

Державний торговельно-економічний університет

Кафедра туризму та рекреації

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління корпоративною культурою туристичного підприємства»

Студентки 4 курсу, 5 групи,
освітнього ступеня «бакалавр»,
спеціальності 073 «Менеджмент»
освітньої програми
«Туристичний менеджмент»

підпис студента

Поліщук
Дар'ї
Сергіївни

Науковий керівник
д.е.н., професор

підпис керівника

Ткаченко
Тетяна
Іванівна

Гарант освітньої програми
к.е.н., доцент

підпис гаранта

Дупляк
Тетяна
Петрівна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет
Факультет ресторанно-готельного та туристичного бізнесу
Кафедра туризму та рекреації
Освітній ступінь «бакалавр»
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Туристичний менеджмент»

Затверджую

Зав. кафедри

Т.І. ТКАЧЕНКО

« » 2022 р.

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу студентіві

Поліщук Дар'ї Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи:

«Управління корпоративною культурою туристичного підприємства»

Затверджена наказом ДТЕУ від «01» листопада 2022 р. № 2897.

2. Строк здачі студентом закінченої роботи: до 02.06.2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи:

Мета роботи: дослідження теоретичних і практичних засад управління корпоративною культурою туристичного підприємства.

Об'єкт дослідження: процес управління корпоративною культурою на підприємстві.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ.

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

ВСТУП

**РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЄВОСТІ УПРАВЛІННЯ
КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», М. КИЇВ**

1.1. Теоретико-методичні основи управління корпоративною культурою в туристичному бізнесі

1.2. Аналіз результативності управління корпоративною культурою туристичного підприємства

**РОЗДІЛ 2. ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ
КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», М. КИЇВ**

2.1. Програма заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства

2.2. Обґрунтування запропонованих заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

5. 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	01.09.2022 – 01.11.2022	01.11.2022
2.	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.11.2022 – 02.12.2022	02.12.2022
3.	Написання та попередній захист 1 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	03.12.2022-10.02.2023	08.02.2023
4.	Написання та попередній захист 2 розділу випускної кваліфікаційної роботи у наукового керівника	11.02.2023 – 21.04.2023	10.04.2023
5.	Оформлення випускної кваліфікаційної роботи	22.04.2023 – 08.05.2023	08.05.2023
6.	Представлення роботи на кафедру та попередній захист у комісіях	09.05.2023-22.05.2023	22.05.2023
7.	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	23.05.2023 – 01.06.2023	01.06.2023
8.	Представлення готової зшитой випускної кваліфікаційної роботи на кафедру	до 02.06.2023	02.06.2023
9.	Захист випускної кваліфікаційної роботи в екзаменаційній комісії	Згідно з розкладом	

6. Дата видачі завдання «02» грудня 2022 р.

7. Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи Ткаченко Т.І.
(прізвище, ініціали, підпис)

8. Гарант освітньої програми

Дупляк Т. П.
(прізвище, ініціали, підпис)

9. Завдання прийняв до виконання студент

Поліщук Д.С.
(прізвище, ініціали, підпис)

10. Відгук наукового керівника випускної кваліфікаційної роботи:

Студентка Поліщук Д.С. виконала випускну кваліфікаційну роботу у визначений термін згідно з календарним планом. За змістом, структурою та оформленням робота відповідає встановленим вимогам.

Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, 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, методи дослідження, практичну значимість результатів, структуру.

У першому розділі «Аналітична оцінка дієвості управління корпоративною культурою туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ» студенткою розглянуто теоретико-методичні основи управління корпоративною культурою в туристичному бізнесі, здійснено аналіз результативності управління корпоративною культурою підприємства.

У другому розділі «Вдосконалення процесу управління корпоративною культурою туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ», розроблено програму заходів з удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства, розраховано кошторис витрат окремих із запропонованих заходів, термін їх окупності.

Пропозиціями подальшого вдосконалення ВКР можуть стати наступні напрями: аналіз і прогнозування галузевих показників виробничої (продуктової) програми, розрахунок показників ефективності з упровадженням запропонованих заходів.

Робота виконана самостійно, з дотриманням принципів академічної доброчесності. Електронну версію випускної кваліфікаційної роботи отримано для передання до репозитарію ДТЕУ.

Випускна кваліфікаційна робота студентки Поліщук Д.С. на тему «Управління корпоративною культурою туристичного підприємства» рекомендується до захисту в екзаменаційній комісії.

Науковий керівник випускної кваліфікаційної роботи _____ .Т.І. Ткаченко
(підпис, дата)

Відмітка про попередній захист _____

(ПІБ, підпис, дата)

11. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу:

Випускна кваліфікаційна робота студента _____

Поліщук Д.С.

(прізвище, ініціали)

може бути допущена до захисту в екзаменаційній комісії.

Гарант освітньої програми _____

Т. П. Дупляк

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____

Т.І. Ткаченко

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 2023 р.

ЗМІСТ

Вступ.....	7
Розділ 1. Аналітична оцінка дієвості управління корпоративною культурою туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ.....	9
1.1. Теоретико-методичні основи управління корпоративною культурою в туристичному бізнесі.....	9
1.2. Аналіз результативності управління корпоративною культурою туристичного підприємства.....	17
Розділ 2. Вдосконалення процесу управління корпоративною культурою туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ.....	27
2.1. Програма заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства.....	27
2.2. Обґрунтування запропонованих заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства.....	35
Висновки та пропозиції.....	41
Список використаних джерел.....	43
Додатки.....	47

ВСТУП

Актуальність теми. Корпоративна культура є ключовим аспектом сучасного бізнесу, важливість його особливо відчутна у туристичній галузі. У сучасному світі, де конкуренція стає все більш жорсткою, туристичні підприємства повинні зосередитись не лише на наданні високоякісних послуг, але й на побудові і розвитку внутрішньої культури, яка сприятиме ефективному управлінню, привабливості для клієнтів та залученню талановитого персоналу.

На сьогодні питання корпоративної культури актуальне як ніколи, особливо у контексті реалій, які мають тенденцію до постійних змін та викликів, з якими зустрічається туристична галузь. Глобалізація, технологічні інновації та зростаюча свідомість клієнтів ставлять підприємства перед потребою адаптуватися та бути гнучкими. Управління корпоративною культурою допомагає підприємствам стати стійкими до змін, сприяє інноваційному мисленню, відкритості до нових ідей та постійному вдосконаленню.

Актуальність досліджуваного питання полягає і в тому, що управління корпоративною культурою визначає не лише внутрішній стан туристичного підприємства, але й його здатність до відповіді на зміни у зовнішньому середовищі. Успішне управління корпоративною культурою стає ключовим фактором для досягнення стійкого розвитку, високої якості послуг та задоволення потреб клієнтів.

Підприємства туризму в Україні в переважній більшості працюють над покращенням корпоративної культури. Проте через недостатнє переконання бізнесу в перевагах та ефективності впровадження принципів корпоративної культури, та через недостатнє розуміння глобальних цілей, які можна досягти лише за умови спільних зусиль та співпраці всіх учасників туристичної галузі, не всі суб'єкти туристичного бізнесу приймають цю позицію, а охоплення принципами корпоративної культури є обмеженим.

Об'єкт дослідження: процес управління корпоративною культурою підприємства.

Предмет дослідження: теоретичні, методологічні та практичні аспекти управління корпоративною культурою туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ.

Дослідження питань стосовно управління корпоративною культурою в туристичному бізнесі, проводили багато вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Соловійова Р. П., Кицак К. В., Тарасова О. В., Спивак В.О. [8], Юрченко В.В., Рудінська О.В., Яроміч І.О., Кох Р., Хенді Ч., Карлоф Б. та інші.

Метою роботи є дослідження теоретичних і практичних засад управління корпоративною культурою туристичного підприємства.

Для досягнення поставленої мети треба виконати такі завдання:

1. Проаналізувати та узагальнити теоретично-методичні основи корпоративної культури в туристичному бізнесі; проаналізувати результативність управління корпоративною культурою в середовищі туристичного підприємства;
2. Запропонувати та обґрунтувати програму заходів із удосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві.

Методи дослідження. Досягнення поставлених завдань здійснювалося за допомогою таких методів дослідження як: метод аналогій, метод аналізу та синтезу, метод оцінки, порівняльно-аналітичний.

Практичне значення проведеного дослідження полягає у: запропонуванні та можливостей використанні напрямів удосконалення процесу управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» м. Київ.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ 1

АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА ДІЄВОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», М. КИЇВ

1.1. Теоретико-методичні основи управління корпоративною культурою в туристичному бізнесі

Корпоративна культура – явище багатогранне та багаторівневе, яке необхідно досліджувати всебічно, оскільки воно є складним матеріально-духовним феноменом.

Питання термінологічної визначеності належить до найважливіших у науці. Що стосується терміну «корпоративна культура», то вивчення наукових джерел показало подібність тлумачення цієї категорії у сфері бізнесу. Активне вивчення цього питання розпочались ще в середині 80-х рр. минулого століття американськими вченими Теренсом Д. і Кеннеді А., які висунули концепцію корпоративної культури, як вагомого чинника, що має вплив на розвиток та поведінку компанії. Проведене дослідження сутності поняття «корпоративна культура» дозволило узагальнити наукові підходи у табл. 1.1.

Дослідження трактувань дефініції «корпоративна культура» різними авторами дозволило встановити, що більшість із них інтерпретують це поняття як цінності компанії, отже саме цінності і є підґрунтям корпоративної культури будь-якої корпорації. Точніше можна сформулювати так: корпоративна культура базується на ідеях, стрижневих цінностях та баченні, що поділяють всі співробітники підприємства.

Управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві базується на теоретичних основах, зокрема, концепції корпоративної культури, яка передбачає розвиток певних цінностей, норм поведінки та ідентичності, що є характерними для даної організації.

Таблиця 1.1

**Дослідження сутності поняття «корпоративна культура»
у визначеннях науковців**

№ п/п	Автори, джерело	Визначення поняття
1.	Кох Р. [24]	Це характер і особисті якості компанії, які базуються на досвіді багатьох поколінь працівників, дозволяючи співробітникам компаній певним чином без спеціальних роздумів реалізувати місію компанії.
2.	Соловйова Р. П. [17]	Корпоративна культура –це сукупність певних норм і цінностей, що мають відповідати стратегії і зовнішньому середовищу організації.
3.	Рудінська О. В., Яроміч С. А., Молоткова І.О. [12]	Корпоративна культура – це поведінка працівників організації, їхні переконання і цінності, традиції, рівень взаємовідносин між менеджерами і працівниками, між компанією, її клієнтами і постачальниками.
4.	Карлоф Б. [23]	Позиції, точки зору і манери поведінки, які відображають основні цінності.
5.	Кицак К.В. [7]	Складна та багатоаспектна система цінностей, переконань, ділових принципів, норм поведінки, традицій, що стає важливим нематеріальним ресурсом підприємства, оскільки забезпечує соціальні зв'язки, комунікативно-інформаційне спілкування, гармонізує відносини між роботодавцями і найманими працівниками і таким чином суттєво впливає на ефективність та конкурентоспроможність підприємства
6.	Тарасова О.В. [18, с. 28]	Корпоративна культура –це ідеї, базові цінності та погляди, які поділяють усі члени організації.
7.	Балика О. [2, с. 195]	Корпоративна культура – це є соціальний ресурс концептуально оформлених ідей, цінностей, відносин, очікувань, способу мислення, норм і правил поведінки, традицій та корпоративної символіки, що формуються в ході спільної діяльності для досягнення цілей організації

Джерело: Складено автором за даними[2, 7; 12; 24; 17; 18; 23]

Вивчаючи питання управління корпоративною культурою, варто вдатися і до типології цього явища. Типологія корпоративної культури є важливим інструментом в управлінні нею на туристичному підприємстві. Вона відображає спосіб організації діяльності підприємства, яка в свою чергу відображається на його культурі. Соціолог Чарльз Хенді класифікував чотири типи корпоративної культури (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Типи корпоративної культури за Ч. Хенді та їх коротка характеристика

Типи корпоративної культури	Характеристика
Культура влади	Акцент на структурі та на організації підприємства, влада і контроль якого знаходяться у руках верхівки, а рішення зазвичай приймаються зверху до низу. Для цього типу характерними є дисципліна, настороженість, формальні відносини між колегами.
Культура ролей	Співробітники працюють у визначених ролях та виконують свої обов'язки відповідно до них. Основними цінностями є організованість, дисципліна, ефективність та точність.
Культура завдань	Основна увага приділяється результату та досягненні поставлених цілей. Першочерговими цінностями є ініціативність, ризиковість, відповідальність та самостійність.
Культура людей	Фокус на гуманному відношенні до співробітників та розвитку їх потенціалу. Основними цінностями є співпраця, взаємодопомога, толерантність та відкритість.

Джерело: Складено автором за даними [30]

Крім цього, існують й інші класифікації типів корпоративної культури, такі як типологія Камерона та Квінна, яка включає чотири типи культури: кланова, автократична, ринкова та бюрократична [22, с. 37-45].

Кожен тип корпоративної культури має свої переваги і недоліки, і вибір конкретного типу залежить від багатьох факторів, зокрема: розміри

підприємства, його стратегічні цілі, внутрішнє та зовнішнє середовище, ділова культура та багато інших чинників.

Наявність корпоративної культури характерна будь-якій організації, включаючи і підприємства туристичного бізнесу. Вона є фундаментальною концепцією сучасного менеджменту компаній, оскільки забезпечує конкурентні переваги та досягнення стратегічних цілей [10, с. 270].

У сучасних реаліях, коли більшість підприємств сфери туризму зазнають трансформації, ефективність їх діяльності значною мірою залежить безпосередньо від рівня розвитку та якості управління корпоративною культурою. Стиль поведінки, манера спілкування із споживачами послуг та співробітниками, рівень активності, мотивації та зацікавленості працівників – це все аспекти корпоративної культури.

Основним завданням, що стоїть перед корпоративною культурою суб'єктів туристичної діяльності, є сприяння збільшенню прибутковості організації. На сьогодні, у період стрімкого розвитку науково-технічного прогресу, забезпечення конкурентоспроможності та прибутковості компанії унеможливорюється без розвитку людських ресурсів [1]. Невідповідність найманих працівників кваліфікаційним вимогам тягне за собою нездатність компанії конкурувати з іншими організаціями на туристичному ринку, та в цілому катастрофічно впливає на успіхи підприємства. Тож впровадження досліджуваного нами явища та управління ним – це один із дієвих способів підвищення рівня менеджменту персоналом та забезпечення його ефективної діяльності. Саме досвідчені кадри і мають всі шанси зробити підприємство успішним, і сприяють вдалому веденню бізнесу. Успішна культура дозволяє підприємству залучати та зберігати професіоналів у своїй команді.

Не менш важливу роль в управлінні корпоративною культурою туристичного підприємства відіграє керівництво. Досягнення позитивних результатів будь-якої компанії значною мірою залежить від її директора. Управління корпоративною культурою – це завдання, яке стоїть перед лідерами підприємств. Керівництво повинне забезпечувати підтримку та

мотивацію працівників, а також створювати сприятливу атмосферу для розвитку командної роботи. Лідери мають бути взірцем для інших членів команди, демонструючи гарні практики та цінності, які повинні бути відображені в корпоративній культурі.

Корпоративна культура неодмінно впливає на цінності працівників компанії. Взагалі, цінності та переконання персоналу можна вважати її основою. Зважаючи на це, літературні джерела розподіляють явище корпоративної культури на негативну і позитивну (рис. 1.1):

Позитивна корпоративна культура	Негативна корпоративна культура
• цінність індивідуальної праці для працівника, як можливість реалізувати та розвивати себе; • цінність підприємства для співробітника, на якому він працює, як можливість задоволення особистих поточних потреб	• працівник розцінює свою діяльність, як ту, що приносить йому прибуток, але не сприяє саморозвитку, та не дає можливість самореалізуватися

Рис. 1.1. Характеристика якісних сторін корпоративної культури

Джерело: Складено автором за даними [20, с. 82]

Якщо компанія зосереджена лише на своїх цілях, не зважає на потреби та бажання клієнтів, підвищення якості товарів і послуг, повагу до працівників та етичні норми, її корпоративну культуру можна дефініціювати як негативну. Це стає причиною конфліктів між співробітниками, падіння морального духу, низької продуктивності праці та зниження задоволеності споживачів.

Корпоративне управління передбачає створення належної атмосфери в колективі, формування цінностей персоналу і поважливого ставлення до їхнього робочого місця. Конкретно позитивна корпоративна культура виражає ці аспекти і є запорукою успіху компаній, як демонструє світовий досвід.

Тож, основоположниками у формуванні корпоративної культури є система особистих цінностей членів організації, організаційні структури, методи та форми діяльності компанії, що безпосередньо сприяють

формуванню цих цінностей [15]. Позитивна корпоративна культура створюється тоді, коли компанія зосереджується на потребах своїх клієнтів, забезпечує підвищення якості товарів та послуг, відкрита для співпраці зі своїми працівниками, дбає про їхнє задоволення та створює сприятливі умови для їхнього розвитку.

До цілей підприємств туристичної сфери діяльності можна віднести такі (табл. 1.3):

Таблиця 1.3

Цілі туристичних підприємств

Економічні цілі	Соціальні цілі
– підвищення конкурентоспроможності національної економіки за рахунок розвитку та збільшення ефективності туристичних фірм в Україні; – залучення більших інвестицій у підвищення кваліфікації працівників, неперервне навчання та створення нових можливостей для працевлаштування, зміцнення кадрового персоналу; – створення привабливої національної інноваційної інфраструктури шляхом залучення інвестицій у передові технології; – забезпечення високого рівня свідомого споживання та свідомого вибору серед туристичних послуг, підвищення рівня освіченості споживачів; – забезпечення сучасного обґрунтування для державного регулювання; забезпечення адаптації державної політики до сучасних викликів і потреб туристичного сектора.	– створення сприятливого сприйняття турбізнесу як важливого елементу для населення; – створення нових робочих місць та забезпечення гідного працевлаштування для населення; – сприяння інноваційному розвитку у соціальній сфері шляхом створення сприятливих умов праці, що спричиняють інноваційну активність.

Джерело: Складено автором

Досліджуваний матеріально-духовний феномен, корпоративна культура, є допоміжним інструментом у створенні такої системи виробництва продукції та послуг, зокрема туристичних, яка здатна з легкістю

пристосуватися до змін, адаптуватися у динамічному бізнес-середовищі та на ринку. Він сприяє будь-яким суб'єктам підприємницької діяльності досягати поставлені бізнес-цілі та стратегічно розвиватися.

Оскільки туристична галузь дуже мінлива та динамічна, інноваційність стає на ключове місце, як складова корпоративної культури туристичного підприємства. Вона може допомогти підприємству зберігати конкурентоспроможність та досягати успіху на ринку. Важливо розвивати та впроваджувати нові ідеї та технології, які дозволять підприємству зберігати конкурентну перевагу та задовольняти потреби клієнтів. Інноваційна корпоративна культура передбачає, що підприємство підтримує та стимулює ідеї своїх співробітників, а також вітає та підтримує ініціативи на різних рівнях організації. Вона передбачає, що працівники туристичного підприємства мають можливість вносити свої ідеї та пропозиції, що стимулює розуміння того, що кожен член робочого колективу може мати важливий внесок у розвиток та інновації компанії.

Інноваційна корпоративна культура може також забезпечити створення сприятливого середовища для творчості та експериментів, що дозволяє розширювати можливості компанії та прискорювати її розвиток.

Незважаючи на нестабільність туристичного бізнесу в Україні нині, імідж підприємства також дуже важливий для формування позитивної корпоративної культури. Позиціонування компанії на тлі конкурентів-аналогів і в цілому на ринку – це важливий показник діяльності компанії у нинішній ситуації, за якої відбувається її формування [13, с. 59]. Імідж виступає запорукою конкурентоспроможності організації, основною передумовою успіхів у діяльності компанії [11, с. 101]. Імідж – це сформований образ організації та те, як суспільство ставиться до її діяльності та виробленої продукції в цілому на ґрунті сформованих цінностей [6, с. 522].

Одразу із іміджу впливає і дефініція «репутація підприємства», що є стратегічним чинником розвитку туристичної організації. Репутація – загальна думка, яка склалася у суспільства, цільової аудиторії про підприємство та його

продукт, це те, що ховається за іміджем. Важливо зазначити, що значною мірою на репутацію підприємств, особливо сфери обслуговування, якими є туристичні суб'єкти, впливає персонал, людські ресурси компанії.

До вище згаданих аспектів корпоративної культури, варто додати ще й бренд. Завдяки йому, підприємству вдається завоювати свою аудиторію та сформувати довготривалі відносини із потенційними споживачами туристичних послуг, мати високу конкурентоспроможну позицію та досягати стратегічні цілі [6, с. 102]. Ім'я, візуальна атрибутика фірмового стилю компанії, слогани, фрази – це все ідентифікується як елементи бренду.

Незважаючи на те, що всі три поняття: імідж, репутація, бренд - є подібними між собою, їх ототожнення вважається хибним. Втім, у сукупності, позитивний імідж та хороша репутація, правильно та вдало розвинений бренд позитивно впливають на успіх туристичної компанії, на розвиток та просування її продукції, що тягне за собою постійне збільшення прибутковості.

Корпоративна культура складна система, яка має свої складові, так само як й інші багатогранні системи. Резюмуючи вище вказані аспекти цього явища, можна відобразити його складові (рис. 1.2):



Рис. 1.2. Компоненти корпоративної культури

Джерело: Складено автором на основі власних досліджень

Отже узагальнено важливість корпоративної культури для туристичного бізнесу. Вона є ключовим фактором успіху туристичного підприємства, оскільки:

- сприяє створенню мотиваційного середовища для співробітників;
- допомагає зберегти персонал, оскільки створює відчуття співпраці та взаєморозуміння між співробітниками;
- може відображатися в якості обслуговування, яке надає туристичне підприємство;
- створює сприятливі умови для співпраці та комунікації між співробітниками.

А для того, аби визначити чи є корпоративна культура підприємства позитивною, варто провести аналіз результативності управління нею в середовищі досліджуваної компанії за допомогою якісних показників:

1. Задоволеність співробітників.
2. Комунікація та відкритість.
3. Брендова репутація.
4. Можливості для розвитку професійних навичок співробітників.
5. Конкурентоспроможність.

При аналізі корпоративної культури не менш важливими виступають кількісні показники:

1. Фінансові показники: прибуток, обсяги продажів, рентабельність, зростання прибутковості.
2. Кадрові показники: рівень текучості персоналу.

1.2. Аналіз результативності управління корпоративною культурою туристичного підприємства

Дослідження питання «Аналіз результативності управління корпоративною культурою в середовищі туристичного підприємства» відбувається за матеріалами підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ». Дане

підприємство здійснює господарську діяльність за Статутом.

Статут подано у (дод. А).

Дата створення туристичного оператора ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»:
30.01.2008 р.

Код ЄДРПОУ – 3564989.4

Статутний капітал: 1 млн. грн. Джерелами формування статутного капіталу є внески засновників.

Місце знаходження юридичної особи: Україна, 01054 м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 24.

Форма власності ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» – не державна власність (приватна).

Основним видом діяльності ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» є: 79.12 Діяльність туристичних операторів.

Туристичний оператор «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» – лідер з організації відпочину, що пропонує найкращі курорти та готелі в 28 країнах світу – у Туреччині, Іспанії, Греції, Єгипті, Таїланді, Болгарії, Тунісі, Марокко, Ізраїлі, ОАЕ, Андоррі, Австрії, Китаї, Індії, Танзанії, В'єтнамі, Домініканській Республіці, Індонезії, Сінгапурі, Мексиці, Камбоджі, Йорданії, Україні, на Мальдівах, Кубі, Маврикії, Сейшелах, Шрі-Ланці [27].

До початку повномасштабної війни в Україні успішно функціонували офіси туристичного оператора, у 5 містах – Києві, Львові, Одесі, Харкові, Запоріжжі. Станом на сьогодні, більшість офісів відновила свою роботу, та продовжує реалізувати тури.

Партнерами ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» є: авіакомпанія «Азур Ейр Україна», страхова компанія «ЕТС» (Європейське туристичне страхування), банки «Альфа банк», «Приватбанк», «Укрсиббанк».

ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», як і всі підприємства має свої сильні та слабкі сторони, певні можливості та можливі загрози. SWOT – аналіз ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» подано у (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

SWOT– аналіз підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ

СИЛЬНІ СТОРОНИ: – добре розвинена мережа готелів та курортів, що дозволяє компанії пропонувати різноманітні туристичні пакети; – адаптація до інновацій; – широкий асортимент послуг для туристів за доступними цінами; – розвинений IT-сектор; – досвідчена та професійна команда співробітників з великим досвідом роботи в туристичній галузі; – співпраця з провідними світовими туроператорами та готелями	СЛАБКІ СТОРОНИ: – низька інвестиційна привабливість для зовнішніх інвесторів в умовах пандемії та війни; – залежність від ситуації в країнах-партнерах та інших зовнішніх факторів, таких як економічна та політична ситуація; – нечасте впровадження нових продуктових послуг на підприємстві; – довготривалий період окупності коштів, які вкладаються в розробку новинок; – ризик терористичних актів та природних катастроф, що може призвести до втрати доходів та репутації компанії.
МОЖЛИВОСТІ: – приймати та своєчасно впроваджувати прогресивну політику та регулювання, спрямовані на зростання даного туристичного підприємства; – створювати попит на тури; – розвивати обізнаність працівників; – розвиток нових ринків та ефективніша рекламна кампанія можуть збільшити обсяг продажів компанії.	ЗАГРОЗИ: – зміни в політиці та геополітичній обстановці, що мають негативний вплив на подорожі та туризм, зокрема на відносини з країнами-партнерами. – потужна конкуренція на ринку; – збільшення розмірів податків; – погіршення стану економіки; – тиск з боку законодавства.

Джерело: Складено автором на основі власних досліджень

Як свідчать дані таблиці 2.1, позиція ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» є досить сильною серед туристичних підприємств з перспективними можливостями, має більше сильних, аніж слабких сторін.

Підприємство ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» має структуру філіалів, яка характеризується розвинутою мережею представництв, працюючих в Києві та основних ділових центрах України. Начальник відділу підпорядковується генеральному директору та його заступникам. Система управління якістю побудована так, що вся команда керівництва бере активну участь у розробці стратегічних планів компанії та регулярно влаштовує наради і конференції.

Організаційна структура управління ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» подана у дод. Б.

ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», як і кожне підприємство має на меті збільшувати частку компанії на ринку, розширювати бізнес за рахунок підвищення якості, розвитку нових напрямків і збільшення асортименту послуг, що надаються. ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» веде власну фінансову звітність: Форма № 1 «Баланс» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати» (Дод. В).

Основні показники фінансового стану підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» за 2018–2020 роки подано у таблиці 1.5.

Таблиця 1.5

Динаміка основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» за 2018–2020 роки, тис. грн

№	Показники	2018 р.	2019 р.	2020 р.	Абсолютне відхилення 2020р від 2019р.	Темп росту, % 2020р від 2019р
1.	Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	30000	39000	45887	+6887	117,7
2.	Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	16000	25000	27525	+2525	110,1
3.	Валовий: Прибуток	14000	14000	18359	+4359	131,1
4.	Інші операційні доходи	770	510	1765	+1255	346,0
5.	Адміністративні витрати	12000	17000	21164	+4164	124,4
6.	Інші операційні витрати	900	1400	1183	-217	84,5
7.	Інші фінансові доходи	1600	6100	2268	- 3832	37,1
8.	Чистий фінансовий результат: прибуток	1700	1200	1200	-	-

Джерело: складено автором за даними (Дод. В)

Як свідчать дані таблиці 2.2, у 2020 році порівняно з 2019 р. чистий дохід збільшився на 6887 тис. грн., собівартість теж збільшилась – на 2525 тис. грн., а чистий прибуток залишився незмінним.

Корпоративна культура для ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» – це не просто реклама, а щира зацікавленість у створенні такої компанії, що сприятиме створенню цивілізованого туристичного ринку. Компанія прагне надавати ширші можливості українській громаді та покращувати рівень життя кожного громадянина. Сталий розвиток українського суспільства вважається найважливішою і невід’ємною складовою стратегії туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» із розвитку туристичного сектору. Ця етична складова бізнесу є запорукою поваги та підтримки компанії з боку конкурентів, партнерів, української громади та співробітників.

Корпоративна культура ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» відображається в цінностях та місії підприємства. За словами самої компанії, вона базується на кількох принципах, таких як професійність, інновації, довіра та відкритість [27]. Місія підприємства, яке ми досліджуємо, полягає у наданні клієнтам найкращого відпочинку та високоякісного обслуговування в умовах безпеки та комфорту.

Своєю першочерговою метою «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» вважає покращення своєї діяльності та підвищення її ефективності, а також підвищення своєї конкурентоспроможності на українському ринку туризму [28]. Досягнення ж цієї цілі підприємства неможливе без формування позитивної корпоративної культури та управління нею.

Проаналізувавши діяльність ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» всередині самого підприємства, можна зазначити, що його корпоративна культура має всі характерні складові.

По-перше, компанія має свої цінності та принципи, про які навіть згадує на власному сайті (Дод. Г).

Підприємство має впізнаваний фірмовий стиль, який формує бренд. Наявність бренду і є складовою корпоративної культури. ТОВ «КОРАЛ

ТРЕВЕЛ» має позитивний та незаплямовану, чисту репутацію, що робить його конкурентоспроможним та відкритим до аудиторії. У компанії є вся необхідна візуальна атрибутика: логотип, фірмові кольори (помаранчевий та синій), слоган.

Одним із важливих аспектів корпоративної культури «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» є професійність. Велику цінність для підприємства та його керівників становлять співробітники. Туроператор серйозно ставиться до своїх зобов'язань як роботодавця. Компанія має сильне зобов'язання щодо справедливих практик праці та добробуту своїх співробітників. Як вважає директор досліджуваного суб'єкту туристичної діяльності, працівники компанії являють собою невід'ємну частину бізнес-процесу, а також є складовою дружнього колективу, родини «КОРАЛ ТРЕВЕЛ».

У формуванні та управлінні корпоративною етикою підприємства фундаментальним є консолідація командного підходу до виконання поставлених задач із професіоналізмом кадрів, їх ініціативністю, вмотивованістю та творчим підходом. Компанія завжди готова прийняти у свій колектив нових людей, що прагнуть саморозвитку, готові примножувати успіхи у результатах діяльності підприємства. Поєднання професіоналізму та творчого підходу працівників є запорукою високої конкурентоспроможності на ринку туристичних послуг.

Лідери підприємства ставлять високі вимоги до своїх співробітників, сприяють їхньому професійному зростанню та розвитку, надаючи можливості для навчання та тренінгів. Наведемо для прикладу декілька тренінгів, що пропонує «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» членам своєї команди (табл. 1.6).

Загалом, «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» надає співробітникам можливість розвивати свої професійні та особисті навички через навчання та тренінги, що допомагає компанії зберегти високу якість послуг та задоволення клієнтів.

Середній вік робочого колективу варіюється в межах 25-38 років, понад 85% із них мають вищу освіту. ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» створило свою програму навчання молодих кадрів, на меті якої стоїть виховання

вузькопрофільних спеціалістів, які прагнуть внести щось своє та дізнатися ще більше про сферу туризму. Тож підприємство всіляко дбає про свої людські ресурси, надає їм належні умови праці, сприяє створенню сприятливого клімату в колективі, що має позитивний вплив на зростання компанії. Крім того, ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» прагне бути відкритим до думок та ідей своїх співробітників, що сприяє створенню атмосфери співпраці та довіри.

Таблиця 1.6

Тренінги від «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» для співробітників

Навчання продажів	Можливість пройти навчання з продажів, яке допоможе співробітникам покращити навички у взаємодії з клієнтами, підвищити ефективність продажів та збільшити задоволення клієнтів.
Навчання мов	Компанія пропонує навчання англійської мови та інших мов, які важливі для роботи в туристичній галузі.
Тренінги з управління	Можливість пройти тренінги з управління, які допоможуть їм покращити навички управління проектами, командами та ресурсами.
Навчання з технічних засобів	Навчання з використання технічних засобів, які використовуються в туристичній галузі, таких як програми бронювання, електронні квитки та інші інструменти.
Тренінги з корпоративної культури	Ці тренінги допоможуть співробітникам краще зрозуміти цінності та місію компанії, а також допоможуть їм забезпечити позитивний досвід для клієнтів та партнерів.

Джерело: Складено автором на основі власних досліджень

Із року в рік кількість співробітників зростає, що свідчить про активний розвиток компанії, навіть за таких складних умов (табл. 1.7).

Окрім свого персоналу, ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» неодмінно цінує споживачів власних послуг, в цілому всю свою діяльність воно орієнтує саме на клієнтів. Головним завданням компанії є залишити кожного українця задоволеним відпочинком під маркою «КОРАЛ ТРЕВЕЛ».

Таблиця 1.7

**Статистика чисельності персоналу туристичного підприємства
ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» у 2018-2021 р.р. в Україні**

Роки	Чисельність персоналу
2018	109
2019	112
2020	116
2021	122

Джерело: Складено автором на основі звітності підприємства

Інновації є важливим елементом корпоративної культури ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ». Підприємство вважає, що використання інноваційних технологій є ключем до успіху в галузі туризму. Компанія прагне впроваджувати нові ідеї та технології, щоб покращити якість послуг та забезпечити конкурентну перевагу на ринку. Співробітникам надається можливість брати участь у розвитку та впровадженні інноваційних проєктів, також пропонуються спеціальні тренінги з використання сучасних технологій. Туроператор має свій власний онлайн-магазин, де клієнти можуть придбати тури та послуги онлайн, а також додаток для смартфонів, що дозволяє зручно оформляти замовлення та зв'язуватися з представниками компанії. Завдяки інноваційності та використанню новітніх технологій «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» продовжує бути конкурентоспроможним.

Варто зазначити, що підприємство соціально активне та відповідальне, воно допомагає державі вирішувати нагальні соціальні питання. Так, до прикладу, після початку повномасштабної війни в Україні, туристичний оператор створив окремі програми відпочинку для мам з дітьми, які передбачають оздоровлення та відновлення на узбережжі моря. Підприємство також регулярно бере участь у благодійних івентах та взаємодіє з благодійними фондами, що допомагає зміцнювати його позиції, як соціально відповідального бізнесу.

Успішне управління корпоративною культурою ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» дозволяє йому впливати на туристичний бізнес і бути конкурентоспроможним підприємством. Не дивлячись на те, що рівень конкуренції на українському ринку туристичних послуг високий, досліджуване підприємство входить в ТОП-5 суб'єктів туристичної діяльності в Україні (рис. 1.3). Станом на 2020 рік ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» зайняло четверте місце серед всіх туроператорів України за відсотком частки ринку туристичних послуг (10% від всього ринку) [26]. У національному рейтингу туристичних компаній України «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» зайняло друге місце, станом на 2022 рік [25].

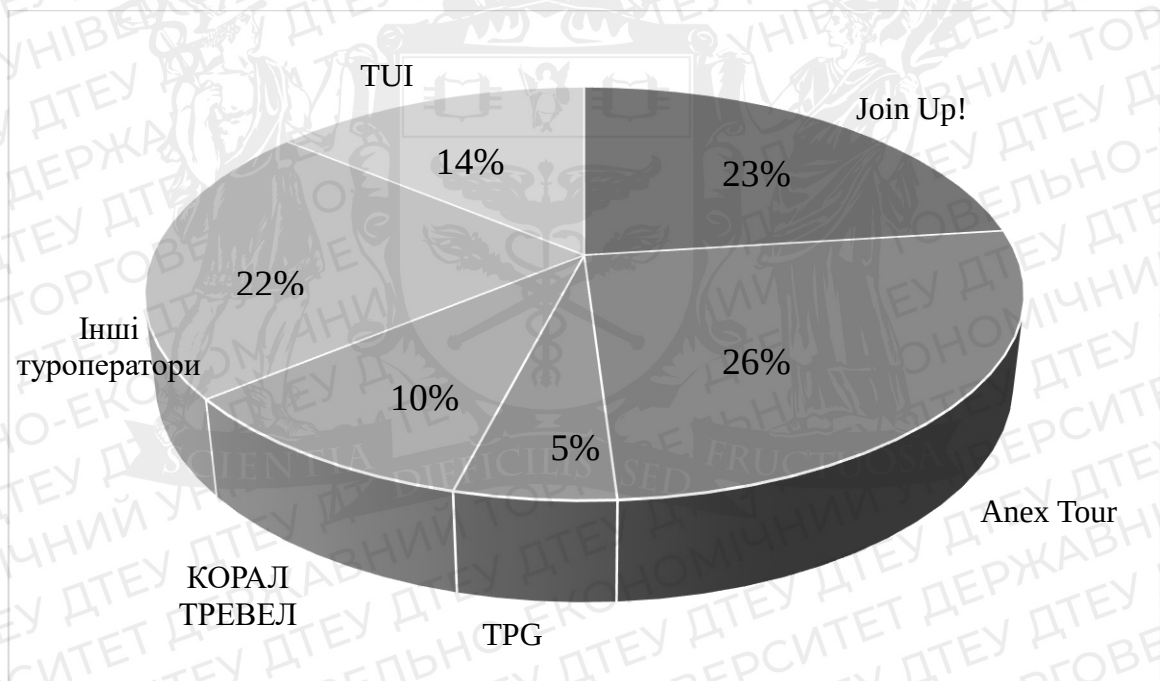


Рис. 1.3. Конкуренти ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» та їх частка на ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором на основі даних [26]

Компанія сприяє відкритому та прозорому спілкуванню між співробітниками, партнерами та клієнтами.

Навіть до своїх конкурентів компанія ставиться з повагою. Керівники ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» відкрито заявляють, що конкуренція на туристичному ринку є їхнім стимулом, тим, що змушує розвиватись та рухатись перед, формуючи позитивну корпоративну культуру.

Із власними партнерами туроператор буде надійні та довготривалі відносини, орієнтуючись на взаємовигоду, принципи порядності. Однак, за деякими відгуками співробітників та клієнтів, можна зробити висновок, що у ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» є певні проблеми з корпоративною культурою. Наприклад, деякі співробітники скаржаться на відсутність чітких інструкцій щодо виконання роботи та недостатній рівень підтримки зі сторони керівництва. Крім того, дехто зазначає, що компанія може мати проблеми з якістю обслуговування та дотриманням зобов'язань.

Підсумовуючи, можна сказати, що ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» має добре розвинену корпоративну культуру, фундаментальними показниками якої є цінності професіональної відповідальності, клієнтоорієнтованості, командної роботи та інноваційності. Підприємство вкладає значну кількість зусиль в підвищення кваліфікації своїх співробітників та проводить різноманітні заходи з метою покращення ефективності управління корпоративною культурою.

Однак, на шляху розвитку ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» трапляються і перешкоди, зокрема: зміна умов ринку, зростання конкуренції, кризові ситуації, політичні конфлікти, що може негативно вплинути на корпоративну культуру.

Тож, для компанії важливо звернути увагу на покращення корпоративної культури. Це може бути досягнуто за допомогою встановлення чітких рекомендацій, процедур та інструкцій, покращення комунікації та підтримки співробітників, а також підвищення якості обслуговування та дотримання зобов'язань перед клієнтом.

РОЗДІЛ 2

ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАТИВНОЮ КУЛЬТУРОЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», М. КИЇВ

2.1. Програма заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства

Вивчення проблеми управління корпоративною культурою туристичного підприємства зумовлено розбудовою в Україні демократичної, правової, соціальної держави з ринковою економікою, а також інтеграцією в міжнародну економіку і в Європейський Союз, де діє етичний підхід до управління бізнесом на засадах соціального та корпоративного менеджменту. З цього приводу важливо провести наукове дослідження, щоб розкрити роль та значення корпоративної культури в туристичній галузі та виявити оптимальні підходи до її ефективного управління на туристичному підприємстві.

Здійснивши аналіз процесу управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» у м. Київ, можна дійти висновку, що керування цим явищем та управління персоналом в межах компанії задовільне і здатне реалізувати стратегічні цілі організації.

Однак, неконтрольовані трансформаційні процеси, відсутність цивілізованих рамок ринкової економіки і конкуренції в сфері туристичного бізнесу в Україні породили негативні соціальні явища, які загрожують непередбачуваними наслідками для самої економіки, компанії та суспільства загалом. Тому постає нагальне завдання вироблення моральних регуляторів та формування ринкової свідомості й відповідного мислення у керівника та працівників ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ».

Успішне управління корпоративною культурою у сучасному менеджменті туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» залежить від рівня розвитку його мережі. На даний момент підприємство використовує

послуги комерційних банків, бірж (фондових, праці), інноваційних фондів та інших. Розвиток виробничої інфраструктури, включаючи комунікаційну інфраструктуру, спеціалізовані інформаційні системи, транспортні засоби та торговельну базу, має прямий вплив на результативність діяльності підприємства. Використання спеціалізованих інформаційних систем, передових засобів зв'язку, програмного забезпечення та комп'ютерної техніки дозволяє забезпечити ефективну координацію дій та зв'язок всередині організації.

До основних етапів процесу формування стратегії удосконалення ефективності управління корпоративною культурою у сучасному менеджменті туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» належать:

1. Формування стратегічних цілей діяльності туристичного підприємства, які повинні бути спрямовані передусім на реалізацію головної мети – максимізацію прибутку і мінімізацію збитків туристичного підприємства із використанням фіксованих або запланованих обсягів ресурсів, при збалансованому врахуванні інтересів всіх зацікавлених сторін: керівників, працівників, споживачів та суспільства в цілому у довгостроковій перспективі.
2. Визначення загального періоду формування стратегії підвищення ефективності управління корпоративною культурою у сучасному менеджменті туристичного підприємства. Головною умовою визначення періоду реалізації стратегії ефективності є тривалість періоду, прийнятого для формування загальної стратегії економічного розвитку підприємства. В умовах теперішньої економічної нестабільності цей період не може бути надто довгим, в середньому він не повинен виходити за межі 3-5 років.
3. Проведення комплексної діагностики туристичного підприємства: оцінка зовнішнього та внутрішнього середовища діяльності підприємства, виявлення ключових факторів успіху, використання даних аналізу ефективності. Вибір найбільш придатної для реалізації стратегії, оскільки у подальшому оборона стратегія буде впливати на загальну стратегію підприємства, внутрішня збалансованість цільових стратегічних нормативів.

4. Вибір переважної стратегічної альтернативи (альтернативи стратегії удосконалення процесу управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві), формування корпоративної стратегії на основі досягнутих результатів, що характеризується певною сукупністю довгострокових цілей, та основних напрямків досягнення цих цілей. Встановлення відповідності параметрів стратегії удосконалення ефективності управління корпоративною культурою у сучасному менеджменті стратегічним планам.

5. Оцінка та забезпечення виконання розробленої стратегії удосконалення процесу управління корпоративною культурою у сучасному менеджменті туристичного підприємства: ступінь реалізації стратегії з урахуванням прогнозованої кон'юнктури ринку; рівень ризиків, пов'язаних з її реалізацією; результативність стратегії.

6. Контроль за ходом реалізації стратегії на основі індикаторів, визначених як критерії досягнення успіху на відповідний проміжок часу з точки зору отриманих результатів і досягнення цілей.

Саме слідування цієї стратегії допоможе ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» досягти позитивної корпоративної культури. А для цього важливо використовувати всі доступні засоби для підвищення її ефективності.

У програму заходів із удосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» м. Київ включимо такі етапи:

1. Аналіз поточного стану корпоративної культури на підприємстві, визначення її переваг та недоліків.
2. Розробка стратегії подальшого розвитку корпоративної культури, визначення її місця у загальній стратегії розвитку підприємства.
3. Проведення навчання та тренінгів з управління корпоративною культурою для керівництва та працівників.

4. Розробка та впровадження системи мотивації працівників, що сприяє формуванню позитивної корпоративної культури та підвищенню рівня їхньої працездатності.

5. Вдосконалення системи комунікацій та інформаційного обміну між працівниками.

6. Проведення аналізу ефективності впроваджених заходів.

Опишемо детальніше кожен з цих етапів та його сутність (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Програми заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичному підприємстві за етапами

№	Етап	Сутність етапу
1.	Аналіз поточного стану корпоративної культури	Перед розробкою програми заходів необхідно провести аналіз та оцінку поточного стану корпоративної культури на підприємстві. Для цього можна провести анкетування співробітників, спостерігати за роботою команд та взаємодією між ними, проаналізувати відгуки клієнтів і т.д. В результаті аналізу необхідно виявити проблемні питання, що потребують вдосконалення.
2.	Розробка стратегії подальшого розвитку корпоративної культури, визначення її місця у загальній стратегії розвитку підприємства	Необхідно визначити основні цілі та завдання, що пов'язані з розвитком корпоративної культури, визначити ресурси, які необхідні для її впровадження. Для цього варто: • провести аналіз існуючої корпоративної культури на підприємстві, • визначити переваги та недоліки існуючої корпоративної культури, • оцінити рівень залученості працівників до

Продовження таблиці 2.1

		корпоративної культури підприємства, • з'ясувати, чи відповідає корпоративна культура місії та цілям підприємства. Після аналізу необхідно розробити стратегію, яка враховуватиме потреби підприємства, можливості та ризики, пов'язані з впровадженням нової корпоративної культури.
3.	Проведення навчання та тренінгів з управління корпоративною культурою для керівництва та працівників	Керівництво та працівники повинні отримати необхідні знання та навички, щоб ефективно управляти корпоративною культурою, формувати позитивний дух серед колег та дотримуватися корпоративних цінностей та принципів. Навчання можна проводити як онлайн за допомогою платформ Zoom, Teams, або офлайн – прямо в офісі.
4.	Розробка та впровадження системи мотивації працівників	Необхідно створити систему, яка б мотивувала працівників діяти відповідно до корпоративної культури підприємства, сприяла б їхній працездатності та підвищувала загальний рівень роботи на підприємстві. Система повинна відповідати вимогам підприємства та включати в себе як матеріальні (фінансові), так і нематеріальні стимули.
5.	Вдосконалення системи комунікацій та інформаційного обміну між працівниками	Мета цього етапу - створити ефективну взаємодію між всіма відділами та підрозділами підприємства. Для цього необхідно розробити та впровадити нові інструменти комунікації, зокрема, електронну пошту, систему внутрішньої соціальної мережі, інтернет-конференції та інші. Також важливо провести навчання для працівників з питань ефективної комунікації та взаємодії, що допоможе зменшити можливість конфліктів

Продовження таблиці 2.1

6.	Проведення аналізу ефективності впроваджених заходів.	Важливо перевірити, як ефективно впроваджені заходи по вдосконаленню управління корпоративною культурою відображаються на роботі працівників та результативності підприємства. Тому необхідно провести аналіз ефективності шляхом опитування та анкетувань, наприклад через Google Forms, проаналізувати зміни у показниках ефективності та продуктивності праці, спостереження за роботою колективу тощо.
----	---	--

Джерело: складено автором на основі власного аналізу

Один із способів удосконалення процесу управління корпоративною культурою полягає в покращенні структури організації та розподілі функцій та обов'язків. Це може включати в себе перегляд організаційної структури компанії з метою покращення ефективності та зниження непотрібного дублювання робіт. На досліджуваному підприємстві може бути проведена аналітика процесів та структури підприємства з метою виявлення потенційних проблем та вдосконалення процесів. Після цього можуть бути запроваджені зміни, такі як розподіл функцій та обов'язків між працівниками з метою досягнення оптимальної робочої ефективності.

Крім того, для забезпечення ефективної корпоративної культури на підприємстві необхідно використовувати спеціальні інструменти та методики, що сприяють її розвитку та підтримці. Зокрема, до таких інструментів можна віднести систему комунікацій, яка дозволяє створити зв'язок між різними рівнями управління та підвищити рівень взаєморозуміння між працівниками. Також до цих інструментів необхідно врахувати систему навчання та розвитку персоналу, яка сприяє підвищенню кваліфікації працівників та підготовці їх до роботи в складних ситуаціях.

Оскільки, нині спостерігається тенденція активного впровадження інформаційних технологій на підприємствах різних сфер, зокрема і туристичної, тому ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» також варто звернути на це увагу. Використання цих технологій може значно полегшити і покращити процеси комунікації між співробітниками, сприяти швидкій обробці та аналізу даних, забезпечити швидкий доступ до потрібної інформації та допомогти забезпечити взаємодію між різними департаментами компанії. До прикладу, пропонуємо створити онлайн застосунок «Tasker», з допомогою якого працівники зможуть спілкуватися між собою під час робочого процесу, виконувати поставлені задачі, проходити короткотривале онлайн навчання. За вчасно виконані завдання радимо ввести бонуси у вигляді надбавок до заробітної плати. Такий додаток покращить мотивацію членів підприємства, позитивно вплине на організацію роботи та якість її виконання.

На сьогодні актуальним стає поєднання інформаційних технологій та процес управління персоналом. Впровадження таких ІТ в управління носить назву Human Resources - це набір технологій, що мають на меті забезпечення оптимальної роботи персоналу на підприємстві, підвищення продуктивності. HR-система значно спрощує процеси управління персоналом: здійснює облік даних чи навіть допомагає приймати стратегічні рішення, що можуть значно вплинути на подальший розвиток організації [3, с. 46].

Керівництву ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» також важливо звернути увагу на контроль за роботою своїх працівників, виконання ними поставлених задач та досягнення цілей. Цінним для компанії стане введення автоматизованого контролю робочого часу членів команди. Це підвищить якість роботи самого підприємства.

Удосконалення процесу управління корпоративною культурою ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» можна досягти шляхом впровадження наступних заходів:

1. Визначення цінностей та місії компанії. ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» може створити комітет з представників різних відділів компанії, який буде визначати головні цінності та місію компанії. Це допоможе співробітникам

краще розуміти, що важливо для компанії і як їхня робота допомагає досягнути спільних завдань, що стоять перед ними.

2. Поліпшення комунікації між співробітниками. Керівництву підприємства доцільно було б організовувати заходи, які будуть сприяти взаємодії між співробітниками різних департаментів компанії, такі як спортивні змагання, культурні заходи, семінари тощо. Це допоможе покращити комунікацію та співпрацю між колегами.

3. Забезпечення зручних умов праці. ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» необхідно надати співробітникам зручні робочі місця, оновити офісне обладнання та інфраструктуру, що забезпечить комфорт співробітникам та збільшить задоволення від роботи.

4. Підвищення мотивації співробітників. Доречним було б покращити систему мотивації для співробітників на досліджуваному підприємстві. Наприклад, спонукати творчих співробітників висувати нові ідеї, що стануть корисними для компанії, а за це матеріально нагороджувати, пропонувати грошову доплату. Однак, це має бути введено «в звичку» на підприємстві, підтримуватися регулярно, аби спонукати працівників робити внесок у розвиток компанії [8].

Багато українських підприємств сьогодні використовують лише обмежену кількість елементів системи стимулювання та мотивації професійного розвитку персоналу, загалом ця система знаходиться у незадовільному стані і потребує подальшого вдосконалення [5].

Відсутність стимулів та відчуття визнання можуть призвести до зменшення продуктивності та низького рівня задоволеності працівників. Варто згадати і про нематеріальну мотивацію, аби підняти «живий дух» колег. Наприклад, регулярно вітати колектив та окремих його членів зі святами, проводити «змагання» за звання кращого співробітника компанії. Це зробить робочі будні більш цікавими і підвищить бажання працювати, що у свою чергу позитивно вплине на роботу цілого підприємства та досягнення ним стратегічних цілей.

5. Підтримка співробітників. Керівництво ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» має створити систему підтримки для співробітників, що допоможе їм вирішувати проблеми на роботі та особисті питання, а також зберігати баланс між роботою та особистим життям.

Таким чином, для того, аби удосконалити управління корпоративною культурою ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», дане туристичне підприємство повинне: поліпшувати результати діяльності, використовувати вдосконалені технології, підвищувати стандарти якості, вивчати та контролювати інформаційний простір, здійснювати заходи ефективного контролінгу.

2.2. Обґрунтування запропонованих заходів із удосконалення управління корпоративною культурою туристичного підприємства

Розробка і виконання стратегії для поліпшення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» відіграє важливу роль у зміцненні його позицій на ринку в умовах конкуренції та зовнішніх загроз. Ця стратегія сприяє налагодженню процесів, спрямованих на цілеспрямовані перетворення, зокрема створення сприятливого робочого середовища та покращення комунікації між співробітниками та керівництвом, що позитивно впливає на продуктивність підприємства. Крім того, вона сприяє формуванню сприятливого сприйняття продукції підприємства споживачами, що є вирішальним чинником успішності функціонування ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» в цілому.

Згідно з встановленими стратегічними задачами та визначеною стратегічною позицією виділено основні глобальні цілі стратегії, які сприятимуть удосконаленню управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» (табл. 2.2).

За даними табл. 2,2, слід зазначити, що вказані цілі стратегії допоможуть удосконалити управління корпоративною культурою, та в свою чергу виведуть туристичне підприємство на новий рівень, а це означає збільшення наданих послуг, а отже прибутку.

Таблиця 2.2

Глобальні цілі стратегії вдосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ

№	Цілі	Зміст, підцілі
1.	Поліпшення результатів діяльності	Зростання результативності і прибутковості підрозділів, підвищення доходності, удосконалення структури капіталу та інвестицій підприємств
2.	Розвиток технологій	Оновлення технологічного устаткування, програмного та комп'ютерного забезпечення, запровадження сучасних форм та методів комунікації між працівниками та споживачами, управління персоналом.
3.	Підвищення стандартів якості	Постійне вдосконалення якості власної продукції та якості обслуговування споживачів
4.	Загальний розвиток галузі	Поліпшення стану розвитку галузі у межах національної економіки та іміджу галузі, покращення іміджу України як туристичної країни, завдяки працівникам індустрії туризму
5.	Зменшення протиріч процесу державного регулювання	Постійне налагодження відносин з політичними та урядовими структурами, виконання умов контрактів та фінансового планування, здійснення впливу на законодавчий процес
6.	Вивчення та контроль інформаційного простору	Координація інформаційних процесів учасників ланцюга створення і надання цінностей.
7.	Здійснення заходів ефективного контролінгу	Відстеження та контроль діяльності учасників виконавчого процесу

Джерело: створено автором на основі власного аналізу

Як вже згадувалося у попередньому пункті, ТОВ «КОРАЛ ТРВЕЛ» варто приділити більше уваги впровадженню ІТ у виробничий процес, оскільки це матиме позитивний вплив на мотивацію співробітників та на прибутковість компанії. Розглянемо на прикладі впровадження додатку «Tasker». У першу чергу, він сприятиме оптимізації робочого процесу, що значною мірою вплине на ефективність роботи персоналу. З цим за стосунком працівники не будуть забувати про виконання поставлених задач, оскільки постійно отримуватимуть нагадування. А співробітники, що справлятимуться найшвидше із найбільшою кількістю робочих обов'язків, отримуватимуть грошові бонуси. У середньому, розробка такого мобільного додатку становить 41 000 грн.

Після впровадження такого мобільного додатку в робочий процес, варто регулярно проводити контроль за ефективністю його використання. Це можна визначити за наступною формулою:

Показник використання мобільного додатку (App Adoption Rate) = (Кількість працівників, які використовують додаток / Загальна кількість працівників) * 100%. Очікуваний результат:

$$AAR = \frac{95}{122} \times 100\% = 77,9\%$$

Для полегшення роботи, з метою уникнення непорозумінь, зайвих питань під час робочого процесу, рекомендуємо створити чат-бот у Telegram, де будуть зібрані інструкції та методичні рекомендації для представників кожної посади на підприємстві. У функціонал цього інструменту можна додати окремий розділ з навчання нових працівників, та покращення професійних навичок вже працюючих співробітників, тобто онлайн тренінги. У свою чергу, впровадження такого чату зменшить витрати підприємства на окремих працівників, покликаних навчати персонал. Середня вартість створення чат-боту в Telegram становить 33 000 грн.

Для покращення лояльності споживачів ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» до продукту, а також підвищення впізнаваності бренду, підприємству варто

працювати над соціальними мережами. Окрім пропозицій турів, цінно ділитися подіями в колективі, це свідчить про відкритість компанії перед своїм клієнтом. Для охоплення більшої кількості аудиторії, доречно запуснути таргетовану рекламу в Instagram на тиждень. Станом на травень 2023 року, кількість підписників на офіційній сторінці становила 130 тисяч осіб [29]. Очікувана кількість нової аудиторії – 3 тисячі осіб.

Розрахуємо бюджет на рекламу, враховуючи, що середня ціна за перехід однієї особи на сторінку – 37 грн. (\$1, якщо \$1 = 37 грн.):

$$CPC \times 3\,000 \text{ осіб} = 37 \text{ грн.} \times 3\,000 \text{ осіб} = 111\,000 \text{ грн.}$$

де CPC «cost per click» - кількість переходів на сторінку.

Варто зазначити, що таргетовану рекламу необхідно запускати декілька разів на рік, оптимально 1 раз на 3-4 місяці. Таргетинг підійде також для просування турів, що в свою чергу позитивно вплине на прибуток компанії.

Розрахуємо загальний бюджет на запропоновані заходи (табл. 2.3).

Таблиця 2.3

Кошторис витрат на заходи з удосконалення управління корпоративною культурою на прикладі 2021 року

Стаття витрат	Розрахунок	Сума, грн.
Розробка мобільного додатку «Tasker»	-	41 000
Створення чат-боту в Talegram	-	33 000
Таргетинг в Instagram	111 000 * 4	444 000
Всього	41 000 + 33 000 + 444 000	518 000

Джерело: складено автором

Якщо припустити, що чистий прибуток у 2023 році такий самий як і у 2020 році (Дод. В) = 1200 тис. грн., розрахуємо період окупності таких заходів.

$$PBP = \frac{II}{ACI} = \frac{518\,000 \text{ грн.}}{1\,200\,000 \text{ грн.}} = 0,43 \text{ роки}$$

де PBP «Paybackperiod» - період окупності;

II «Initial investment» - сума витрат;

ACI «Annual cash flow» - щорічні надходження.

Із розрахунків можна зробити висновок, що запропоновані заходи окупляться протягом 4-5 місяців, а отже є вигідними та ефективними.

Упровадження запропонованих заходів щодо удосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» має на меті досягнення наступних результатів:

- Підвищення ефективності роботи компанії шляхом створення сприятливого середовища для працівників та забезпечення високого рівня мотивації.

- Зниження витрат на заміну працівників та навчання нового персоналу,

якщо працівники покидають компанію через незадовільні умови роботи та низький рівень задоволеності.

- Підвищення конкурентоспроможності компанії на ринку туристичних послуг завдяки створенню сильної корпоративної культури, яка привертає клієнтів та талановитих співробітників.

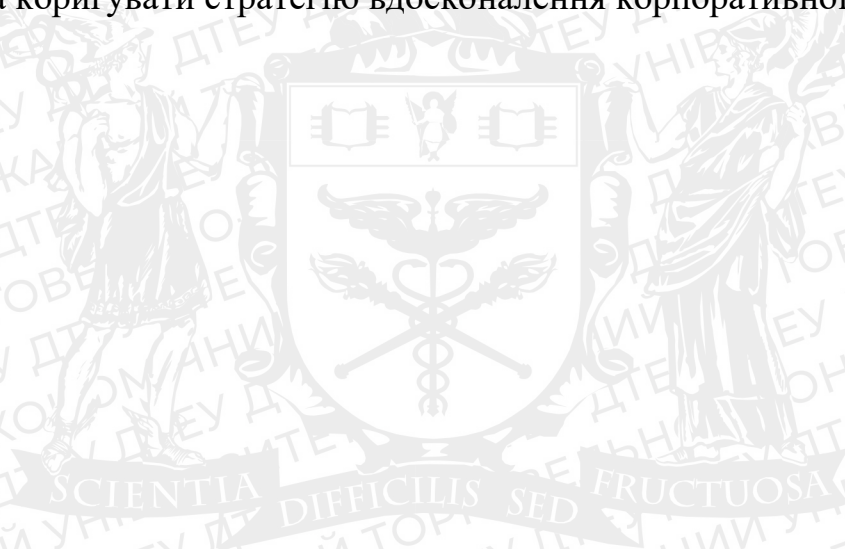
- Зменшення кількості конфліктів на робочому місці та підвищення рівня комунікації між працівниками.

- Підвищення рівня взаємодії та співпраці між різними відділами та підрозділами компанії.

- Збільшення рівня лояльності клієнтів, які отримують від компанії якісні послуги, а також відчують, що компанія піклується про своїх співробітників.

Окрім цього, сформована позитивна корпоративна культурна ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕВЛ» покращить його репутацію. Впровадження запропонованих заходів допоможе підприємству створити позитивний імідж в очах споживачів та партнерів. Це дозволить підприємству привернути більше клієнтів та відкривати нові ринки збуту.

Таким чином, упровадження запропонованих заходів з удосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві може мати позитивний вплив на роботу підприємства та допомогти досягнути поставлених цілей. Важливо проводити аналіз ефективності впроваджених заходів та коригувати стратегію вдосконалення корпоративної культури.



ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

За результатами досліджень випускної кваліфікаційної роботи на тему «Управління корпоративною культурою туристичного підприємства» на базі ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», можна зробити наступні висновки, що містять відповіді на поставлені завдання:

1. Узагальнено теоретично-методичні основи корпоративної культури в туристичному бізнесі та проаналізовано результативність управління корпоративною культурою в середовищі туристичного підприємства.

Корпоративна культура туристичного підприємства є комплексною системою цінностей, яка відображає його унікальну ідентичність і спрямована на досягнення конкурентної переваги на ринку туристичних послуг, задоволення потреб споживачів у високоякісному сервісі та забезпечення прибуткової діяльності.

Корпоративна культура є фундаментальною концепцією сучасного менеджменту компаній, оскільки забезпечує конкурентні переваги та досягнення стратегічних цілей.

ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» - це туристичне підприємство, що займається діяльністю туристичних операторів. пропонує найкращі курорти та готелі в 28 країнах світу. Кількість працюючих понад 4500 осіб. Дане туристичне підприємство є досить конкурентоспроможним з перспективними можливостями та має більше сильних, аніж слабких сторін.

Характерною ознакою нинішнього ринку праці є послаблення спеціалізації: все більшого значення набуває оволодіння суміжними професіями, знаннями, здібностями, зокрема вміння розумітися на законах і правилах юриспруденції, володіння іноземними мовами, стандартизованим програмним забезпеченням. Тож на своєму професіональному шляху кожен спеціаліст туристичного підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» повинен постійно підвищувати кваліфікаційний рівень і розширювати коло своїх

інтересів, над чим і працює компанія. Для співробітників широкий вибір навчальних тренінгів, які передбачають покращення професійних навичок.

У цілому корпоративна культура ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» базується на кількох принципах, таких як професійність, інновації, довіра та відкритість. Підприємство вкладає значну кількість зусиль в підвищення кваліфікації своїх співробітників та проводить різноманітні заходи з метою покращення ефективності управління корпоративною культурою.

Проте нині існують деякі загрози для розвитку корпоративної культури досліджуваного підприємства: зміна умов ринку, зростання конкуренції, кризові ситуації, політичні конфлікти тощо.

2. Запропонували та обґрунтували програму заходів із удосконалення управління корпоративною культурою на туристичному підприємстві.

Для того, аби підвищити ефективність управління корпоративною культурою ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», дане туристичне підприємство повинно поліпшувати результати діяльності, вдосконалювати технології та використовувати їх у своїй діяльності, розвивати туристичну галузь в цілому, підвищувати стандарти якості, періодично вивчати та контролювати інформаційний простір, здійснювати заходи ефективного контролінгу. Не менш важливим для підприємства є мотивація власного персоналу та вивчення його потреб і запитів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апостолук О. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства в підвищенні його конкурентоспроможності / Апостолук О. // Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, 2016. № 2. С. 68-73. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/echcenu_2016_2_14 (дата звернення 05.04.2023)
2. Балика О.Г. Стратегічне управління корпоративною культурою / Балика О. Г. // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі: Економічні науки. 2011. № 4 (49). С. 195–200.
3. Гончарова О. М. Реінжиніринг бізнес-процесів як спосіб підвищення ефективності управління / О. М. Гончарова. // Ефективна економіка. - 2012. - № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2012_2_27 (дата звернення 05.04.2023)
4. Іванов Ю.Д. Теоретичні основи конкурентної стратегії підприємства: Монографія. – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 284 с.
5. Інформаційні системи в управлінні персоналом : навч. посібн. / В.С. Пономаренко, І.В. Журавльова, І.Л. Латишева. – Харків : Видво ХНЕУ, 2008. – 336 с.
6. Ілляшенко С. М. Роль іміджу у забезпеченні сталого розвитку промислових підприємств. Сталий розвиток - ХХІ століття: управління, технології, моделі. // Ілляшенко С. М., Колодка А. В. Дискусії 2016 : колективна 118 монографія / за ред. Є.В. Хлобистова. Черкаси : Чебаненко Ю., 2016. 522-535 с.
7. Кицак Т.Г. Формування корпоративної культури в процесі розвитку соціально-трудових відносин на підприємстві. Автореф. дис. кандидата екон. наук. /Київський національний університет ім. Т. Шевченка. –Київ, 2008. –20с.
8. Корпоративна культура організації: навчально-методичний посібник / Юрченко В.В., Мельник Ю.В., Богданова Н.В. URL: <http://www.centre-kiev.kiev.ua/bib/files/nmm/5.pdf>.
9. Котова Н. І. Вплив корпоративної культури на мотивацію ефективної діяльності працівників підприємств / Н. І. Котова // Управління економікою:

- теорія та практика. - 2013.- С. 270-281 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ue_2013_2013_21 (дата звернення 04.04.2023)
10. Кравченко О. Корпоративна культура, як стратегічна конкурентна перевага на підприємстві / О. Кравченко, В. Никифорова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – Т. 1, № 3.
11. Лозовський О. М. Формування іміджу підприємства як елементу конкурентоспроможності / О. М. Лозовський, І. В. Дрончак // Молодий вчений. - 2016. - № 1(1). - С. 101-104. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_1%281%29_25 (дата звернення 10.02.2023)
12. Менеджмент: навчальний посібник / О.В. Рудінська, С.А. Яроміч, І.О. Молоткова - Київ: Ельга Ніка-Центр, 2002р. – 335с.
13. Мельник П. І. Корпоративна культура як чинник успішності компанії / П. І. Мельник, М. І. Зелена // Причорноморські економічні студії. - 2016. - Вип.4. - С. 67-70. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2016_4_16 (дата звернення 10.02.2023)
14. Нагара М. Корпоративна культура та стратегічний розвиток туристичного підприємства : іманентний взаємозв'язок [Текст] / Нагара М. // Економічний і соціальний розвиток України в XXI столітті : національна візія та виклики в глобалізації : зб. тез доп. XII Міжнар. наук.- практ. конф. молодих вчених [м. Тернопіль, 26-27 берез. 2015 р.] / редкол. : Л. П. Амбрик, В. А. Валігура, О. М. Войтенко, С. М. Галещук [та ін.] ; відп. за вип. Т. Я. Маршалок. - Тернопіль : ТНЕУ, 2015. - С. 101-102
15. Новосад М.Г. Корпоративна культура підприємств в контексті сучасних європейських стандартах / М.Г. Новосад – 2013 р. URL: <http://lib.pu.if.ua> (дата звернення 10.02.2023)
16. Основи менеджменту: навчальний посіб. / Т.Г. Дудар, Р.В. Волошин. – Т.: Економічна думка, 2019, – 146 с.
17. Соловйова Р.П., Беляєв Є.Ю. "Корпоративна культура" / Корпоративна культура XXI століття: 36 наукових праць / Під заг. ред. Г.Л. Хаєта.

Краматорськ, ДДМА, 2005 -100 с.

18. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства / О. В. Тарасова. // Економіка харчової промисловості. – 2013. – №3. – С. 28-32.

19. Химич І. Г. Імідж як важливий показник діяльності підприємства у сучасних умовах розвитку корпоративної культури. Економіка та держава. 2009. № 9. С. 59–61.

20. Чернишова А. О. Деякі аспекти корпоративної культури організації / А. О. Чернишова, Т. А. Немченко. // Наукові праці КНТУ. – 2010. – №17. – С.78

21. Filipova M. K.

Interactionbetweenmanagementstyleandcorporatecultureintourism -

Tourism&ManagementStudies, 2013 URL:

<https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743875017.pdf>(дата звернення 10.02.2023)

22. Cameron, Kim S. Diagnosingandchangingorganizationalculture : basedonthecompetingvaluesframework / . Kim S. Cameron, Robert E. Quinn – 288 с. URL: https://www.researchgate.net/profile/Tahani_Fourah/pdf

23. Karloff B. BusinessStrategy (a GuidetoConceptsandModels) / B. Karloff. - London: PalgraveMacmillan UK, 1989. -166 с

24.KochR. TheFinancialTimesGuidetoManagementandFinance: An A-Z ofTools, TermsandTechniques - FinancialTimes, 1994 – 161 с.

25. Національний рейтинг туристичних компаній України 2022. ЕЛІТА УКРАЇНИ. URL: <https://www.elitukraine.com/nacionalnii-reiting-turisticheskikh-kompanii-ukrain/?lang=ua&sort=experts>(дата звернення 10.02.2023)

26. Рейтинг туроператорів України 2020. URL:<https://joinuplviv.com/rejtyng-turoperatoriv-sezon-lito-2020/>(дата звернення 10.02.2023)

27. Сайт підприємства ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ». URL: <http://club.coraltravel.ua/about/>

28. Сайт Юконтроль. Відомості про ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ». URL: https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/35649894/

29. Сторінка ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ» на платформі Instagram URL:

<https://instagram.com/coraltravelukraine?igshid=ODkwYmMyNzQ1NA==>

30. TheofficialsiteofManagementStudyGuide (2015),

«CharlesHandyModelofOrganizationCulture» URL:

<https://www.managementstudyguide.com/charles-handy-model.htm>



ДОДАТКИ**Додаток А****ЗАТВЕРДЖЕНО**

Установчими зборами учасників

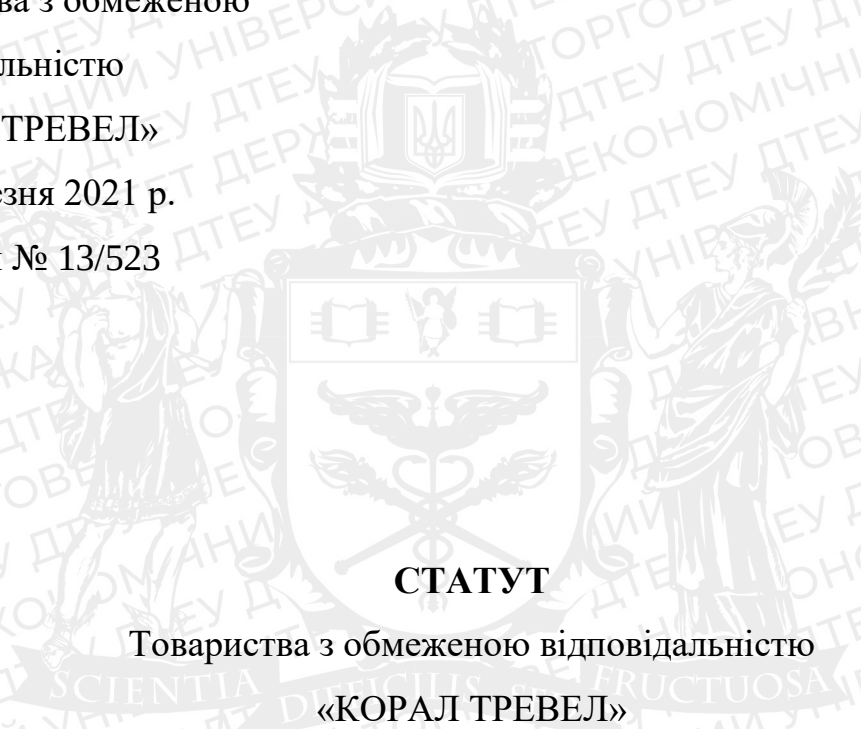
Товариства з обмеженою

відповідальністю

«КОРАЛ ТРЕВЕЛ»

«02» березня 2021 р.

Протокол № 13/523

**СТАТУТ**

Товариства з обмеженою відповідальністю

«КОРАЛ ТРЕВЕЛ»

(нова редакція)

1. Цей статут визначає порядок діяльності, перетворення та ліквідації **ТОВАРИСТВА З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»**, товариство здійснює свою діяльність відповідно до чинного законодавства України.

Стаття 1. Створення Товариства

1.1. **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»** (далі за текстом «Товариство») створюється відповідно до рішення Загальних Зборів Учасників, оформленого Протоколом № 13 від «02» березня 2021р.

Стаття 2. Учасники Товариства

2.1. Учасником Товариства є:

1. АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ОТІ ХОЛДІНГ АНОНІМ ШІРКЕТІ"

Адреса засновника: Туреччина, буд. Сафір № 203, поверх 8, КВ.105, просп. Джумхуріет, район Шішлі, Харбіє, місто Стамбул

Розмір внеску до статутного фонду: 1000000,00 грн

Частка (%): 100 %

Стаття 3. Найменування і місцезнаходження Товариства

3.1. Найменування. Товариство матиме повне та скорочене найменування українською, російською та англійською мовами:

3.1.1. Повне найменування Товариства українською мовою: **ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»** Скорочене найменування українською мовою: **ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»**.

3.1.2. Повне найменування англійською мовою: **LIMITED LIABILITY COMPANY «CORAL TRAVEL»**. Скорочене найменування англійською мовою: **«CORAL TRAVEL» LLC**.

3.1.3. Повне та скорочене найменування Товариства, як разом, так і кожне окремо, становлять собою комерційне найменування Товариства, права на яке охороняються законодавством України.

Місцезнаходження Товариства: Україна, 01054 м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 24.

Стаття 4. Правовий статус Товариства

4.1. Товариство є юридичною особою за законодавством України та набуває права юридичної особи з часу його державної реєстрації.

4.2. Товариство має право від свого імені укладати договори, набувати майнові та особисті немайнові права, бути позивачем і відповідачем в господарському суді, судах загальної юрисдикції, третейському суді, самостійно здійснювати експортні та імпорتنі операції, необхідні для його господарської діяльності.

4.3. Товариство має самостійний баланс, власні основну і оборотні засоби, поточні та валютні рахунки в банківських установах, круглу печатку Товариства зі своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, інші печатки, кутовий та інші штампи зі своїм найменуванням та ідентифікаційним кодом, знак для товарів і послуг.

4.4. Товариство може створювати філії представництва на території України, а також на території інших країн. Представництва та філії не є юридичними особами, діють від імені Товариства на підставі Положень про них.

4.5. Статут Товариства розроблено у відповідності до Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю», Цивільного кодексу України, Господарського кодексу України та інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до цих законодавчих актів, чинних на території України, а також на основі підприємницької ініціативи Учасників.

4.9. Товариство не відповідає за зобов'язаннями своїх Учасників

79.90 Надання інших послуг бронювання та пов'язана з цим діяльність

Джерело [28]

Додаток Б



Рис. Б.1. Організаційна структура управління ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ», м. Київ

Джерело [28]

Додаток В

Додаток 1

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25

«Спрощена фінансова звітність»

(пункт 5 розділу 1)

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство Товариство з обмеженою відповідальністю «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»
м. КИЇВ

Територія _____

Організаційно-правова
форма господарювання Товариство з обмеженою відповідальністю

Діяльність туристичних операторів
Вид економічної діяльності _____

Середня кількість
працівників, осіб 1 4440

Адреса, Україна, 01054 м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 24.
телефон 0669384905

Одиниця виміру: тис. грн. з одним десятковим знаком

за ЄДРПОУ

за КОАТУУ

за КОПФГ

за КВЕД

КОДИ		
22019	00	00
	1	1
35649894		
800000000000		
240		
79.12		

1. Баланс на 31.12. 18 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1180100

6

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	120	90
первісна вартість	1001	420	420
накопичена амортизація	1002	300	330
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	800	800
первісна вартість	1011	2700	3000
знос	1012	1900	2200
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	110	110
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-

Відсрочені податкові вктиви	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	1030	1000
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	15	20
Поточні біолгічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	8900	8600
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	-
З бюджетом	1135	40	10
У тому числі з податку на прибутку	1136	30	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	210000	290000
Гроші та їх еквіваленти	1165	40000	49000
Витрати майбутніх періодів	1170	60	20
Інші оборотні активи	1190	35	20
Усього за розділом II	1195	259080	347670
Баланс	1300	260110	348670

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			-
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	35	35
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-24000	-22000
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	23965	21965
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відсрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
товари, роботи, послуги	1615	88000	78000
розрахунками з бюджетом	1620	270	380
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	140
розрахунками зі страхування	1625	-	-

розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Поточні забезпечення	1660	900	1200
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1500	1900
Усього за розділом III	1695	90670	81620
Баланс	1900	66705	59655

Степченко Юліана Олександрівна
Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Степченко Юліана Олександрівна
Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2. Звіт про фінансові результати За Рік 2018 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1180100

6

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	30000	19000
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	16000	-
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий: Прибуток	2090	14000	19000
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	770	90
Адміністративні витрати	2130	12000	8900
Витрати на збут	2150	35	8600
Інші операційні витрати	2180	900	3100
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	470	-
Збиток	2195	-	880

Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	1600	900
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Фінансовий результат до оподаткування: Прибуток	2290	2100	110
Збиток	2295	-	-
Податок на прибуток	2300	440000	25000
Прибуток (збиток) ві припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1700	90
Збиток	2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1700	90

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	760	570
Витрати на оплату праці	2505	15000	10000
Відрахування на соціальні заходи	2510	3300	2300
Амортизація	2515	370	300
Інші операційні витрати	2520	10000	6800
Разом	2550	29430	19970

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Прокопенко Тетяна Петрівна

Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Савченко Людмила Михайлівна

Головний бухгалтер

Джерело [28]

(підпис)

(ініціали, прізвище)

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
«Спрощена фінансова звітність»
(пункт 5 розділу 1)

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія	м. КИЇВ		22020 00 00 1 1
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за ЄДРПОУ	35649894
Діяльність туристичних операторів		за КОАТУУ	800000000000
Вид економічної діяльності		за КОПФГ	240
		за КВЕД	79.12
Середня кількість працівників, осіб	4441		
Адреса, Україна, 01054 м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 24. телефон	0669384905		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком		

1.Баланс на 31.12. 19 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1180100
6

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	
I. Необоротні активи			
Нематеріальні активи	1000	90	250
первісна вартість	1001	420	700
накопичена амортизація	1002	330	450
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	800	1000
первісна вартість	1011	3000	3300
знос	1012	2200	2300
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	110	100
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відсрочені податкові втрати	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-

Усього за розділом I	1095	1000	1350
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	20	20
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	8600	10000
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	-	1300
З бюджетом	1135	10	10
У тому числі з податку на прибутку	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	290000	560000
Гроші та їх еквіваленти	1165	49000	100000
Витрати майбутніх періодів	1170	20	35
Інші оборотні активи	1190	20	40
Усього за розділом II	1195	347670	671405
Баланс	1300	348670	672755

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	35	35
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-22000	-21000
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	21965	20965
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
товари, роботи, послуги	1615	78000	1100
розрахунками з бюджетом	1620	380	690
у тому числі з податку на прибуток	1621	140	55
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Поточні забезпечення	1660	1200	1600

Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1900	-
Усього за розділом III	1695	81620	3445
Баланс	1900	59655	24410

Прокопенко Тетяна Петрівна <https://youcontrol.com.ua/ru/check-individuals/default/search-c/?q=%D0%A1%D0%A2%D0%95%D0%9F%D0%A7%D0%95%D0%9D%D0%9A%D0%9E+%D0%AE%D0%9B%D0%86%D0%90%D0%9D%D0%90+%D0%9E%D0%9B%D0%95%D0%9A%D0%A1%D0%90%D0%9D%D0%94%D0%A0%D0%86%D0%92%D0%9D%D0%90>

Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Савченко Людмила Михайлівна
Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2.Звіт про фінансові результати За Рік 2019 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1180100

6

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	39000	30000
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	25000	16000
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий: Прибуток	2090	14000	14000
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	510	770
Адміністративні витрати	2130	17000	12000
Витрати на збут	2150	10	35
Інші операційні витрати	2180	1400	900

Фінансовий результат від операційної діяльності: Прибуток	2190	-	470
Збиток	2195	4600	-
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-
Інші фінансові доходи	2220	6100	1600
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Фінансовий результат до оподаткування: Прибуток	2290	1500	2100
Збиток	2295	-	-
Податок на прибуток	2300	320000	44000
Прибуток (збиток) ві припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат: Прибуток	2350	1200	1700
Збиток	2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Дооцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Дооцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1200	1700

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	790	760
Витрати на оплату праці	2505	21000	15000
Відрахування на соціальні заходи	2510	4600	3300
Амортизація	2515	540	370
Інші операційні витрати	2520	17000	10000
Разом	2550	43930	29430

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Прокопенко Тетяна Петрівна

Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Савченко Людмила Михайлівна

Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Джерело [28]

до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
«Спрощена фінансова звітність»
(пункт 5 розділу 1)

Підприємство	Товариство з обмеженою відповідальністю «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»	Дата (рік, місяць, число)	КОДИ
Територія	м. КИЇВ	за ЄДРПОУ	22021 00 00 1 1
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	35649894
Діяльність туристичних операторів		за КОПФГ	800000000000
Вид економічної діяльності		за КВЕД	240
Середня кількість працівників, осіб	4448		79.12
Адреса, Україна, 01054 м. Київ, вул. Бульварно-Кудрявська, буд. 24. телефон	0669384905		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком		

1.Баланс на 31.12. 20 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД 1180100
6

Актив	Код рядка	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду
1	2	4	
I. Необоротні активи	1000	250	78
Нематеріальні активи			
первісна вартість	1001	700	701
накопичена амортизація	1002	450	623
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	88
Основні засоби	1010	1000	788
первісна вартість	1011	3300	3431
знос	1012	2300	2643
Інвестиційна нерухомість	1015	-	-
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції: які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств	1030	100	100
Інші фінансові інвестиції	1035	-	-
Довгострокова дебіторська заборгованість	1040	-	-
Відсрочені податкові витрати	1045	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-

Усього за розділом I	1095	1350	1054
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	20	33
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	10000	14542
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	1130	1300	1413
З бюджетом	1135	10	100
У тому числі з податку на прибутку	1136	-	83
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	560000	615197
Гроші та їх еквіваленти	1165	100000	81975
Витрати майбутніх періодів	1170	35	108
Інші оборотні активи	1190	40	55
Усього за розділом II	1195	671405	713425
Баланс	1300	672755	714479

Пасив	Код рядка	На початок звітнього періоду	На кінець звітнього періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	35	35
Капітал у дооцінках	1405	-	-
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	-21000	-20246
Неоплачений капітал	1425	-	-
Вилучений капітал	1430	-	-
Усього за розділом I	1495	20965	20211
II. Довгострокові зобов'язання і забезпечення			
Відстрочені податкові зобов'язання	1500	-	-
Довгострокові кредити банків	1510	-	-
Інші довгострокові зобов'язання	1515	-	-
Довгострокові забезпечення	1520	-	-
Цільове фінансування	1525	-	-
Усього за розділом II	1595	-	-
III. Поточні зобов'язання і забезпечення			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
товари, роботи, послуги	1615	1100	1440
розрахунками з бюджетом	1620	690	901
у тому числі з податку на прибуток	1621	55	-
розрахунками зі страхування	1625	-	8
розрахунками з оплати праці	1630	-	79
Поточні забезпечення	1660	1600	459
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-

Інші поточні зобов'язання	1690	-	-
Усього за розділом III	1695	3445	2887
Баланс	1900	24410	23098

Степченко Юліана Олександрівна
Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Савченко Людмила Михайлівна
Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

2.Звіт про фінансові результати

За Рік 2020 р.

Форма № 1-м Код за ДКУД

1180100

6

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	45887	39000
Чисті зароблені страхові премії	2010	-	-
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	27525	25000
Чисті понесені збитки за страховими виплатами	2070	-	-
Валовий: Прибуток	2090	18359	14000
Збиток	2095	-	-
Інші операційні доходи	2120	1765	510
Адміністративні витрати	2130	21164	17000
Витрати на збут	2150	-	10
Інші операційні витрати	2180	1183	1400
Фінансовий результат від операційної діяльності: Прибуток	2190	-	-
Збиток	2195	2223	4600
Дохід від участі в капіталі	2200	-	-

Інші фінансові доходи	2220	2268	6100
Інші доходи	2240	-	-
Фінансові витрати	2250	-	-
Втрати від участі в капіталі	2255	-	-
Інші витрати	2270	-	-
Фінансовий результат до оподаткування: Прибуток	2290	45	1500
Збиток	2295	-	-
Податок на прибуток	2300	320000	8
Прибуток (збиток) ві припиненої діяльності після оподаткування	2305	-	-
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	1200	37
Збиток	2355	-	-

II. Сукупний дохід

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Деоцінка (уцінка) необоротних активів	2400	-	-
Деоцінка (уцінка) фінансових інструментів	2405	-	-
Накопичені курсові різниці	2410	-	-
Частка іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств	2415	-	-
Інший сукупний дохід	2445	-	-
Інший сукупний дохід до оподаткування	2450	-	-
Податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом	2455	-	-
Інший сукупний дохід після оподаткування	2460	-	-
Сукупний дохід (сума рядків 2350, 2355 та 2460)	2465	1200	37

Джерело [28]

III. Елементи операційних витрат

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Матеріальні затрати	2500	652	790
Витрати на оплату праці	2505	24752	21000
Відрахування на соціальні заходи	2510	5287	4600
Амортизація	2515	769	540
Інші операційні витрати	2520	18412	17000
Разом	2550	49872	43930

IV. Розрахунок показників прибутковості акцій

Назва статті	Код рядка	За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Середньорічна кількість простих акцій	2600	-	-
Скоригована середньорічна кількість простих акцій	2605	-	-
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2610	-	-
Скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію	2615	-	-
Дивіденди на одну просту акцію	2650	-	-

Степченко Юліана Олександрівна
Керівник

(підпис)

(ініціали, прізвище)

Савченко Людмила Михайлівна
Головний бухгалтер

(підпис)

(ініціали, прізвище)

ПРО КОМПАНІЮ

ФРАНЧАЙЗИНГ

НОВИНИ

Компанія цілою увагою приділяє своїм відносинам перед суспільством в цілому – місцевим благодійним акціям компанії спрямовані на підтримку малозабезпечених та нужденних верств населення. Компанія надає допомогу дитячим будинкам, тісно взаємодіє з різними благодійними фондами, приділяючи особливу увагу дітям-сиротам і ветеранам.

Цінності і принципи

Абсолютна прозорість і повага до звичаїв і традицій країни, де здійснюється діяльність компанії.

- ✓ Співробітники компанії – це не тільки невід'ємна і найважливіша частина бізнес-процесу, а й члени великої дружної родини CORAL TRAVEL.
- ✓ Відносини з партнерами будуються на довгостроковій взаємовигідній основі. Саме тому всі партнери компанії є її вірними друзями.
- ✓ Конкуренція на ринку є для компанії CORAL TRAVEL природним стимулом для подальшого розвитку.
- ✓ У CORAL TRAVEL поважають думку партнерів і конкурентів, неупереджено ставляться до критики і завжди відкриті для співпраці.
- ✓ Участь в благодійності і в соціальному житті країни є обов'язковим для компанії.
- ✓ Компанія прагне до того, щоб кожен турист був задоволений відпочинком під маркою CORAL TRAVEL.
- ✓ CORAL TRAVEL всіляко сприяє подальшому розвитку туристичного споживчого ринку, розуміючи, що успішний розвиток компанії можливий тільки при поступальному русі вперед всієї туристичної галузі.

Складові успіху

Головними складовими успіху CORAL TRAVEL були і залишаються гнучкість політики компанії, сприйнятливість до

Активация Windows
Чтобы активировать Windows, перейдите в раздел "Параметры".

Джерело [28]