аспектом розробки стратегії економічного розвитку є соціальний аналіз. Стратегія розвитку виступає в ролі інтересів звичайних людей. Елементами соціального аналізу є [6, с. 149-150]:

- визначення регіону, розмірів території, яка перебуватиме у сфері впливу проекту;
- характеристика етнічно-культурного середовища, демографічного та соціально-економічного стану регіону проекту;
- проектування соціального середовища та розроблення стратегії забезпечення підтримки проекту населенням регіону;
- пошук та залучення до розробки проекту всіх зацікавлених осіб, сприяння ефективним комунікаціям між учасниками проекту;
- проведення моніторингу змін у соціологічній сфері проекту та вивчення його соціальних наслідків.

Теорія і практика підприємницької діяльності виділяють три види базових економічних стратегій – це виживання, стабілізація та розвиток. Кожна з цих стратегій визначається рівнем досягнутої (запланованої) рентабельності та життєвим циклом товарів (послуг) [7, с. 48].

Стратегія виживання характерна для підприємств, які знаходяться в кризовому стані через збитковість. Для виходу зі стану збитковості стратегія виживання в порядку захисту повинна передбачити заходи, спрямовані на одержання прибутку в найкоротший термін. При цьому вирішуються такі завдання: що запропонувати ринкові туристичних послуг, а від чого відмовитись, які функціональні стратегії використовувати для переходу до рентабельної діяльності. Тому при розробці економічної стратегії, спрямованої на вихід підприємства із кризового стану, необхідно провести таку роботу [7, с. 48]:

- переглянути маркетингову політику як основу пошуків додаткових можливостей збільшення обсягів реалізації товарів і послуг;
- організувати діяльність на засадах логістики;
- створити умови жорсткої економії витрат;
- удосконалити методи управління і провести, при необхідності,

радикальні кадрові зміни;

– визначити критичні для підприємства обсяги комплектування і реалізації туристичного продукту та надання окремих послуг [7, с. 49].

Стратегія стабілізації є наступально-захисною. Вона використовується в умовах коливання прибутковості підприємства від збитковості до рентабельності і навпаки. Для здійснення стратегії стабілізації необхідно [7, с. 49]:

– ощадливо використовувати ресурси, щоб швидше стабілізувати рентабельність як мінімум на досягнутому рівні;

– домогтися позитивних зрушень в реалізації туристичного продукту та розширенні ринків збуту з орієнтацією на швидке пожвавлення діяльності;

– обґрунтувати програму фінансової стабілізації підприємства шляхом вишукування ефективних внутрішніх і зовнішніх джерел інвестування інноваційної діяльності.

Стратегія розвитку (росту) найбільш приваблива як для самого підприємства, так і для його інвесторів. Вона є наступальною і передбачає сукупність окремих стадій та адекватних їм проміжних стратегій загального життєвого циклу росту, а саме – початкову стратегію, стратегію проникнення і розширення ринку, стратегію прискореного росту і, нарешті, стратегію переходу до нового витка розвитку, який знову має початок і всі наступні стадії (стратегії) [7, с. 50].

Найбільш популярними в туризмі є стратегії розвитку, пов'язані з оновленням туристичного продукту на якісно вищому рівні, розширенням ринку туристичних послуг підприємства та використанням інноваційних технологій обслуговування туристів.

Економічна наука виділяє чотири групи стратегій розвитку, які в туризмі мають специфічні особливості [7, с. 51].

До першої групи відносяться стратегії концентрованого росту, що ґрунтуються на зміні туристичного продукту або ринку туристичних послуг. У цьому випадку підприємство повинне поліпшити туристичний продукт або перейти до розробки нового, знайти можливості для зміцнення свого положення на ринку або відшукати нішу на новому ринку туристичних послуг [7, с. 51].

До другої групи стратегій росту відноситься інтегрований розвиток, що передбачає розширення туристичної діяльності за рахунок доповнення туристичних послуг новими видами [7, с. 51].

Третьою групою стратегій росту є стратегії диверсифікації туристичної діяльності. Вони застосуються в тому випадку, якщо підприємства не можуть розвиватися на діючому ринку туристичних послуг зі своїм туристичним продуктом [7, с. 52].

До четвертої групи стратегій розвитку туристичної діяльності відносяться стратегії перегрупування сил з метою підвищення ефективності. У таких випадках потрібна структурна перебудова діяльності, спрямована на оновлення туристичного продукту відповідно до змін ринкового попиту. Ця стратегія пов'язана з відновленням туристичної діяльності підприємства на якісно вищому рівні [7, с. 53].

На основі оцінки діючої економічної стратегії кожне туристичне підприємство обґрунтовує свою базову стратегію за відповідною процедурою.

Також, можна виокремити базисні (еталонні) стратегії, які базуються на чотирьох підходах до зростання і зв'язані із зміною наявного стану на бажаний одного чи кількох елементів (ринку, продукту, галузі, технології, положення підприємства всередині галузі, тощо).

Базисними (еталонними) стратегічними альтернативами є стратегії зростання, обмеженого зростання, стабільності та скорочення бізнесу. Загальна класифікація стратегій придатна і для туризму. Специфічні стратегії, які коректно застосовувати в туризмі, можна класифікувати таким чином [8]:

1) стратегії за рівнем прийняття рішень:

- глобальна (міжнародний рівень);
- національна (державний рівень);
- регіональна (регіональний рівень);
- місцева (місцевий рівень).

2) стратегії залежно від способів забезпечення розвитку:

- розвиток під впливом глобальної експансії (оптимізація діяльності в

межах наявного позиціонування – інтенсивне зростання);

– розвиток завдяки організаційній гнучкості (передбачення розвитку економічних процесів конкурентів).

3) стратегії, що дають змогу управляти попитом за допомогою таких інструментів, як:

– диференціація цін;
– стимулювання попиту в періоди низького завантаження;
– застосування системи попередніх замовлень і резервування часу обслуговування.

4) стратегії непрямого розподілу туристичних продуктів (туристичних послуг):

– франчайзингу;
– створення нових послуг;
– мультисегментна та змішана стратегії.

5) стратегії підтримки якості туристичних послуг, засновані на:

– низьких витратах,
– товарній диференціації,
– ринковій ніші або сегменті;
– стратегії горизонтальної і вертикальної інтеграції;

6) стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів:

– кардинальної зміни;
– збереження зростання;
– досягнутого та вибіркового зростання.

Обґрунтування та здійснення економічної стратегії підприємства охоплює організацію стратегічного передбачення (foresight), яке вимагає систематичної оптимізації методів розробки та ефективного коригування діючих стратегій, що потребує підвищення професіоналізму як розробників, так і виконавців стратегічних рішень [8].

У реальній практиці підприємство може одночасно реалізовувати кілька

стратегій. Підприємство може впроваджувати і визначену послідовність у здійсненні стратегій (рис. 1.1).

Швидке зростання ринку			
Слабка конкурентна позиція	<u>Квадрант II:</u>	<u>Квадрант I:</u>	Сильна конкурентна позиція
	2.1. Перегляд стратегії концентрації; 2.2. Горизонтальна інтеграція; 2.3. Скорочення частини підприємств; 2.4. Ліквідація компанії.	1.1. Концентрації; 1.2. Вертикальна інтеграція; 1.3. Центрова диверсифікованість.	
	<u>Квадрант III:</u>	<u>Квадрант VI:</u>	
	3.1. Скорочення витрат; 3.2. Диверсифікованість; 3.3. Скорочення частини підприємств. 3.4. Ліквідація компанії.	4.1. Центрована диверсифікованість; 4.2. Конгломеративна диверсифікованість; 4.3. Спільне підприємство у новій області.	
Повільне зростання ринку			

Рис. 1.1. Базові стратегії розвитку моделі Томпсона-Стрікланда* [9]

*Примітка: стратегії у квадрантах перераховані у можливому порядку переваги.

Отже, стратегія економічного розвитку підприємства сфери туризму – це план розвитку майбутнього самого підприємства, який ґрунтується на реальних економічних показниках та управлінських рішеннях менеджменту, виходячи із внутрішніх ресурсів підприємства.

1.2. Методичні підходи до формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства

Суть механізму економічного управління визначається тим, що управління – це процес впливу на об'єкт управління з метою одержання певного результату. Таким результатом в бізнесі є прибуток. Постійне одержання прибутку не є

випадковістю, а є результатом планової діяльності [7, с. 56].

Для моделювання процесу управління стратегічним розвитком туристичного бізнесу доцільно виділити основні етапи, а саме:

- аналізу;
- розробки та планування;
- реалізації (впровадження).

Пріоритетною метою етапу аналізу при моделюванні процесу формування стратегії розвитку підприємства є виявлення потенційних загроз і можливостей збоку зовнішнього оточення, а також детальний опис сильних та слабких сторін туристичного підприємства (SWOT-аналіз) (Додаток Б).

Управлінський аналіз проведений на високому рівні якості, дозволяє діагностувати реальну оцінку діяльності підприємства. Але одночасно з цим, моделювання процесу формування стратегії розвитку підприємства неможливе без глибокого аналізу та деталізації конкурентного оточення, в якому функціонує підприємство, що, в свою чергу, передбачає проведення маркетингових досліджень [10].

Наступним важливим параметром при моделюванні процесу формування стратегії розвитку підприємства виступає його орієнтація на майбутнє, в зв'язку з чим доцільним є процес детермінації орієнтирів розвитку підприємства, а саме до якого стану прагнути в майбутньому та які для цього цілі формувати. Щоб реалізувати цей етап, необхідно визначити місію і цілі підприємства довгострокового характеру [11, с. 67].

Щодо етапу розробки та планування, слід відзначити, що його зміст безпосередньо пов'язаний з процесами формування науково-обґрунтованих напрямів щодо його розвитку. Цей етап за своїм змістом повинен спонукати до осмислення трендів, що відбувається у зовнішньому середовищі та аналізу можливих наслідків для подальшої діяльності підприємства. У зв'язку з цим для виконання зазначених заходів доцільно застосувати методи передбачення змін (foresight), які підвищують гнучкість діяльності підприємства, а саме – фінансовий аналіз та інші [12].

На третьому етапі (реалізації) втілення стратегії розвитку в життя здійснюється за допомогою розробки спеціальних програм, складання процедур та бюджетів (короткострокові та середньострокові плани з реалізації стратегії). Конститутивними складовими елементами в ході реалізації даного етапу виступають ресурси, якими розпоряджається підприємство, а саме: система менеджменту, організаційна структура та персонал, який буде безпосередньо задіяний в процесі реалізації обраної стратегії [13].

Основним важелем економічного впливу на об'єкт управління є план. Тому під економічним управлінням розуміється перспективне (стратегічне), поточне та оперативне планування, а також організація і контроль за виконанням планів. Результатом планування є відповідна документація, тобто система планів, у якій відбиті всі види планованих завдань у формі системи показників на певний період. Планові показники є основою для ув'язування стратегій, цілей і завдань діяльності підприємства [7, с. 58].

Економічне управління будується на цілеспрямованих рішеннях, що приймаються на основі аналізу та багатоваріантних економічних розрахунків на майбутній (плановий) період з урахуванням індикативного планування, яке має характер рекомендацій загальнодержавного або регіонального рівнів. Державні програми (плани) є орієнтирами для розробки певних планів кожним суб'єктом підприємництва. Сутність економічного управління суб'єктом господарювання полягає в розробленні планів роботи та заходів забезпечення, їх виконання на довгу, середню і коротку перспективи [7, с. 58].

Так, економічне управління туристичним бізнесом зводиться до формування стратегії і тактики туристичних підприємств як суб'єктів бізнесу. Воно передбачає ефективне використання туристичних ресурсів за критерієм економічної доцільності. У плані має бути чітке визначення того, що, скільки і за якими цінами купувати, щоб після комплектування туристичного продукту вигідно для себе його продати [7, с. 58-59].

Передумовами планування виступають результати аналізу діяльності підприємства за попередній період.

Об'єктом планування діяльності туристичного підприємства є обґрунтування системи показників, у якій виражаються результати виробництва туристичних послуг, комплектування, реалізації та споживання туристичного продукту за певний проміжок часу.

Для наочності загальна модель економічного управління підприємством представлена замкнутою схемою етапів планування на рис. 1.2.

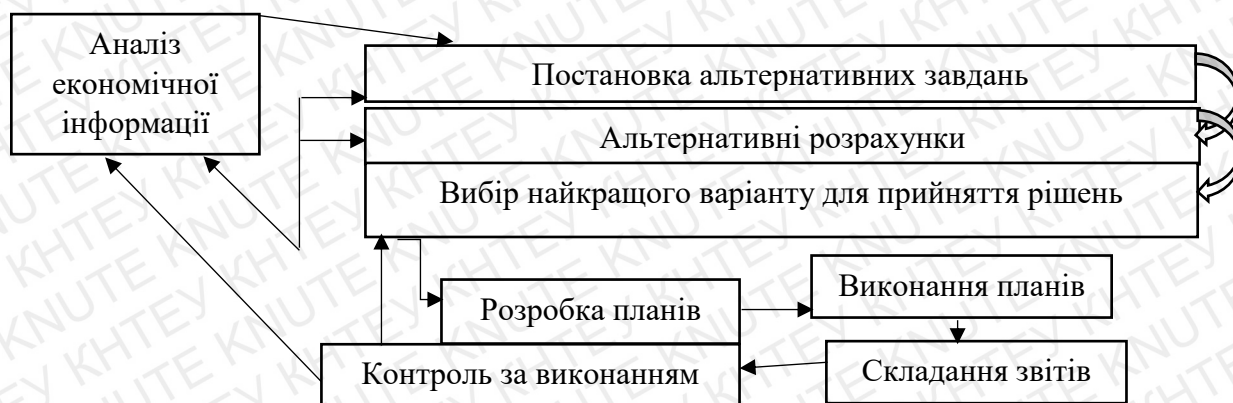


Рис. 1.2. Модель економічного управління підприємством [6]

На етапі аналізу розглядаються зовнішні та внутрішні умови (фактори), що впливають на діяльність підприємства, оцінюється ступінь впливу цих факторів на показники, що плануються.

Постановка альтернативних завдань, з одного боку, є результатом аналізу, а з іншого потребує багатоваріантності розрахунків. Тому альтернативні розрахунки виступають третім етапом економічного управління, у результаті якого визначаються очікувані економічні результати від різних варіантів планових дій [7, с. 60].

Альтернативні розрахунки забезпечують вибір кращого варіанта для ухвалення рішення, яке на наступному етапі втілюється в плани.

Розробка планів – це обґрунтування на майбутній період економічних завдань за прийнятим варіантом планування та внесення їх в документ, який називається планом. У плані економічної діяльності підприємства фіксується програма дій окремих його структурних підрозділів і всього підприємства в цілому [7, с. 60].

Виконання планів – це втілення планових завдань у роботу підприємства, яке є основним функціональним етапом економічного управління діяльністю підприємства [7, с. 60].

Конкретна діяльність підприємства відображається у звітності. Складання звітів – опис отриманих економічних результатів діяльності з виконання планових завдань підприємства за певний період [7, с. 60].

Завершується економічне управління контролем виконання планів. Контроль – це порівняння звітних показників із плановими за відповідний період, виявлення відхилень і подача на аналіз [7, с. 60].

При стратегічному та поточному плануванні найчастіше використовується два підходи: прямий і зворотний.

При прямому підході до планування використовуються реально сформовані вихідні фактори і передумови, на основі яких визначаються завдання на плановий період. У прямих розрахунках використовуються результати, отримані в попередньому періоді. Вони екстраполюються з урахуванням передбачуваних змін на плановий період. Результат планових розрахунків визначається умовами функціонування підприємства в попередньому періоді та можливими їх змінами [7, с. 61].

При зворотному підході до планування виходять з бажаного (цільового) результату, а потім на основі цільових завдань розробляють заходи, які забезпечать їхнє виконання. Зворотний процес планування здійснюється програмно-цільовим методом [7, с. 61].

Можлива також об'єднання «прямого» і «зворотного» підходів до планування, при якій спочатку проектується ймовірне майбутнє, а потім узгоджується із сучасними й майбутніми факторами. При обох підходах мета діяльності знаходиться на вершині ієрархії потреб підприємства. На другому рівні ієрархії розміщуються різні фактори (внутрішні та зовнішні), що впливають на результат планування діяльності підприємства. План діяльності підприємства має силу наказу для його виконавців. У кожному плані мета діяльності кількісно виражається системою абсолютних і відносних показників [7, с. 62].

У планах передбачаються також засоби досягнення поставленої мети, етапи та терміни виконання завдань, виконавці планів за видами робіт і строками, методи та засоби контролю за виконанням плану [7, с. 62].

Отже, формування стратегії економічного розвитку являє собою комплекс заходів, яка має певну модель за якою вона складається та розраховується на майбутній (плановий) період з урахуванням внутрішнього (ресурси підприємства) та зовнішнього (фактори, які впливають) середовища.

Тому, потрібно враховувати ці фактори (зовнішнє середовище) при виборі стратегії розвитку, яка дасть змогу підвищити ефективність діяльності та активізувати розвиток підприємства.

Висновки за розділом 1

Результати проведеного дослідження теоретико–методичних засад формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства дали змогу сформулювати такі висновки:

1. Стратегія, як поняття, має широке трактування та включає в себе дуже багато різних структурних елементів, які використовуються при її формуванні.
2. Існує безліч видів стратегій, кожна з яких має своє практичне застосування, в залежності від зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому слід ретельно обирати ту чи іншу стратегію у відповідності із тими чинниками, що впливають на підприємство.
3. При формуванні стратегії економічного розвитку туристичного підприємства слід враховувати її цілі, місію та поділити її на етапи (аналізу, розробки, реалізації), які реалізовуватимуться поступово та будуть націлені на підвищення ефективності діяльності підприємства, а саме – збільшення прибутку.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНИМ РОЗВИТКОМ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА «RUBY TRAVEL», М. КИЇВ

2.1. Характеристика діяльності туристичного агентства «Ruby Travel»

«Ruby Travel» – це мережа туристичних агенцій, яка надає свої послуги на території України, а саме в таких містах, як: Київ, Монастирище, Христинівка, Жашків. За ці роки туристичне агентство розробило безліч нових туристичних проєктів, створило десятки унікальних туристичних продуктів та постійно розширює спектр туристичних пропозицій: створює нові програми і удосконалює існуючі.

Девіз туристичного агентства «Ruby Travel»: «Відпочинок починається тут...».

Логотип туристичного агентства «Ruby Travel» наведено у Додатку В.

Основна спеціалізація мережі туристичних агенцій «Ruby Travel»:

- 1) туризм та відпочинок;
- 2) оформлення візових формальностей та паспортів (Шенген, США, Британія, ОАЕ);
- 3) навчання за кордоном;
- 4) оформлення апостилю, нострифікації, консульської легалізації документів;
- 5) оформлення документів для подачі на громадянство, возз'єднання сім'ї та шлюб з іноземцем;
- 6) авіаквитки;
- 7) страхування.

Головний офіс знаходиться в м. Києві, м. Лівобережна, вул. Євгенія Сверстюка, 19, офіс 104.

Контакти менеджерів центрального офісу: +38 066 674-46-21, +38 094 907-09-15; e-mail: info@rubytravel.com.ua.

Часи роботи головного офісу мережі туристичних агенцій «Ruby Travel»
(табл. 2.1):

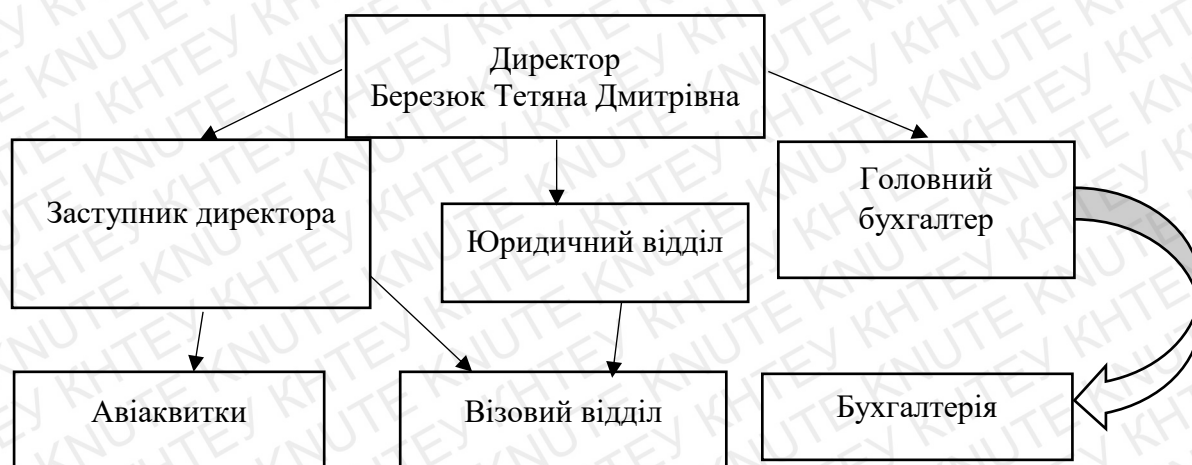
Таблиця 2.1

Часи роботи головного офісу

День тижня	Початок робочого дня	Кінець робочого дня
Понеділок	10:00	18:00
Вівторок	10:00	18:00
Середа	10:00	18:00
Четвер	10:00	18:00
П'ятниця	10:00	18:00
Субота	11:00	15:00
Неділя	Вихідний	

Джерело: складено автором за [14].

Організаційна структура підприємства побудована за таким принципом
(рис. 2.1):



**Рис. 2.1. Організаційна структура туристичного агентства
«Ruby Travel»**

Джерело: складено автором за [14]

Копії документів, що необхідно для ведення підприємницької діяльності, а саме:

- А) витяг з реєстру платників єдиного податку (Додаток Г);
- Б) свідоцтво про державну реєстрацію (Додаток Д);
- В) довідка про відкриття рахунку (Додаток Е).

Отже, туристичне агентство «Ruby Travel» спеціалізується на веденні та оформленні ключової та другорядної візової документації, яка потрібна для суб'єктів туристичної діяльності, які знаходяться за кордоном.

2.2. Аналіз системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»

Для аналізу необхідно вирішити наступне завдання, а саме сформулювати критерії оцінювання управління економічним розвитком діяльністю підприємства та визначити відповідність існуючих методів зазначеним критеріям.

Категорія «управління» характеризує здатність підприємства як сукупності соціально-економічної, матеріально-технічної та організаційно-технологічної систем зберігати свою визначеність, підтримуючи стан динамічної рівноваги між внутрішніми та зовнішніми чинниками діяльності підприємства [15].

Ефективність діяльності підприємства залежить від багатьох параметрів – ступеня розвиненості виробництва, поділу і кооперації праці, використання результатів науково-технічного прогресу, економічних ресурсів, форм стимулювання високопродуктивної праці тощо, але, в першу чергу – від ступеня взаємного інтегрування зазначених факторів під час їх використання [16].

Розвиток підприємства є незворотним процесом, який забезпечує спонтанні чи керовані переходи від одного неповторного стану до іншого через процес змін. Неповторність кожного конкретного економічного стану підприємства забезпечується неможливістю повного повторення різноманітності, якості, кількості та сили впливу факторів, які його визначили [17].

Першоосновою розвитку підприємств слід вважати різноманітні зміни (внутрішнього та зовнішнього характеру), які виступають результатом взаємодії економічних предметів (об'єктів), їх властивостей та параметрів. Соціально-економічні зміни у системі підприємства носять об'єктивний характер, тобто не залежать від волі та бажання людини (власників, менеджерів, працівників,

інвесторів, кредиторів тощо) [17].

Розвиток підприємства може буди здійснено в різних формах (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Форми економічного розвитку підприємства

Форма розвитку підприємства	Сутність форм розвитку підприємства
Революція	Стрибок, фазовий перехід
Еволюція	Поступальна, плавна, якісна зміна
Прогресивний розвиток	Зміна якості від найнижчої до найвищої
Регресивний розвиток	Зниження якості, деградація організації
Ринковий розвиток	Відображає процес розширення кола споживачів
Організаційний розвиток	Відображає процес розвитку груп відповідальності
Екстенсивний розвиток	Збільшення того що вже є
Інтенсивний розвиток	Виникнення нових форм
Діловий розвиток	Спрямування ресурсів для забезпечення максимальної конкурентоспроможності на тривалий термін
Сталий розвиток	Забезпечення безперервного процесу виробництва

Джерело: складено автором за [18].

Ефективне управління розвитком підприємства забезпечується за допомогою реалізації ряду принципів, які являють собою основні, вихідні положення, встановлені загальноприйнятні, широко розповсюджені правила дій та властивості економічних процесів (табл. 2.3).

Головна мета управління розвитком підприємства – забезпечення стійкого економічного зростання та одночасної збалансованості бізнес-процесів для стабільного функціонування та прогресивного розвитку підприємства в майбутньому.

Аналіз системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel», а саме оцінка фінансового стану, має базуватися на вихідних даних попередніх років. Це дозволить побачити на скільки вони змінилися у ретроспективі та які фактори вплинули на них. Тому доцільніше всього було взяти

дані за останні три роки (2018 р., 2019 р., 2020 р.).

Таблиця 2.3

Принципи управління розвитком підприємства

Комплексність	Взаємоузгодженість бізнес-процесів
Інтегрованість	Інтегрованість процесу управління розвитком із загальною системою управління підприємством
Оптимальність	Вибір кращого варіанту із представлених
Економність	Отриманні результати повинні перевищувати витрати, які на них витрачені
Гнучкість	Адаптація та пристосування підприємства до умов внутрішнього та зовнішнього середовища
Альтернативність	Виявлення додаткових (запасних) шляхів розвитку підприємства
Об'єктивність	Використання знань об'єктивних знань
Безперервність	Безперервний розвиток підприємства

Джерело: складено автором за [18].

Тому, перш ніж оцінити фінансовий стан підприємства потрібно визначити ключові показники. Такими показниками є:

- 1) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг);
- 2) собівартість реалізованої продукції;
- 3) валовий прибуток;
- 4) інші витрати;
- 5) прибуток (після оподаткування).

Більш детально ці показники можна побачити в таблиці 2.4.

Дивлячись на дані таблиці 2.4, можна прослідкувати як чистий дохід від реалізації послуг в 2019 р. зменшився на 18,93% та збільшився на 92,44% в 2020 р. Це відбулося через собівартість реалізованої продукції, яка у 2019 р. зменшилась на 60,22%, а в 2020 р. – збільшилась у 3,8 рази. Оскільки чистий дохід від реалізації послуг залежить від ціни послуги, а та в свою чергу, залежить від собівартості, так як вона є однією із складових формування ціни, то можна зробити висновок, що ці два показники прямо залежать один від одного.

Аналізуючи дані таблиці 2.4 видно, що найбільший прибуток «Ruby Travel»

отримала в 2019 р., де собівартість реалізованої продукції була найменшою (8266 тис. грн) за останні три роки, як і чистий дохід від реалізації (28143 тис. грн), але прибуток в кінцевому результаті був найбільшим (11733 тис. грн).

Таблиця 2.4

**Основні показники фінансового стану туристичного агентства
«Ruby Travel» за 2018-2020 рр.**

(тис. грн.)

Показники	Роки			Відхилення (+/-)		Темпи зміни, %	
	2018	2019	2020	2019 р. від 2018 р.	2020 р. від 2019 р.	2019 р. до 2018 р.	2020 р. до 2019 р.
Чистий дохід від реалізації послуг	34716	28143	54159	-6573	26016	-18,93	+92,44
Собівартість реалізованих послуг	20780	8266	40093	-12514	31827	-60,22	+385,03
Валовий прибуток	13936	19877	14066	5941	-5811	+42,63	-29,23
Інші витрати	16745	22715	39186	5970	16471	+35,65	+72,51
Прибуток	7812	11733	5366	3921	-6367	+50,19	-54,26

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Звичайно ж на кінцевий прибуток вплинула не тільки собівартість реалізованих послуг, а й інші витрати.

Розглянемо їх детальніше у таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Показники інших витрат туристичного агентства «Ruby Travel»
за 2018-2020 рр.**

(тис. грн.)

Статті	Роки			Відхилення (+/-)		Темп зміни, %	
	2018	2019	2020	2019 р. від 2018 р.	2020 р. від 2019 р.	2019 р. до 2018 р.	2020 р. до 2019 р.
А	1	2	3	4	5	6	7
Матеріальні затрати	225	299	284	74	-15	+32,88	-5,01
Витрати на оплату праці	1285	1477	1599	192	122	+14,94	+8,25

Продовження таблиці 2.5

А	1	2	3	4	5	6	7
Відрахування на соціальні заходи	428	467	343	39	-124	+9,11	-26,07
Амортизація	6066	5590	17583	-476	11993	-7,84	+214,54
Інші операційні витрати	8741	14882	19377	6141	4495	+70,25	+30,20
Разом	16745	22715	39186	5970	16471	+35,65	+72,51

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Дивлячись на дані таблиці 2.5, видно, як з кожним роком витрати зростають. На це є низка причин, однією з яких є економічна ситуація в державі. Рівень інфляції, девальвація гривні, відсутність дотацій з боку держави, несприятлива податкова система для ведення бізнесу. Все це безпосередньо впливає на витрати, а від так і на прибуток.

Неможливо не виділити, як зросли витрати на амортизацію у 2020 р., а саме у 2,1 рази. Це найбільше зростання серед всіх статей витрат. Також, слід відмітити, що відрахування на соціальні заходи знизились на 26,07%. В загальній сумі витрати за 2020 рік збільшилися на 72,51%.

Отже, система управління туристичного агентства «Ruby Travel» на даний момент є невизначеною та реагує на зовнішні чинники впливу. Тому, підприємство потребує детальної розробки якісної системи управління економічним розвитком, базуючись на принципах управління розвитком підприємства та відповідності обраній формі економічного розвитку.

2.3. Оцінка впливу чинників на ефективність системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel»

Будь-яке підприємство є відкритою системою і знаходиться у постійній взаємодії з різними елементами зовнішнього середовища. Мінливість і невизначеність оточення підприємства, виникнення нових трендів у розвитку

суспільства та економіки.

Оцінці факторів зовнішнього середовища та їх дослідженню слід приділяти належну увагу, адже вони обумовлюють підґрунтя для прийняття управлінських рішень та враховуються при складанні цілей та розробці шляхів їх досягнення підприємством.

Маючи основні показники, які були досліджені у попередньому підрозділі, можна оцінити фінансовий стан та їх вплив на ефективність системи управління економічного розвитку підприємства, а саме визначити прибутковість та рентабельність туристичного агентства «Ruby Travel» (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

**Показники рентабельності готелю туристичного агентства
«Ruby Travel» за 2018-2020 рр.**

Роки	Активи, тис. грн.		Чистий прибуток, тис. грн.	Чистий дохід, тис. грн.	Рентабельність активів, %	Рентабельність реалізації послуг, %
	на початок року	на кінець року				
2018	1241	1109	9519	34716	810,12	27,41
2019	1109	841	13765	28143	1411,79	48,91
2020	841	591	5091	54159	711,03	9,40

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Із даних таблиці 2.6 видно, що рентабельність активів в 2018 р. склала 810,12%, при рентабельності реалізації – 27,41 %. В 2019 р. рентабельність активів збільшилась і складала 1411,79 %, при рентабельності реалізації 48,91 %. В 2020 р. рентабельність активів знизилася до 711,03 %, при рентабельності реалізації – 9,40 %.

У таблиці 2.6 відображено як з кожним роком, активи втрачали свою вартість, що викликано зовнішніми факторами. Але в 2019 р., незважаючи на цю негативну динаміку (зниження вартості активів), «Ruby Travel» здобула максимальну рентабельність активів – 1411,29 %, на яку вплинув чистий прибуток, який готель отримав знизивши собівартість реалізованої продукції.

Далі потрібно визначити такі три показники, які характеризують фінансовий стан підприємства, а саме: коефіцієнт фінансової стійкості, платоспроможності та

ліквідності.

Коефіцієнт фінансової стійкості ($K_{\text{фс}}$) розраховується за формулою (2.1):

$$K_{\text{фс}} = \frac{(\text{ВК} + \text{ДЗ})}{\text{П}}, \quad (2.1)$$

де ВК – власний капітал підприємства;

ДЗ – довгострокові зобов'язання підприємства перед іншими суб'єктами.

Відповідні розрахунки можна відображено в таблиці 2.7.

Таблиця 2.7

**Показники фінансової стійкості туристичного агентства
«Ruby Travel» за 2018-2020 рр.**

Роки	Власний капітал, тис. грн.	Довгострокові зобов'язання, тис. грн.	Сума пасивів, тис. грн.	Коефіцієнт фінансової стійкості
2018	147775	345	150120	0,9866
2019	155370	565	158219	0,9855
2020	283596	27324	313679	0,9912

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Дивлячись на дані таблиці 2.7, можна зробити висновок, що туристична агенція «Ruby Travel» є фінансово стійкою та здатна проводити прогнозовану діяльність в довгостроковій перспективі. Це говорить про те, що ризик банкрутства є мінімальним.

Коефіцієнт платоспроможності ($K_{\text{пл}}$) розраховується, як відношення суми грошових коштів на рахунках суб'єкта господарювання у національній та іноземній валютах до короткотермінових зобов'язань за платежами (2.2):

$$K_{\text{пл}} = \frac{\text{ВК}}{3}, \quad (2.2)$$

де ВК – це власний капітал підприємства;

3 – боргові зобов'язання (довгострокові та поточні).

Розрахунки наведено в таблиці 2.8.

Аналізуючи дані таблиці 2.8, можна зробити висновок, що туристична агенція «Ruby Travel» є платоспроможною та може покрити всі свої боргові

зобов'язання за рахунок власного капіталу. В 2020 р. коефіцієнт значно знизився. Це обумовлено тим, що було відстрочено податкові зобов'язання, що склали 27324 тис. грн., які є основною часткою боргових зобов'язань підприємства.

Таблиця 2.8

Показники платоспроможності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр.

Роки	Власний капітал, тис. грн.	Боргові зобов'язання, тис. грн.	Коефіцієнт платоспроможності
2018	147775	2345	63,0
2019	155370	2849	54,5
2020	283596	30083	9,4

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Коефіцієнт ліквідності ($K_{\text{лікв}}$) розраховується відношенням оборотних активів готелю до його короткострокових зобов'язань (2.3):

$$K_{\text{лікв}} = \frac{\text{ПА}}{\text{КЗ}}, \quad (2.3)$$

де ПА. – це поточні активи підприємства;

КЗ – короткострокові зобов'язання підприємства.

Відповідні розрахунки коефіцієнту ліквідності за формулою наведені в таблиці 2.9.

Таблиця 2.9

Показники ліквідності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр.

Роки	Поточні активи, тис. грн.	Короткострокові зобов'язання, тис. грн.	Коефіцієнт ліквідності
2018	31219	2000	15,60
2019	35871	2284	15,70
2020	47047	2759	17,05

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

З даних таблиці 2.9 видно, що коефіцієнт ліквідності туристичного агентства «Ruby Travel» є надвисоким. Це обумовлено видом діяльністю, яку здійснює

підприємство. «Ruby Travel» володіє великою кількістю активів та має малу кількість короткострокових зобов'язань, що дозволяє їй бути ліквідним.

Також в сучасних реаліях на ефективність управління економічним розвитком впливають якісні показники, які можна умовно оцінити за 10-и бальною шкалою.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішити наступне завдання, а саме сформулювати критерії оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства та визначити відповідність існуючих методів зазначеним критеріям.

Критерії оцінювання ефективності управління туристичного агентства «Ruby Travel» наведено в табл. 2.10.

Таблиця 2.10

Показники ефективності управління діяльністю туристичного агентства «Ruby Travel» відповідно до критеріїв оцінювання

Найменування критерію	Характеристика	Оцінка, балів
Рівень залучення керівників до вирішення проблеми	Рішення приймаються на нарадах акціонерів, члени правління об'єктивно оцінюють фінансовий стан підприємства	10
Ступінь залучення менеджерів середньої ланки до вирішення проблем	Менеджери середньої ланки інформують раду акціонерів про проблеми, але не приймають остаточних рішень, щодо їх вирішення	3
Своєчасність прийняття рішень	Поточні завдання вирішуються своєчасно та в найкоротший термін, відразу після їх виникнення. Прогнозування ризиків та зниження їх появи	10
Частка помилкових рішень	Згідно фінансової звітності було допущено декілька помилок (збільшені витрати, збільшена собівартість послуг, яка не призвела до бажаного результату)	5
Результативність прийнятих рішень	Прослідковується тенденція до зниження рентабельності підприємства, викликана зовнішніми факторами та місцями, хибними рішеннями голів правління	5
Разом	х	33/50

Джерело: розроблено автором.

На основі даних таблиці 2.10, можна зробити висновок, що керівництво туристичного агентства «Ruby Travel» має переглянути показники за останні три роки та обрати стратегію, яку вони використовували в 2019 році, а саме максимально знизити собівартість реалізованої продукції, що дасть змогу отримати більше прибутку.

Також знизити витрати, а саме витрати на амортизацію основних засобів. Оцінка ефективності управління діяльності готелю туристичного агентства «Ruby Travel» можна оцінити як середня.

Ефективність управління ($K_{\text{ефект}}$) може бути визначена як відношення певного результату прийнятих рішень до витрат, пов'язаних з виконанням цих рішень та розраховується за формулою (2.4):

$$\text{Кефект} = \frac{\text{ЧП}}{\text{С} + \text{ПДВ} + \text{ЗП}}, \quad (2.4)$$

де ЧП – чистий прибуток підприємства;

С – собівартість реалізації послуг,

ЗП – заробітна плата працівників.

Результати розрахунків наведено в таблиці 2.11.

Таблиця 2.11

Показники ефективності управління туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр.

Роки	Коефіцієнт ефективності управління
2018	0,36
2019	1,20
2020	0,10

Джерело: розраховано автором за даними фінансової та статистичної звітності туристичного агентства «Ruby Travel» за 2018-2020 рр. [Додаток Ж, И, К].

Провівши аналіз даних таблиці 2.11 можна зробити висновок, що коефіцієнт ефективності управління в 2019 р. є кращим (1,20), ніж в інші роки. Це обумовлено низьким рівнем собівартості реалізації послуг, не дивлячись на те, що витрати на оплату праці були збільшені. Чим нижча собівартість, тим менше нараховується ПДВ, і тим менше буде витрат на виробництво послуги.

Найнижчий коефіцієнт ефективності припав на 2020 рік – 0,10. Він виник через завищену собівартість, а як результат і збільшення ПДВ, що призвело до зниження коефіцієнту, не звертаючи увагу на те, що чистий дохід за цей період був найбільшим.

Отже, у фінансовій звітності туристичного агентства «Ruby Travel» прослідковується тенденція до зниження рентабельності шляхом збільшення інших витрат (матеріальні затрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація) та зменшення вартості активів підприємства. Ця тенденція пояснюється зовнішніми факторами. Також «Ruby Travel» є фінансово стійким, платоспроможним та ліквідним, що безумовно є перевагою.

Також, провівши аналіз ефективності системи управління туристичного агентства «Ruby Travel» дано оцінку ефективності управління діяльністю підприємством та стало зрозуміло, як показники впливають на його коефіцієнт ефективності та які заходи потрібно вжити, щодо покращення та оптимізації її.

Висновки за розділом 2

Результати діагностики системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel» дали змогу сформулювати такі висновки:

1. «Ruby Travel» спеціалізується на веденні та оформленні ключової та другорядної візової документації для перетину кордону, верифікація документів для іноземних та вітчизняних громадян та є одним із лідерів в цьому напрямку.
2. Система управління туристичного агентства «Ruby Travel» потребує доопрацювання та має відповідати принципам управління розвитком підприємства та обраній формі економічного розвитку.
3. Було визначено переваги та недоліки, які були відображені в фінансовій звітності туристичного агентства «Ruby Travel», показано залежність показників одне від одного та спосіб впливу на них та одне на одного.

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА «RUBY TRAVEL», М. КИЇВ

3.1. Розроблення стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel»

Проаналізувавши систему управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel», потрібно розробити комплекс заходів та стратегію його подальшого розвитку, щодо підвищення її ефективності та оптимізації.

Оскільки Україна вже декілька років переживає кризу в сфері туризму (революція, економічна криза, COVID-19, тощо) потрібно запропонувати систему антикризових заходів та створити абсолютно новий (інноваційний) продукт, який би задовольнив запит нових клієнтів. Але в першу чергу потрібно дати оцінку керівництву та управлінським рішенням менеджменту підприємства та скорегувати їх.

Провівши детальний аналіз стратегії економічного розвитку, стало зрозуміло наскільки ефективно керують підприємством та дано оцінку управлінським рішенням, які приймалися його керівниками. Було визначено коефіцієнти фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності. Також, проведені розрахунки рентабельності активів та підприємства в цілому.

У табл. 3.1 наведений детальний опис комплексу заходів, які потрібні для покращення ефективності економічного зростання, перелік осіб, які відповідають за їх реалізацію та терміни їх впровадження.

Таблиця 3.1

Комплекс заходів для оптимізації стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel» [розроблено автором]

Найменування заходу	Опис	Виконавець	Терміни впровадження
Зниження собівартості реалізації туристичних послуг	Зниження собівартості призведе до зниження ПДВ, яке нараховується при складанні ціни	Відділ ціноутворення, керівник відділу ціноутворення	1 місяць

Продовження таблиці 3.1

Найменування заходу	Опис	Виконавець	Терміни впровадження
Зміна стратегії ціноутворення на туристичні послуги	Зміна стратегії ціноутворення призведе до формування більш сприятливої ціни	Відділ ціноутворення, керівник відділу ціноутворення	1 місяць
Зниження відрахувань на амортизацію основних засобів/реструктуризація	Зміна методу нарахування амортизації дозволить розтягнути в часі та рівномірно розподілити суму, яку потрібно сплатити	Бухгалтер, головний бухгалтер	1 місяць
Регулярне проведення переоцінки основних засобів	Дозволить здійснювати безперервний моніторинг суму активів підприємства, контролювати їх знецінення	Бухгалтер, головний бухгалтер	Регулярно (кожний місяць)
Погашення боргових зобов'язань перед постачальниками та бюджетом/їх реструктуризація	Будь-яка несплата по борговим зобов'язанням призводить до зниження іміджу та престижу агентства. Підприємство має всі ресурси, щоб це зробити на що вказує його коефіцієнт платоспроможності та ліквідності	Бухгалтер, головний бухгалтер	6-12 місяців
Залучення менеджерів середньої ланки до прийняття стратегічних рішень	Менеджери середньої ланки «відчують себе потрібними» при прийнятті серйозних стратегічних рішень	Менеджери середньої ланки	3 наступного місяця
Скорочення заробітної плати топ менеджменту та членів правління	Це підніме авторитет серед персоналу нижчої ланки та дасть хороший привід менеджерам середньої ланки вчинити так само. Головне не тиснути, а запропонувати зробити це на добровільних засадах.	Бухгалтер, головний бухгалтер	3 наступного місяця
Знизити плінність кадрів	Провести набір нового персоналу (до 30% оновлення). Також це створить конкурентне середовище між теперішнім персоналом та стажерами, що дасть позитивний ефект.	Відділ кадрів, керівник відділу кадрів	3 наступного місяця
Нові напрямки та сфери діяльності	Здатність швидко та вчасно переорієнтуватися допоможе не тільки зберегти рентабельність на одному рівні, а й дозволить її збільшити	Топ менеджмент, члени правління	Негайно

Цей комплекс заходів дасть змогу оновити загальний підхід до менеджменту та позитивно вплине на прибуток в довгостроковій перспективі.

Враховуючи ризики та зовнішнє середовище на даний момент, можна зробити висновок, що новий (інноваційний) продукт має ефективним в короткостроковій перспективі та не потребувати кардинальної зміни напрямку роботи агентства «Ruby Travel».

Таким новим продуктом може стати медичний туризм.

Медичний туризм – це специфічний вид туризму, який передбачає міграцію людей з метою лікування, як всередині країни, так і за її межами.

Тема «Здоров'я» завжди буде актуальною тому що кожна людина зацікавлена в тому, щоб прожити довге та щасливе життя, а на сьогоднішній день медицина є одним із способів пролонгувати та покращити її якість.

Існує багато напрямків медичного туризму:

- 1) Wellness та SPA.
- 2) Онкологія.
- 3) Неврологія.
- 4) Трансплантація та протезування.
- 5) Сімейна медицина.
- 6) Стоматологія.
- 7) Косметологія.

Всі ці види є різними між собою, але водночас їх об'єднує одна річ – документація. Збір пакету документів найчастіше всього займає багато часу а інколи навіть і зривається через те що не вистачає якогось документу.

Нагадаю, що оформлення та ведення ключової та другорядної візової документації для перетину кордону, верифікація документів для іноземних та вітчизняних громадян це основна спеціалізація туристичного агентства «Ruby Travel».

Розглянемо це в економічній площині на прикладі стоматологічного туру.

Перш за все розглянемо ціни на стоматологічні послуги звичайній стоматології в Україні (табл. 3.2).

Середні ціни на стоматологічні послуги в Україні [складено автором]

Найменування послуги	Ціна, грн
Консультація, огляд лікаря	100-250
Лікування карієсу	700-1500
Пломбування	600-1000
Протезування	2700-6000
Імплантація	12990-30000
Ортодонтія	4600-21500

Ціни на аналогічні послуги в таких європейських країнах як Британія, Польща, Німеччина, Франція, Швейцарія вдвічі дорожчі. Але якість стоматологічних послуг в Україні є високою. Тому, саме співвідношення ціна-якість мотивує іноземних туристів їхати в Україну та витратити тут гроші. Це позитивно вплине на інші види та сфери туризму.

На основі вище сказаного пропоную розробити стоматологічний тур для туристичного агентства «Ruby Travel».

Калькуляція стоматологічного туру представлена в таблиці 3.3.

Калькуляція стоматологічного туру «Білосніжна посмішка»**[складено автором]**

Назва статті	Вартість за одиницю, доларів	Кількість діб	Загальна вартість, доларів
Вартість проживання (1-місний номер в готелі)	10	3	30
Вартість проїзду/перельоту	100	2	200
Послуги стоматологія «AstraDent» (первинний огляд, лазерне відбілювання зубів)	300	1	300
Екскурсійна програма туру «Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)	70	1	70
Страховання	10	1	10
Послуги гίδα-провідника	50	1	50
Загальна вартість послуг		660	
Прибутковість туристичного агентства «Ruby Travel» (15%)		99	
Загальна вартість туру		759	

Програму екскурсійного туру «Захоплюючий Чорнобиль» наведено в

Додатку Л.

Отже, для того щоб вдосконалити стратегію економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel» потрібно взяти комплекс управлінських рішень та заходів, які дозволять її покращити та додати нові тури в напрямку медичного туризму (Wellness та SPA, онкологія, неврологія, трансплантація та протезування, сімейна медицина, стоматологія, косметологія тощо).

3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів

На даний момент в умовах пандемії COVID-19 виник невеликий «reset», що поставив всю туристичну індустрію в рівні умови. Потрібно використовувати цю паузу, як стартову межу і чим швидше керівництво туристичного агентства «Ruby Travel» почне рухатися, тим краще, адже будь-яку кризу завжди можна використати в свою користь.

1. Знизити собівартість реалізації послуг готелю.

У таблиці 2.5 розділу 2 було показано, як собівартість безпосередньо впливає на дохід та прибуток. Було виявлено незвичайний парадокс, коли при найменшій собівартості було отримано найбільший прибуток. Це дозволить повернути той рівень ефективності, який був у 2019 році (див. табл. 2.12). За останні три роки саме в цьому році було отримано найбільший чистий прибуток.

2. Переглянути стратегію ціноутворення на готельні послуги.

Потрібно переглянути ціни на ринку готельних послуг та встановити конкурентоздатну ціну, яка б змогла приносити прибуток на тому рівні рентабельності, який був у 2019 році (див. табл. 2.7).

3. Знизити відрахування на амортизацію основних засобів або переглянути метод її нарахування.

В таблиці 2.6, наочно видно, як стрімко змінилися витрати на амортизацію основних засобів готелю та на інші витрати. Зміна методу нарахування амортизації

дозволить реструктурувати суму амортизації на більший термін та дозволить зекономлені кошти направити на антикризові заходи.

4. Регулярно проводити переоцінку суми основних засобів.

Переоцінка суми основних засобів дасть актуальну інформацію, яка дозволить здійснювати моніторинг (див. табл. 2.7). Адже саме від цього показника залежить чи будуть активи, а головне, чи буде готель рентабельним та прибутковим.

5. Погасити свої боргові зобов'язання перед постачальниками та бюджетом або реструктурувати їх.

В 2020 році коефіцієнт платоспроможності різко впав з 54,5 до 9,4 (див. табл. 2.9). Це обумовлено тим, що готель відстрочив свої податкові зобов'язання, що склали 27324 тис. грн., які є основною часткою боргових зобов'язань готелю. Можна використати кошти, які були зекономлені на реструктуризації амортизації основних засобів готелю.

6. Залучення менеджерів середньої ланки до прийняття стратегічних рішень.

Менеджери – це виконавці, які здійснюють управління безпосередньо на місцях. Тому вони мають більш чітке уявлення, яке може вплинути на прийняття остаточного управлінського рішення. Це дозволить підвищити рівень оцінки управління готелем до рівня вище середнього або високого.

7. Скоротити заробітну плату топ-менеджменту та членам правління.

Для того щоб у майбутньому і надалі отримувати гроші і не втратити бізнес, потрібно скоротити оклади топ менеджменту готелю. Це дасть змогу перенаправити кошти, які були зекономлені на інші витрати.

8. Знизити плінність кадрів.

В готельному бізнесі, а саме в сфера послуг, відрізняється велику плінністю кадрів. Багато обслуговуючого персоналу звільняється з різних причин (старіння, втрата інтересу та ентузіазму, психологічне вигорання, тощо). Тому, слід провести конкурс, набравши групу із студентів ВНЗ, які пройдуть навчання та отримують роботу. Це дозволить встановити дещо низьку заробітну плату на ринку праці, але із перспективою її збільшення. Зниження заробітної плати, яка все ще буде

конкурентоспроможною на ринку праці за рахунок престижу та іміджу готелю, дасть змогу зекономити кошти та вкладати їх тільки в тих, хто їх заслуговує. Також це створить конкурентне середовище між теперішнім персоналом та стажерами, що дасть позитивний ефект.

9. Звернути увагу на нові напрями та сфери діяльності.

Таким напрямом був обраний медичний туризм. За останній рік частка грошових коштів досягла 3 трлн. дол. в світі. Це передова галузь туризму, яка забезпечить прибуток в довгостроковій перспективі.

Також налагодити співпрацю із суб'єктами медичної індустрії (приватні клініки, стоматологічні клініки, центри реабілітації, SPA-центри, благодійні фонди, краудфандингові платформи, державні органи виконавчої влади, транспортні компанії, тощо).

Найважливішим фактором є маркетинг. Тобто просування та популяризація медичних послуг за кордоном для європейських країн (Польща, Словаччина, Німеччина, Франція, Британія), виступаючи в даному випадку, посередником.

Отже, запропонований антикризовий комплекс заходів для вдосконалення системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel» є оптимальним та дієвим. Заходи потрібно впроваджувати вже зараз в умовах невизначеності та складності прорахування ризиків та бути готовим до зміни та вміння реагувати на них.

Висновки за розділом 3

Під час розробки стратегії економічного розвитку туристичного агенства «Ruby Travel» було сформовано такі висновки:

1. Було запропоновано комплекс заходів спрямованих на оптимізацію стратегії економічного розвитку туристичного агенства «Ruby Travel».
2. Обрано новий напрям – медичний туризм (та його види). Оформлення документації для перетину кордону для тяжко хворих та немобільних пацієнтів.
3. Розроблено стоматологічний тур, проведена його калькуляція та показана його програма.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Використовуючи теоретичні літературні джерела та результати проведеного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Стратегія – це сукупність дій щодо визначення способу передбачити майбутнє, розроблення методів для досягнення вищого показника економічного та соціального рівня розвитку; створення плану розвитку підприємства з метою отримання прибутку.

2. Існує безліч видів стратегій, кожна з яких має своє практичне застосування, в залежності від зовнішнього та внутрішнього середовища. Тому слід ретельно обирати ту чи іншу стратегію у відповідності із тими чинниками, що впливають на підприємство.

3. При формуванні стратегії економічного розвитку туристичного підприємства слід враховувати її цілі, місію та поділити її на етапи (аналізу, розробки, реалізації), які реалізуюватимуться поступово та будуть націлені на підвищення ефективності діяльності підприємства, а саме – збільшення прибутку.

4. Описано сутність та види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства, визначено завдання і етапи та методичні підходи до формування стратегії економічного розвитку туристичного підприємства.

5. Туристичне агентство «Ruby Travel» спеціалізується на веденні та оформленні ключової та другорядної візової документації для перетину кордону, верифікація документів для іноземних та вітчизняних громадян та є одним із лідерів в цьому напрямку.

6. Система управління туристичного агентства «Ruby Travel» потребує доопрацювання та має відповідати принципам управління розвитком підприємства та обраній формі економічного розвитку.

7. Було визначено переваги та недоліки, які були відображені в фінансовій звітності туристичного агентства «Ruby Travel», показано залежність показників одне від одного та спосіб впливу на них та одне на одного.

8. У роботі запропоновано комплекс антикризових заходів для вдосконалення системи управління економічним розвитком туристичного агентства «Ruby Travel». Запропонований комплекс заходів спрямованих на оптимізацію стратегії економічного розвитку туристичного агентства «Ruby Travel» позитивно вплине на фінансовий стан підприємства та відобразиться в фінансовій звітності.

9. Обрано новий напрям – медичний туризм (та його види). Оформлення документації для перетину кордону для тяжко хворих та немобільних пацієнтів – це певна ніша, яку може зайняти туристичне агентство «Ruby Travel».

10. Розроблено стоматологічний тур, проведена його калькуляція та показана його програма, як приклад імплементації нового напрямку туризму (медичного) в асортимент «Ruby Travel».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : підручник. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
2. Швайка Л.А. Державне регулювання економіки : навч. посібн. Київ : вид. «Знання», 2006. 435 с.
3. Куценко Т. Ф., Никифоров А. Є., Чистов С.М. Державне регулювання економіки : навч. посібн. Київ : КНЕУ, 2000. 316 с.
4. Костюк І. В. Поняття стратегії економічного розвитку країни: соціальний вимір. Науковий вісник НЛТУ. 2014. № 11. С. 212-217.
5. Лук'яненко Д. Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 538 с.
6. Митяй О. В. Проектний аналіз : навч. посібн. Київ : Професіонал, 2008. 288 с.
7. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
8. Feuer R., Chaharbaghi K. Розробка стратегії: минуле, сучасність та майбутнє. Менеджмент. – URL: <http://www.management.com.ua/strategy/str004.html> (дата звернення: 01.05.2021р.).
9. Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. Харьков : Энерго, 2012. 397 с.
10. Кононенко І. В. Управління розвитком підприємства : навч. посіб. Харків : НТУ «ХП», 2001. 134 с.
11. Мазаракі А. А., Мельниченко С. В., Бойко М. Г., Ткаченко Т. І. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія. Київ : КНТЕУ, 2010. 596 с.
12. Подерьогін А. М. Фінанси підприємств. – URL : <http://books.efaculty.kiev.ua/finpd/2/r9/1.html> (дата звернення: 26.12.2020).
13. Завідна Л. Д. Інновації як фактор розвитку та джерело конкурентних переваг підприємства. Міжнар. наук. журн. «Інтернаука». Серія: Економічні науки. 2019. № 3. С. 60-67.

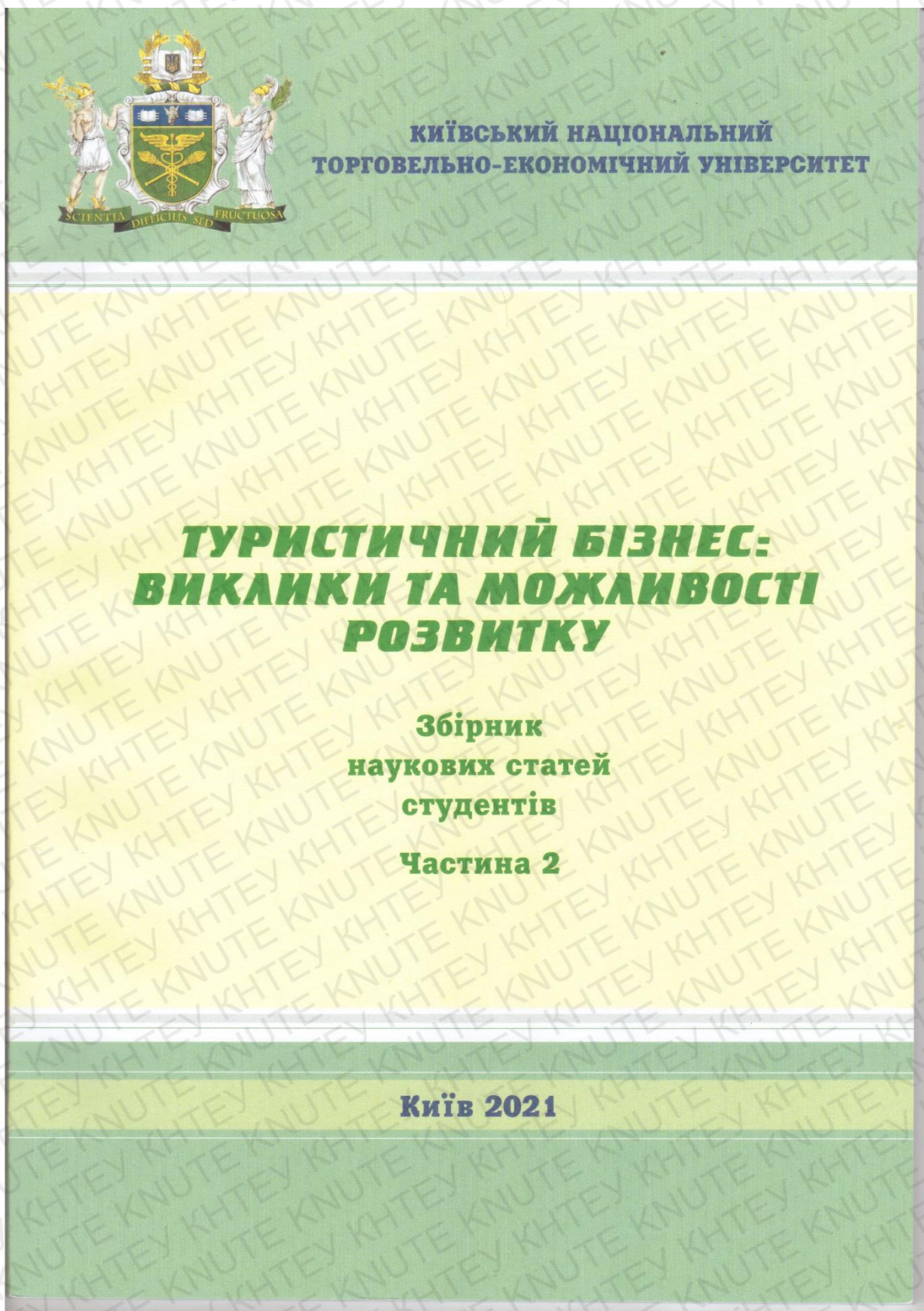
14. Сайт туристичного агентства «Ruby Travel». – URL: <http://rubytravel.com.ua> (дата звернення: 30.10.2021).
15. Шарапов В. М., Шарапова Е. В. Технології управління. Практичний менеджмент : монографія. Черкаси : ЧДТУ, 2005. 563 с.
16. Раєвнева О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія. Харків : ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
17. Хамініч С. Ю. Управління підприємством на засадах освітнього потенціалу : монографія. Дніпро : ДНУ, 2006. 288 с.
18. Хвостіна І. М. Механізм управління розвитком підприємства. Івано-Франківськ : ІФНТУНГ, 2019. 330 с.
19. Федішин В. В. Економіка та управління підприємствами. Управління розвитком підприємств туристичної сфери: теоретичний аспект. Дрогобич : ДДПУ, 2019. 135 с.
20. Гевко І. Б. Методи прийняття управлінських рішень : підручник. Київ : Кондор, 2020. 187 с.
21. Осмоловский В. В. Теория анализа хозяйственной деятельности. Мінськ : Новое знание, 2016. 188 с.
22. Довбня С. Б. Методичні особливості комплексної оцінки фінансового стану та економічних результатів підприємства. Дніпро: Веселка, 2015. 250 с.
23. Єлецьких С. Я. Удосконалення процесу управління фінансово-стійким розвитком промислового підприємства. Харків : Наука, 2020. 180 с.
24. Забалдіна Ю. Б. Маркетинг туристичного підприємства : навч. посіб. Київ : Музична Україна, 2002. 196 с.
25. Захожай В. Б., Салухіна Н. Г., Язвінська О. М., Чорний А. Ю. Управління якістю : навч. посіб. Київ : ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. 936 с.
26. Салухіна Н. Г., Язвінська О. М. Стандартизація та сертифікація товарів і послуг : підручник. Київ : Центр навчальної літератури, 2010, 336 с.
27. Шаповал М. І. Менеджмент якості : підручник. Київ : Знання, 2007. 471 с.
28. Normann R. Service Management: Strategy and Leadership in Service Businesses. New York : Wiley, 2005. 284 p.

29. Ванькович Д. В. Організація системного підходу в управлінні фінансовими ресурсами . Регіональна економіка. Львів : Брама, 2016. 231 с.
30. Стеців Л. П. Теоретико-методичні аспекти управління фінансовим станом підприємства. Київ : НаУКМА, 2015. 48 с.
31. Сіліна І. В., Хацер М. В. Управління фінансовим станом підприємства в кризових умовах. Запоріжжя : Книгарня, 2015. 120 с.
32. Терещенко О. О. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2016. 554 с.
33. Бланк І. А. Основи фінансового менеджменту. Київ : КНТЕУ, 2009. 648 с.
34. Обушак Т. А. Методологічні принципи управління фінансовим станом торговельного підприємства. Київ : КНТЕУ, 2019. 250 с.
35. Гаватюк Л. С. Сутність аналізу та управління фінансовим станом підприємства України. Чернівці : Букрек, 2019. 274 с.
36. Сиротяк Р. М., Сопільник Л. І. Методичні підходи до аналізу фінансового стану підприємства. Львів : Свічадо, 2019, 199 с.
37. Подольська В. О, Оржинська О. О. Комплексна оцінка фінансової стійкості підприємств. Полтава : Полтава, 2019. 142 с.
38. Русіна Ю. О, Косич Т. І. Економічні проблеми розвитку галузей та видів економічної діяльності. Управління фінансовим станом підприємства та шляхи його покращення. *International scientific journal*. 2016. № 5. С. 57-62.
39. Дехтяр Г. М. Ліцензування та сертифікація в туризмі. Київ : Фінанси і статистика, 2006. 256 с.
40. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навч. посіб. Чернівці : Книги-XXI, 2003. 300 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Наукова стаття на тему «Стратегії економічного розвитку туристичного підприємства»



ВСТУП	5
--------------------	---

ТУРИСТИЧНИЙ ТА КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ

БЕРЕЗИНЕЦЬ Д. РЕПУТАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	6
---	---

ПОНОМАРЬОВ В. УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ОБСЛУГОВУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	10
--	----

СОКУРА А. СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	16
---	----

ШУПТА Є. СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА ПРИНЦИПИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ	21
--	----

МІЖНАРОДНИЙ СПОРТИВНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА РЕКРЕЦІЯ

БАБКІН О. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ СПОРТИВНОГО КОМПЛЕКСУ	27
--	----

ЛІЩУК Д. УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ ДІЯЛЬНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО ОЛІМПІЙСЬКОГО КОМПІТЕТУ УКРАЇНИ	31
---	----

МЕДВІДЬ Є. ІВЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ НАЦІОНАЛЬНОГО ОЛІМПІЙСЬКОГО КОМПЛЕКСУ	35
---	----

МОХНАЧУК Д. СУТНІСТЬ ТА ВИДИ СПОРТИВНИХ ІВЕНТІВ	43
---	----

РОМАНЕНКО А. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ОРГАНІЗАТОРІВ СПОРТИВНИХ ІВЕНТІВ	47
--	----

САХНО О. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ З РОЗВИТКУ НЕОЛІМПІЙСЬКИХ ВИДІВ СПОРТУ	52
--	----

МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС

АВРАМЕНКО О. ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	59
--	----

3. Захожай В.Б., Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Чорний А.Ю. Управління якістю: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В.Б. Захожай, Н.Г. Салухіна, О.М. Язвінська, А.Ю. Чорний за наук. ред. В.Б. Захожая. – К.: ДП «Вид. дім «Персонал», 2011. – 936 с.
4. ДСТУ ISO 3230-95 «Управління якістю та забезпечення якості. Терміни та визначення» – Режим доступу: <https://www.twirpx.com/file/2761313/>
5. Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Босовська М.В. Управління якістю послуг готелів: методологія та практика. Монографія / [Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В., Босовська М.В., Полтавська О.В.] – КНТЕУ. – 2012. – 798 с.
6. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 2-ге видання – 463 с.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора
ТКАЧЕНКО Т.І.

СТРАТЕГІЇ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

СОКУР А., 2 курс ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»

У статті визначено сутність поняття «стратегія» та розглянуто складові стратегії. Виявлено базові види стратегій економічного розвитку туристичного підприємства та групи стратегій, які є специфічними для туризму.

In this article analyzed the essence of concept «strategy» and its components. Basic strategies of development economic of the enterprise and groups of strategies that are specific for tourism are revealed.

Постановка проблеми. Сучасний світ є дуже мінливим та чутливим до змін, які впливають не тільки на роботу підприємства, а й на економіку всього світу, адже все між собою пов'язано. Такі зміни обумовлені різними внутрішніми та зовнішніми факторами, більшість з яких, викликані діяльністю самої людини. Це відбувається через некомпетентність, недосвідченість або просто через відсутність розуміння, які важелі використовувати, щоб протидіяти цим факторам. Одним із таких важелів є вибір та формування стратегії економічного розвитку підприємства.

Проблема формування ефективної стратегії економічного розвитку туристичного підприємства є актуальною і на сьогоднішній день, оскільки визначає подальший напрям діяльності підприємства – вектор його розвитку. Без якісно розробленої стратегії і розуміння вищого керівництва туристичного підприємства щодо її важливості, на підприємство може очікувати банкрутство. Ризик банкрутства поширюється не тільки на власників туристичного підприємства, але й на інших учасників економічних відносин в тій чи іншій формі (працівники підприємства, партнери-постачальники, банки, клієнти тощо).

З огляду на це, актуальність даної статті, набуває особливо важливого значення у сучасних умовах функціонування туристичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Істотний внесок у розвиток теорії та практики формування стратегії економічного розвитку підприємства зробили Белошанка В.І., Бланк І.О., Наливайко А.М., Шершньова З.Є., Кіндрацька З.І. та інші науковці. Однак питання формування ефективної стратегії економічного розвитку туристичних підприємств з урахуванням галузевих особливостей, притаманних цій сфері, залишаються і на сьогодні дискусійними.

ю: **Метою статті** є обґрунтування сутності поняття «стратегія» та її складових.
ка, Дослідити види стратегій економічного розвитку підприємства та групи стратегій, які застосовуються в туризмі.

та Для досягнення мети наукового досліджено було поставлено та вирішено наступні завдання:

- визначити зміст поняття «стратегія»;
- дослідити види стратегій та її складові;
- розглянути специфічні групи стратегій, які притаманні для туризму.

у: **Виклад основного матеріалу дослідження.** Ефективна робота туристичних підприємств визначається правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дають змогу найкращим чином реалізувати потенціал підприємства. У складних умовах для покращення економічної ситуації в країні існує необхідність у підвищенні ефективності діяльності туристичних підприємств. Для цього необхідно використовувати дієві методи, механізми, способи зростання доходів туристичних підприємств. Це можливо, коли туристичне підприємство правильно оцінює ринкову ситуацію, швидко реагує на зміни внутрішнього середовища та пристосовується до змін у зовнішньому оточенні, а також у разі чітко визначених цілей, прагне до їх досягнення та реалізації правильно обраної стратегії розвитку підприємства.

Вчені трактують сутність поняття «стратегія» по-різному (табл. 1).

Таблиця 1

Трактування сутності поняття «стратегія» різними авторами

Автори	Визначення
Шершньова З. Є. [1, с. 233]	Стратегія – це конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство, це своєрідний погляд на внутрішнє і зовнішнє середовище і спроба знайти шляхи ефективного пристосування до зовнішніх, неконтрольованих фірмою факторів, а також проведення необхідних змін елементів та їхніх комбінацій внутрішнього середовища
Швайка Л. А. [2, с. 62]	Стратегія – це узагальнена модель майбутнього стану економіки та планових дій щодо його досягнення, яка встановлює основні напрями, цілі та пріоритети діяльності, визначає критичні ресурси та необхідні нововведення, містить засоби реалізації пріоритетів та індикатори досягнення планованого результату
Чистов С. М. [3, с. 33]	Стратегія – це детальний, усебічний комплексний план, спрямований на втілення місії організації

Хоч визначення і різняться, але вони мають й спільне. Стратегія – це сукупність дій визначення способу передбачити майбутнє, визначити можливі шляхи негативного впливу на підприємство і заходи для його запобігання, а також розроблення методів для досягнення вищого показника економічного та соціального рівня розвитку.

Розробці стратегії економічного розвитку передують певні типи аналізу, які необхідно здійснити: стратегічний аналіз, економічний аналіз, соціальний аналіз.

Метою стратегічного аналізу є змістовний і більш-менш формальний опис об'єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямів його розвитку. Результатом стратегічного аналізу стає системна модель об'єкта та його оточення. Отримані дані про об'єкт управління є базою для визначення концепцій самої організації та способів управління нею [1, с. 59].

Проте необхідний економічний аналіз реального стану туристичного підприємства. Наскрізна система економічного аналізу має вирішити такі завдання:

- забезпечення можливості системного дослідження регульованого об'єкта, підпорядкованого єдиній меті у потрібні для управління проміжки часу;
- обґрунтування мети господарської одиниці, виходячи зі стану внутрішнього і зовнішнього середовища, корегування її у разі їх зміни;
- обґрунтування співвідношення між глобальним та національним;
- дослідження впливу кожної підсистеми для досягнення мети, пошук найефективніших шляхів її реалізації;
- вивчення потреб і запитів, стосовно яких необхідно вживати спеціальні заходи тоді ж або в найближчому майбутньому;
- виявлення систем взаємозв'язків між підсистемами та елементами, вивчення впливу кожного елемента на систему загалом і навпаки – виявлення підсистеми (елементів систем, які є «вузькими місцями» і які є «провідними ланками»;
- порівняльна оцінка конкуруючих альтернативних курсів дій кожної підсистеми для вибору варіанта, який найбільшою мірою відповідає цілям системи загалом, вироблення своєчасних, виражених ефективних управлінських рішень) [4, с. 174].

Наступним і головним аспектом розробки стратегії економічного розвитку є соціальний аналіз. Стратегія розвитку виступає проектом реалізації інтересів громадян. Елементами соціального аналізу є:

- визначення регіону, розмірів території, яка перебуватиме у сфері впливу проекту;
- характеристика етнічно-культурного середовища, демографічного та соціально-економічного стану регіону проекту;
- проектування соціального середовища та розроблення стратегії забезпечення підтримки проекту населенням регіону;
- пошук та залучення до розробки проекту всіх зацікавлених осіб, сприяння ефективним комунікаціям між учасниками проекту;
- проведення моніторингу змін у соціологічній сфері проекту та вивчення його соціальних наслідків [5, с. 149-150].

Теорія і практика підприємницької діяльності виділяють три види базових економічних стратегій – це виживання, стабілізація та розвиток. Кожна з цих стратегій визначається рівнем досягнутої (запланованої) рентабельності та життєвим циклом товарів (послуг) [6, с. 48].

Стратегія виживання характерна для підприємств, які знаходяться в кризовому стані через збитковість. Для виходу зі стану збитковості стратегія виживання в порядку захисту повинна передбачити заходи, спрямовані на одержання прибутку в найкоротший термін. При цьому вирішуються такі завдання: що запропонувати ринкові туристичних послуг, а від чого відмовитись, які функціональні стратегії використовувати для переходу до рентабельної діяльності. Тому при розробці економічної стратегії, спрямованої на вихід підприємства із кризового стану, необхідно провести таку роботу:

- переглянути маркетингову політику як основу пошуків додаткових можливостей збільшення обсягів реалізації товарів і послуг;
- організувати діяльність на засадах логістики;
- створити умови жорсткої економії витрат;
- удосконалити методи управління і провести, при необхідності, радикальні кадрові зміни;
- визначити критичні для підприємства обсяги комплектування і реалізації туристичного продукту та надання окремих послуг [6, с. 48].

Стратегія стабілізації є наступально-захисною. Вона використовується в умовах коливання прибутковості туристичного підприємства від збитковості до рентабельності і навпаки. Для здійснення стратегії стабілізації необхідно:

- тва. – ошадливо використовувати ресурси, щоб швидше стабілізувати рентабельність як мінімум на досягнутому рівні;
- та, – домогтися позитивних зрушень в реалізації туристичного продукту та розширенні ринків збуту з орієнтацією на швидке поживлення діяльності;
- о і – обґрунтувати програму фінансової стабілізації підприємства шляхом вишукування ефективних внутрішніх і зовнішніх джерел інвестування інноваційної діяльності [6, с. 48].

Стратегія розвитку (росту) найбільш приваблива як для самого підприємства, так і для його інвесторів. Вона є наступальною і передбачає сукупність окремих стадій та адекватних їм проміжних стратегій загального життєвого циклу росту, а саме – початкову стратегію, стратегію проникнення і розширення ринку, стратегію прискореного росту і, нарешті, стратегію переходу до нового витка розвитку, який знову має початок і всі наступні стадії (стратегії) [6, с. 49].

Найбільш розповсюдженими в практиці туристичного підприємництва є стратегії розвитку, пов'язані з оновленням туристичного продукту на якісно вищому рівні, розширенням ринку туристичних послуг підприємства та використанням нових технологій обслуговування туристів.

Економічна наука виділяє чотири групи стратегій розвитку, які в туризмі мають специфічні особливості [6, с. 50].

До першої групи відносяться стратегії концентрованого росту, що ґрунтуються на зміні туристичного продукту або ринку туристичних послуг. У цьому випадку підприємство повинне поліпшити туристичний продукт або перейти до розробки нового, знайти можливості для зміцнення свого положення на ринку або відшукати нішу на новому ринку туристичних послуг. До другої групи стратегій росту відноситься інтегрований розвиток, що передбачає розширення туристичної діяльності за рахунок доповнення туристичних послуг новими видами. Третьою групою стратегій росту є стратегії диверсифікації туристичної діяльності. Вони застосовуються в тому випадку, якщо підприємства не можуть розвиватися на діючому ринку туристичних послуг зі своїм туристичним продуктом. До четвертої групи стратегій розвитку туристичної діяльності відносяться стратегії перегрупування сил з метою підвищення ефективності. У таких випадках потрібна структурна перебудова діяльності, спрямована на оновлення туристичного продукту відповідно до змін ринкового попиту. Ця стратегія пов'язана з відновленням туристичної діяльності підприємства на якісно вищому рівні. На основі оцінки діючої економічної стратегії кожне туристичне підприємство обґрунтовує свою базу стратегію за відповідною процедурою.

Також, можна виокремити базисні (еталонні) стратегії, які ґрунтуються на чотирьох підходах до зростання і пов'язані зі зміною наявного стану на бажаний одного чи кількох елементів (ринку, продукту, галузі, технології, положення підприємства всередині галузі, тощо). Базисними (еталонними) стратегічними альтернативами є стратегії зростання, обмеженого зростання, стабільності та скорочення бізнесу. Загальна класифікація стратегій придатна і для туризму. Спеціальні стратегії, які доцільно застосовувати в туризмі, можна класифікувати таким чином:

- 1) стратегії за рівнем прийняття рішень:
 - глобальна (міжнародний рівень);
 - національна (державний рівень);
 - регіональна (регіональний рівень);
 - місцева (місцевий рівень).
- 2) стратегії залежно від способів забезпечення розвитку:
 - розвиток під впливом глобальної експансії (оптимізація діяльності в межах наявного позиціонування – інтенсивне зростання);
 - розвиток завдяки організаційній гнучкості (передбачення розвитку економічних процесів конкурентів).
- 3) стратегії, що дають змогу управляти попитом за допомогою таких інструментів, як:

- диференціація цін;
 - стимулювання попиту в періоди низького завантаження;
 - застосування системи попередніх замовлень і резервування часу обслуговування.
- 4) стратегії непрямого розподілу туристичних продуктів (туристичних послуг):
- франчайзингу;
 - створення нових послуг;
 - мультисегментна та змішана стратегії.
- 5) стратегії підтримки якості туристичних послуг, засновані на:
- низьких витратах,
 - товарній диференціації,
 - ринковій ніші або сегменті;
 - стратегії горизонтальної і вертикальної інтеграції;
- 6) стратегії розвитку курортно-туристичних регіонів:
- кардинальної зміни;
 - збереження зростання;
 - досягнутого та вибіркового зростання [7].

Обґрунтування та реалізація економічної стратегії підприємства охоплює організацію стратегічного передбачення, яке вимагає систематичного удосконалення методів розробки нових та ефективного коригування діючих стратегій, що потребує підвищення професіоналізму як розробників, так і виконавців стратегічних рішень.

У реальній практиці підприємство може одночасно реалізовувати кілька стратегій. Підприємство може проводити і визначену послідовність у реалізації стратегій (рис. 1).

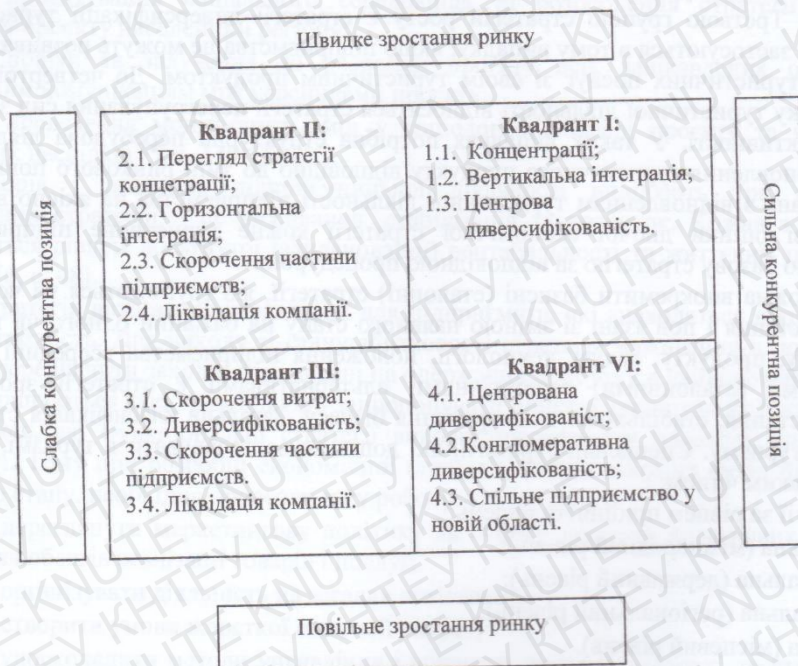


Рис. 1. Базові стратегії розвитку моделі Томпсона-Стріклєнда

Джерело : [8]

* Примітка: стратегії у квадрантах перераховані в можливому порядку переваги

ня.

ізацію
робки
фесіо-
логічній.

Висновки. Отже, стратегія економічного розвитку підприємства сфери туризму – це план розвитку майбутнього самого підприємства, який ґрунтується на реальних економічних показниках та управлінських рішеннях менеджменту, виходячи із внутрішніх ресурсів підприємства, завдяки яким потрібно обрати найефективніший вид стратегії (для конкретного підприємства) з можливістю її коригування та внесення змін в майбутньому.

Список використаних джерел

1. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид., перероб. та доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.
2. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки : навч. посібн. Київ : Знання, 2006. 435 с.
3. Чистов С. М., Никифоров А. Є., Куценко Т. Ф. Державне регулювання економіки : навч. посібн. Київ : КНЕУ, 2000. 316 с.
4. Лук'яненко Д. Г. Стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації : монографія. Київ : КНЕУ, 2001. 538 с.
5. Митяй О. В. Проектний аналіз : навч. посібн. Київ : Професіонал, 2008. 288 с.
6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібн. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
7. Feuerer R., Kazem S. Розробка стратегії: минуле, сучасність та майбутнє. Менеджмент. URL : <http://www.management.com.ua/strategy/str004.html> (дата звернення: 01.05.2021 р.).
8. Кінг У., Кліланд Д. Стратегічне планування та політика. Київ : Прогресс, 2002. 397 с.
9. Кононенко І. В. Управління розвитком підприємства : навч. посіб. Харків : НТУ «ХП», 2001. 134 с.
10. Ткаченко Т. І., Мельниченко С. В., Бойко М. Г. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / за заг. ред. Мазаракі А. А. Київ : Київський національний торговельно-економічний університет, 2010. 596 с.

Робота виконана під науковим керівництвом д-ра екон. наук, професора
РОСКЛАДКИ Н. О.

СУТНІСТЬ, ЗАВДАННЯ ТА ПРИНЦИПИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ІМІДЖЕМ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

ШУПТА Є., 2 курс ФРГТБ КНТЕУ,
спеціальність «Менеджмент»,
спеціалізація «Туристичний та курортно-рекреаційний менеджмент»

У статті розглянуто питання системи управління іміджем на підприємствах туристичної індустрії. Надано практичні рекомендації, які сприятимуть формуванню позитивного іміджу туристичного підприємства та забезпечать його конкурентоспроможність у майбутньому.

Ключові слова: управління, імідж, туристичне підприємство, конкурентоспроможність, споживачі, персонал.

Макет SWOT-аналізу туристичного підприємства

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none">• Хороша репутація на ринку• Кваліфікований персонал• Сучасні технології виробництва• Налagodжена збутова мережа• Орієнтованість на споживача	<ul style="list-style-type: none">• Рекламний бюджет на телерекламу більший, ніж на інтернет-маркетинг• Немає свого сайту та мало інформації в інтернеті — низький рівень довіри до компанії• Бренд не активний у соціальних мережах
Можливості	Загрози
<ul style="list-style-type: none">• Вихід в онлайн-простір• Анонс новинок на сайті, в соцмережах та рекламі• Вихід на міжнародний ринок• Співпраця з іншими компаніями	<ul style="list-style-type: none">• Велика конкуренція• Зміна вподобань постійних клієнтів• Збільшення цін на сировину• Економічна криза

Логотип туристичного агентства «Ruby Travel»



Витяг з реєстру платників єдиного податку



**ДЕРЖАВНА ФІСКАЛЬНА СЛУЖБА УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ
У ДНІПРОВСЬКОМУ РАЙОНІ
ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ ДФС
У М. КИЄВІ**

02094, м. Київ, бульв. Верховної Ради, 24-Б, тел.: (044) 573-23-53; www.minrd.gov.ua; Код ЄДРПОУ 38730029

08.06. 2016 року № *1646533408921*

ВИТЯГ

З РЕЄСТРУ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ

Код ЄДРПОУ/реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта*

3040917321

(Для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовились від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це контролюючий орган і мають відмітку у паспорті).

Найменування суб'єкта господарювання або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи – підприємця

БЕРЕЗЮК ТЕТЯНА ДМИТРІВНА

Податкова адреса суб'єкта господарювання:

УКРАЇНА, 2218, М.КИЇВ, ДНІПРОВСЬКИЙ Р-Н, ВУЛ. РАЙДУЖНА, БУД. 33, КВ.106

Місце провадження господарської діяльності:

М.КИЇВ, ВУЛ. РАЙДУЖНА, БУД. 33, КВ.106

Дата обрання або переходу на спрощену систему оподаткування :

01.04.2016 року

Зміна ставки єдиного податку

01.07.2016 року

Група та ставка платника єдиного податку:

2 група

20 відсотків до розміру мінімальної заробітної плати

із реєстрацією ПДВ

або

ставка у відсотках до доходу

без реєстрації ПДВ

Перелік видів господарської діяльності першої та другої груп згідно з КВЕД ДК 009:2010 (КВЕД-2005)

Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД
79.11	Діяльність туристичних агентств
79.90	Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність

Дата формування витягу

08.06.2016 року

Найменування контролюючого органу, що видав витяг

2653 ДЕРЖАВНА ПОДАТКОВА ІНСПЕКЦІЯ У ДНІПРОВСЬКОМУ РАЙОНІ ГОЛОВНОГО УПРАВЛІННЯ ДФС У М.КИЄВІ

Примітка.

Витяг є чинним до внесення змін до Реєстру. Якщо до Реєстру внесені зміни щодо відомостей, які зазначені у витягу, витяг втрачає чинність.

Перший заступник начальника
ДПІ у Дніпровському районі
ГУ ДФС у м.Києві



А.А.ХВАСЕНКО
(прізвище, ініціали)

Свідоцтво про державну реєстрацію

Серія В01	СВІДОЦТВО	№ 565809
ПРО ДЕРЖАВНУ РЕЄСТРАЦІЮ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ		
ФІЗИЧНА ОСОБА-ПІДПРИЄМЕЦЬ БЕРЕЗЮК ТЕТЯНА ДМИТРІВНА		
Ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів	3040917321	
Місце проживання фізичної особи-підприємця	02218, М.КИЇВ, ВУЛ. РАЙДУЖНА, Б.33, КВ.106	
Місце проведення державної реєстрації	ДНІПРОВСЬКА РАЙОННА У МІСТІ КИСВІ ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ	
Дата проведення державної реєстрації	Номер запису про заміну свідоцтва	
28.10.2005 р.	2 067 001 0001 096478	
Державний реєстратор		І. БОНДАРЕНКО

Довідка про відкриття рахунку



ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО
КОМЕРЦІЙНИЙ БАНК "ПРИВАТБАНК"
вул. Набережна Перемоги, 50,
м. Дніпропетровськ, 49094, Україна
Телефон: 3700
e-mail: hotline@privatbank.ua
www.pb.ua

№ 160315SU18113301 від 15.03.2016р.

ДОВІДКА Про відкриття рахунку

Видано клієнту Березюк Тетяна Дмитрівна фізична особа-підприємець,
ЄДРПОУ/ДРФО 3040917321, про те, що йому
в ПАТ КБ "ПРИВАТБАНК" (ЄДРПОУ 14360570, код банку 300711) відкрито рахунок:
№ 26008052748890 (Поточний рахунок),
валюта UAH (Українська гривня), дата відкриття 11.03.2016р.
02002, м.Київ, вул.Марини Раскової, буд.19

За місцем вимоги

Головний бухгалтер



Коротіна Л.І.

Щоб переглянути цей документ в електронній формі:

1. Зайдіть на gov.org.ua, розділ "Документи"
2. Оберіть "Пошук документа за кодом"
3. Оберіть тип документу "Довідки/виписки, надані клієнтам до візових центрів"
4. Введіть код (номер) довідки - і Ви зможете завантажити електронну копію з електронно-цифровим підписом



**Баланс туристичного агентства «Ruby Travel» (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2018 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1109	841	0
первісна вартість	1001	3658	3658	0
накопичена амортизація	1002	2549	2817	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	19	841	0
Основні засоби:	1010	93093	91565	0
первісна вартість	1011	251012	254806	0
знос	1012	157919	163241	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	24657	29078	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0

Гудвіл	1050	0	0	0
Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом І	1095	118878	122325	0
ІІ. Оборотні активи				
Запаси	1100	4160	4166	0
Виробничі запаси	1101	409	414	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	3751	3751	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестрахування	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	13877	21469	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1936	690	0
з бюджетом	1135	395	118	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	395	0	0
з нарахованих доходів	1140	10	41	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	8434	3924	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2162	5457	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	2162	5457	0

Витрати майбутніх періодів	1170	5	4	0
Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	240	2	0
Усього за розділом II	1195	31219	35871	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	23	23	0
Баланс	1300	150120	158219	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	94337	94337	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	36690	36690	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	1845	2432	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14903	21911	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0

Усього за розділом I	1495	147775	155370	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	345	565	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	345	565	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	523	547	0
за розрахунками з бюджетом	1620	561	1078	0

за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	680	0
за розрахунками зі страхування	1625	17	19	0
за розрахунками з оплати праці	1630	43	44	0
за одержаними авансами	1635	49	10	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	807	586	0
Усього за розділом III	1695	2000	2284	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	150120	158219	0

Керівник Онокало В.В.

Головний бухгалтер Беляєва О.М.

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2018 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28143	34716
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(8266)	(20780)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	19877	13936
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	8338	6180
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)

Адміністративні витрати	2130	(5981)	(4204)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(8469)	(6393)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	13765	9519
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	545	17
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	14310	9536
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2577	-1724
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	11733	7812
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0
Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	11733	7812

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Матеріальні затрати	2500	299	225
Витрати на оплату праці	2505	1477	1285
Відрахування на соціальні заходи	2510	467	428
Амортизація	2515	5590	6066
Інші операційні витрати	2520	14882	8741
Разом	2550	22715	16745

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	94337411	94337411
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	94337411	94337411
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.14	0.08
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.14	0.08

Додаток И

**Баланс туристичного агентства «Ruby Travel» (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2019 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	1109	841	0
первісна вартість	1001	3658	3658	0
накопичена амортизація	1002	2549	2817	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	19	841	0
Основні засоби:	1010	93093	91565	0
первісна вартість	1011	251012	254806	0
знос	1012	157919	163241	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	24657	29078	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0

Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	118878	122325	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	4160	4166	0
Виробничі запаси	1101	409	414	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	3751	3751	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	13877	21469	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1936	690	0
з бюджетом	1135	395	118	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	395	0	0
з нарахованих доходів	1140	10	41	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	8434	3924	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	2162	5457	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	2162	5457	0
Витрати майбутніх періодів	1170	5	4	0

Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	240	2	0
Усього за розділом II	1195	31219	35871	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	23	23	0
Баланс	1300	150120	158219	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	94337	94337	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	0	0	0
Додатковий капітал	1410	36690	36690	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	1845	2432	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	14903	21911	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0

Усього за розділом I	1495	147775	155370	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	345	565	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	345	565	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	523	547	0
за розрахунками з бюджетом	1620	561	1078	0

за у тому числі з податку на прибуток	1621	0	680	0
за розрахунками зі страхування	1625	17	19	0
за розрахунками з оплати праці	1630	43	44	0
за одержаними авансами	1635	49	10	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	0	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	807	586	0
Усього за розділом III	1695	2000	2284	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	150120	158219	0

Керівник

Онокало В. В.

Головний бухгалтер

Беляєва О. М.

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2019 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	28143	34716
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(8266)	(20780)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	19877	13936
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	8338	6180
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(5981)	(4204)
Витрати на збут	2150	(0)	(0)

Інші операційні витрати	2180	(8469)	(6393)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	13765	9519
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	545	17
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	14310	9536
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-2577	-1724
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	11733	7812
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	0	0
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0	0

Накопичені курсові різниці	2410	0	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0	0
Інший сукупний дохід	2445	0	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	0	0
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	0	0
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	0	0
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	11733	7812

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	299	225
Витрати на оплату праці	2505	1477	1285
Відрахування на соціальні заходи	2510	467	428
Амортизація	2515	5590	6066
Інші операційні витрати	2520	14882	8741
Разом	2550	22715	16745

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	94337411	94337411
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	94337411	94337411
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.14	0.08
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.14	0.08
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Додаток К

**Баланс туристичного агентства «Ruby Travel» (Звіт про фінансовий стан)
на 31.12.2020 р.**

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Необоротні активи				
Нематеріальні активи:	1000	841	591	0
первісна вартість	1001	3658	3671	0
накопичена амортизація	1002	2817	3080	0
Незавершені капітальні інвестиції	1005	841	841	0
Основні засоби:	1010	91565	238720	0
первісна вартість	1011	254806	1764863	0
Знос	1012	163241	1526143	0
Інвестиційна нерухомість:	1015	0	0	0
первісна вартість	1016	0	0	0
Знос	1017	0	0	0
Довгострокові біологічні активи:	1020	0	0	0
первісна вартість	1021	0	0	0
накопичена амортизація	1022	0	0	0
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	0	0	0
інші фінансові інвестиції	1035	0	0	0
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	29078	26457	0
Відстрочені податкові активи	1045	0	0	0
Гудвіл	1050	0	0	0

Відстрочені аквізиційні витрати	1060	0	0	0
Залишок коштів у централізованих страхових резервних фондах	1065	0	0	0
Інші необоротні активи	1090	0	0	0
Усього за розділом I	1095	122325	266609	0
II. Оборотні активи				
Запаси	1100	4166	487	0
Виробничі запаси	1101	414	440	0
Незавершене виробництво	1102	0	0	0
Готова продукція	1103	0	0	0
Товари	1104	3751	47	0
Поточні біологічні активи	1110	0	0	0
Депозити перестраховання	1115	0	0	0
Векселі одержані	1120	0	0	0
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	21469	30307	0
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	690	3457	0
з бюджетом	1135	118	0	0
у тому числі з податку на прибуток	1136	0	0	0
з нарахованих доходів	1140	41	42	0
із внутрішніх розрахунків	1145	0	0	0
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	3924	6723	0
Поточні фінансові інвестиції	1160	0	0	0
Гроші та їх еквіваленти	1165	5457	5938	0
Готівка	1166	0	0	0
Рахунки в банках	1167	5457	5938	0
Витрати майбутніх періодів	1170	4	10	0

Частка перестраховика у страхових резервах	1180	0	0	0
у тому числі в: резервах довгострокових зобов'язань	1181	0	0	0
резервах збитків або резервах належних виплат	1182	0	0	0
резервах незароблених премій	1183	0	0	0
інших страхових резервах	1184	0	0	0
Інші оборотні активи	1190	2	83	0
Усього за розділом II	1195	35871	47047	0
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	23	23	0
Баланс	1300	158219	313679	0

Пасив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	На дату переходу на міжнародні стандарти фінансової звітності
1	2	3	4	5
I. Власний капітал				
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	94337	94337	0
Внески до незареєстрованого статутного капіталу	1401	0	0	0
Капітал у дооцінках	1405	36690	170934	0
Додатковий капітал	1410	0	0	0
Емісійний дохід	1411	0	0	0
Накопичені курсові різниці	1412	0	0	0
Резервний капітал	1415	2432	2700	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	21911	15625	0
Неоплачений капітал	1425	(0)	(0)	(0)
Вилучений капітал	1430	(0)	(0)	(0)
Інші резерви	1435	0	0	0

Усього за розділом I	1495	155370	283596	0
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення				
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	565	27324	0
Пенсійні зобов'язання	1505	0	0	0
Довгострокові кредити банків	1510	0	0	0
Інші довгострокові зобов'язання	1515	0	0	0
Довгострокові забезпечення	1520	0	0	0
Довгострокові забезпечення витрат персоналу	1521	0	0	0
Цільове фінансування	1525	0	0	0
Благодійна допомога	1526	0	0	0
Страхові резерви, у тому числі:	1530	0	0	0
резерв довгострокових зобов'язань; (на початок звітного періоду)	1531	0	0	0
резерв збитків або резерв належних виплат; (на початок звітного періоду)	1532	0	0	0
резерв незароблених премій; (на початок звітного періоду)	1533	0	0	0
інші страхові резерви; (на початок звітного періоду)	1534	0	0	0
Інвестиційні контракти;	1535	0	0	0
Призовий фонд	1540	0	0	0
Резерв на виплату джек-поту	1545	0	0	0
Усього за розділом II	1595	565	27324	0
III. Поточні зобов'язання і забезпечення				
Короткострокові кредити банків	1600	0	0	0
Векселі видані	1605	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість: за довгостроковими зобов'язаннями	1610	0	0	0
за товари, роботи, послуги	1615	547	570	0
за розрахунками з бюджетом	1620	1078	855	0

за у тому числі з податку на прибуток	1621	680	138	0
за розрахунками зі страхування	1625	19	16	0
за розрахунками з оплати праці	1630	44	56	0
за одержаними авансами	1635	10	0	0
за розрахунками з учасниками	1640	0	0	0
із внутрішніх розрахунків	1645	0	0	0
за страховою діяльністю	1650	0	0	0
Поточні забезпечення	1660	0	201	0
Доходи майбутніх періодів	1665	0	0	0
Відстрочені комісійні доходи від перестраховиків	1670	0	0	0
Інші поточні зобов'язання	1690	586	1061	0
Усього за розділом III	1695	2284	2759	0
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0	0	0
V. Чиста вартість активів недержавного пенсійного фонду	1800	0	0	0
Баланс	1900	158219	313679	0

Керівник Онокало В. В.

Головний бухгалтер Беляєва О. М.

**Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)
за 2020 рік**

I. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	54159	28143
Чисті зароблені страхові премії	2010	0	0
Премії підписані, валова сума	2011	0	0
Премії, передані у перестраховання	2012	0	0
Зміна резерву незароблених премій, валова сума	2013	0	0
Зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій	2014	0	0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(40093)	(8266)
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	0	0
Валовий: прибуток	2090	14066	19877
Валовий: збиток	2095	(0)	(0)
Дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань	2105	0	0
Дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів	2110	0	0
Зміна інших страхових резервів, валова сума	2111	0	0
Зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах	2112	0	0
Інші операційні доходи	2120	10153	8338
Дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2121	0	0
Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2122	0	0
Дохід від використання коштів, вивільнених від оподаткування	2123	(0)	(0)
Адміністративні витрати	2130	(7981)	(5981)

Витрати на збут	2150	(1025)	(0)
Інші операційні витрати	2180	(10122)	(8469)
Витрат від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю	2181	0	0
Витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції	2182	0	0
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	5091	13765
Фінансовий результат від операційної діяльності: збиток	2195	(0)	(0)
Дохід від участі в капіталі	2200	0	0
Інші фінансові доходи	2220	329	545
Інші доходи	2240	0	0
Дохід від благодійної допомоги	2241	0	0
Фінансові витрати	2250	(0)	(0)
Втрати від участі в капіталі	2255	(0)	(0)
Інші витрати	2270	(0)	(0)
Прибуток (збиток) від впливу інфляції на монетарні статті	2275	0	0
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	5420	14310
Фінансовий результат до оподаткування: збиток	2295	(0)	(0)
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	-54	-2577
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305	0	0
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	5366	11733
Чистий фінансовий результат: збиток	2355	(0)	(0)

II. СУКУПНИЙ ДОХІД

Стаття	Код рядка	За звітний період
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	163712
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	0

Накопичені курсові різниці	2410	0
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	0
Інший сукупний дохід	2445	0
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	163712
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-29468
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	134244
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	139610

III. ЕЛЕМЕНТИ ОПЕРАЦІЙНИХ ВИТРАТ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
Матеріальні затрати	2500	284	299
Витрати на оплату праці	2505	1599	1477
Відрахування на соціальні заходи	2510	343	467
Амортизація	2515	17583	5590
Інші операційні витрати	2520	19377	14882
Разом	2550	39186	22715

IV. РОЗРАХУНОК ПОКАЗНИКІВ ПРИБУТКОВОСТІ АКЦІЙ

Середньорічна кількість простих акцій	2600	94337411	94337411
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	94337411	94337411
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	0.06	0.14
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	0.06	0.14
Дивіденди на одну просту акцію	2650	0	0

Екскурсійний тур «Захоплюючий Чорнобиль» Перелік маршрутів та напрямків турів

Назва туру	Маршрут	Об'єкти та екскурсії	Шкала потреб клієнтів
«Захоплюючий Чорнобиль» (1 день)	Київ – Чорнобильська зона – Київ	КПП «Дитятки», Пам'ятник «Людам, які врятували світ», блок-пост «Лелів», 4-ий реактор ЧАЕС, місто Прип'ять	-трансфер -реєстрація -послуги гіда -екскурсійний супровід -інформаційна підтримка -страхування
«Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)	Київ – Чорнобильська зона – Прип'ять – Київ	КПП «Дитятки», «Рудий ліс», покинута село Залісся, парк атракціонів «Чортове колесо», готель «Полісся», «Саркофаг», Дуга, ставок-охолоджувач ЧАЕС	-трансфер -реєстрація -послуги гіда -екскурсійний супровід -інформаційна підтримка -страхування -проживання в готелі

1) «Захоплюючий Чорнобиль» (1 день)

Під час екскурсії на Чорнобильську АЕС, ви побачите об'єкт укриття «Саркофаг» 4-го енергоблоку, в якому знаходиться реактор, «мертве» місто Прип'ять і «Рудий ліс», де дерева стали червоно-рудими через опромінення радіацією.

2) «Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)

Дводенний тур в зону відчуження буде особливо цікавою для фанатів серії книг «S.T.A.L.K.E.R.» і передбачає проживання в спеціальному готелі Чорнобиля.

До туру додається карта маршруту та рух самого чартеру, який буде курсувати в задані дати чартерної програми, а саме з другої половини квітня (01.04) по кінець жовтня (31.10).

Паспорт об'єктів туру «Захоплюючий Чорнобиль»:

1) КПП «Дитятки» – головний контрольно-пропускний пункт до Чорнобильської зони. Знаходиться поблизу села Дитятки, Іванківського району, Київської області.

2) Пам'ятник «Людам, які врятували світ», присвячений сміливим та відважним пожежникам, які брали участь в ліквідації пожежі на ЧАЕС.

3) Блок-пост «Лелів» – це буферна зона для в'їзду в десятикілометрову Чорнобильську зону.

4) Четвертий реактор ЧАЕС («Саркофаг») – це реактор, який безпосередньо перший вибухнув під час аварії.

5) Місто Прип'ять. Це місто обласного значення в Київській області. Засноване 4 лютого 1970 року на березі річки Прип'ять, поблизу залізничної станції Янів. Населення евакуйоване через катастрофу на ЧАЕС у 1986 році, внаслідок якої місто опинилося в зоні відчуження ЧАЕС.

6) «Рудий ліс» – близько 10 км² території дерев, прилеглих до Чорнобильської АЕС, які взяли на себе найбільшу частку викиду радіоактивного пилу під час вибуху реактора в 1986 році.

7) Парк атракціонів «Чортове колесо», м. Прип'ять. Найбільш відомий об'єкт, що знаходиться на території парку – оглядове колесо, яке згодом стала одним із символом як Прип'яті, так і всієї Чорнобильської зони.

8) Дуга – радянська радіолокаційна станція для системи раннього виявлення пусків міжконтинентальних балістичних ракет.

9) Ставок-охолоджувач в місті Прип'ять. Основною оглядовою вішкою цього ставка є наявність сомів-гігантів, які в ході великого викиду радіації мутували до колосально великих розмірів.

Технологічна карта туру «Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)

Найменування об'єктів	Місце зупинок	Тривалість огляду	Основний зміст інформації	Методичні вказівки
КПП «Дитятки»	КПП	30 хв.	Прогулянка по території посту	Проходження формальностей, щодо в'їзду
Пам'ятник «Людам, які врятували світ»	Територія навколо пам'ятника	30 хв.	Історія виникнення пам'ятника, фото-стоп	Розповідь про героїв катастрофи на ЧАЕС, які врятували не тільки Україну, а й світ
Блок-пост «Лелів»	Блок-пост	30 хв.	Прогулянка по території посту	Проходження формальностей, щодо в'їзду
Четвертий реактор ЧАЕС («Саркофаг»)	Територія навколо четвертого реактору	30 хв.	Піша прогулянка навколо четвертого реактору	Розповідь про реактор, історія виникнення катастрофи та її передумови
Місто Прип'ять	Прогулянка містом	120 хв.	Піша прогулянка містом, огляд дому культури, закинутих шкіл, лікарні, пожежної станції, які постраждалих в результаті аварії	Розповідь про місто, евакуацію
Парк атракціонів «Чортове колесо»	Прогулянка по покинутому парку атракціонів	30 хв.	Піша прогулянка парку атракціонів, огляд Чортового колеса	Розповідь про парк атракціонів
Ставок-охолоджувач в місті Прип'ять	Прогулянка навколо ставка	45 хв.	Годування сомів-гігантів хлібом, прогулянка по місточку	Розповідь про ставок-охолоджувач, його роль
«Рудий ліс»	Прогулянка по ураженій території	30 хв.	Огляд лісу та наслідків аварії	Розповідь про ліс, його роль та причини виникнення його забарвлення
Дуга	Прогулянка навколо об'єкта	30 хв.	Огляд споруди	Розповідь про дугу, її державне значення

Калькуляція туру «Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)

Назва статті	Вартість за одиницю (у.о.)	Кількість (од., діб)	Загальна вартість (у.о.)
Вартість проживання (1-місний номер, у вартість включено сніданок)	20	1	20
Вартість проїзду	100	2	200
Екскурсійна програма туру «Захоплюючий Чорнобиль» (2 дні)	50	1	50
Страховання	10	1	10
Послуги гіда-провідника	50	1	50
Загальна вартість туру:			330