

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Інститут (факультет) готельно-ресторанного та туристичного бізнесу
Кафедра туристичного та готельного бізнесу**

«До захисту в ЕК»

В.о. декана факультету

_____ Цирульнікова В. В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2021 р.

«До захисту допущено»

В. о. завідувача кафедри

_____ Мельник І. Л.
(підпис) (прізвище та ініціали)

« ___ » _____ 2021 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності _____ 242 «Туризм»
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної програми _____ «Туризм»

на тему: «Управління безпекою в організаціях сфери туризму»

Виконав: здобувач 5 курсу, групи ЗТУ-5-2

_____ Синяк Анастасія Костянтинівна
(прізвище, ім'я, по батькові повністю) (підпис)

Керівник _____ Сологуб Юрій Іванович
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) (підпис)

Рецензент _____ Шаран Л. О.
(прізвище та ініціали) (підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній роботі немає запозичень із праць інших авторів без відповідних посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ – 2021 р.

РЕЗЮМЕ

на кваліфікаційну роботу

Синяк Анастасії Костянтинівни

на тему:

«Управління безпекою в організаціях сфери туризму»

Дипломна робота складається з – 103 сторінки. Кількість розділів – 4, рисунків – 6, таблиць – 29, додатків – 7.

Об’єктом дослідження є туристичне підприємство ТОВ «Поїхали з нами».

Предметом кваліфікаційної роботи є система управління безпекою в діяльності туристичного підприємства.

Метою кваліфікаційної роботи полягає в аналізі особливостей управління безпекою підприємств і організацій туристичної сфери.

У I розділі досліджено теоретичні основи управління безпекою в організації. Визначено роль управління безпекою в організації, особливості управління безпекою в організаціях сфери туризму, розглянуто зарубіжний та вітчизняний досвід управління безпекою в організаціях сфери туризму.

У II розділі здійснена оцінка процесу управління безпекою туристичного підприємства ТОВ «Поїхали з нами», дана загальна характеристика туристичного підприємства, проаналізоване внутрішнє та зовнішнє середовища, конкурентні позиції туристичного підприємства.

У III розділі визначені напрями удосконалення управління безпекою підприємства, розроблено пропозиції щодо вдосконалення системи управління безпекою на туристичному підприємстві «Поїхали з нами».

У IV розділі виконаний аналіз технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на підприємстві, проведена оцінка Інтернет-контенту ТОВ «Поїхали з нами», надані пропозиції по удосконаленню інформаційної діяльності туристичного підприємства.

Ключові слова: туризм, безпека, загрози, управління безпекою.

ЗМІСТ

| | |
|---|-----|
| ВСТУП | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ | 8 |
| 1.1. Значення і роль управління безпекою в організації | 8 |
| 1.2. Управління безпекою в організаціях сфери туризму | 16 |
| 1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід управління безпекою в організаціях сфери туризму..... | 27 |
| Висновки до розділу 1 | 37 |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПОЇХАЛИ З НАМИ» | 38 |
| 2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичного підприємства «Поїхали з нами»..... | 38 |
| 2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства «Поїхали з нами» | 41 |
| 2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції туристичного підприємства «Поїхали з нами»..... | 52 |
| Висновки до розділу 2..... | 63 |
| РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПОЇХАЛИ З НАМИ» | 65 |
| 3.1. Аналіз організації управління безпекою на туристичному підприємстві «Поїхали з нами»..... | 65 |
| 3.2. Пропозиції щодо вдосконалення системи управління безпекою на туристичному підприємстві «Поїхали з нами»..... | 68 |
| 3.3. Соціально-економічна оцінка ефективності запропонованих заходів | 78 |
| Висновки до розділу 3 | 84 |
| РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»..... | 86 |
| 4.1 Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на туристичному підприємстві «Поїхали з нами» | 86 |
| 4.2 Аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства «Поїхали з нами» | 89 |
| 4.3 Пропозиції щодо використання інформаційних технологій в діяльності туристичного підприємства «Поїхали з нами» | 95 |
| Висновки до розділу 4 | 98 |
| ВИСНОВКИ..... | 100 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 104 |
| ДОДАТКИ..... | 112 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. З огляду на зростаючу популярність туризму вельми актуальною стала проблема його безпеки. Безпека є комплексом взаємообумовлених факторів і явищ, що виникають при взаємодії трьох основних агентів туризму - території з її індивідуальним набором і співвідношенням умов і ресурсів, осіб, що ініціюють розвиток туризму на даній території (власників території і туроператорів), і, власне, туристів.

При цьому в сучасній індустрії туризму поки відсутня універсальна концепція безпеки. Дана концепція обов'язково повинна включати і характеризувати двоїсту природу пасивного і активного туризму.

З точки зору пасивного туризму безпека зводиться до ряду позицій - в основному юридичних і економічних, з яких складається відповідальність фірм - розробників турів, або продавців (посередників). І безпека туризму розуміється як відповідність реально наданих послуг державним і міжнародним стандартам з одного боку і пропонованим (заявленим, рекламованим) послуг з іншого.

В активному туризмі безпека, як правило, розглядається спрощено, в основному у вигляді «техніки безпеки» - зводу найпростіших (зазвичай - забороняючих) правил поведінки на маршруті, що враховують в основному зовнішні фактори небезпеки і найбільш типові, до межі усереднені, зміни навколишнього оточення.

В цілому, проблема безпеки в її двоякій сутності (мається на увазі пасивний і активний туризм, безпека туристів та внутрішньо-фірмова), поки недостатньо вивчені в основному через її масштабність, а щодо активного туризму - в наслідок штучного спрощення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти проблем безпеки в туризмі стали об'єктом дослідження в роботах А. Антопольського, А. Бахура, І. Вовчака, Є. Жильцова, П. Згуровського, В. Іноземцева, В. Копилова, В.

Кушерця, Н. Макарової, А. П'ятибратова, В. Рубанова, Р.Цвилева, А. Чухна, Я. Шрайберга, А. Яновського та інших.

Об'єктом дослідження є туристичне підприємство ТОВ «Поїхали з нами».

Предмет дослідження – система управління безпекою в діяльності туристичного підприємства.

Мета та завдання дослідження. Мета роботи полягає в аналізі особливостей управління безпекою підприємств і організацій туристичної сфери.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути поняття безпеки та її роль у бізнесі;
- виявити вимоги з безпеки, що пред'являються до туристичних підприємств;
- провести комплексний аналіз діяльності досліджуваного підприємства;
- проаналізувати управління безпекою в системі управління туристичним підприємством;
- розробити систему заходів щодо вдосконалення системи безпеки на туристичному підприємстві.

Методи дослідження. У ході дослідження використано такі методи наукового пізнання: логіко-структурний підхід, методи аналізу та синтезу.

Інформаційною базою дослідження слугували матеріали спеціалізованих періодичних та монографічних видань, що висвітлюють різні аспекти організації системи безпеки на підприємствах сфери туризму.

Практична значимість полягає в можливості використання результатів проведеного дослідження при розробці системи безпеки на підприємствах туристичної сфери.

Структурно дипломна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Робота викладена на 103 аркушах друкованого тексту, містить 29 таблиць, 6 рисунків, 7 додатків. Список використаних джерел нараховує 80 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ В ОРГАНІЗАЦІЇ

1.1. Значення і роль управління безпекою в організації

Створенню служби безпеки підприємства зазвичай передують дві події: або це гостре бажання керівників підприємства відреагувати на раптово виниклі реальні загрози майну, фізичної розправи з персоналом тощо, або це заснований на результатах дослідження висновок про незадовільний стан безпеки підприємства. У першому випадку створена поспішно служба безпеки здатна в деякій мірі відобразити загрози і надалі реагувати на їх появу за принципом "загроза - відображення". Справа змінюється істотно при реалізації другого варіанту. Після детального вивчення стану безпеки підприємства, із залученням фахівців, якщо їх немає на підприємстві, у його керівників з'явиться реальне уявлення про систему безпеки підприємства.

Таке системне уявлення дозволяє усвідомлено і цілеспрямовано проводити роботу щодо забезпечення безпеки підприємницької діяльності і самого підприємства усіма його підрозділами і співробітниками. При цьому провідна роль служби безпеки не зникає, навпаки, розуміння своєї ролі і місця в системі безпеки підприємства призведе тільки до позитивних результатів.

Слід, однак, підкреслити, що до теперішнього часу немає єдиного підходу до визначення поняття "система безпеки підприємства". Щоб дати таке визначення, необхідно попередньо виявити елементи цієї системи. Вивчення наукової літератури та практики дозволяють прийти до висновку, що структурними елементами системи безпеки підприємства є наукова теорія безпеки, політика і стратегія безпеки, засоби та методи забезпечення безпеки і, нарешті, концепція безпеки підприємства [18, с.32].

Сукупність перерахованих вище елементів становить систему безпеки

підприємства.

Сутність безпеки, як видається, пов'язана з поняттями "розвиток" і "стійкість". У зв'язку з цим під безпекою слід розуміти стан об'єкта (в нашому випадку - підприємства) у системі його зв'язків з точки зору здатності до стійкості (самовиживання) і розвитку в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, дій непередбачуваних і важко прогнозованих факторів. Відштовхуючись від цього поняття, визначимо такі функції безпеки: виявлення, попередження, зниження, ослаблення, нейтралізація, припинення, локалізація, відображення і усунення загроз.

Під загрозою безпеки підприємства слід розуміти потенційно або реально можлива подія, дія, процес або явище, яке здатне порушити його стійкість і розвиток або привести до зупинки його діяльності. Загрозу можна класифікувати за різними підставами і виміряти їх в кількісних параметрах. Наприклад, можливий збиток оцінюється числом загиблих людей, які втратили (ухудшивших) здоров'я, грошовій сумі економічних втрат тощо. За ступенем ймовірності загроза оцінюється як неймовірна, малоймовірна, ймовірна, вельми вірогідна і цілком ймовірна. За ступенем розвитку загроза проходить чотири етапи: виникнення (зародження), експансія, стабілізація і ліквідація. Віддаленість загрози в часі визначається як безпосередня, близька (до 1 року) і далека (понад 1 року), а віддаленість в просторі - територія підприємства, прилегла до підприємства територія, територія регіону, територія країни, зарубіжна територія. Темпи наростання загрози вимірюються по місяцях, кварталах, роках. Напруженість загрози відбивається в двох вимірах: а) нормальна, підвищена, близька до межі (поріг), надлишкова; б) зростання, стабільність або зниження. Крім цього, загрози поділяються за своєю природою їх виникнення на два класи:

1) природні (об'єктивні), тобто викликані стихійними природними явищами, що не залежать від людини (повені, землетруси, урагани і т. п.);

2) штучні (суб'єктивні), тобто викликані діяльністю людини ненавмисні

(ненавмисні) і навмисні (навмисні) загрози.

Розрізняють також економічні, соціальні, правові, організаційні, інформаційні, екологічні, технічні та кримінальні загрози [24].

Під об'єктом безпеки підприємства слід розуміти ступінь стійкості і розвитку підприємства, його здатність протистояти загрозам. В об'єкті безпеки підприємства можна виділити:

- різні структурні підрозділи або групи співробітників або власники акцій підприємства;
- ресурси підприємства (інформаційні, кадрові, матеріально-технічні, інформаційні, інтелектуальні і фінансові);
- різні види діяльності (управлінська, виробнича, постачальна).

Метою забезпечення безпеки підприємства є комплексний вплив на потенційні і реальні загрози, що дозволяє йому успішно функціонувати в нестабільних умовах зовнішнього і внутрішнього середовища.

Досягнення цієї мети вимагає реалізації наступних завдань:

- виявлення загроз для стабільності і розвитку підприємства і вироблення заходів по їх протидії;
- забезпечення захисту технологічних процесів;
- реалізація заходів протидії всіх видів шпигунства (промислового, науково-технічного, економічного);
- своєчасне інформування керівництва підприємства про факти порушення законодавства з боку державних і муніципальних органів, комерційних і некомерційних організацій, які зачіпають інтереси підприємства;
- попередження переманювання співробітників підприємства, що володіють конфіденційною інформацією;
- всебічне вивчення ділових партнерів;
- своєчасне виявлення і адекватне реагування на дезінформаційні заходи;
- розробка і вдосконалення локальних правових актів, спрямованих на

забезпечення безпеки підприємства;

- реалізація заходів щодо захисту комерційної та іншої інформації;
- організація заходів з протидії недобросовісної конкуренції;
- забезпечення захисту всіх видів ресурсів підприємства;
- реалізація заходів щодо захисту інтелектуальної власності;
- організація і проведення заходів щодо запобігання надзвичайним ситуаціям;
- виявлення негативних тенденцій серед персоналу підприємства, інформування про них керівництва підприємства і розробка відповідних рекомендацій;
- організація взаємодії з правоохоронними та контролюючими органами з метою попередження і припинення правопорушень, спрямованих проти інтересів підприємства;
- розробка і реалізація заходів щодо попередження загроз фізичній безпеці майну підприємства і його персоналу;
- відшкодування матеріальної та моральної шкоди, завданої підприємству в результаті неправомірних дій організацій і окремих фізичних осіб [11].

Система безпеки підприємства може бути побудована на основі наступних принципів:

1) *Пріоритет заходів попередження.* Зміст цього принципу передбачає своєчасне виявлення тенденцій і передумов, що сприяють розвитку загроз, на основі аналізу яких виробляються відповідні профілактичні заходи щодо недопущення виникнення реальних загроз.

2) *Законність.* Заходи безпеки підприємства розробляються на основі і в рамках чинних правових актів. Локальні правові акти підприємства не повинні суперечити законам і підзаконним актам.

3) *Комплексне використання сил і засобів.* Для забезпечення безпеки використовуються всі наявні в розпорядженні підприємства сили та засоби. Кожен

співробітник повинен в рамках своєї компетенції брати участь у забезпеченні безпеки підприємства. Організаційною формою комплексного використання сил і засобів є програма забезпечення безпеки підприємства [6].

4) *Координація і взаємодія всередині і поза підприємством.* Заходи протидії загрозам здійснюються на основі взаємодії та скоординованості зусиль всіх підрозділів, служб підприємства, а також встановлення необхідних контактів із зовнішніми організаціями, здатними надати необхідне сприяння в забезпеченні безпеки підприємства. Організувати координацію і взаємодію всередині і поза підприємством може комітет безпеки підприємства.

5) *Поєднання гласності з конспірацією.* Доведення до відома персоналу підприємства та громадськості в допустимих межах заходів безпеки виконує найважливішу роль - запобігання потенційних і реальних загроз. Така гласність, однак, повинна неодмінно доповнюватися в виправданих випадках заходами конспіративного характеру.

6) *Компетентність.* Співробітники та групи співробітників повинні вирішувати питання забезпечення безпеки на професійному рівні, а в необхідних випадках спеціалізуватися по основним його напрямкам.

7) *Економічна доцільність.* Вартість фінансових витрат на забезпечення безпеки не повинна перевищувати той оптимальний рівень, при якому втрачається економічний сенс їх застосування.

8) *Планова основа діяльності.* Діяльність із забезпечення безпеки повинна будуватися на основі комплексної програми забезпечення безпеки підприємства, підпрограм забезпечення безпеки по основним його видам (економічна, науково-технічна, екологічна, технологічна) і розробляються для їх виконання планів роботи підрозділів підприємства та окремих співробітників. захист безпеку загроза

9) *Системність.* Цей принцип передбачає врахування всіх факторів, що впливають на безпеку підприємства, включення в діяльність щодо його

забезпечення всіх співробітників підрозділів, використання в цій діяльності всіх сил і засобів.

Система безпеки підприємства включає в себе ряд наступних підсистем:

Економічна безпека- стан найбільш ефективного використання всіх видів ресурсів з метою запобігання (нейтралізації, ліквідації) загроз і забезпечення стабільного функціонування підприємства в умовах ринкової економіки [12].

Техногенна безпека- сукупність дій по забезпеченню проектування, будівництва і експлуатації складних технічних пристроїв з дотриманням необхідних вимог безаварійної їх роботи.

Екологічна безпека- стан захищеності життєво важливих інтересів персоналу підприємства і його майна від потенційних або реальних загроз, що створюються наслідками антропогенного впливу на навколишнє середовище, а також від стихійних лих і катастроф.

Інформаційна безпека- це здатність персоналу підприємства забезпечити захист інформаційних ресурсів і потоків від загроз несанкціонованого доступу до них).

Психологічна безпека- стан захищеності від негативних психологічних впливів персоналу підприємства та інших осіб, залучених до її діяльності.

Фізична безпека- стан захищеності життя і здоров'я окремих осіб (груп, всіх осіб) підприємства від насильницьких злочинів.

Науково-технічна безпека- здатність персоналу підприємства забезпечити захист власної цінної науково-технічної продукції від недобросовісних конкурентів.

Пожежна безпека- стан об'єктів підприємства, при якому заходи попередження пожеж та протипожежного захисту відповідають нормативним вимогам.

Слід зазначити, що вищевказані підсистеми другого рівня можуть включати в себе підсистеми третього рівня. Наприклад, підсистемами економічної безпеки

можуть бути фінансова, комерційна, майнова і ін. підсистеми безпеки.

Крім цього, самі підсистеми не розділені між собою непрохідною кордоном, оскільки вони настільки взаємопов'язані один з одним, що в органічній єдності утворюють єдину систему безпеки підприємства. Поділ же єдиної системи безпеки підприємства на підсистеми другого і третього рівня проводиться з методичних міркувань, оскільки це дозволяє більш детально вивчити всі його елементи.

Надійність і ефективність системи безпеки підприємства оцінюється на основі одного критерію - ступеня відсутності або наявності завданої йому матеріальної та моральної шкоди [22, с. 56].

Зміст цього критерію розкривається через ряд показників:

- 1) недопущення фактів витоку (розголошення) конфіденційних відомостей;
- 2) попередження або припинення протиправних дій з боку персоналу підприємства, його відвідувачів, клієнтів;
- 3) збереження майна та інтелектуальної власності підприємства;
- 4) попередження надзвичайних ситуацій;
- 5) припинення насильницьких злочинів щодо окремих (спеціально виділених) співробітників і груп працівників підприємства;
- 6) своєчасне виявлення і припинення спроб несанкціонованого проникнення на охоронювані об'єкти підприємства.

Принципи забезпечення безпеки. Французький філософ Гельвецій, що жив у XVIII столітті, писав: «Знання деяких принципов легко компенсує незнання деяких фактів» («Про розум»).

Принципи (Лат. Principium - початок, основа) забезпечення безпеки за ознакою їх реалізації умовно діляться на 4 класи: орієнтовні, технічні, управлінські, організаційні.

Орієнтовні принципи є основоположенням ідеї, що визначають напрями пошуку безпечних рішень і службовці методологічною та інформаційною базою. До них відносяться принципи системності, деструкції, ліквідації та зниження

небезпечності, інформації, класифікації, нормування, заміни оператора.

Технічні принципи спрямовані на безпосереднє запобігання-обертання дії небезпечних факторів, вони засновані на використанні фізичних законів. До них відносяться принципи захисту екранування, міцності, слабкої ланки, недоступність, блокування, герметизації, компресії, вакуумування, дублювання та ін.

Управлінськими називають принципи, що визначають взаємозв'язок і відношення між окремими стадіями та етапами процесу забезпечення безпеки. До них відносяться принципи плановості, контролю, управління, зворотного зв'язку, ефективності, підбору кадрів, відповідальності, стимулювання.

Організаційні принципи реалізують становища наукової організації праці. До них відносяться принципи ергономіки, раціональної організації праці, компенсації, несумісності та ін.

Принципи забезпечення безпеки утворюють систему, в той же час кожен принцип має відносну самостійність. Залежно від конкретних умов одні й ті ж принципи реалізуються по-різному.

Методи забезпечення безпеки. метод -це шлях, спосіб досягнення мети, що виходить із знань загальних закономірностей. Забезпечення безпеки досягається трьома основними методами: Метод А варто в просторовому або часовому поділі гомо- і ноксосфери.

Гомосфера - простір (робоча зона), де знаходиться людина в процесі даної діяльності.

Ноксосфера - простір, в якому постійно існують чи періодично виникають небезпеки.

Метод А повинен забезпечувати неможливість суміщення гомосфери і ноксосфери. Це досягається засобами дистанційного керування, автоматизації, роботизації, організації та ін.

Метод Б складається в нормалізації ноксосфери шляхом виключення

небезпек. Це сукупність заходів, що захищають людину від шуму, газу, пилу, небезпеки травмування та ін.

Метод В включає прийоми і засоби, спрямовані на адаптацію людини до відповідного середовища і підвищення його захищеності. Цей метод реалізує можливості профвідбору, навчання, психологічного впливу, засобів індивідуального захисту та ін. В реальних умовах реалізується комбінація названих методів.

Засоби забезпечення безпеки. Засоби забезпечення безпеки поділяються на засоби колективного (ЗКЗ) та індивідуального захисту (ЗІЗ). У свою чергу ЗКЗ та ЗІЗ поділяються на групи в залежності від характеру небезпек, конструктивного виконання, застосування тощо [51].

Засоби забезпечення безпеки - це конструктивне, організаційні, матеріальне втілення, конкретна реалізація принципів і методів.

Принципи, методи, засоби - це логічні етапи забезпечення безпеки. Вибір їх залежить від конкретних умов діяльності, рівня небезпеки, вартості та інших критеріїв.

1.2. Управління безпекою в організаціях сфери туризму

Залежно від масштабів туристської діяльності можна виділити три рівні менеджменту безпеки:

1. Міжнародний рівень (міждержавний).
2. Державний (державно-галузевий).
3. Оперативно-виробничий.

Менеджмент безпеки туризму на міждержавному рівні здійснюється шляхом формування та реалізації міжнародної політики щодо забезпечення безпеки туризму та зниження ризиків при подорожах. Така політика формується на представницьких, міжнародних і міжурядових або міжпарламентських нарадах,

що проводяться під егідою СОТ і ВООЗ.

Менеджмент безпеки на державно-галузевому рівні здійснюється шляхом формування та реалізації державної політики і державної програми з безпеки туризму, а так само формування відповідної законодавчої бази. У цій роботі беруть участь парламент різні міністерства, причому координуючу роль тут повинна виконувати національна туристична адміністрація [Officeo Turisto Administratum].

Оперативно-виробничий менеджмент здійснюється по відношенню до конкретного туристського підприємства, шляхом планування і організації робіт зі створення комплексної системи безпеки туристів і працівників, майна, фінансових коштів, інформації [14].

Виробничий рівень менеджменту безпеки.

На даному рівні менеджменту керуючий підсистемою (суб'єктом управління) є керівник туристського підприємства, керівний персонал служби безпеки, очолювані заступником генерального директора з безпеки або заступником по режиму; керованої підсистемою (об'єктом управління) є персонал підприємства (в першу чергу виконавчий персонал служби безпеки, озброєна охорона) технічні засоби забезпечення безпеки підприємства.

Загрозами для туристського підприємства, здатного завдати йому реальний збиток можуть бути як зовнішній події або явища, так і внутрішні.

До зовнішніх загроз, на які неможливо вплинути керівництву турпідприємства ставляться політичні, економічні, природні, кліматичні, екологічні, а так само всі загрози, пов'язані з неблагополучної зовнішньою інфраструктурою турпідприємства.

До внутрішніх загроз відносяться погана матеріальна база і інфраструктура турпідприємства, фінансово-економічні, кадрові, правові (юридичні), інформаційні та інші загрози.

Якщо та чи інша загроза відсутня або зведена до мінімуму, то вона не

представляє небезпеки для об'єкта і не може заподіяти їй шкоду. Якщо всі перераховані зовнішні загрози не становлять небезпеки, то можна говорити про безпеку турпідприємства з боку зовнішнього середовища і компонентами безпеки будуть політична, економічна, екологічна, кліматична, природна, кліматична і інфраструктурна складові. Аналогічно, якщо всі перераховані внутрішні загрози несуттєві, то ми говоримо про безпеку турпідприємства з внутрішньої сторони. І компонентами цієї безпеки будуть хороша матеріальна база, якісна внутрішня інфраструктур турпідприємства, гарне фінансово-економічне положення, юридична та інформаційна захищеність, кадрова надійність і інші складові.

Основний стан і зміст матеріальної бази і внутрішньої інфраструктури, досконалість і надійність функціонування технічних систем є необхідними складовими безпеки обслуговування туристів. Всі технічні засоби життєзабезпечення туриста туристського підприємства повинні працювати надійно і якісно, зручно забезпечуючи оптимальний режим комфорту і безпеки, в кращому випадку непомітно для туриста або вони можуть становити суттєву загрозу безпеці турпідприємства. Нестійкий або ненадійний стан турпідприємства становить серйозну загрозу для його безпеки. Стале фінансове становище є компонентою безпеки і економічного комфорту для турфірми. Цьому може сприяти точність і своєчасність розрахунків за послуги, можливість розрахунків через кредитні карти, чіткі правила по чайових доплат, персоналу за послуги, наявність у туристичному підприємстві можливості точної консультації по вартості послуг і товарів в районі.

Характер, якість і організація обслуговування гостей можуть стати вельми істотними гуманітарними і управлінськими загрозами безпеці для туриста і турпідприємства. Тому гуманітарні технології побудовані на принципах безпеки середовища проживання і гостинності [22].

З огляду на спектр вірогідних загроз БТП (безпеки туристичного підприємства), захисту підлягають всі види ресурсів, що залучаються для

досягнення стратегічних цілей туристичного підприємства. Тут слід виділити наступні напрямки безпеки:

- фізичну (об'єктів підприємницької діяльності): забудов, будівель, фінансових ресурсів;
- персональну: особиста безпека підприємця, техніка безпеки, безпека переговорного процесу та ділових відносин;
- юридичну, під якою розуміють грамотне і коректне оформлення порядку, прав та умов здійснення діяльності (реєстраційних документів, статуту, ліцензій, патентів, прав власності на майно, угод, бухгалтерської документації, орендних і контрагентських договорів та ін.);
- інформаційну: захист об'єктів інтелектуальної власності, інформаційних ресурсів та мереж, програмних продуктів, а також та інших нематеріальних активів.

В попередніх дослідженнях щодо питань БТП вчені виявили, що «організаційна культура є надбудовою, що виконує функцію фасилітатора у всіх запитах економічної безпеки безпосередньо або опосередковано, які залежать від людського фактора» [16]. До особливостей організації системи БТП віднесли:

- залежність рівня розвитку економічної безпеки від культури безпеки (складової організаційної культури), що склалася на туристичному підприємстві;
- пряму залежність економічного благополуччя туристичного підприємства від політичної, економічної, соціальної та екологічної ситуації, що формується як в містах постійного мешкання туристів, так і в містах їх (потенційного) відпочинку;
- вплив на якість економічної безпеки кваліфікації, професійної культури та лояльності персоналій туристичного підприємства;
- дисбаланс у пропозиціях послуг з виїзного та в'їзного туризму.

Авторське бачення складових економічної безпеки виходить з того, що вона забезпечується взаємодією трьох сфер діяльності: економічної безпеки,

організаційної культури і конкурентоспроможності підприємства (рис. 1.1), що включають зв'язок зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. З зовнішнього середовища в підприємство надходить потік інформації про позицію підприємства, можливі небезпеки і загрози. З урахуванням цієї інформації будуються бізнес-процеси підприємства на основі використання всіх внутрішніх резервів, що включають можливості організаційної культури щодо стимулювання спільних зусиль колективу відносно стабілізації та поліпшення економічного положення туристичного підприємства, його переходу на більш високий рівень обслуговування.

Запропонована концептуальна схема забезпечення результативності підприємства проявляється в межах ринку туристичних послуг. Вектори критеріїв якості роботи підприємства є носіями даних, вимог і потреб як із зовнішнього середовища, так і з кожної представленої нами категорії.

Слід зазначити, що ефективні туристичні підприємства - це підприємства, здатні вирішувати протиріччя внутрішньої інтеграції і зовнішньої адаптації в процесі забезпечення економічної безпеки. Ефективні підприємства додатково характеризуються адаптивністю - станом, при якому підприємство гнучко реагує на вимоги споживачів туристичних послуг, протистоїть ризикам, вчиться на своїх помилках і здатне до своєчасних змін. Для таких підприємств важливим фактором є здійснення місії: стратегічного розвитку підприємства, виходячи зі сформованого уявлення про його майбутнє. Однак наші дослідження свідчать, що не всі підприємства туризму та гостинності вдало використовують соціальний потенціал наявності впізнаної споживачами місії [8].

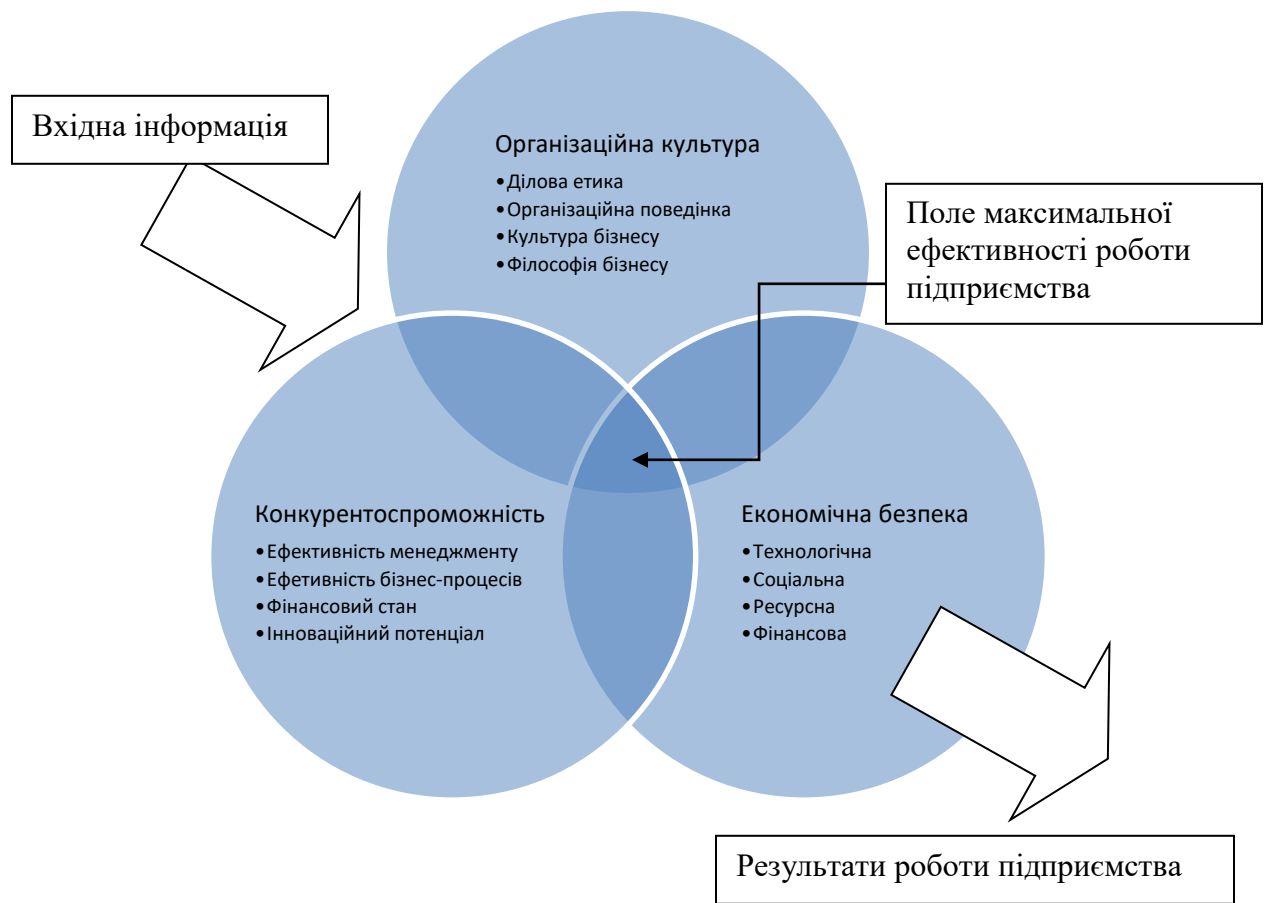


Рис. 1.1. Схема забезпечення ефективності роботи туристичного підприємства

Цілі взаємодії векторів розвитку організаційної культури і підвищення безпеки підприємства зосереджені на забезпеченні і підтримці рівня його конкурентоспроможності. Тож доцільним є виділення циклу явищ - характеристик діяльності підприємства: «організаційна культура - економічна безпека - конкурентоспроможність».

На наш погляд, «економічна безпека» завжди контекстуальна і відноситься до певного підприємства; характеризує здатність останнього (в рамках теорії динамічних здібностей підприємства) до самореалізації в умовах невизначеності і дії деструктивних чинників. При аналізі безпеки в економічній сфері кожне підприємство має розглядатися в трьох вимірах: як об'єкт безпеки, як суб'єкт

забезпечення безпеки (власної та інших утворень), як джерело небезпек. Тому явним звуженням проблеми є зведення безпеки лише до захисту, хоча питання забезпечення БТП досить часто розглядаються без прив'язки до реальної ситуації в країні та особливостей культури ведення бізнесу, що склалася. Таким чином, забезпечення БТП має не тільки зберігати існуючий стан (вдосконалювати певним чином), але і створювати можливості для виходу на новий рівень розвитку. Іншими словами, безпека - не стільки незмінний стан продуктивних сил і виробничих відносин, скільки здатність розвиватися в умовах невизначеності, ризику та конфліктів.

В цілому економічна безпека - це пріоритетна якісна характеристика туристичного підприємства, яка визначає його здатність задовольняти потреби споживачів щодо туристичного продукту, підтримувати умови життєдіяльності населення, що склалася, формувати стале забезпечення його туристичним продуктом.

Як засіб вимірювання БТП, найчастіше використовують поняття «рівень економічної безпеки», під яким розуміють оцінку стану використання його ресурсів [28]. З метою досягнення найвищого рівня економічної безпеки керівництво туристичного підприємства має знати основні функціональні складові процесу надання послуг, з огляду на зовнішні і внутрішні фактори економічної безпеки, що відображені на рис. 1.2.

Результуючі показники економічної безпеки представлені групами (рис. 1.2):

- 1) динаміка відтворюючого процесу;
- 2) фінансова стійкість і безпека;
- 3) стійкість і ефективність організації виробництва та управління;
- 4) ефективність і розвиток інноваційних та інвестиційних процесів;
- 5) стійкість кадрового потенціалу;
- 6) динаміка виробництва і збуту послуги;
- 7) стійкість ресурсного забезпечення та кооперації.

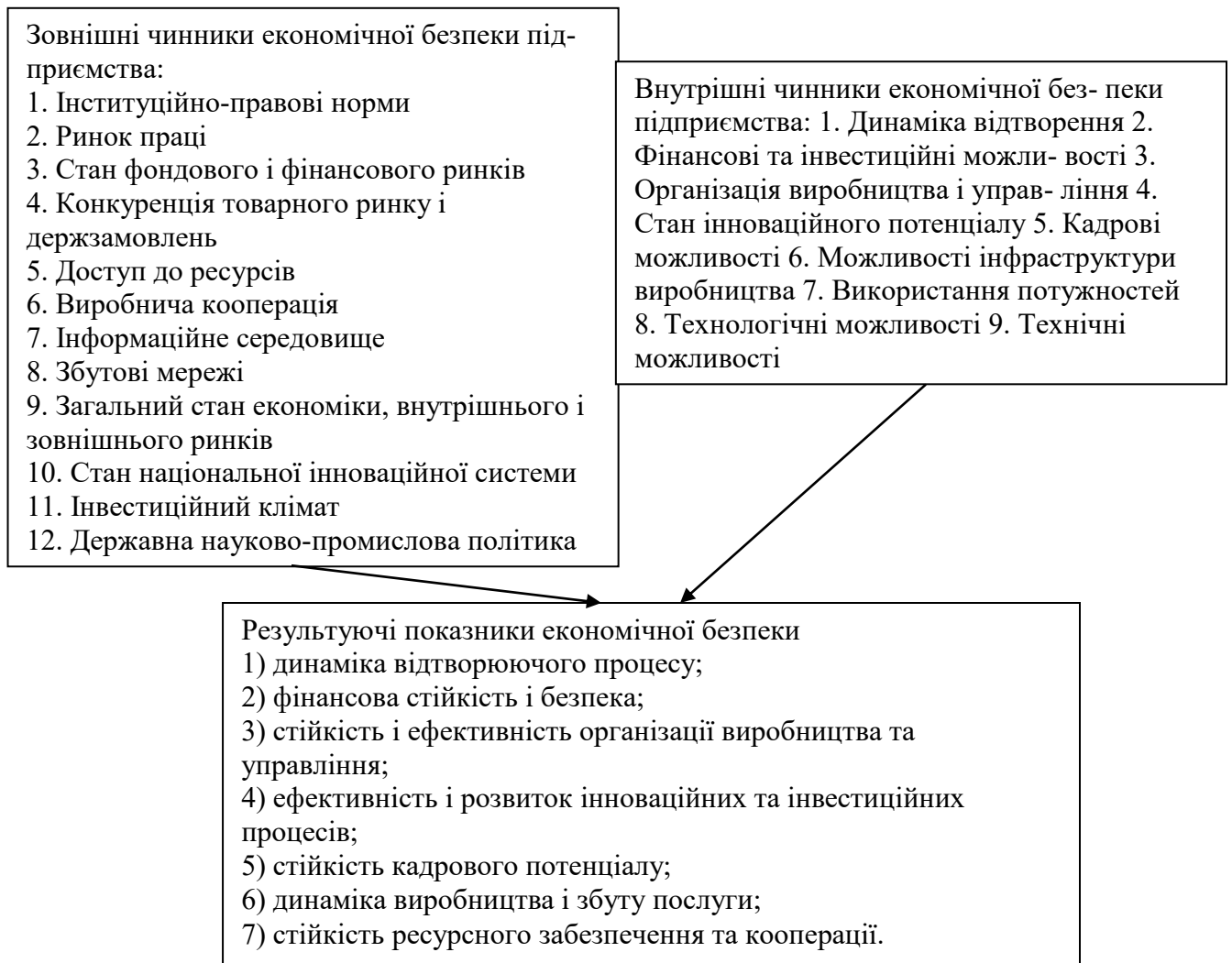


Рис. 1.2. Процесний взаємозв'язок зовнішніх/внутрішніх чинників і
результуючих показників БТП

Добре відомою є група показників, що визначають результати господарської діяльності підприємства, його фінансову стійкість та платоспроможність. Як правило, при аналізі зазначених показників економічної безпеки підприємств туризму та гостинності використовуються стандартні методики, які застосовуються в процесі аналізу фінансової і господарської діяльності організації, в тому числі показники оперативного обліку.

Варто виділити другу групу показників економічної безпеки - показники кадрової статистики, обліку та звітності щодо праці персоналу і заробітної плати.

Неважко уявити, наприклад, що високий рівень плинності працівників і низька заробітна плата наврядчи свідчать про економічну стабільність підприємства. Так, рівень плинності, що перевищує 10 % (якщо бізнес не є зростаючим), з достатнім ступенем вірогідності вказує на існування серйозних проблем, що виникли з вини менеджменту підприємства [22].

Зазначимо, що рівень економічної безпеки доцільно оцінювати на основі визначення консолідованого показника БТП, який є функцією від думок кваліфікованих з питань БТП експертів за ключовими показниками економічної безпеки.

Ключові показники БТП розраховуються, як функція від оцінки збитків БТП та ефективності заходів щодо їх запобігання. Для цього можна використовувати наступний алгоритм функціонального аналізу (9 етапів):

1. Виявлення конструкції негативних ефектів (впливів) за кожною із складових (компонентів) БТП.
2. Поділ негативних ефектів на об'єктивні та суб'єктивні.
3. Формування списку заходів, що були вжиті підприємством на момент проведення оцінки рівня сформованості БТП з метою усунення впливу негативних ефектів.
4. Оцінка вжитих заходів (з точки зору ефективності нейтралізації визначених негативних ефектів за кожною з функціональних складових.
5. Виявлення джерел низької ефективності заходів, що застосовувалися для усунення вже існуючих негативних ефектів і запобігання припустимих. Існують рекомендації, в яких говориться про необхідність визначення відповідальних за незадовільну ефективність реалізації раніше вжитих заходів. Але для туристичних підприємств це не є розумним, тому що плинність кадрів і недостача кваліфікованих менеджерів не дають можливості «призначати» або «переслідувати» працівників, які не зловмисно допускають помилки.
6. Складання переліку гіпотетичних негативних ефектів (до цього списку

включають негативні ефекти, що не ліквідовані і передбачаються в майбутньому проміжку часу).

7. Розробка рекомендацій, які будуть спрямовані на усунення існуючих (раніше виявлених) негативних ефектів і попередження прогнозованих.

8. Оцінка вартості кожного із запропонованих заходів, спрямованих на усунення негативних ефектів.

9. Призначення виконавців, які будуть відповідати за впровадження запропонованих заходів.

Створену послідовність функціонального алгоритму доцільно оформлювати у вигляді «карти функціонального аналізу» БТП.

Оскільки результируючим показником ефективності управління економічною безпекою є динаміка фінансово-господарської діяльності, то мотивація суб'єктів господарської діяльності, їх комунікативні зв'язки, а також інституційні умови самої діяльності, на нашу думку, необхідно розглядати як фактори, що впливають на цю динаміку.

Стан суб'єкта визначають за допомогою конкретного поєднання параметрів його життєдіяльності. Важливою є і достовірна оцінка ступеня безпеки. Суб'єктивна оцінка безпеки не завжди збігається з її існуючим рівнем. Дельта цієї розбіжності залежить від якості інформації про існуючу на ринку туристичних послуг обстановку, від ступеня впливу її трансформацій на стан небезпеки тощо.

В якості альтернативної методики, що забезпечує збіг результатів оцінки рівня економічної безпеки, необхідно назвати аналіз загроз підприємства, оскільки найважливіше завдання, що стоїть перед підприємством і визначає рівень його економічної безпеки, полягає у виявленні повного спектру загроз.

При оцінці фінансового ризику виділяють зони, в яких він різниться з точки зору втрат і їх поповнення:

- безризикову зону, де втрати не очікуються;
- зону допустимого ризику, яка перекривається прибутком;

- зону критичного ризику, що покривається поповненням витрат;
- зону катастрофічного ризику, що покривається всім майном.

Показник ступеня фінансового ризику в загальному вигляді (K_p) визначається співставленням максимально можливого збитку із сумою власних коштів підприємства. При цьому оптимальний ризик при $K_p = 0,3$; ризик банкрутства при $K_p = 0,7$.

Майнові ризики - це ймовірність здійснення загроз, пов'язаних з повною або частковою втратою майна організації. Показниками, що використовуються при оцінці майнового ризику, виступають: норми природного збитку при зберіганні, норми амортизації, страхові тарифи (нетто-ставки).

Комерційні ризики включають ризики, пов'язані з наданням туристичних послуг, неплатоспроможністю покупця, а також ризики, пов'язані з форс-мажорними обставинами.

Оцінити рівень комерційного ризику з достатнім ступенем достовірності можна, якщо використовувати такі показники, як:

- рівень дебіторської і кредиторської заборгованості;
- обсяги надання послуг;
- індекси цін на послуги.

Інформаційні ризики - це ризики, пов'язані з втратою, спотворенням, розкраданням інформації в процесі її отримання, обробки, зберігання чи передачі. Особливо слід відзначити ризики асиметричної інформації, в основі яких лежить специфіка вимог учасників ділових відносин до повноти, своєчасності та достовірності інформації, що передається.

Показниками, що використовуються при оцінці інформаційних ризиків, можуть виступати:

- вартісна оцінка інформації, віднесеної до комерційної таємниці;
- суми витрат, пов'язаних з відновленням втраченої інформації;
- фінансові втрати і недоотриманий прибуток в результаті прийняття

рішення, заснованого на недостовірній інформації.

Кадрові ризики - це ризики, пов'язані з ймовірністю реалізації антропогенних загроз, тобто загроз, що виходять від людей. З огляду на те, що людський фактор опосередковує всі сторони економічних відносин в організації, можна визначити кадрові ризики як комплексні, найважливішими з яких є ризики втрати конфіденційної інформації, комерційні ризики.

Показниками, що використовуються для узагальненої оцінки кадрових ризиків, є рівень плинності персоналу, ступінь лояльності персоналу до адміністрації організації.

Аналіз ризиків туристичного підприємства забезпечує вжиття заходів щодо їх мінімізації і включає оцінку впливу факторів середовища, оцінку ймовірності прояву загроз, оцінку економічного збитку від реалізації загроз. Можливий економічний збиток (величина ризику) визначається множенням шкоди від реалізації конкретної загрози, включаючи втрачену вигоду, і ймовірності реалізації цієї загрози.

Мета аналізу ризику реалізації загроз полягає у виборі оптимального варіанту захисту за критерієм «ефективність/вартість».

Роботи з організації забезпечення та підтримки бажаного рівня економічної безпеки (менеджмент економічної безпеки) передбачають:

- виділення пріоритетних напрямків, визначених на підставі аналізу можливих загроз і ймовірності їх здійснення;
- формування системи ефективного моніторингу бізнес-простору організації;
- розвиток специфічного координуючого стиля управління в умовах, коли прямі вказівки неможливі, а функціональні - неефективні;
- створення координаційно-аналітичних центрів, які будуть забезпечувати підготовку стратегічних рішень вищого керівництва з урахуванням реальної економічної ситуації.

Основними завданнями управління БТП можуть бути названі:

- оцінка ситуації на підприємстві туристичної сфери і поза ним, що здатна вплинути на досягнення соціально-економічних цілей підприємства;
- розробка та підтримання режиму, що забезпечує захист від ризиків реалізації загроз економічній безпеці організації.

Програма управління БТП повинна включати конкретні заходи, згруповані за розділами, підкріплюватися необхідними розрахунками ресурсного забезпечення та системою персоніфікованої відповідальності за виконання заходів.

1.3. Зарубіжний та вітчизняний досвід управління безпекою в організаціях сфери туризму

В економічно розвинених державах світу більше приділяється увага питанням розробки теоретико-прикладних засад розвитку підприємництва, формуванню сприятливого економіко-правового середовища для ведення підприємницької діяльності. Такі фактори вважаються ключовими при забезпеченні соціально-економічної безпеки підприємства як головні чинники її підвищення.

У розвинених країнах розробляються цільові стратегічні планові документи щодо зміцнення соціально-економічної безпеки підприємств, регіонів, галузей. У таких умовах суб'єкти підприємницької діяльності, виконуючи свою вагому соціальну та економічну місії у суспільстві, опиняються у ситуації належного рівня захищеності свого майна та інтересів від впливу чинників зовнішнього середовища.

Усвідомлюючи пряму залежність між сприянням розвитку малого та середнього бізнесу та рівнем соціально-економічної безпеки підприємства, в економічно розвинутих країнах протягом останніх 15 - 20-ти років було знято

більшість адміністративно-законодавчих обмежень, створено сприятливі фінансово-економічні та податкові стимули розвитку підприємництва. Внаслідок впровадження такого комплексу заходів країни Західної Європи та Японія посідають на сучасному етапі розвитку світової економіки провідні позиції за рівнем розвитку бізнесу та показниками економічної безпеки підприємств та високі місця у міжнародних рейтингах за рівнем сприятливості економіко-правового середовища для ведення бізнесу. У зв'язку з цим ці країни є особливо інвестиційно привабливими.

У Німеччині питання забезпечення соціально-економічної безпеки відображені в офіційній доктрині соціального партнерства, щобудується на принципі захисту соціально-економічних інтересів населення. Ключова увага приділяється забезпеченню належного рівня соціально-економічної захищеності населення через диверсифіковану систему соціального страхування. Положення концепції Національної соціально-економічної безпеки (НСЕБ) реалізуються через закони, що регламентують найбільш важливі сфери ринкової діяльності й наділяють державу контрольними функціями.

У внутрішньо-економічному аспекті переслідується мета гарантувати стійкий і стабільний господарський розвиток країни, матеріальне й соціальне благополуччя населення. У зовнішньоекономічному плані головний акцент робиться на розширенні ринків збуту, а також на захисті економіки від впливу з боку іноземних держав за допомогою введення різного роду обмежувальних і заборонних заходів. Однією з найбільш важливих для Німеччини сфер забезпечення НСЕБ є енергетична. З метою постачання країни паливними ресурсами й сировиною, держава проводить політику максимальної диверсифікованості їхніх джерел, прагнучи не допустити залежності в поставках з будь-якої однієї країни або регіону. Істотним елементом забезпечення НСЕБ у Німеччині є збереження й нарощування науково-технічного потенціалу, для чого державою проводиться політика заохочення використання наукомістких

технологій і постійне зростання фінансування НДДКР.

За останні 10 років видатки на НДДКР зросли в Німеччині майже на третину - з 40 до 5349 млрд. євро, що становить близько 2,5% ВВП. Важливим компонентом концепції НСЕБ є активна роль Німеччини в західноєвропейських інтеграційних процесах. У зв'язку з розширенням Європейського Союзу безпосереднє відношення до проблем забезпечення НЕБ Німеччини, як там вважають, має соціально-політична ситуація в країнах Центральної й Східної Європи.

Державні установи, банки, компанії Німеччини, поряд з використанням власних і самостійних детективно-охоронних агентств, активно використовують національні спеціальні служби для рішення пріоритетних економічних проблем шляхом створення сучасних контррозвідкових структур, що виконують функції підрозділів безпеки й охорони.

На сьогоднішній день у США одержують поширення для забезпечення соціально-економічної безпеки підприємств (компаній) програми профілактики й протидії економічним злочинам у взаємодії правоохоронних органів країни із суспільними й приватними охоронними агентствами й детективними бюро. Така форма спільної діяльності поліції з недержавними організаціями стала досить ефективною. Накопичено деякий досвід в організації діяльності в даній області. Відпрацьовано програми з боротьби зі злочинністю, що включають і заходу щодо запобігання широкого кола порушень соціально-економічної безпеки бізнесу, починаючи від зловживань наркотиками й алкоголем на робочих місцях і закінчуючи крадіжками інформації з комп'ютерів фірм і корпорацій. Роста число компаній (фірм) зацікавлених в організації внутрішньої охорони.

Для США характерне прагнення підприємців до мінімізації небажаного розголосу протиправної діяльності підлеглих їм осіб і, таким чином, найменшого підриву репутації фірми. Із цієї причини численні випадки економічних порушень, шахрайства злочинів у комп'ютерній сфері, розкрадань інформації, розслідування

яких проводяться співробітниками комерційних служб безпеки підприємств (компаній), залишаються недосяжними для правоохоронних органів і громадськості.

У Франції питання забезпечення національної соціально-економічної безпеки (НСЕБ) розглядаються в рамках концепції національної оборони (defense nationale), тому замість терміну «економічна безпека» використовується термін «економічна оборона» (defense economique). Основи концепції економічної безпеки були закладені наприкінці 1950-х років із прийняттям закону з питань організації національної оборони. Головною особливістю французької стратегії НСЕБ став розгляд національних підприємств як ключового об'єкта економічної безпеки країни.

У другій половині 1990-х років потрібен був перегляд сформованих підходів до забезпечення НСЕБ, викликаний, по-перше, зростаючою економічною й технологічною залежністю національної економіки, по-друге, інтенсифікацією інтеграційних процесів у Європі, нарешті, появою й повсюдним поширенням нових інформаційних технологій і стрімким розвитком фінансових ринків. У результаті були визначені три напрямки забезпечення економічної безпеки.

По-перше, захист матеріальних і нематеріальних активів французьких підприємств, що включає безпосередньо їхній фізичний захист, захист інтелектуальної власності й забезпечення безпеки інформаційних систем, якими користуються національні компанії.

По-друге, контроль за стратегічною уразливістю країни, у тому числі моніторинг тих областей, де національні підприємства помітно поступаються іноземним конкурентам.

По-третє, запобігання економічним кризам, викликаних порушеннями у функціонуванні основних інфраструктур, що обслуговують економіку країни: енергетичної, транспортної, фінансово-банківської, телекомунікаційної тощо. Крім того, у новій стратегії особливо виділяються загрози НСЕБ, викликані

недостачею й несвоєчасним одержанням французькими підприємствами необхідної економічної інформації, що сприяє більш об'єктивному й оперативному прийняттю правильних рішень при роботі у високо конкурентному ринковому середовищі. Для сприяння зростання конкурентоспроможності французьких підприємств ред іноземними компаніями держава бере на себе завдання надання їм більш точної, повної й достовірної економічної інформації.

Для контролю за станом соціально-економічної безпеки у Франції створено дворівневу систему.

I рівень - при Міністерстві економіки, фінансів і промисловості створене спеціальне управління, до компетенції якого входять питання, що стосуються координації роботи із забезпечення соціально-економічної безпеки, у тому числі організація захисту промислової, транспортної, фінансової й телекомунікаційної інфраструктур країни, збір і обробка даних про стан економіки, забезпечення доступу французьких підприємств до актуальної й своєчасної економічної інформації.

II рівень - на регіональному рівні робота із забезпечення соціально-економічної безпеки ведеться через управління, створення при територіальних відділеннях казначейства із залученням митних служб.

В Італії, Іспанії й Великобританії при відсутності офіційно сформульованої концепції НСЕБ практично вся державна політика орієнтована на захист національних економічних інтересів. У цих країнах створено ефективну систему забезпечення національної економічної безпеки. Її основу становлять розвинена законодавчо-нормативна база, відповідальність і чітке розмежування компетенції органів державної влади, наявність на кожному етапі розвитку законодавчо затвердженої програми економічних пріоритетів, наявність спеціальних державних служб контролю.

Однією з важливих складових політики захисту національних економічних інтересів в Іспанії став закон «Про вдосконалювання й захист національної

промисловості», у якому визначено галузі економіки, що мають національний пріоритет і підпадають під політику протекціоністських заходів держави (митні тарифи, правило «купуй національне», встановлене для державних підприємств, чітка система залучення іноземних технологій). На різних етапах розвитку країни затверджувалися у вигляді законів програми пріоритетів, відповідно до яких регулювалися процедури стимулювання інвестицій, створювалися гнучкі захисні бар'єри, які знижувалися або повністю зникали у потрібних напрямках. В Іспанії також діяв закон про іноземні інвестиції, у якому було визначено сфери, куди іноземний капітал практично не допускався (оборонні об'єкти, засоби масової інформації), сектори економіки з обмеженим доступом іноземного капіталу (туризм, банківська сфера, стратегічні галузі) і відкриті галузі (виробництво продовольчих і споживчих товарів, зокрема автомобільна промисловість).

У сучасних умовах успішне функціонування й економічний розвиток українських підприємств сфери туризму та гостинності багато в чому залежить від удосконалення їх діяльності саме в галузі забезпечення економічної безпеки. Серед першорядних факторів, що здійснюють негативний вплив на безпеку діяльності туристичних підприємств в Україні, можна виокремити:

- активну участь представників державної влади і господарського управління в комерційній діяльності;
- використання для тиску на конкурентів кримінальних структур;
- слабку дієвість законів, покликаних протидіяти недобросовісній конкуренції;
- дефіцит повної, об'єктивної, своєчасної інформації про суб'єктів підприємницької діяльності та про їх фінансовий стан;
- застосування нелегітимних, технічних і оперативних методів з метою отримання потрібної інформації про конкурентів;
- низький рівень професійної культури у підприємницькому середовищі.

З розвитком в Україні ринкових відносин проблема БТП, тобто відбиття

загроз і зведення на нівець ризиків, виходить на 1-й план. Основою для цього виступають: нерозвиненість ринку туристичних послуг, відсутність нормативного забезпечення з оцінки та охорони інтелектуальної власності, відсутність професійної-підприємницької культури та культури ведення бізнесу у бізнесменів. Велику роль тут виконують супутні фактори: нестабільність податкового законодавства і його фіскальний характер, ІТ-революція, розмиті ціннісні орієнтири громадян - все це потребує залучення значних ресурсів для протидії «інформаційному піратству». Масова поява «підприємств-метеликів» є суттєвою проблемою з точки зору довіри споживача до інших гравців туристичного ринку. Не можна відокремити й таку проблему, що є характерною для туристичних підприємств України, як деформовані соціально-трудова відносини (ухилення роботодавців і працівників від сплати податків й нарахувань на заробітну плату, гендерна сегрегація праці, дефіцит кваліфікованих працівників, висока інтенсивність трудового процесу тощо), що безпосередньо впливають на рівень безпеки як країни в цілому, так і кожного підприємства зокрема.

Досвід показує, що служби безпеки часто є неспроможними забезпечити необхідний захист економічних інтересів підприємств туризму та гостинності. Це судження відштовхується від наступних причин: економічна безпека - специфічний, багатосторонній напрям менеджменту, в коло «інтересів» якого потрапляють всі ресурси підприємства, що вимагає уваги всіх підрозділів; психологічні і функціональні відносини працівників виходять на перший план, зіткнення їхніх економіко-соціальних інтересів є важливим наслідком взаємовідносин, тому акцент робиться на психолого-організаційних аспектах економічної безпеки, що є сферою кадрових служб; вивчення впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища комплексно не проводиться, а натомість передбачається вивчення позицій підприємства на ринку, внаслідок чого виявляється парадокс інформаційної асиметрії, коли бізнес-відносини з партнерами носять непередбачений у стратегічних планах характер.

Вищеназвані фактори дозволяють стверджувати, що проблема БТП стає самою пріоритетною в низці питань, з якими стикаються підприємства туризму та гостинності в Україні. Успішна система БТП залежить від культури підходу до проблеми, яка передбачає участь різних служб з метою раннього попередження небезпеки, контролю ситуації. Складовими системи БТП є:

- аналіз і оцінка загроз;
- планування заходів з локалізації загроз;
- здійснення заходів з протидії загрозам.

Забезпечити БТП можна завдяки заходам, системі організації їх виконання та контролю, які сприяють досягненню найвищих значень рівня БТП.

Алгоритм процесу забезпечення БТП включає наступні етапи:

- стратегічне планування і прогнозування ЕБТБ;
- стратегічне планування фінансово-господарської діяльності;
- поточне планування ЕБТБ;
- аналіз рівня ЕБТБ.

У контексті цього питання зазначимо, що фінансово-економічні та політичні кризи здійснюють, як правило, негативний вплив на потенціал підприємств туризму та гостинності: скорочуються інвестиції в розвиток національного туристичного продукту, не забезпечується належна динаміка розвитку, підприємство втрачає частку ринку, а отже прибуток, погіршується фінансово-економічний стан підприємства, звільнюються найбільш кваліфіковані співробітники. У режимі перманентного функціонування туристичне підприємство при вирішенні завдань власної економічної безпеки першочогову увагу спрямовує на підтримку необхідного та достатнього для конкретного споживача рівня надання туристичних послуг, на запобігання фінансового, матеріального і/або психологічного збитку, недопущення неконтрольованого доступу до значимої (з точки зору бізнес-процесів) інформації і нищення комп'ютерних (будь-яких інших) баз даних, а також на протидію несумлінній

конкуренції і злочинним проявам.

Руйнування потенціалу туристичного підприємства представляє найбільшу небезпеку для його розвитку у кризові періоди. Адже саме «потенціал» є головним і необхідним чинником для життєдіяльності туристичного підприємства та реалізації його потенційних можливостей. Але існуючі в поточний момент умови господарювання такі, що не дозволяють забезпечити відтворення потенціалу. Ресурси для цього туристичне підприємство може отримати лише завдяки результатам своєї діяльності або позиковим коштам. Дані інвестиційні ресурси у періоди нестабільності для підприємства, що працює у сфері туризму, як правило є перекритими. Прикладом може бути приватне підприємство «Султан Тур», що отримало чергову ліцензію на діяльність №АВ 428037 від 11.07.2008 За роки роботи (на ринку туристичних послуг з 2006 р.) зарекомендувало себе як надійний бізнес-партнер, але зіткнувшись із труднощами (борги перед кредиторами, зниження купівельної спроможності населення, відсутність зацікавленості останніх у запропонованих турах, порушення економічної стабільності в державі), влітку 2016 року підприємство було несподівано (для споживачів, партнерів, кредиторів і частки співробітників) закрито, не виконавши договору з сотнями клієнтів. Заходи щодо забезпечення зберігання інформації на підприємстві туризму та гостинності різняться за масштабами, вузлами докладання, та формами і залежать від фінансових, управлінських та інших можливостей підприємства, від якості, кількості та інтенсивності бізнес-процесів. Але вибір заходів здійснюється, виходячи із принципу адекватності, шляхом дотримання у плануванні принципу «золотої середини», оскільки занадто уважне ставлення до «ексклюзивності» власних бізнес-процесів або недбайливе ставлення до їх збереження (захисту) може спровокувати втрату частки прибутку або привести до збитків.

Висновки до розділу 1

В інтересах стабільного функціонування будь-якої організації, підприємці повинні в тих чи інших обсягах займатися забезпеченням безпеки і розвивати її.

Не переймаючись дотриманням елементарних заходів безпеки, організація може опинитися на межі банкрутства або піддатися промислового шпигунства.

Безпека організації передбачає, що в ній також повинні бути продумані певні заходи щодо зниження втрат, що викликаються діями перевіряючих структур, наприклад в рамках оперативно-розшукової діяльності уповноважених структур, яка також може закінчитися для підприємця непоправними втратами.

Потреба в безпеці притаманна будь-якій системі, у тому числі й підприємству. Безпека є однією з найважливіших умов функціонування підприємства. Серед численних досліджень безпеки найпоширенішим сьогодні є дослідження економічної безпеки підприємства.

Структура функціональних складових соціально-економічної безпеки підприємства: а) фінансова складова; б) інтелектуальна і кадрова складова; в) техніко-технологічна складова; г) політико-правова складова; д) екологічна складова; є) інформаційна складова; ж) силова складова.

Кожна з перерахованих функціональних складових соціально-економічної безпеки підприємства характеризується власним змістом, набором функціональних критеріїв і способами забезпечення.

У сучасних умовах успішне функціонування й економічний розвиток українських підприємств сфери туризму та гостинності багато в чому залежить від удосконалення їх діяльності саме в галузі забезпечення економічної безпеки.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ПОЇХАЛИ З НАМИ»

2.1. Організаційно-економічна характеристика туристичного підприємства «Поїхали з нами»

Загальна інформація про туристичне підприємство

Повна назва – ТОВ «Поїхали з нами».

Організаційна форма - Товариство з обмеженою відповідальністю.

ЄДРПОУ 04790306.

Номер і дата видачі ліцензії №349008 від 22.06.94.

Адреса фірми:

Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2.

Телефон 050 333 53 13, 0442 372940, 372978 372940, 372978.

Факс 353260.

Форма оподаткування На загальних підставах.

ПІН (код платника ПДВ) 047903023012.

ЄДРПОУ 04790306.

Номер і дата видачі свідоцтва платника ПДВ №32051140 Від 03.10.1994.

МФО 354013.

Назва банку ЧФ АКБ «Укрсоцбанк» м. Київ.

Розрахунковий рахунок 2600230011247[64].

Міжнародна компанія «Поїхали з нами» є однією з провідних туристичних компаній. «Поїхали з нами» заснована в 1994 році, Олександром Сінігібським, Олександром Буртиним (Росія) і Левентом Айдином (Туреччина). Генеральний директор компанії - Володимир Каганер.

Сьогодні в його асортименті двадцять напрямків: Туреччина (з 1994 року),

Таїланд (з 1997 року), Єгипет (з 1999 року), Іспанія (з 2003 року), Куба і Домінікана (з 2004 року), Мальдіви і Шрі-Ланка (з 2007 року), Греція (з 2015 року), Австрія і Андорра (з 2009 року), ОАЕ, Бразилія, Болгарія, Хорватія, Чорногорія, Італія, Китай, Мексика, Україна.

У всіх країнах клієнтів компанії обслуговують власні приймаючі офіси Поїхали з нами. Їх робота будується за одним принципом - служба бронювання підтверджує місця в готелях, операційний відділ забезпечує трансфери і екскурсійне обслуговування, а співробітники відділу guest relation допомагають клієнтам відчувати себе як вдома. Це дозволяє Поїхали з нами робити відпочинок туристів якісним і комфортним.

Всього до складу Поїхали з нами входить більше 20 міжнародних компаній, що працюють на відправку і прийом туристів. Ми відправляємо туристів з Росії, Болгарії, Румунії, України, Латвії, Литви, Білорусії, Естонії, Молдови, Казахстану, Вірменії та Грузії.

Профіль компанії - масовий туризм. Професійно працюючи з великими потоками туристів і добре розбираючись у ситуації на туристичному ринку, вони вибирають надійні авіакомпанії і кращі готелі. Вони здатні запропонувати широкі можливості для відпочинку туристів, організувати виїзд на семінар чи конференцію, дитячий відпочинок, VIP- тури.

Поїхали з нами має заслужену репутацію однієї з найбільш високотехнологічних компаній на туристичному ринку. Робота офісів максимально взаємопов'язана і автоматизована, система онлайн- бронювання прогресивна і зручна у використанні. Повна комп'ютеризація і налагоджена система роботи не допускають втрат інформації. Це дозволяє нам безперервно і чітко обслуговувати тисячі агентств навіть в пік туристичного сезону.

Поїхали з нами працює тільки з перевіреними і надійними партнерами. Авіап перевезення здійснюються найбільшimi авіакомпаніями світу з сучасним авіапарком. Серед них WINDROSE, «Аерофлот», «Трансаеро», «Атлант-Союз»,

Thai Airways, Emirates, QATAR AIRWAYS, Air Baltic і інші.

У готельної сфері партнерами виступають - провідні мережі готелів, серед них Marriott, Sheraton, Le Meridien, Sol Melia, Princess, Hilton, Iberostar, Four Seasons і ін.

Поїхали з нами приділяє особливу увагу контролю якості послуг, що надаються на всіх етапах. Ретельно відстежується кожна заявка з моменту надходження в Поїхали з нами до повернення туриста додому.

Кожен напрямок компанії безперервно розвивається, і в цей процес залучені всі партнери компанії, не кажучи вже про співробітників Поїхали з нами. Компанія постійно підтверджує своїми результатами свій девіз - Високі Технології Туризму.

У 2010 році Компанія Поїхали з нами анонсувала проект з розвитку власної мережі агентств «Поїхали з нами Турагенція ®».

Формат монобрендової мережі «Поїхали з нами Турагенція ®» є оптимальним рішенням, в першу чергу, для інвесторів, які вирішили відкрити новий бізнес в туристичній сфері, і молодих існуючих агентств.

Даний франчайзинговий проект включає в себе всі необхідні інструменти для успішного ведення бізнесу, базуючись на багаторічному досвіді роботи в туристичній галузі, і дозволяє скористатися перевагами відомого міжнародного бренду поїхали з нами.

«Поїхали з нами турагенція ® » це:

- Переваги відомого бренду.
- Велика рекламна кампанія (реклама в змі; зовнішня реклама; інтернет реклама; реклама на радіо; реклама на телебаченні).
- Інтернет (інтернет сайт; корпоративний e-mail).
- Комунікації (колл центр; корпоративні мобільні номери; корпоративний im).

- Управління продажами (кураторський центральний офіс; програмне забезпечення «до продажу»; програмне забезпечення «після продажу»; програмне забезпечення для бухгалтерії).
- Кадри (рекрутинг; кадрові питання; табельний облік; навчальний центр).
- Інші переваги (юридична консультація; робота з рекамаціями) на даний момент на території України працюють 34 агентства в різних містах.

У даному дослідженні розглядається практика організації системи безпеки безпосередньо Васильківського офісу туристичної фірми «Поїхали з нами».

2.2. Аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства «Поїхали з нами»

Для дослідження внутрішнього середовища туристичного підприємства «Поїхали з нами», на основі звітності підприємства було розроблено нижченаведені таблиці, в яких проведено комплексний аналіз показників, що характеризують діяльність, попит на пропозицію турфірми, різними категоріями туристів, за різними напрямками (бізнес, навчання; відпочинок; лікування); віком, країнами до яких відбули туристи.

У Васильківському офісі працює на даний момент 37 співробітників. Аналіз якісного складу керівництва та виконавчого персоналу, характеристика сфери управління туристичного підприємства та посадові обов'язки керівництва та фахівців показали наступні результати.

Аналіз якісного складу персоналу представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1.

Аналіз якісного складу персоналу

| Показники | 2019 р. | Питома вага, % | 2020 р. | Питома вага, % | Відносна зміна 2019/2020, % |
|--|---------|----------------|---------|----------------|-----------------------------|
| Працівників | 35 | 100 | 37 | 100 | 5,71 |
| У складі персоналу основної діяльності | | | | | |
| чоловіки | 17 | 48,57 | 17 | 43,24 | 0,00 |
| жінки | 18 | 51,43 | 21 | 56,76 | 16,57 |
| У складі персоналу основної | | | | | |
| адміністративний персонал | 6 | 17,14 | 6 | 16,22 | 0,00 |
| виробничий персонал | 29 | 82,86 | 31 | 83,78 | 6,90 |
| У складі персоналу основної | | | | | |
| персонал віком до 35 років | 22 | 52,86 | 24 | 64,86 | 9,09 |
| персонал віком від 35 років до пенсійного віку | 13 | 37,14 | 13 | 35,14 | 0,00 |
| У складі персоналу основної | | | | | |
| Персонал з вищою освітою | 28 | 80,0 | 30 | 81,08 | 7,14 |
| Персонал із середньою освітою | 7 | 20,0 | 7 | 18,2 | 0,00 |

Джерело: складено автором за кадровою документацією Васильківського офісу

Керівництво.

Директор (48 років, на посаді 15 років – з моменту заснування турфірми) визначає як стратегію та і тактичні завдання діяльності, керує на операційному рівні, представляє агентство на зовнішньому рівні, підписує договори та угоди всіх рівнів від імені турфірми, здійснює загальне керівництво тур фірмою.

Начальник служби маркетингу та реалізації туристичних послуг – заступник директора (36 років, на посаді 4 роки). Керує діяльністю турфірми в сфері організації ефективної діяльності та розвитку надання туристичних послуг, зокрема контролює маркетингову та збутову діяльність турфірми, визначає оперативні завдання внутрішнього та зовнішнього туризму та контролює їх виконання, виконує обов'язки директора агентства у випадку його відсутності. Йому підпорядковуються:

- гіді – 7 чоловік;

- перекладачі – 5 чоловік;
- спеціаліст з маркетингу та зв'язків з громадськістю;
- менеджер з реалізації туристичних послуг – 5 чоловік;
- оператор ПК;
- водії – 2 чоловіки.

В таблиці 2.2 проводиться аналіз, за країнами прибуття туристів, на період 2018 – 2019рр.

Після аналізу даної таблиці можна зробити висновок, що обсяг туристів, котрі скористалися послугами туристичного підприємства ТОВ «Поїхали з нами», для відвідання інших країн в порівнянні з 2018 роком - значно зріс, як за кількістю, так і за різноманітністю (2018 – 148 чол. і лише 4 країни, 2020 – 180 чоловік прогнозовано).

Таблиця 2.2

Динаміка продажу путівок за країнами прибуття туристів

| Назви країн з яких прибули іноземні туристи | 2018 | 2019 | Січень-вересень 2020 (факт) | жовтень-грудень 2020 (прогноз) | 2020 (прогноз) | 2020 від 2019 рр.,% | 2020 від 2018 рр.,% |
|---|------|------|-----------------------------|--------------------------------|----------------|---------------------|---------------------|
| Єгипет | 72 | 81 | 52 | 32 | 84 | 103 | 116 |
| Туреччина | 67 | 73 | 49 | 25 | 74 | 101 | 110,4 |
| Іспанія | 6 | 4 | 4 | 4 | 8 | 200 | 133,3 |
| Словаччина | 2 | 2 | 4 | | 4 | 200 | 200 |
| Польща | | 2 | 4 | 2 | 6 | 300 | - |
| Італія | | | 2 | 2 | 4 | - | - |
| Всього | 148 | 162 | 115 | 65 | 180 | 111,1 | 121,6 |

Джерело: складено автором за звітною документацією Васильківського офісу

В таблиці 2.3 аналізується віковий склад клієнтів і з цього аналізу видно, що в порівнянні з 2018 роком, в 2020р., обсяг туристів збільшився в усіх вікових діапазонах крім дітей до 14 років.

Таблиця 2.3

Динаміка складу туристів ТОВ «Поїхали з нами»

| Категорія | Індекс рядка | 2018 | 2019 | Січень- вересень 2020 | Жовтень- грудень 2020 | 2020 | 2020 від 2019 рр.,% | 2020 від 2018 рр.,% |
|--------------------------------------|-----------------|------|------|-----------------------------|-----------------------------|------|------------------------------|------------------------------|
| діти (до 14 років включно) | оператор | 26 | 22 | 18 | 6 | 24 | 109 | 92,3 |
| | агент | | | | | | | |
| підлітки (15-17 років включно) | оператор | 40 | 42 | 32 | 15 | 47 | 111,9 | 117,5 |
| | агент | | | | | | | |
| молодь (18- 28 років включно) | оператор | 59 | 74 | 55 | 25 | 80 | 108,1 | 136,5 |
| | агент | | | | | | | |
| люди середнього віку | оператор | 23 | 24 | 10 | 19 | 29 | 120,8 | 126,0 |
| | агент | | | | | | | |
| Всього | | 148 | 162 | 115 | 65 | 180 | 111,1 | 121,6 |

Джерело: [29]

Значно зросла кількість закордонних поїздок (148чол – 2018р., 180 чол – 2020р.), можна зробити висновки, що турфірма значно збільшила обсяги своєї діяльності.

Таблиця 2.4

Динаміка кількості обслугованих туристів за напрямками та цілями

| Назва показника | | індекс рядка | 2018 | 2019 | 1-3 кв. 2020 р. | 4 кв. 2020 (прогноз) | Питома вага в 2018р % | Питома вага в 2019р % | Питома вага в 2020р % |
|--|------------------------------------|--------------|------|------|-----------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Кількість обслугованих туристів | всього: | O+A | 224 | 271 | 190 | 92 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| | | о | 224 | 271 | 190 | 92 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| | | а | | | | | | | |
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | 3 | - | 6 | | 1,3 | | 3,1 |
| | | а | | | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 221 | 271 | 184 | 92 | 98,7 | 100,00 | 96,8 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| туристів які виїжджали за кордон | всього: | O+A | 148 | 162 | 115 | 65 | 64 | 59,7 | 60,5 |
| | | о | 148 | 162 | 115 | | 64 | 59,7 | 60,5 |
| | | а | | | | | | | |
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 148 | 162 | 115 | 65 | | 59,7 | 60,5 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| туристів охоплених внутрішнім туризмом | всього: | O+A | 76 | 109 | 75 | 27 | 33,9 | 40,2 | 39,4 |
| | | о | 76 | 109 | 75 | 27 | 33,9 | 40,2 | 39,4 |
| | | а | - | | | | | | |

Продовження табл. 2.4

| | | | | | | | | | |
|---------------|------------------------------------|---|----|----|----|----|------|------|------|
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | 3 | - | 6 | | 1,3 | | 3,1 |
| | | а | | | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 63 | 90 | 60 | 25 | 28,1 | 33,2 | 31,5 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | 10 | 19 | 9 | 2 | 4,5 | 7 | 4,7 |
| | | а | - | - | | | | | |

Організаційна структура туристичного підприємства «Поїхали з нами» являє собою лінійно-функціональну організаційну структуру.

Переваги організаційної структури турфірми наступні:

- чітка система єдиноначальності – один керівник зосереджує у своїх руках керівництво всією сукупністю процесів, що мають загальну мету;
- чітка система взаємних зв'язків, функцій та підрозділів;
- виражена відповідальність;
- швидка реакція виконавчих підрозділів на прямі вказівки керівництва.

Служба маркетингу та реалізації туристичних послуг (на чолі з начальником служби):

- гіді – 7 чоловік;
- перекладачі – 5 чоловік;
- спеціаліст з маркетингу та зв'язків з громадськістю;
- менеджер з реалізації туристичних послуг – 5 чоловік;
- оператор ПК;
- водії – 2 чоловіки.

Планово-фінансовий відділ (на чолі з начальником)

- економісти – 3 чол.

Канцелярія.

Керівник канцелярії та комірник.

Відділ кадрів (на чолі з начальником)

- інспектори з кадрів – 2 чол.

Бухгалтерія (на чолі з головним бухгалтером)

-старший бухгалтер;

-бухгалтери – 4 чол.

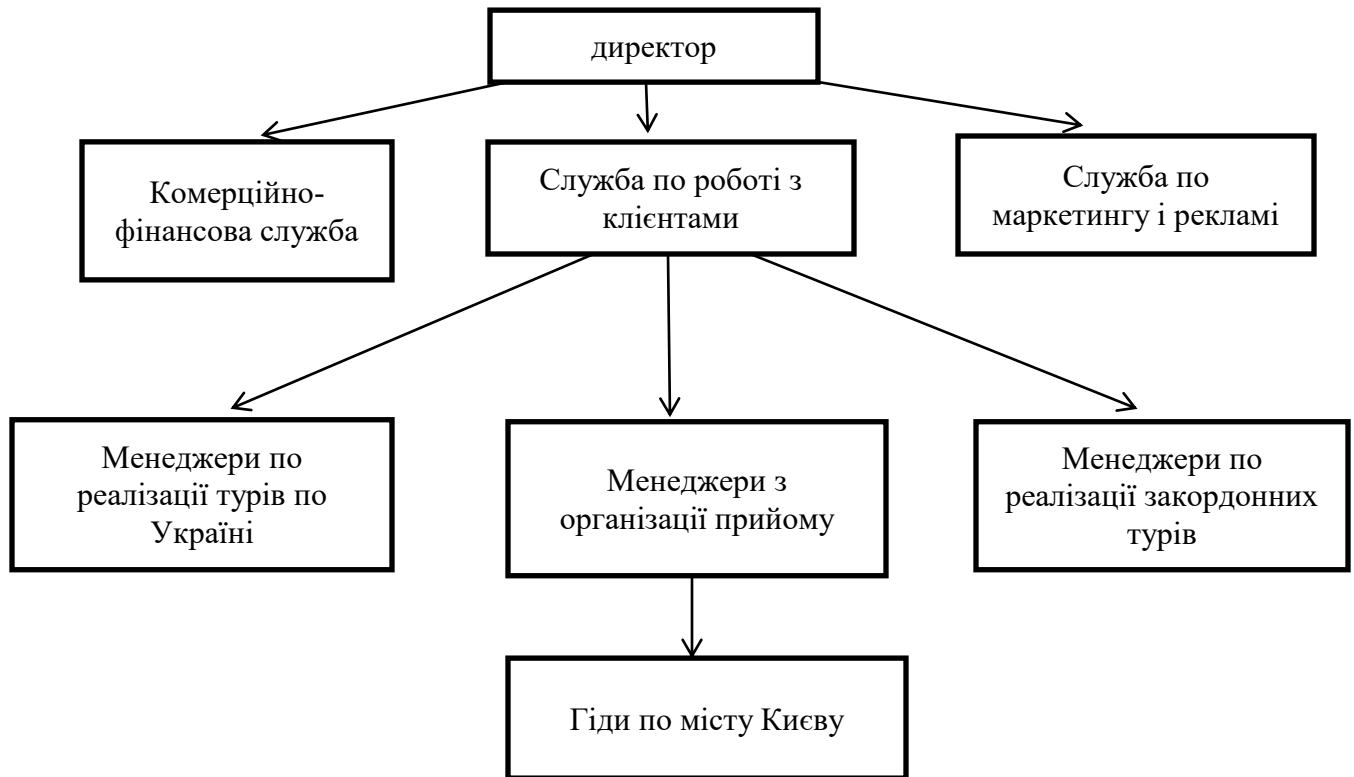


Рис. 2.1. Організаційна структура турагентства «Поїхали з нами»

Формально організаційна структура управління ТОВ «Поїхали з нами» закріплюється Статутом підприємства і оформляється організаційно-правовою документацією, до якої в ТОВ «Поїхали з нами» відносяться:

- штатна чисельність - організаційно-правовий документ. складається на підставі організаційної структури управління ТОВ «Поїхали з нами». У ньому зазначаються всі структурні підрозділи, що вводяться на підприємстві посади та кількість штатних одиниць по кожній посаді.

Основні показники фінансово-господарської діяльності «Поїхали з нами» наведені в табл. 2.5.

Таблиця 2.5

**Техніко-економічні показники ТОВ "Поїхали з нами"
за 2017 -2019 рр**

| Показник | Значення показника за рік | | | Абсолютне відхилення значення 2019 р. від | |
|--|---------------------------|--------|---------|---|---------|
| | 2017 | 2018 | 2019 | 2018 р. | 2017 р. |
| Середньорічна вартість майна підприємства, тис.грн | 8757,7 | 9754,5 | 11617,1 | 1862,6 | 2859,4 |
| Середньорічна вартість власного капіталу, тис.грн | 880,0 | 1306,3 | 2181,7 | 875,4 | 1301,7 |
| Середньорічна вартість основного капіталу, тис.грн | 167,9 | 162,1 | 155,0 | -7,1 | -12,9 |
| Середньорічна дебіторська заборгованість, тис.грн | 3410,9 | 3684,8 | 5200,2 | 1515,4 | 1789,3 |
| Середньорічна кредиторська заборгованість, тис.грн | 7877,7 | 8448,2 | 9435,4 | 987,2 | 1557,7 |
| Темп приросту майна підприємства, % | 17,8 | 5,9 | 31,5 | 25,6 | 13,7 |
| Темп приросту власного капіталу, % | 10,8 | 82,4 | 58,6 | -23,9 | 47,8 |
| Темп приросту виручки від реалізації, % | 25,0 | 29,8 | 39,3 | 9,5 | 14,3 |
| Операційний прибуток, тис.грн | 3935,3 | 4544,6 | 5937,7 | 1393,1 | 2002,4 |
| Чистий прибуток, тис.грн. | 291,8 | 762,6 | 988,2 | 225,6 | 696,4 |

Джерело: Складено автором на основі звітності підприємства

За розрахунками, проведеними в табл.2.5 можна зробити наступні висновки: активи підприємства протягом всієї діяльності підприємства мали здатність до збільшення. Це було пов'язано із постійним накопиченням капіталу за рахунок отриманих прибутків. Проте із зменшенням вартості основних засобів в 2019 році, темп приросту активів підприємства збільшився. Це відбувається за рахунок поступового зменшення вартості основних фондів за рахунок їх перенесення до собівартості шляхом амортизаційних відрахувань. Отже, в 2019 році темп приросту активів склав -31,5 %, хоча попереднього року даний показник становив 5,9%.

Аналіз темпу приросту власного капіталу свідчить про його стрімке збільшення в 2018 році (темп приросту склав 82,4%). За останній рік темп

приросту власного капіталу склав 58,6%. Виручка від реалізації також має зростаючу тенденцію. Темп приросту даного показника в 2019 році склав 39,3%.

У цілому, розглядаючи результативність діяльності підприємства протягом останніх 3-х років можна зробити висновок про позитивну динаміку більшості з показників.

Стан та співвідношення майна й джерел його формування відбивається на показниках, що характеризують фінансовий стан підприємства. Далі розглянемо більш детально показники, що характеризують платоспроможність, фінансову стійкість та ділову активність підприємства.

Показники ліквідності підприємства за 2015-2019 рр. (за даними ф.1 «Баланс») наведені у таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Динаміка показників ліквідності ТОВ «Поїхали з нами»
за 2016-2019 роки**

| Показник | 01.01.16 | 01.01.17 | 01.01.18 | 01.01.19 | Абсолютне відхилення | | |
|--|----------|----------|----------|----------|----------------------|---------------|----------------|
| | | | | | 2019/ 2016 | 2019 /2017 | 2019 / 2018 |
| Коефіцієнт негайної (абсолютної) ліквідності | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0 | 0 | 0 |
| Загал. коеф. покриття | 1,01 | 1,01 | 1,01 | 1,01 | 0 | 0 | 0 |
| Рівень операційної платоспроможності | 7,57 | 7,57 | 7,57 | 7,57 | 0 | 0 | 0 |
| Індекс ліквідності обігових коштів | 52,51 | 20 | 37,51 | 22,5 | -30,01 | 2,5 | -15,01 |
| Проміжний коеф. покриття | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0,07 | 0 | 0 | 0 |

Аналіз даних таблиці 2.6 свідчить, що рівень абсолютної ліквідності підприємства є дуже низьким та незмінним протягом усього періоду, що аналізується.

Значення загального коефіцієнту покриття є також незмінним протягом усього періоду, але знаходиться майже на рівні рекомендованого.

Про зменшення платоспроможності підприємства свідчить також зниження індексу ліквідності обігових коштів підприємства з 52,51 на 1.01.2015 р. до 22,5 на 1.01.2019 р. [36]

Подальший аналіз фінансового стану підприємства пов'язаний із дослідженням показників його ділової активності, які наведені у таблиці 2.5.

Внаслідок суттєвого зростання обсягів виробництва (виручки від реалізації) протягом 2016-2019 рр. спостерігається суттєве зростання показників ділової активності підприємства.

Аналіз даних таблиці 2.7 свідчить, що оборотність обігових коштів підприємства зросла протягом періоду, що аналізується на 0,085, товарно-матеріальних цінностей - на 0,138, дебіторської заборгованості - на 12,367.

Таблиця 2.7

**Динаміка показників ділової активності ТОВ «Поїхали з нами»
за 2016-2019 рр.**

| Показник | 01.01.2016 | 01.01.2017 | 01.01.2018 | 01.01.2019 | Абсолютне відхилення | | |
|--|------------|------------|------------|------------|----------------------|---------------|---------------|
| | | | | | 2019 від 2016 | 2019 від 2017 | 2019 від 2018 |
| Оборотність обігових коштів | 0,10 | 0,14 | 0,09 | 0,18 | 0,09 | 0,04 | 0,09 |
| Оборотність тов-матер.запасів | 0,14 | 0,22 | 0,14 | 0,28 | 0,14 | 0,06 | 0,14 |
| Оборотність дебіторської заборгованості | 6,00 | 8,87 | 7,51 | 18,36 | 0,09 | 0,04 | 0,09 |
| Тривалість операційного циклу | 649,69 | 425,98 | 640,91 | 326,61 | 0,14 | 0,06 | 0,14 |
| Оборотність кредиторської заборгованості | 0,09 | 0,14 | 0,09 | 0,17 | 0,09 | 0,04 | 0,09 |
| Тривалість фінансового циклу | 6,05 | 8,95 | 7,56 | 18,47 | 0,14 | 0,06 | 0,14 |

За рахунок зростання виручки від реалізації тривалість операційного циклу зменшилася майже наполовину - на 323,077 днів., а тривалість фінансового циклу, навпаки, зросла на 12,4 днів, що пов'язане, насамперед, із збільшенням розміру кредиторської заборгованості та довгострокових пасивів підприємства.

Що стосується показників фінансового стану підприємства, то їх динаміка (за даними ф.1 «Баланс») зображена у таблиці 2.8.

Аналіз даних таблиці 2.8 свідчить, що протягом усього періоду, що аналізується, підприємство фінансує поточні потреби виключно за рахунок позикових коштів.

Таблиця 2.8

Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Поїхали з нами»

2016-2019 рр.

| Показник | 01.01.2016 | 01.01.2017 | 01.01.2018 | 01.01.2019 | Абсолютне відхилення | | |
|---|------------|------------|------------|------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| | | | | | 2019 від 2016 | 2019 від 2017 | 2019 від 2018 |
| Коеф.забезпеченості власними коштами | -0,31 | -0,43 | -0,47 | -0,54 | -0,22 | -0,11 | -0,06 |
| Коеф.фінансової автономії | 0,62 | 0,58 | 0,56 | 0,58 | -0,04 | -0,01 | 0,02 |
| Коеф.заборгованості | 0,38 | 0,42 | 0,44 | 0,42 | 0,04 | 0,01 | -0,02 |
| Коеф.фінансового лівериджу | 1,61 | 1,40 | 1,28 | 1,37 | -0,24 | -0,03 | 0,08 |
| Коеф.співвідношення кредит.та дебітор.заборгованості | 1,97 | 1,53 | 1,70 | 1,69 | -0,28 | 0,16 | -0,01 |

Про це свідчить розмір та динаміка коефіцієнту забезпеченості власними коштами, який, незважаючи на досить великий рівень фінансової автономії (частка власних коштів у складі пасивів не була, за аналізований період, меншою за 56 %), є від'ємним та таким, що зростає.

Позитивним фактом є збільшення протягом 2017 р. коефіцієнту фінансового лівериджу, що свідчить про зростання ефективності використання позикового капіталу. Окрім того, у цілому слід визнати позитивною динаміку співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості. Хоча треба наголосити на тому, що перевищення розміру кредиторської заборгованості у 1,68 разу рівень дебіторської заборгованості станом на 1.01.2019 р. є негативним фактом. [36]

2.3. Аналіз зовнішнього середовища та конкурентної позиції туристичного підприємства «Поїхали з нами»

Існує велика сукупність факторів зовнішнього середовища опосередкованого впливу, що прямо не впливають на діяльність фірми, але задають загальні тенденції розвитку усіх фірм певної галузі або ж економіки загалом. Незважаючи на всю різноманітність цих факторів, їх можна об'єднати у такі групи факторів, як: політичні, економічні, соціальні, технологічні, правові, міжнародні, культурні. Даний перелік може бути продовжений або ж зменшений відповідно до особливостей діяльності фірми, що розглядається та сфери економіки, у якій дане підприємство функціонує.

Оцінити, наскільки ефективно туристичне агентство «Поїхали з нами» використовує свій потенціал, допоможе дослідження її конкурентоспроможності, яке ми почнемо з аналізу системи управління конкурентоспроможністю підприємства.

Проведемо бальну оцінку діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами» в сферах оточення, визначаючи ситуацію, що склалася в балах від 0 до 9 (табл. 2.9).

Таблиця 2.9

Бальна оцінка діяльності ТОВ «Поїхали з нами»

| Сфера оточення | Характеристики | бальна шкала | | | | | | | | |
|---------------------------|----------------|---------------------|---|---|-------------------|---|---|---------------------|---|---|
| | | Зона слабких сторін | | | зона стабільності | | | Зона сильних сторін | | |
| | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 1. Політична | надання послуг | | | | | | о | | | |
| | фінанси | | | | о | | | | | |
| | кадри | | | | | о | | | | |
| | керівництво | | | | | | о | | | |
| | ноу-хау | | | о | | | | | | |
| | маркетинг | | | о | | | | | | |
| 2. Економічна | надання послуг | | | | | | | о | | |
| | фінанси | | | | | о | | | | |
| | кадри | | | | | о | | | | |
| | керівництво | | | | | | о | | | |
| | ноу-хау | | | о | | | | | | |
| | маркетинг | | | | о | | | | | |
| 3. Технологічна | надання послуг | | | | | | о | | | |
| | фінанси | | | | | о | | | | |
| | кадри | | | | | | о | | | |
| | керівництво | | | | | | | о | | |
| | ноу-хау | | | | о | | | | | |
| | маркетинг | | | | | о | | | | |
| 4. Соціально-демократична | надання послуг | | | | | о | | | | |
| | фінанси | | | о | | | | | | |
| | кадри | | | | о | | | | | |
| | керівництво | | | | | о | | | | |
| | ноу-хау | | | о | | | | | | |
| | маркетинг | | | о | | | | | | |

Як бачимо, сильними сторонами туристичного агентства «Поїхали з нами» є продаж турів, фінанси, кадри і керівництво. Слабкими - маркетинг і ноу-хау. За цими напрямками і слід розвивати діяльність туристичного агентства «Поїхали з нами» надалі.

Розрахуємо середні значення показників оцінки діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами» для кожної сфери оточення, використовуючи формулу простої середньої арифметичної.

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n} \quad (2.1)$$

Де n - чисельність сукупності, $\sum x$ – показник у певній сфері.

- політична: $27/6 = 4,5$;
- економічна: $30/6 = 5,0$;
- технологічна: $33/6 = 5,5$;
- соціально-демографічна: $23/6 = 3,8$;
- екологічна: $24/6 = 4,0$.

Як бачимо, більшість оцінок знаходяться в зоні стабільності (від 4 до 6).

Сфера реалізації туристичних продуктів організована на базі сучасних технологій; кадри на підприємстві використовуються досить повно; нове керівництво підприємства забезпечує стабільність роботи - це сильні сторони діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами». За соціально-демографічній сфері туристичного агентства «Поїхали з нами» знаходиться в зоні слабких сторін: рівень заробітної плати в середньому не дуже високий, мало уваги приділяється мотивації працівників, створення умов для більшої їх зацікавленості в роботі.

Для вибору стратегії діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами» за ознакою «ринок-товар», можна використовувати матрицю «Ринок-товар» (матриця Ансоффа) (табл. 2.10).

Таблиця 2.10

Матриця «ринок-товар»

| ТОВАР / РИНОК | Продукція, що виробляється | нові товари |
|---------------|---|---|
| існуючі ринки | 1. Стратегія на збільшення частки ринку і стабілізації позицій підприємства | 3. Стратегія розвитку асортименту турів |
| нові ринки | 2. Стратегія виходу на нові ринки (диверсифікація ринку) | 4. Повна диверсифікація |

Найбільш привабливою в даний час для туристичного агентства «Поїхали з нами» є третя стратегія, спрямована на розвиток асортименту туристичних продуктів, тобто надання нових видів туристичних послуг та зміцнення

позицій туристичного агентства «Поїхали з нами» (Диверсифікація послуг). Це обумовлюється тим, що поточний ринок туристичних послуг звичайних видів вже в достатній мірі насичений.

Тому туристичне агентство «Поїхали з нами» має прагнути розширити асортимент туристичних послуг, тобто розробити нові види туристичних послуг для старого ринку. Така стратегія буде ефективна, оскільки «Поїхали з нами» має стійку репутацію у клієнтів і користується прихильністю споживачів. Вона буде робити упор на нові види туристичних послуг, поліпшення якості і т.д.

А якщо розглядати діяльність туристичного агентства «Поїхали з нами» з точки зору моделі Мак-Кінзі «7С», ця модель не пропонує готових варіантів стратегії, а є, скоріше хорошим способом осмислення основних внутрішніх факторів організації, що мають вплив на її майбутнє.

Для цього спочатку оцінимо стан підприємства по кожному з факторів, наведених у таблиці 2.11, та визначити його, виходячи з 3-х можливих рівнів: низького (Н), середнього (С), високого (В).

Таблиця 2.11

Фактори, що визначають привабливість ринку і стратегічне положення бізнесу ТОВ «Поїхали з нами»

| привабливість ринку | | стратегічне положення | |
|---|--------|--|--------|
| фактори | оцінка | фактори | оцінка |
| Характеристика ринку (галузі) | | | |
| - Розмір ринку | В | - Частка ринку | С |
| - Розмір ключових сегментів | С | - Охоплення ключових сегментів | В |
| - Чутливість ринку до цін, рівнем обслуговування, змін зовнішніх чинників | С | - Вплив на ринок | Н |
| - Вплив постачальників на характер угод, що укладаються | З | - Відносини з туроператорами | В |
| | | - Вплив на позицію підприємства споживачів | В |

Продовження табл 2.11

| фактори конкуренції | | | |
|---|---|--|---|
| - Типи конкурентів | С | - Пристосованість до конкуренції за | В |
| - Рівень конкуренції | В | реалізованої туристичних послуг, | |
| - Чутливість до послуг-субститутів (замінників) | З | можливостям обслуговування ринків, якості управління | С |
| - Ступінь інтеграції фірм в галузі | Н | - Відносна частка ринку | Н |
| | | - Уразливість з боку нової технології | |
| Фінансово-економічні чинники | | | |
| - Галузевий рівень прибутковості | В | - Рівень прибутковості | В |
| - Галузевий рівень ліквідності | С | - Показники платоспроможності | С |
| | С | | С |
| Соціально-психологічні чинники | | | |
| - Соціальне середовище | В | - Зовнішній образ | С |
| - Юридичні обмеження | С | - Внутрішньопідприємствна культура і етика | Н |
| РАЗОМ (загальна оцінка) | С | | С |

Далі проведемо вибір стратегії підприємства за допомогою матриці Мак-Кінзі. На основі цієї оцінки визначимо місцетуристичного агентства «Поїхали з нами» в одному з квадратів матриці «Мак-Кінзі» (рис. 2.2).

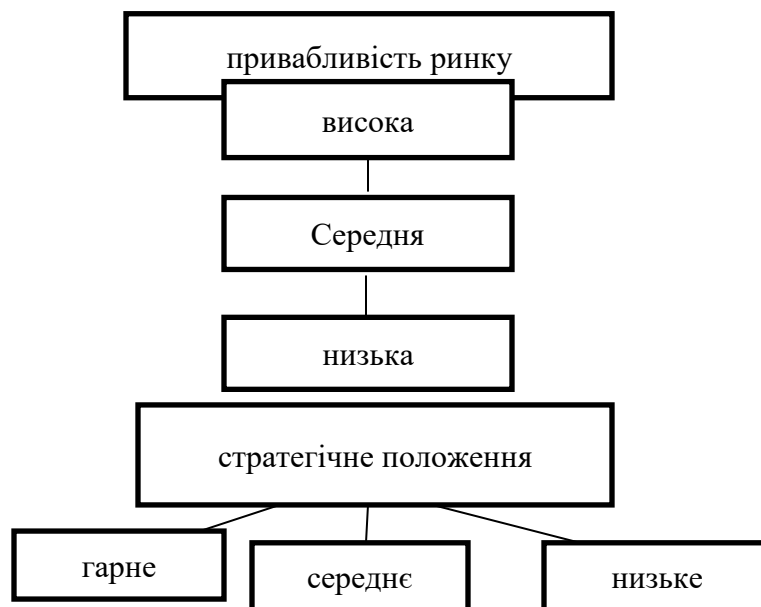


Рис. 2.2. Оцінка стратегії туристичного агентства «Поїхали з нами» за допомогою портфельної моделі «Мак-Кінзі»

Таким чином, положення туристичного агентства «Поїхали з нами», Оцінене за допомогою матриці Мак-Кінзі, можна охарактеризувати як двоїсте, що має обмежені можливості для зростання.

В даний момент на туристичному ринку туристичних послуг склалася наступна ситуація:

- відбулися труднощі з реалізацією турів, так як ринок знаходиться в стадії насичення;
- посилили свою діяльність конкуренти;
- надання туристичних послуг з кожним роком зростає, а попит залишається стабільним.

Тому в ситуації, що склалася доводиться придумувати нові методи і способи реалізації даних послуг.

Уявімо порівняльну таблицю конкурентів «Поїхали з нами» за ступенем проведення рекламних заходів (табл. 2.12).

В останні роки ціни на туристичні послуги зростали високими темпами, на що впливали такі фактори:

- не є стабільність національної валюти;
- зростання рівня інфляції в країні і т.д.

Таблиця 2.12

**Основні конкуренти ТОВ «Поїхали з нами»
за ступенем проведення рекламних заходів**

| показники | «Твій тур» | «Мега-тур» | «Альбатрос» | «Пілігрим» |
|---------------------|-----------------------|------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Місцезнаходження | Васильків | Васильків | Васильків | Васильків |
| Напрямки діяльності | Туристична діяльність | Туристична діяльність | Туристична діяльність | Туристична діяльність |
| Реклама | активна реклама | Реклама середньої активності | недостатня реклама | недостатня реклама |

Опитування покупців туристичного агентства «Поїхали з нами»

здійснювався шляхом анкетування, анкети були попередньо протестовані і скориговані, після анкетування про водилося хвилинне співбесіду для оцінки загального враження покупця від туристичного агентства «Поїхали з нами».

Основою формування ефективного комплексу маркетингових комунікацій туристичного агентства «Поїхали з нами» є сегментування, яке дозволяє отримати необхідну інформацію соціально-економічних і психологічних характеристиках цільових аудиторій підприємства.

Ступінь задоволеності споживача за показником своєчасності надання туристичних послуг оцінюється за результатами анкетування, проведеного відповідно до СТП «Моніторинг задоволеності споживачів», які показали, що по 5-ти бальною шкалою задоволеності цей показник склав 4 бали: хороша ступінь, очікування виправдовуються. Це було досягнуто завдяки технічному переозброєнню продажів в 2019 році, а також розробці типових форм договорів, які враховують запити різних груп споживачів, що дозволило скоротити час на узгодження та укладення договорів.

Позитивний імідж туристичного агентства «Поїхали з нами» в очах споживачів забезпечується стабільністю реалізації туристичних послуг високої якості, що підтверджується відгуками споживачів, ритмічністю гарантованого збуту, а також оперативним освоєнням нових видів туристичних послуг під постійно мінливі потреби ринку.

У туристичному агентстві «Поїхали з нами» культивується уважне ставлення до зауважень і рекомендацій з боку споживачів. Політика відкритості і прозорості по відношенню до клієнтів підтверджується оперативним реагуванням на що надходять по різних каналах зв'язку запити. Поряд з традиційними контактами за допомогою особистих зустрічей, поштових відправлень, телефонних переговорів та факсимільного зв'язку, набувають поширення сучасні засоби комунікацій, такі як мережа Інтернет.

Індексація ступеня задоволеності споживача дозволяє кількісно оцінити

внесок різних складових якості в спільну думку споживача про якість туристичних послуг туристичного агентства «Поїхали з нами». Для даної оцінки необхідно визначити важливість складових якості роботи за п'ятибальною системою і важливість компонентів якості за п'ятибальною системою в порядку убутання ступеня важливості (табл. 2.13).

Таблиця 2.13

Важливість складових якості роботи за п'ятибальною шкалою

| Ступінь задоволеності споживача якістю туристичних послуг «Поїхали з нами» | оцінка | бал | Спосіб надання результату опитування щодо задоволеності |
|--|------------|-----|---|
| повністю незадоволений | погано | 1 | 0 |
| незадоволений | незадовіл. | 2 | 25 |
| нейтральний | задов. | 3 | 50 |
| задоволений | добре | 4 | 75 |
| повністю задоволений | відмінно | 5 | 100 |

Для розрахунку індексу споживчої задоволеності 100 споживачам було запропоновано оцінити:

- важливість десяти запропонованих дослідником складових роботи туристичного агентства «Поїхали з нами» за п'ятибальною системою, показаної вище;

- якість цих складових по п'ятибальній системі.

У стовпчиках I і II таблиці 2.13 наведені результати опитування споживачів про важливість туристичних послуг для задоволення запитів і потреб споживачів. При цьому в стовпці I ми можемо бачити середнє значення оцінки важливості кожного компонента, а в стовпці II - відповідну цій оцінці значимість (вагомість) компонента для споживача в порівнянні з іншими запропонованими йому компонентами. В даний час на території Васильків діє велика кількість організацій, що займаються реалізацією туристичних послуг. Туристичне агентство «Поїхали з нами» займає на ринку середнє положення, тобто воно

реалізує туристичні послуги за середніми цінами і має не найбільший і не найменший обсяг реалізації туристичних послуг. Основний упор в роботі туристичного агентства «Поїхали з нами» робиться на реалізацію тільки якісної туристичних послуг, для цього розроблена система контролю якості безпосередньо на підприємстві.

В цілому можна зробити висновки, що завдання, які стоять перед туристичного агентства «Поїхали з нами», вирішуються за допомогою стратегічних дій в рамках управління конкурентоспроможністю. Відповідно до проведеного аналізу можна дати наступні рекомендації щодо вдосконалення системи управління конкурентоспроможністю підприємства. Для основних видів діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами» найкращою є стратегія низьких витрат, заснована на більш повне використання основних фондів. Також керівництву підприємства потрібно налагоджувати контакти з новими туроператорами, на більш вигідних для туристичного агентства «Поїхали з нами» умовах.

Також був правильно обраний шлях перетворення, модифікації туристичних послуг для відновлення попиту після насичення нею ринку. У той же час на ринок потрібно впроваджувати нові модифікації туристичних послуг, тоді туристичне агентство «Поїхали з нами» знову буде отримувати високу виручку і прибуток.

Є велика кількість фірм, які конкурують з ТФ "Поїхали з нами", — "Світлана", "Подорожник", "Сьоме небо". А оскільки основними конкурентами цієї компанії за наданням послуг і обсягів продажу туристичних путівок є такі фірми, як "Укрферрі", "Експресія-СВ", "Едва+", саме ці фірми ми візьмемо для порівняльного аналізу з фірмою "Поїхали з нами".

В усіх трьох фірмах обмежений асортимент туристичних маршрутів, оскільки вони звикли працювати з надійними і перевіреними туроператорами, що звужує коло пропозицій за турами, а ТК "Поїхали з нами" надає більш різноманітніший асортимент туристичних послуг.

Предметом найбільш твердої конкуренції в туристичній діяльності є:

- ціна;
- авторитет фірми;
- якість обслуговування.

Фірма "Експресія-СВ" особливо велику увагу приділяє рекламі: оголошенням в телетексті, друкарських виданнях, рекламних програмах по телебаченню, поширенню візиток, рекламі в телефонних довідниках. Фірма "Укрферрі" приділяє увагу вивіскам на вході, оголошенням у друкарських виданнях, рекламі в телефонних довідниках. "Едва+" вдається до таких рекламних заходів, як вивіска на вході, реклама на міських стендах, поширення візиток.

Аналізуючи ці дані, ТФ "Поїхали з нами" приймає рішення приділити рекламі велике значення.

Для оцінювання своїх порівняльних переваг з перерахованих питань можна використовувати метод сегментації ринку за основними конкурентами, що дає можливість систематизувати інформацію, наведену в табл. 2.14.

Оцінювання проводилося за 10-бальною системою.

Таблиця 2.14

Сегментація ринку за основними конкурентами

| № | Чинники конкурентоспроможності | "Едва+" | "Укрферрі" | "Експресія-СВ" | "Поїхали з нами" |
|----|----------------------------------|---------|------------|----------------|------------------|
| 1 | Зовнішня реклама та інформація | 7 | 10 | 7 | 9 |
| 2 | Інтер'єр офісу | 8 | 8 | 6 | 6 |
| 3 | Зовнішній вигляд менеджерів | 8 | 10 | 6 | 7 |
| 4 | Ентузіазм і чутливість персоналу | 8 | 10 | 5 | 8 |
| 5 | Професіоналізм | 10 | 7 | 10 | 8 |
| 6 | Знання напрямів | 9 | 8 | 7 | 7 |
| 7 | Умови страхування, візових вимог | 9 | 9 | 9 | 9 |
| 8 | Умови оплати | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 9 | Використання каталогів | 10 | 10 | 8 | 10 |
| 10 | Відповідність запиту клієнта | 7 | 10 | 7 | 6 |
| 11 | Прийнятна та невисока ціна | 9 | 10 | 8 | 8 |
| | Загальний бал | 90 | 97 | 78 | 83 |

Після аналізу можна зробити висновок, що послуги компанії "Укрферрі" є конкурентоспроможнішими. На загальний рівень конкурентоспроможності послуг впливає зовнішня реклама та інформація, ентузіазм і чутливість персоналу, використання каталогів, відповідність запиту клієнта, прийнятна і невисока ціна продукції. Згідно з даними, щоб наблизитися до позицій лідера, компанія "Поїхали з нами" має можливість збільшити рівень конкурентоспроможності товару за рахунок наведених показників.

На основі проведеного дослідження за допомогою SWOT- аналізу (табл. 2.15) можна виокремити основні чинники загроз і можливостей, сильні та слабкі сторони досліджуваного підприємства (на прикладі ТК "Поїхали з нами")

Таблиця 2.15

SWOT-аналіз ТОВ "Поїхали з нами" (м. Васильків)

| | |
|--|---|
| <p>Слабкі сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність чіткої стратегії - слабкі канали збуту - ціни - асортимент - залежність від роботи кожного співробітника - вплив сезонності на прибуток компанії | <p>Сильні сторони:</p> <ul style="list-style-type: none"> - наявність великої кількості фінансових ресурсів - високі професійні навички співробітників - багаторічний досвід - якість обслуговування - якісний турпродукт - імідж та репутація компанії |
| <p>Загрози:</p> <ul style="list-style-type: none"> - спад економіки - нестабільний курс валюти - зниження платоспроможності населення - часта зміна смаків клієнтів | <p>Можливості:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вихід на новий ринок - можливість зниження ціни - збільшення темпів росту ринку обслуговування додаткових груп клієнтів |

Джерело: складено автором

В цілому можна стверджувати, що підприємство діє в умовах, які дають

йому можливості до розвитку за умови правильного використання умов та чинників ведення бізнесу.

Висновки до розділу 2

Для дослідження внутрішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Поїхали з нами», на основі звітності підприємства було розроблено таблиці, в яких проведено комплексний аналіз показників, що характеризують діяльність, попит на пропозицію турфірми, різними категоріями туристів, за різними напрямками (бізнес, навчання; відпочинок; лікування); віком, країнами до яких відбули туристи.

Можна зробити висновок, що обсяг туристів, котрі скористалися послугами туристичного підприємства ТОВ «Поїхали з нами», для відвідання інших країн в порівнянні з 2018 роком - значно зріс, як за кількістю, так і за різноманітністю (2018 – 148 чол. і лише 4 країни, 2020 – 180 чоловік прогнозовано).

Провівши аналіз ми з'ясували, що з фінансової точки зору туристичне агентство «Поїхали з нами» є конкурентоспроможним. У цілому, розглядаючи результативність діяльності підприємства протягом останніх 3-х років можна зробити висновок про позитивну динаміку більшості з показників.

Суттєве зростання виручки від реалізації продукції за умов скорочення темпів зростання витрат операційної діяльності та зменшення приросту собівартості призвело до виходу підприємства зі збиткового стану й отримання досить великого чистого прибутку.

Сильними сторонами діяльності туристичного агентства «Поїхали з нами» є: сприятливий імідж компанії, широкий спектр виробленої туристичних послуг, орієнтація діяльності компанії в значній мірі на задоволення потреб клієнтів, молодий і енергійний колектив співробітників туристичного агентства «Поїхали з

нами».

Але особливу увагу керівництва туристичного агентства «Поїхали з нами» необхідно звернути на такі слабкі сторони: відсутність довгострокової стратегії, посилення конкуренції за рахунок збільшення кількості компаній, слабка організація маркетингової інформаційної системи на підприємстві та відсутність досвіду маркетингових досліджень.

Сильними сторонами туристичного агентства «Поїхали з нами» є сфера надання туристичних послуг, фінанси, кадри і керівництво. Слабкими - маркетинг і ноу-хау. За цими напрямками і слід розвивати діяльність туристичного агентства «Поїхали з нами» в подальшому. За ознакою «частка підприємства на ринку» для Туристичного агентства «Поїхали з нами» можна рекомендувати «стратегію атаки», спрямовану на розширення частки ринку. Для цього потрібно впроваджувати нові асортиментні групи туристичних послуг, збільшувати їх реалізацію.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ БЕЗПЕКОЮ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»

3.1. Аналіз організації управління безпекою на туристичному підприємстві «Поїхали з нами»

Проведемо оцінку існуючої системи управління безпекою підприємства.

Перелік співробітників підприємства «Поїхали з нами» і їх посадові обов'язки в галузі економічної безпеки представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Перелік співробітників і відділів підприємства «Поїхали з нами» і їх посадові обов'язки в сфері економічної безпеки

| Елемент системи безпеки підприємства | Відповідальний співробітник, відділ | Функціональні обов'язки в галузі управління економічної безпеки |
|--------------------------------------|---|--|
| фінансова складова | головний бухгалтер | Забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності Забезпечення правильності розрахунку податків і зборів |
| кадрова складова | Керівник відділу кадрів | Забезпечення запобігання негативним впливам на економічну безпеку підприємства за рахунок ризиків і загроз, пов'язаних з персоналом, його інтелектуальним потенціалом і трудовими відносинами в цілому |
| Техніко-технологічна складова | керівник екскурсійного відділу | Забезпечення безперебійного та ефективного виробничого процесу на підприємстві |
| Політико-правова складова | Юридична фірма на аутсорс | Юридичне забезпечення діяльності підприємства, грамотна правова робота з контрагентами і владою, вирішення інших правових питань |
| Екологічна безпека | керівник екскурсійного відділу | Забезпечення дотримання техніки безпеки персоналом підприємства Забезпечення здійснення екскурсій відповідно до вимог нормативів |
| інформаційна | ІТ-фірма на аутсорс | Захист інформаційних даних |
| силова | Приватне охоронне підприємство на аутсорс | Забезпечує фізичну безпеку і збереження майнових цінностей і персоналу підприємства |

До підрозділів і співробітників «Поїхали з нами», що займаються питаннями управління економічною безпекою відноситься головний бухгалтер, керівник відділу кадрів, керівник екскурсійного відділу.

Дані співробітники відповідають за забезпечення фінансової, кадрової, техніко-технологічної та екологічної безпекою підприємства відповідно.

Також з метою забезпечення політико-правової, інформаційної та силової безпеки в зв'язку з відносно невеликими розміру підприємство користується послугами сторонніх підприємств на принципах аутсорсингу.

До теперішнього моменту на об'єкті не проводилася цілеспрямована розробка і впровадження політики безпеки. Використання методів захисту інформації було епізодичним і зводилося до встановлення безкоштовних антивірусних програм і фізичний захист (замикання приміщень на ніч).

Дана халатність з боку інформаційно-технічного персоналу привела не кількох інцидентів, приставляють загрозу для діяльності організації. Тому було прийнято рішення про необхідність розробки комплексної політики інформаційної безпеки.

Нижче буде розглянуто існуючий захист інформаційної безпеки з точки зору: програмного забезпечення; технічного забезпечення.

Результати обстеження об'єкта на предмет наявності інформаційної безпеки внесені в таблицю 3.2.

Таблиця 3.2

Аналіз виконання основних завдань щодо забезпечення інформаційної безпеки

| Основні завдання щодо забезпечення інформаційної безпеки | Ступінь виконання |
|--|-------------------|
| забезпечення безпеки діяльності, захист інформації та відомостей, що є комерційною таємницею; | низька |
| організація роботи з правової, організаційної та інженерно-технічних (фізичної, апаратної, програмної і математичної) захист комерційної таємниці; | відсутній |

Продовження таблиці 3.2

| | |
|---|--|
| організація спеціального діловодства, що виключає несанкціоноване отримання відомостей, що є комерційною таємницею; | відсутній |
| запобігання необґрунтованому допуску та відкритого доступу до відомостей і робіт, що становлять комерційну таємницю; | відсутній |
| виявлення і локалізація можливих каналів витоку конфіденційної інформації в процесі повсякденної виробничої діяльності і в екстремальних (аварія, пожежа тощо.) ситуаціях; | Не проводиться |
| забезпечення режиму безпеки при здійсненні таких видів діяльності, як різні зустрічі, переговори, наради, засідання та інші заходи, пов'язані з діловою співпрацею на національному та міжнародному | Чи не забезпечується |
| забезпечення охорони території, будівель приміщень, з захищається. | Вахтер без спецобладнання і ліцензії на охоронну діяльність. |

З таблиці 3.2 видно, що положення компанії по відношенню до стандартів захисту інформації дуже низька, тобто в разі викрадення даних компанія може понести колосальні втрати. Дані, зазначені в таблиці, показують, що обраний напрям розробки інформаційної безпеки є актуальним і вкрай необхідним.

Таким чином, можна зробити висновок, що компанія потребує розробки нової політики інформаційної безпеки, і вибрані рішення є актуальними на даному підприємстві.

В цілому можна сказати, що підприємство «Поїхали з нами» здійснює управління всіма елементами безпеки. Однак в частині забезпечення фінансової безпеки функції головного бухгалтера обмежуються лише питаннями забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності, забезпечення правильності розрахунку податків і зборів.

Будь-якими іншими функціями, пов'язаними з управлінням фінансової складової економічної безпеки (наприклад, планування і контроль використання ресурсів, робота з контрагентами) даний працівник не займається в зв'язку з високою завантаженістю роботами, пов'язаними з бухгалтерським обліком і формуванням звітів.

3.2. Пропозиції щодо вдосконалення системи управління безпекою на туристичному підприємстві «Поїхали з нами»

Проведений аналіз показав, що підприємство «Поїхали з нами» володіє незадовільним фінансовим станом, викликаним проблемами формування власного капіталу.

Також було виявлено, що перевищення темпів зростання витрат над доходами, що відносяться як до звичайних, так і іншим видам діяльності за аналізований період призвело до скорочення всіх показників рентабельності діяльності підприємства «Поїхали з нами», що є негативною тенденцією.

У зв'язку з цим «Поїхали з нами» пропонується:

- впровадження заходів, спрямованих на поліпшення показників фінансового стану підприємства;
- впровадження заходів, спрямованих на вдосконалення системи управління економічною безпекою підприємства.

В якості заходу, спрямованого на поліпшення показників фінансового стану підприємства рекомендується пошук шляхів економії на витратах підприємства.

На даний момент у підприємства відсутній будь-який співробітник, в повній мірі займається питаннями управління фінансовою складовою економічної безпеки, за винятком головного бухгалтера.

Проведена оцінка показала, що в частині забезпечення фінансової безпеки функції головного бухгалтера обмежуються лише питаннями забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності, забезпечення правильності розрахунку податків і зборів. Будь-якими іншими функціями, пов'язаними з управлінням фінансової складової економічної безпеки (наприклад, планування і контроль використання ресурсів, робота з контрагентами) даний працівник не займається в зв'язку з високою завантаженістю роботами, пов'язаними з бухгалтерським обліком і формуванням звітів. Однак виявлені проблеми свідчать

про необхідність такої посади на підприємства.

Основні функціональні обов'язки і вимоги до фахівця з економічної безпеки представлені в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Основні функціональні обов'язки і вимоги до фахівця з економічної безпеки

| Найменування показника | Значення показника |
|------------------------|---|
| посадові обов'язки | <p>1. Організовує проведення планових і за спеціальним завданням комплексних перевірок, документальних ревізій виробничо-господарської діяльності структурних підрозділів, бере участь в інвентаризації основних засобів та товарно-матеріальних цінностей, згідно з чинним законодавством.</p> <p>2. Здійснює контроль достовірності обліку коштів, товарно-матеріальних цінностей (ТМЦ), основних фондів, які надходять на підприємство, своєчасного відображення в бухгалтерській звітності операцій пов'язаних з їх рухом, відповідність кошторисів витрат згідно первинних документів.</p> <p>3. Перевіряє правильність віднесення витрат на виробництво і реалізацію готової продукції, облік витрат, їх обґрунтованість і вплив на собівартість продукції.</p> <p>4. Здійснює документальні перевірки відповідності трудової дисципліни використання робочого часу, формування та використання фонду оплати праці, правильність ведення бухгалтерського обліку по нарахуванню заробітної плати працівникам структурних підрозділів та відрахувань з неї.</p> <p>5. Здійснює перевірку інформації, яка містить у собі ознаки нанесення економічної шкоди підприємству, її повноту та ступінь достовірності.</p> <p>6. Аналізує структуру негативних впливів, визначає коло осіб, які можуть бути причетними до їх здійснення.</p> <p>7. Оцінює розмір завданих збитків, розмір запобігання шкоди і вартості кожного заходу щодо усунення негативних явищ.</p> |

Продовження таблиці 3.3

| Найменування показника | Значення показника |
|------------------------|---|
| посадові обов'язки | <p>8. Надає пропозиції щодо створення умов для максимально можливого відшкодування та локалізації збитку нанесеного неправомірними діями партнерів, клієнтів, персоналу.</p> <p>9. Надає пропозиції щодо визначення пріоритетів при залученні сторонніх організацій для проведення робіт, надання послуг.</p> <p>10. Визначає комплекс робіт по прийняттю ТМЦ, які надходять на підприємство від постачальника з метою запобігання потрапляння в виробництво матеріальних цінностей, які не відповідають вимогам нормативно-технічної документації і можуть принести збиток.</p> <p>11. Забезпечує своєчасне складання актів за результатами проведених перевірок в структурних підрозділах, проведення службових розслідувань виявлених фактів порушень і підготовку проектів наказів і розпоряджень по усуненню недоліків в роботі.</p> <p>12. Здійснює контроль за порядком обігу та доступу до всіх видів конфіденційної інформації, з метою вивчення та оцінки фактичного стану захисту конфіденційної інформації, виявлення недоліків і порушень, встановлення причин таких недоліків і порушень, внесення пропозицій щодо їх усунення та запобігання.</p> <p>13. Розробляє політику інформаційної безпеки як окремий документ в повному обсязі і здійснює контроль виконання її положень. Виявляє випадки несанкціонованого розкриття конфіденційної інформації.</p> <p>14. Забезпечує реалізацію політики інформаційної безпеки з впровадження та супроводу систем захисту інформації в інформаційних системах підприємства.</p> <p>15. Визначає наявність достатніх доказів в кожному випадку несанкціонованого розкриття конфіденційної інформації. Визначає механізми відшкодування збитку в разі витоку конфіденційної інформації</p> <p>16. Проводить фінансовий аналіз і безперервний моніторинг фінансового стану підприємства з метою пошуку внутрішньогосподарських резервів</p> <p>17. Здійснює розробку заходів, спрямованих на поліпшення</p> |
| Кваліфікаційні вимоги | вища освіта, досвід роботи по організації системи економічної і внутрішньої безпеки підприємства та стаж роботи на аналогічних посадах не менше 3-х років |

Пріоритетним напрямком роботи фахівця з економічної безпеки для підприємства «Поїхали з нами» на існуючому етапі розвитку є:

- питання, пов'язані з врегулюванням простроченої дебіторської заборгованості;
- моніторинг контрагентів на предмет надійності і кредитоспроможності.

Очікується, що прийом на роботу співробітника з економічної безпеки дозволить підприємству скоротити розмір дебіторської заборгованості.

Узагальнено виявлені проблеми управління економічної безпеки на підприємстві і запропоновані заходи щодо їх вирішення в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Виявлені проблеми управління економічної безпеки на підприємстві і запропоновані заходи щодо їх вирішення

| виявлені проблеми | Заходи, спрямовані на вирішення проблем | очікуваний ефект |
|--|--|--|
| Проблеми фінансового стану | Придбання нового обладнання з метою збільшення обсягу продажів і зниження витрат на ремонт | збільшення фінансових результатів збільшення показників рентабельності поліпшення фінансової стійкості |
| Відсутність на підприємстві, фахівця з питань фінансової складової економічної безпеки | Прийом на роботу фахівця з економічної безпеки | зниження простроченої дебіторської заборгованості |

Таким чином, з метою вирішення існуючих проблем і вдосконалення системи управління економічної безпеки «Поїхали з нами» рекомендується впровадження заходів, спрямованих на поліпшення показників фінансового стану підприємства; впровадження заходів, спрямованих на вдосконалення системи управління економічною безпекою підприємства.

Для покращення інформаційної безпеки підприємства передбачає наступні заходи:

Для захисту локальної обчислювальної мережі необхідно користувачів розділити на групи з відповідними правами:

1. Administrator - адміністратори мережі (створення і управління політиками інформаційної безпеки, глобальні настройки мережі і т.д.).

2. Manager - облікові запис для повсякденного обслуговування інформаційно-обчислювальної техніки.

3. User - обліковий запис стандартного користувача (співробітника компанії) з обмеженими правами.

4. Security - обмежена вчений запис (в разі потреби доступу не співробітників організації).

Для ідентифікації користувача потрібно ActiveDirectory на базі мережевої операційної системи, де для кожного користувача повинна бути створена унікальна запис, і кожен запис була включена до відповідної групи. Тим самим здійснюється розмежування доступу (табл. 3.5)

Таблиця 3.5

Група користувачів і їх права

| дії | Security | User | Manager | Administrator |
|---|----------|-------|---------|---------------|
| Створення і зміни груп користувачів | немає | немає | немає | Так |
| Зміна налаштувань мережі | немає | немає | немає | Так |
| Підключення до мережі нових робочих станцій | немає | немає | немає | Так |
| Зміна налаштувань серверів | немає | немає | немає | Так |
| Зміна прав доступу до каталогів і резервних копій | немає | немає | немає | Так |
| встановлення програм | немає | немає | Так | Так |
| Доступ в Інтернет | немає | | Так | Так |
| Кількість трафіку (на місяць) | 0 | 100 | 1000 | 1000 |
| Можливість завантажувати | немає | немає | Так | Так |

Продовження таблиці 3.5

| запис | Тільки в «Мої документи » | «Мої документи », «Робочий стіл », « Для всіх », « Мережева » | Будь-яка папка на локальному комп'ютері | Будь-яка папка на будь-якому комп'ютері в мережі. |
|--|---------------------------|---|---|---|
| Підключення зовнішніх флеш-дисків, Зовнішніх дисків. | немає | немає | Так | Так |
| Підключення CD / DVD-ROM, Флоппі-диска | немає | немає | Так | Так |
| Використання ICQ | немає | Так | Так | Так |
| Доступ до FTP | немає | немає | немає | Так |
| Доступ до POP3 | немає | Так | Так | Так |
| Доступ до SMTP | немає | Так | Так | Так |
| Доступ до SSL | немає | Так | Так | Так |
| Доступ до SOCKS | немає | немає | немає | Так |

Для підвищення якості антивірусного захисту було прийнято рішення запровадити більш досконалий антивірус. Контроль інтернет - трафіку буде здійснюватися за допомогою проксі-сервера, який одночасно буде служити і фаєрволом.

Можна зробити висновок, що окремо програмний комплекс і апаратний комплекс мало ефективні, тому необхідно два цих важеля захисту інформації використовувати разом, тим самим отримавши програмноапаратний комплекс. Тому вважаю за необхідне розглянути структуру програмно-апаратного комплексу, використовуваного для забезпечення інформаційної безпеки даних в організації.

Програмний комплекс на даному підприємстві включає наступні компоненти: операційна система Windows XP, антивірус Dr. Web Entemet Security. У програмному комплексі парольний захист організована стандартним розмежуванням доступу користувачів Windows, передача даних здійснюється в інтернет без використання захищеного з'єднання за технологією VPN. Для більш

розширеного функціонування комплексу на сервері необхідно провести: настройку брандмауера, установку проксі сервера, установку поштового сервера.

Апаратний комплекс на підприємстві представлений:

- персональні електронні обчислювальні машини Office Cor 2 duo E7500, а також Celeron 430;
- Hub Dlink DES - 1005D / E;
- принтери HP DeskJet 2050;
- сканери Genius G Pen.

Програмний і апаратний комплекс є одним робочим комплексом, що його надалі програмно-апаратний комплекс. З метою підвищення інформаційної безпеки були проведені заходи щодо посилення безпеки мережі підприємства, представлені в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Проведені заходи щодо посилення безпеки мережі підприємства

| об'єкт | заходи |
|----------------|--|
| сервер | Оновлення ОС Оновлення антивіруса Установка брандмауера Установка проксі-сервера Установка поштового сервера |
| робочі станції | Оновлення ОС Оновлення антивіруса Установка пральних захистів |
| з'єднання | Використання захищеного Інтернет-з'єднання |

Комплексна політика захисту інформації включає в себе інженерно-технічних забезпечення комп'ютерної безпеки, яка розглядається як елемент запобігання комп'ютерних злочинів. Інженерно-технічний захист розглядається як комплекс заходів, важелів, технічних засобів і заходів щодо забезпечення інформаційної безпеки.

Для протистояння технічним засобам розвідки на підприємствах використовують: криптографічні, апаратні, апаратно-програмні, фізичні і програмні засоби захисту інформації.

Під фізичними методами захисту інформації мається на увазі охорона приміщень та будівлі компанії, приміщення з робочими станціями, а також засоби комп'ютерної техніки та носіїв інформації.

Під апаратними методами захисту інформації мається на увазі обладнання у вигляді окремих технічних засобів, комп'ютерної техніки, які використовуються для захисту цих систем.

За допомогою інженерно-технічного комплексу на підприємстві ми обмежуємо доступ в мережу і виробляємо розмежування доступу до бази даних. Щоб виключити копіювання даних на зовнішні носії на всіх персональних робочих станціях необхідно провести опломбування корпусу і демонтаж засобів підключення зовнішніх носіїв. Для цього, з метою забезпечення інформаційної безпеки комп'ютерної мережі були проведені наступні заходи (див. Табл. 3.7) .

Таблиця 3.7

Розроблені заходи забезпечення інформаційної безпеки

| об'єкт | заходи |
|----------------|--|
| сервер | Фізичні засоби обмеження доступу |
| вузли мережі | Фізичні засоби обмеження доступу |
| робочі станції | Опломбування корпусу із застосуванням спеціальних запірних пристроїв Демонтаж засобів підключення зовнішніх носіїв інформації |

Обов'язковими при поданні комплексу інженерно-технічних засобів є наступні завдання [35]:

- запобігання проникнення зловмисника до джерел інформації з метою її знищення, розкрадання або зміни;

- захист носіїв інформації від знищення в результаті впливу стихійних сил і перш за все, пожежі і води (піни) при її гасінні;
- запобігання витоку інформації з різних технічних каналах.

Для забезпечення ефективною інженерно-технічного захисту інформації необхідно визначити:

- що захищати технічними засобами в даній організації, будівлі, приміщенні;
- яким загрозам піддається захищається інформація з боку зловмисників і їх технічних засобів;
- які способи і засоби доцільно застосовувати для забезпечення інформаційної безпеки з урахуванням як величини загрози, так і витрат на її запобігання;
- як організувати і реалізувати технічний захист інформації в організації [35].

Для посилення фізичної та пожежної безпеки було обрано такі інженерно-технічні методи безпеки:

- 1) установка камер відеоспостереження;
- 2) установка детекторів руху;
- 3) установка систем оповіщення про пожежу;
- 4) установка систем автоматичного пожежогасіння;
- 5) установка засобів пасивного захисту від вогню.

Дані засоби дозволяють скоротити ризик втрати, як інформації, так і цінного майна, в результаті спроби умисного викрадення інформаційних носіїв або матеріальних цінностей або при виникненні спалаху. Від використання засобів захисту від прослуховування та інших засобів шпигунства, вирішено було відмовитися, оскільки їх придбання, установка і обслуговування дорого обійдуться підприємству.

Для забезпечення інформаційної безпеки було визначено три класи об'єктів, необхідних захистом, як необхідний список заходів і перелік дій для усунення проблем безпеки в системі підприємства. Але було прийнято рішення відмовитися від засобів захисту від прослушки і інших засобів захисту від шпигунства.

Таким чином, використання розроблених заходів безпеки дозволить організувати політику безпеки, а також скорегувати структуру реалізованого апаратно-програмного комплексу.

Структура програмного складу комплексу наведена на малюнку 3.1.

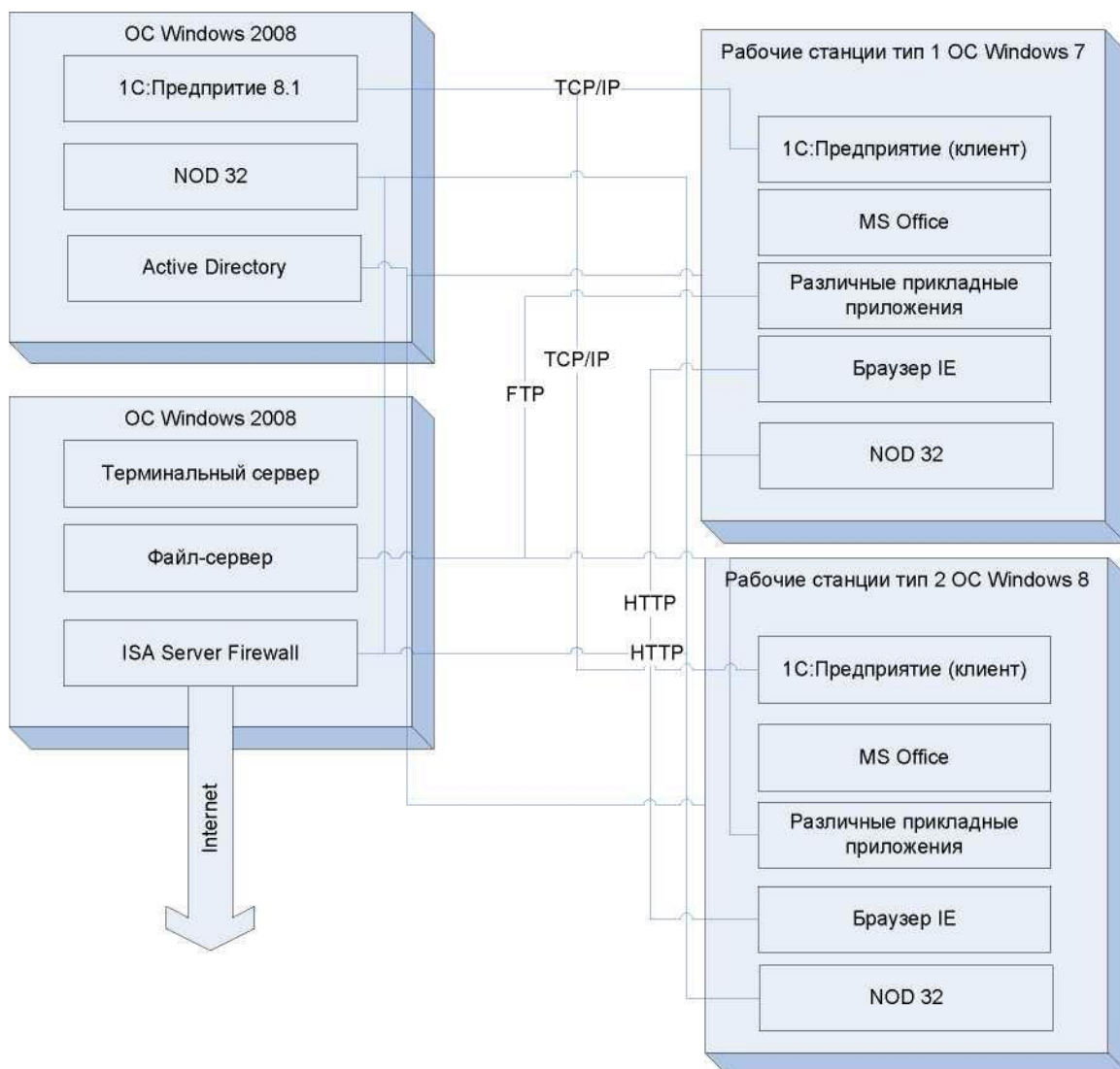


Рис. 3.1 Структура оновленого програмного комплексу

У структуру оновленого програмного комплексу включено:

1) сервер 1С: працює на операційній системі Windows Server 2008, на ньому розташовується база програми 1С Підприємство 8.1; антивірус, встановлений на даному сервері NOD 32. Через службу каталогів Active Directory здійснюється

розподіл доступу;

2) сервер IBM - працює на операційній системі Windows Server 2008, на ньому розташовується файл-сервер, а також Firewall. Доступ в інтернет здійснюється через Firewall, на файл-сервер стікається інформація від прикладних програм з робочих станцій;

3) робочі станції 1-ого типу працюють на операційній системі Windows 7, на них встановлена: програма 1С підприємство (клієнт), Microsoft Office 2013, а також браузер Internet Explorer 11, антивірус NOD 32;

4) робочі станції 2-ої типу працюють на операційній системі Windows 8, на них встановлена: програма 1С підприємство (клієнт), Microsoft Office 2013, а також браузер Internet Explorer 11, антивірус NOD 32.

3.3. Соціально-економічна оцінка ефективності запропонованих заходів

З метою вирішення існуючих проблем і вдосконалення системи управління економічної безпеки «Поїхали з нами» рекомендується:

- впровадження заходів, спрямованих на поліпшення показників фінансового стану підприємства;
- впровадження заходів, спрямованих на вдосконалення системи управління економічною безпекою підприємства.

Для кількісної оцінки ризику плинності кадрів і зниження продуктивності праці проведено розрахунки факторного взаємозв'язку показників плинності, інтегрального показника економічної безпеки підприємства. Результати розрахунків представлені в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Зведена таблиця аналітичних показників оцінки рівня економічної безпеки «Поїхали з нами» при підвищенні стабільності кадрового складу

| № п / п | показники | 2020/2019 | При незмінному коефіцієнті стабільності кадрового складу | При 1% -му зростанні коефіцієнті стабільності кадрового складу | При 2% -му зростанні коефіцієнті стабільності кадрового складу |
|------------|--|-----------|--|---|---|
| 1 | Індекс виробничої рентабельності | 0,80 | | | |
| 2 | Індекс економічної рентабельності | 0,91 | | | |
| 3 | Індекс продуктивності праці | 1,51 | | | |
| 4 | Індекс стабільності кадрового складу | 0,90 | 1,0 | 1,01 | 1,02 |
| 5 | Індекс придатності основних виробничих фондів | | | | 1,15 |
| 6 | індекс фондівдачі | 1,67 | | | |
| 7 | Індекс завантаження виробничих потужностей | 1,44 | | | |
| 8 | інтегральний показник економічної безпеки підприємства | 1,20 | 1,214 | 1,228 | 1,244 |

Таким чином, хоча б 1%-ве збільшення коефіцієнта стабільності кадрового складу «Поїхали з нами» дозволить підвищити інтегральний показник економічної безпеки підприємства на 0,014 пункту. Збільшення коефіцієнта стабільності кадрового складу дозволить підвищити продуктивність праці працівників, збільшити в кінцевому підсумку, рентабельність виробництва і загальну економічну рентабельність підприємства.

Таким чином, реалізація заходів щодо забезпечення економічної безпеки «Поїхали з нами» дозволить підвищити інтегральний показник економічної безпеки підприємства на 5,3 процентних пункти навіть при незмінних

індикативних показниках індексів продуктивності праці та рентабельності, тобто за умови недопущення зниження відповідних індикативних показників.

Для визначення економічної ефективності захисту інформації підприємства необхідні наступні дані (показники):

- витрати (виділені ресурси) на створення / модернізацію даної і підтримання її в працездатному стані;
- величини втрат (ризиків), обумовлених погрозами інформаційних активів після впровадження / модернізації захисту інформації.

Зміст і обсяг постійного ресурсу, що виділяється на безпеку, представлені в таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Зміст і обсяг постійного ресурсу, що виділяється на безпеку

| Організаційні заходи | | | | |
|--|--------------------------------------|---|-----------------------------------|------------------------------|
| № п \ п | Дії | середньогодинна зарплата фахівця (тис.грн.) | Трудоємність операції (люд.-год.) | вартість, всього (тис. грн.) |
| 1. | Проведення тренінгів, інструктажів. | 0,3 | 10 | 3 |
| Вартість проведення організаційних заходів, всього | | | | 3 |
| Заходи інженерно-технічного захисту | | | | |
| № п / п | Номенклатура витратних матеріалів | вартість, одиниці (тис. грн.) | Кількість (Од) | вартість, всього (тис. грн.) |
| 2. | Оновлення ПЗ | 15 | 1 | 15 |
| 3. | Обслуговування відеоспостереження | 0,3 | 10 | 3 |
| 4. | обслуговування детекторів руху | 0,3 | 10 | 3 |
| 5. | обслуговування протипожежної системи | 0,3 | 20 | 6 |
| | | | | |
| Вартість проведення заходів інженерно-технічного захисту | | | | 27 |

Продовження табл. 3.9

| Кадрові заходи | | | | |
|----------------|---|---|-------------------------------------|------------------------------|
| № п \ п | Дії | середньогодинна зарплата фахівця (тис.грн.) | Трудомісткість операції (люд.-год.) | вартість, всього (тис. грн.) |
| 6. | Залучення фахівця з фінансової безпеки на аутсорс | 0,5 | 10 | 5 |

Проведемо оцінку ефективності запропонованих заходів.

Вартість обладнання складає 1 035 тис. грн.

При цьому нове обладнання має більшу продуктивність в порівнянні з існуючим і при його придбанні, підприємство зможе не тільки скоротити витрати на ремонт у розмірі 623 тис. грн. за рік, а й збільшити обсяги обслуговування і продажів в середньому на 20% або на 1 380 тис. грн. При цьому очікується збереження поточного рівня операційних витрат.

Для придбання даного обладнання підприємству рекомендується скористатися короткостроковим кредитом (до 1 року) в розмірі 1 035 тис. грн.

Середня процентна ставка по кредиту становить 20%. Рівень витрат на виплату відсотків складе 207 тис. грн.

Витрати на послуги фахівця з економічної безпеки виражаються у витратах на заробітну плату персоналу і відрахувань на соціальні потреби. Як дохід розглядається приріст надходжень грошових коштів за рахунок зниження розміром дебіторської заборгованості.

Розрахуємо доходи, витрати і економічну ефективність запропонованих заходів в таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Доходи, витрати і економічна ефективність запропонованих заходів

| найменування показника | Значення показника |
|--|--------------------|
| 1. Доходи - всього, тис. грн. | 2 475 |
| - приріст доходів за рахунок збільшення | 1 380 |
| - приріст прибутку за рахунок зниження витрат на | 623 |
| - приріст грошових коштів за рахунок скорочення дебіторської заборгованості на 40% | 472 |
| 2. Витрати - всього, тис. грн. | 1 814 |
| - витрати на покупку нового обладнання | 1 035 |
| - витрати на послуги спеціаліста з економічної безпеки (оклад 30 тис. грн.) за рік | 360 |
| - платежі до позабюджетних фондів - 30% від оплати | 108 |
| - відсотки по кредиту | 207 |
| - амортизація | 104 |
| 3. Економічний ефект, тис. грн. (П. 1 - п.2) | 661 |
| 4. Економічна ефективність,% (п. 1 / п.2 x 100) | 136,44 |

Сукупні доходи від впровадження заходів складуть 2 475 тис. грн., Витрати посилення - 1 814 тис. грн.

Економічний ефект заходів складе 661 тис. грн., Економічна ефективність - 136,44%. Запропоновані заходи приведуть не тільки до вдосконалення системи економічної безпеки на підприємстві «Поїхали з нами», а й до поліпшення показників фінансового стану, зростання показників фінансових результатів, показників рентабельності.

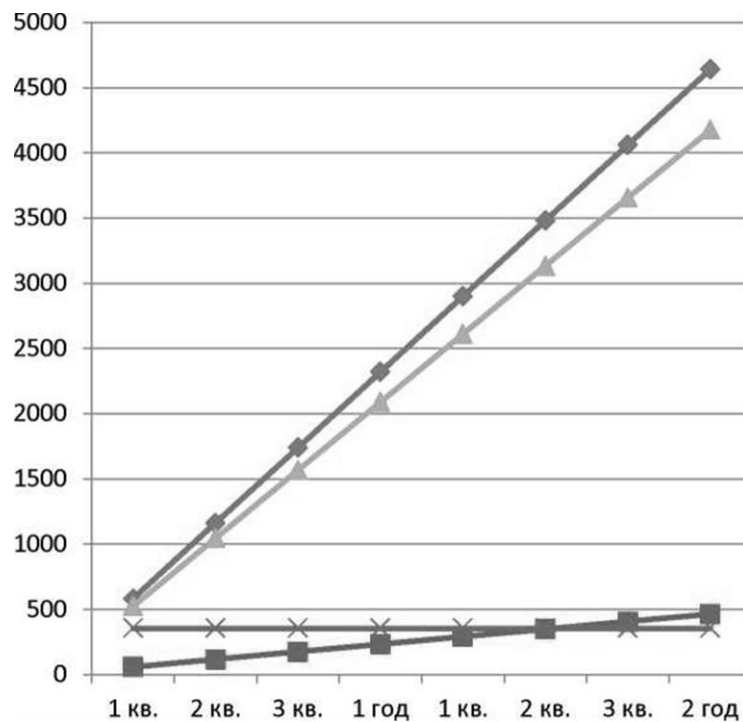
Для проведення розрахунку необхідно отримати прогнозовані дані про величину втрат (ризиків) для критичних інформаційних ресурсів після впровадження / модернізації захисту інформації. Результати формуються за результатами експертного опитування.

Таблиця 3.11

Оцінка динаміки величин втрат за період 2 роки, грн

| | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 1 рік | 1 кв. | 2 кв. | 3 кв. | 2 рік |
|------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| До впровадження СЗІ | 580 | 1 160 | 1740 | 2320 | 2900 | 3480 | 4060 | 4640 |
| Після впровадження СЗІ | 58 | 116 | 174 | 232 | 290 | 348 | 406 | 464 |
| зниження втрат | 522 | 1044 | 1566 | 2088 | 2610 | 3132 | 3654 | 4176 |

Після прийняття обов'язкових припущень про незмінність частоти появи загроз, а також про незмінному рівні надійності створеної захисти інформації, можливо визначити термін окупності.



До впровадження СЗІ Після впровадження СЗІ ■ Зниження втрат ■ Вартість СЗІ

Рис. 3.2 Графічне визначення терміну окупності

Таким чином економічні розрахунки показують ефективність впровадження комплексу заходів з безпеки. Відповідно до проведених розрахунків, окупність відбудеться ще в першому кварталі їх використання. Що для підприємства є дуже мінімальним фінансовим навантаженням.

Висновки до розділу 3

Оцінка існуючої системи управління безпекою показала, що до підрозділів і співробітникам «Поїхали з нами», що займаються питаннями управління безпекою відноситься головний бухгалтер, керівник відділу кадрів, керівник екскурсійного відділу.

Також був зроблений висновок про те, що в цілому підприємство «Поїхали з нами» здійснює управління всіма елементами безпеки.

Однак в частині забезпечення фінансової безпеки функції головного бухгалтера обмежуються лише питаннями забезпечення правильного складання бухгалтерської звітності, забезпечення правильності розрахунку податків і зборів. Будь-якими іншими функціями, пов'язаними з управлінням фінансової складової економічної безпеки (наприклад, планування і контроль використання ресурсів, робота з контрагентами) даний працівник не займається в зв'язку з високою завантаженистю роботами, пов'язаними з бухгалтерським обліком і формуванням звітів.

Положення компанії по відношенню до стандартів захисту інформації дуже низька, тобто в разі викрадення даних компанія може понести колосальні втрати. Обраний напрям розробки інформаційної безпеки є актуальним і вкрай необхідним.

Таким чином, можна зробити висновок, що компанія потребує розробки нової політики інформаційної безпеки, і вибрані рішення є актуальними на даному підприємстві.

В цьому розділі проведені розрахунки, з них ми можемо побачити, що прогнозований збиток є досить вагомим для підприємства, а єдиноразові витрати на реалізацію політики безпеки менше, ніж передбачувані фінансові збитки. Зокрема, для розробки інформаційної безпеки потрібно 355 640 грн., А для щорічної підтримки - 30 000 грн. Також, з деякою періодичністю 3 тис грн.

потрібно на організацію тренінгів та 5 тис. грн на залучення аутсорсингового фахівця з фінансової безпеки.

Це говорить про те, що реалізація політики безпеки допоможе захистити дані, і це буде ефективний захист, яка допоможе запобігти фінансовим втратам для компанії від можливих загроз. І через 2 роки політика безпеки, реалізована в компанії, допоможе захистити близько чотирьох мільйонів гривень. Відповідно можна зробити висновок, що розроблена політика інформаційної безпеки є дуже ефективною.

РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ «ПОЇХАЛИ З НАМИ»

4.1 Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт на туристичному підприємстві «Поїхали з нами»

Офіс «Поїхали з нами» в достатній мірі укомплектований технічними засобами якими оперує кваліфікований персонал що дає змогу використовувати все устаткування для забезпечення ефективної діяльності турфірми. До систем телекомунікацій агенції відносяться системи оперативного зв'язку, що включають технології телефонного, стільникового, факсового зв'язку. Також офіс укомплектований спеціалізованим устаткуванням – пристроями, управління турфірмою, що є невід'ємною частиною програмно-апаратних комплексів; організаційною технікою – технічними засобами, призначеними для автоматизації офісних завдань. Засоби оргтехніки офісу фірми включають копіювально-розмножувальні апарати, диктофони, проекційне устаткування, ламінатор, машину для знищення документів (шредер).

Фірма використовує ліцензійне системне програмне забезпечення (ПЗ) що забезпечує взаємодію інших комп'ютерних програм з апаратним забезпеченням. Сервісне ПЗ - це комп'ютерні програми, призначені для обслуговування комп'ютера і підвищення зручності роботи користувача. До системних ПЗ відносяться, тестові і діагностичні програми (утиліти), призначені для перевірки працездатності окремих вузлів комп'ютера, компонентів програмно-файлових систем і усунення виявлених несправностей. Антивірусні програми служать для виявлення і усунення комп'ютерних вірусів.

Призначення інтегрованих офісних пакетів – забезпечити співробітників турфірми широким набором засобів для повсякденної спільної роботи,

автоматизувати виконання рутинних операцій, допомогти в комплексному рішенні задач туристичного підприємства [33].

Також «Поїхали з нами» використовується програмний комплекс «Майстер-Тур», розроблений компанією «Мегатек» і призначений для повної автоматизації діяльності як турагентських, так і туроператорських фірм, що створюють і реалізують індивідуальні і групові тури.

Всі послуги, з яких формується тур, можна розбити на три типи:

індивідуальні, вартість яких на одну людину не залежить від наявності або відсутності інших послуг в турі, а також від числа туристів, що користуються даною послугою;

індивідуальні групові, для яких вартість на одну людину залежить від загального числа туристів, що користуються даною послугою;

пакетні, вартість яких має сенс лише за наявності інших послуг, що становлять пакет.

Існують типові блоки послуг - це стандартний набір послуг, спочатку пропонується клієнту. Кожна послуга незалежна від інших, має свою ціну і може бути змінена або видалена з програми стандартного туру, якщо це дозволено старшим менеджером по туру.

«Майстер-Тур» здійснює практично всі функції, характерні для діяльності турагентського офісу: ведення довідників країн, міст, готелів, видів проживання та харчування, екскурсій, авіаперельотів, типів літаків, авіакомпаній, транспорту, партнерів, видів послуг, контрольних дій і др.;

- формування і розрахунок групових і індивідуальних турів;
- зміна параметрів вже оформлених путівок (дати заїзду, готель і т.п.) і автоматичне ведення історії путівки, що необхідно при вирішенні спірних ситуацій, а також для відстеження проходження турпутівки;

- розрахунок очікуваного прибутку по туру, а також розмір комісійних, що одержуються партнерами;

- формування календаря поїздок різних турів, а також визначення числа оформлених туристів на кожну дату;
- квотування будь-яких послуг, що входять в тур, з вказівкою кількості заброньованих, зайнятих і вільних місць, що виключає їх перепродаж;
- ведення моніторингу по кожному туру і послугі за допомогою довідника контрольованих дій;
- ведення системи попереджень по будь-якій послугі, наприклад вивід на екран менеджера повідомлення про необхідність викупити квитки за певний термін до початку туру;
- моніторинг оплати по туру;
- моніторинг роботи менеджерів за певний період часу, зокрема відстеження путівок, оформлених конкретним менеджером;
- оцінку поточного фінансового стану фірми;
- друк пакету необхідних документів (туристичні путівки, списки туристів, ваучери, анкети в посольства, авіаквитки, листи, заявки, підтвердження, фінансові звітні форми і т.д.);
- групову розсилку факсів партнерам через вбудований інтерфейс з програмою Delrina WinFax Pro;
- адміністрування системи (розмежування доступу, настройка програми і т.п.).

Програма передбачає також механізм контролю, що відстежує як завантаженість турів, так і стан послуг що в нього входять. Причому реєструється не тільки основний стан послуги (готово/не готово), але і уточнені стани, наприклад послуга «віза» може знаходитися у стані «віддані паспорти в посольство», «не одержані візи».

Структурно в програмі виділяються окремі автоматизовані робочі місця (АРМ), адаптовані до виконання специфічних функцій відповідних фахівців турфірми. До основних АРМ відносяться: формування турпродукту; продаж і

оформлення турпутівок; робота з партнерами; АРМ бухгалтера; АРМ директора.

Автоматизоване робоче місце з формування турпродукту передбачає створення готових до реалізації пакетів послуг і програм турів, калькуляцію їх вартості, розрахунок прибутку, комісійних і т.д. Є можливість багатоваріантних розрахунків вартості зібраного блоку (туру) на різні сезони залежно від ціни «нетто» на послуги, зміни прибутку або ціни «брутто». Менеджер має можливість оцінити конкурентоспроможність туру і сформувати оптимальний тур. Передбачений гнучкий апарат розрахунку цін, що дозволяє розрізняти ціни на послуги, що пропонуються різними партнерами, а також розмір комісійних, що даються партнерам під час продажу туру.

Турагентство використовує глобальну систему бронювання AMADEUS, що забезпечує бронювання авіаквитків, місць в готелях, автомобілів, круїзів, оформлення страхового поліса, реалізація бронювання залізничних квитків, наземних перевезень. Програма має зручний графічний інтерфейс користувача, так при підборі готелю туристу можуть бути продемонстровані її фотографії, карта місце розташування. При замовленні авіаквитка можливе перегляд карти місць в салоні літака. При бронюванні готелю доступна карта його місце розташування.

4.2 Аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства «Поїхали з нами»

«Поїхали з нами» має свій сайт на якому турист може підібрати найкращій для себе варіант туру. Туристу доступні інформація про тур, також турист може залишити заявку на бронювання туру. Після підбору туру туристу необхідно вибрати варіант оплати: готівковий розрахунок, безготівковий розрахунок або банківський переказ. Також пропонується звернутися до офісу для оформлення документів, які в призначений день можна буде забрати і відправлятися в

подорож. При підборі індивідуального туру відразу ж пропонується готель. Можна перевірити наявність місць в готелях на задану дату, по кожному готелю дані ціни на номери.

Турагенцією розроблена власна система оцінки стану туристичного ринку «Шкала Равіля» або R-Індекс (індекс горіння), який відображається на сайті мережі. «Шкала Равіля» – це комплексний показник який враховує попит туристів, пропозицію туроператорів, кількість літаків та готелів, падіння та зростання цін, сезонність та ін. Чим нижчим є індекс горіння, тим «спокійнішим» є туристичний ринок: менше «горящих путівок», ціни падають у незначній мірі. Чим вищим є індекс, тим більше на ринку турів за низькими цінами.

Також на сайті вказаний час до початку наступної акції та її детальний опис, надана інформація про рекордні ціни минулого місяця та року. Загалом дизайн та навігація сайту дуже відрізняється від порталів інших туристичних агенцій, не можна сказати що сайт розроблений досконально, в ньому є певні недоліки. Наприклад, навігація сайту клієнту який вперше потрапив на даний портал може показатися незрозумілою, та складною, відсутня чітка структура та карта сайту тому щоб знайти необхідну інформацію користувач буде деякий час «блукати» по сайту [27].

Агенція має власні сторінки в соціальних Інтернет-мережах таких як «В Контакте» та «Фейсбук», що підвищує кількість клієнтів. На сторінках постійно оновлюється інформація про тури, також представлені фото та відео матеріал про країни та готелі, найважливішим є те що завдяки таким сторінкам можна з легкістю дізнатися відгуки та побажання клієнтів. Такий варіант розміщення інформації є дуже вигідним тому що не потребує значних затрат коштів, фото та відео матеріал можуть надавати самі клієнти та відвідувачі, а адмініструванням сторінки може займатися лише одна людина.

Найкращим показником оцінки ефективності веб-сайту туристичної компанії є показник ROI (англ. Return on Investment), який характеризує

повернення (окупність) інвестицій. Так, при вкладенні 20000 грн у сайт туристичної компанії і отриманому прибутку у 30000 грн, ROI складе 150%. Однак не завжди можна точно оцінити дані параметри, наприклад, реклама в блогах підвищує показник ROI, проте це не просто виміряти, оскільки, більша впізнаваність бренду, покращення репутації підвищують фінансові показники, але їх обсяг є складним для підрахунку. Тому часто буває, що ROI досить важко розрахувати. Також по різному можна оцінювати обсяг інвестицій в сайт. Їх можна сприймати як витрати при розробці сайту або розширено - витрати на рекламу при його «розкрутці», витрати на професійне спілкування в соціальних мережах.

Для підвищення ефективності просування туристичного продукту через Інтернет доцільно скористатися удосконаленою методикою, відповідно до якої сайти оцінюються за 10- бальною шкалою відповідно до параметрів, які визначають три головні складові сайту туристичної фірми: дизайн, зміст і структура сайту. Сайти оцінювалися за 10 параметрами, які запропоновані нами на підставі аналізу систем просування туристичного продукту в Інтернет.

Більшість з параметрів є присутніми і в інших методиках оцінювання ефективності просування туристичного продукту методами та інструментами Інтернет, ми додали три нових:

Видимість сайту пошуковими системами. На нашу думку, це є головним критерієм, за яким ми можемо оцінити сайт, адже якщо сайт не знаходиться пошуковими системами (а основна частина природного трафіку забезпечується власне пошуковими системами), то його і не бачитимуть, не будуть відвідувати, і фактично існування сайту буде даремним.

Головними і обов'язковими умовами для забезпечення видимості сайту є його розміщення на сервері і заповнення необхідним контентом. Тоді робот пошукової системи запише в базу даний контент і буде його видавати за відповідним запитом [3].

2. Наявність мобільної версії. З 21 квітня 2015 року Google запустив новий алгоритм сортування видачі результатів пошуку на мобільних пристроях. Тепер при пошуку з мобільних пристроїв перевага надається сайтам, які мають мобільну версію. Google автоматично перевіряє сайти на mobile-friendly за чотирма критеріями [10]:

відсутність контенту, який підтримується не всіма мобільними пристроями (наприклад, Flash);

наявність тексту, який доступний для читання без масштабування;

використання контенту, який не вимагає горизонтального скролінгу або масштабування для перегляду;

розміщення гіперпосилання на достатній відстані одне від одного, щоб на них можна було легко натиснути пальцем.

На підставі оцінок можна вивести підсумковий індекс сайту, який розраховувався за формулою 4.1:

$$I_n = \frac{P_{n1} + P_{n2} + \dots + P_{nm}}{m}, \quad (4.1)$$

де I_n - індекс n-го сайту,

P_{nm} - значення m-го параметра для n-го сайту,

n - порядковий номер сайту підприємства,

m - кількість параметрів для оцінки сайту ($m = 10$).

3. Правило «трьох кліків» - неофіційне правило навігації на сайті. Воно передбачає, що користувач повинен мати можливість знайти будь-яку інформацію не більше ніж за 3 кліки мишею. Дане правило базується на твердженні, що користувач розчарується і піде з сайту, якщо не зможе знайти інформацію за 3 кліки. Незважаючи на невелику доказову базу (а це переважно аналіз форумів та блогів за профілем), серед більшості веб-дизайнерів вважається, що це правило є частиною якісної системи навігації [12].

Результати аналізу і отримані індекси сайтів представлені в таблиці 4. 1.

У результаті проведеного аналізу сайтів усіх об'єктів дослідження було отримано неоднозначні оцінки. Визначені значення індексів сайтів $I_{п}$ коливаються в межах від 2,2 до 7,9. Зрозуміло, що чим вищим є індекс сайту та ближчим до максимального значення, тим ефективнішим буде просування туристичних продуктів чи послуг через сайт даної туристичної компанії. Кожна компанія має переваги та недоліки в дизайні, структурі сайту чи його наповненні.

Таблиця 4. 1

Розрахунок індексу веб-сайтів туристичних компаній

| Турфірми | «Еней» | «Галичанка ІФ» | «Максимум трепел» | «Соломія Тур» | «Софія-Тур» | «Кентавр» | «Червона валіза | «Надія» | «Ласпер ЛТД» | «Холідей-тур ІФ» | «Гала тур» | «Класік-тур» | «ТУІ» | «Поїхали з нами» |
|-------------------------------|--------|----------------|-------------------|---------------|-------------|-----------|-----------------|---------|--------------|------------------|------------|--------------|-------|------------------|
| Дизайн | 9 | 4 | 8 | 5 | 7 | 3 | 6 | 7 | 6 | 5 | 5 | 7 | 9 | 8 |
| Інформативність | 9 | 3 | 7 | 6 | 7 | 6 | 7 | 8 | 6 | 2 | 2 | 8 | 9 | 9 |
| Робота в соціальних мережах | 6 | 0 | 6 | 6 | 4 | 4 | 3 | 10 | 3 | 5 | 3 | 10 | 9 | 8 |
| Правило 3 кліків | 8 | 2 | 6 | 3 | 7 | 5 | 2 | 9 | 2 | 5 | 2 | 7 | 5 | 5 |
| Каталог готелів (послуг) | 5 | 1 | 5 | 2 | 5 | 5 | 2 | 7 | 1 | 0 | 1 | 0 | 8 | 9 |
| Видимість сайту | 10 | 9 | 10 | 10 | 9 | 7 | 9 | 6 | 10 | 8 | 8 | 10 | 10 | 9 |
| Наявність мобільної версії | 5 | 5 | 7 | 5 | 5 | 5 | 4 | 8 | 7 | 3 | 5 | 6 | 9 | 5 |
| Представлення цін | 7 | 3 | 5 | 5 | 8 | 4 | 7 | 9 | 5 | 5 | 3 | 8 | 9 | 8 |
| Можливість он-лайн бронювання | 5 | 0 | 5 | 0 | 7 | 0 | 10 | 9 | 6 | 0 | 3 | 0 | 10 | 5 |
| Можливість придбання | 3 | 0 | 0 | 0 | 9 | 0 | 5 | 5 | 0 | 0 | 1 | 0 | 8 | 2 |
| Індекс сайту $I_{п}$ | 6,7 | 2,7 | 5,9 | 4,2 | 6,8 | 3,9 | 5,5 | 7,8 | 4,6 | 3,3 | 3,3 | 5,6 | 8,6 | 6,8 |

Джерело: Розраховано автором

Проведене дослідження показало недостатність уваги з боку місцевих туристичних компаній до розробки та просування власних сайтів, а це призводить до скорочення кількості потенційних клієнтів, а отже і доходів підприємства.

Критерій, якому повністю задовольняє найменша кількість фірм, - це

«наявність мобільної версії», яку має тільки компанія «TUI» і то в німецькій версії. Тому при аналізі ми брали до уваги якість адаптації звичайної он-лайн версії до браузера в мобільному телефоні. Також дуже низькі показники у параметрів «можливість он-лайн бронювання» та «придбання». Потреба в даних функціях зумовлена активним розвитком систем електронного бізнесу. Основним завданням для сучасних туристичних компаній є модифікація їх сайтів з інструментів пошуку на інструменти продажу, що є світовим трендом, який активно розвивається і на вітчизняному туристичному ринку [5]. Туристичним компаніям слід задуматися щодо ролі продажів через інструменти мережі Інтернет і про різноманітні способи бронювання та оплати за продукти та послуги на їх сайтах.

У таблиці 4.2 наведено підсумковий рейтинг сайтів, який складений за результатами дослідження на підставі індексів.

Таблиця 4.2

Підсумковий рейтинг web-сайтів туристичних компаній

| Місце в рейтингу | Назва турфірми | Індекс сайту In | URL адреса сайту |
|------------------|-------------------------|-----------------|--|
| 1 | «TUI» | 8,6 | http://www.tui.ua/ |
| 2 | «Надія» | 7,8 | http://www.nadia-tour.com/ |
| 3 | «Софія-тур» | 6,8 | http://www.sofia-tours.com/ |
| 4 | «Поїхали з нами» | 6,8 | https://poihaluznamu.net/ |
| 5 | «Еней» | 6,7 | http://eneytour.com/ |
| 6 | «Максимус тревел» | 5,9 | http://www.maxim-tour.if.ua/ |
| 7 | «Класік-тур» | 5,6 | http://www.klasiktur.com/ |
| 8 | «Червона валіза» | 5,5 | http://www.redbag.com.ua/ |
| 9 | «Ласпер ЛТД» | 4,6 | http://www.lasper.com.ua/ |
| 10 | «Соломія Тур» | 4,2 | http://www.solomija-tour.if.ua |
| 11 | «Магелан» | 3,9 | http://www.magellan.if.ua/ |
| 12 | «Холідей-тур ІФ» | 3,3 | http://www.holidayburo.com/ |
| 13 | «Гала-тур» | 3,3 | http://www.gala-voyage.com.ua/ |
| 14 | «Галичанка ІФ» | 2,7 | http://www.galychankaif.com.ua. |

Джерело: складено автором

Як видно з даних таблиці 2, перше місце в рейтингу посів сайт вітчизняного підрозділу туристичної компанії TUI, що свідчить про більшу ефективність

системи просування турпродукту великими іноземними туроператорами в порівнянні з вітчизняними компаніями.

Дослідження, яке було проведене, показало, що Інтернет як канал розподілу туристичного продукту і місце його покупки набуває все більшої.

Враховуючи, що такі дослідження проводяться щорічно, то у порівнянні з попереднім роком суттєво покращилися показники кількох компаній і в першу чергу турфірми «Поїхали з нами», а минулорічні лідери турфірми «Еней» та «Максимум тревел» погіршили свої результати, що пояснюється зміною дизайну та структури їх сайтів, а також мінімізацією зусиль щодо просування в Інтернет після активності перших років роботи з даними інструментами.

4.3 Пропозиції щодо використання інформаційних технологій в діяльності туристичного підприємства «Поїхали з нами»

Для ефективної автоматизації діяльності турфірми «Поїхали з нами» я пропоную наступну систему заходів.

1. Встановити програмне забезпечення для автоматизації управління підприємством. Для цього підприємства можна запропонувати такі комплексні програмні засоби автоматизації: Lodging Touch Libica, Intellect Service, UCS-UKR, Галактика, СІТЕК. Програмні продукти після купівлі супроводжуються сервісним обслуговуванням;

2. Розмістити на власній веб-сторінці контекстну рекламу (наприклад, рекламу компаній-партнерів, транспортних підприємств, послуг роумінгу чи розважальних закладів у місцях відпочинку) та отримувати дохід від такої реклами, частково або повністю компенсуючи витрати на Інтернет;

5. Відкрити рахунки в Інтернет-грошах (Webmoney, bitcoin тощо) і приймати оплату за послуги або їх бронювання через мережу Інтернет;

3. Замовити рекламу в мережі Інтернет. Регіональну рекламу доцільно замовляти через місцеві банерні мережі, національну - через Українську баннерну мережу (www.banner.kiev.ua), міжнародну - через систему Google AdSense (www.google.com/adsense/). Середній відклик від показу рекламних оголошень - 1-3%, середня кількість замовлень - 1-3% відвідувачів веб-сторінки;

4. Встановити програмне забезпечення для розрахунку цін на турпакети та управління завантаженням рейсів. Наприклад, програмне забезпечення української компанії ТітБіт, а саме програмні продукти "Розрахунок цін" і "Ціни + рейси";

5. Використати переваги віртуального туризму. Віртуальний туризм – це подорожі за допомогою персонального комп'ютера, відвідання віддалених місць через мережу Інтернет за посередництвом веб-камери. Для туристичних підприємств – це можливість показати в реальному часі, як протікає життя на території готелю чи санаторію, зацікавити потенційних туристів придбати тур після побаченого. Для цього встановлюється веб-камера і отримане зображення транслюється через веб-сторінку підприємства. Подібний сервіс надає багато Інтернет-проектів, серед найцікавіших можна назвати Веб-камери лижного курорту Буковель (www.bukovel.com), Укртелекому (www.ukrtelecom.ua), телеканалу Інтер (www.webcam.inter.ua).

Разом з тим, впровадження сучасних інформаційних технологій в систему управління підприємством вимагає певних капіталовкладень. Для ефективного використання комп'ютерних систем в організаціях також необхідний кваліфікований персонал або слід організувати навчання фахівців підприємства.

Розрахунок сумарних витрат на комплексну автоматизацію діяльності санаторно-готельних підприємств наведений у таблицях 4.3 та 4.4. При розрахунках ми не враховували вартість придбання комп'ютерів, оскільки підприємство ними вже володіє.

Таблиця 4.3

Витрати на автоматизацію діяльності турфірми (одноразові платежі)

| статті витрат | повний варіант | середній варіант | мінімальний варіант |
|---|--|--|---------------------|
| Система автоматизації бухгалтерського обліку 1С: Бухгалтерія 8 | 1100 грн. | 700 грн. | - |
| Встановлення програмного забезпечення для Інтернет-телефонії та Інтернет-пейджингу | безкоштовно | безкоштовно | безкоштовно |
| Програмне забезпечення для розрахунку цін на турпакети та управління завантаженням рейсів | "Ціни + рейси": 1500 грн. | "Розрахунок цін": 1200 грн. | - |
| Підключення до систем Інтернет-бронювання | безкоштовно | безкоштовно | безкоштовно |
| Встановлення веб-камер | 2 веб-камери 800 грн., монтаж 180 грн. | 1 веб-камера 400 грн., монтаж 130 грн. | - |
| Всього витрат: | 5080 грн. | 2430 грн. | 0 грн. |

Таблиця 4.5

Витрати на автоматизацію діяльності турфірми (щомісячні платежі)

| статті витрат | повний варіант | середній варіант | мінімальний варіант |
|---|--|--|------------------------------|
| Витрати на сервісне обслуговування автоматизованих систем управління | входить у вартість придбання програмного забезпечення | | |
| Оплата доступу до мережі Інтернет | 400 грн. | 200 грн. | 100 грн. |
| Витрати на рекламу в мережі Інтернет (0,3 дол. США за 1000 показів). | 100 тис. показів 150 грн. | 50 тис. показів 75 грн. | банерообмін, безкоштовно |
| Часткова або повна компенсація витрат за рахунок реклами на власній сторінці (орієнтовно, доходи залежать від відвідуваності сайту) | не доцільно використовувати | доцільно використовувати лише баннерообмін | орієнтовний дохід - 100 грн. |
| Витрати на Інтернет-телефонію | економія на традиційному та мобільному зв'язку, складно оцінити через відсутність середніх даних про витрати на телефонний зв'язок | | |

Продовження таблиці 4.5

| | | | |
|-------------------------------|-----------------------------------|----------|--------|
| Витрати на Інтернет-пейджинг | відсутні | | |
| Витрати на віртуальний туризм | значні додаткові витрати відсутні | | |
| Всього витрат: | 650 грн. | 275 грн. | 0 грн. |

Отже, як видно з наведених таблиць, дані заходи навіть у їх найбільш повному варіанті обійдуться підприємству у 5730 грн, що не є критичною сумою у порівнянні з можливими вигодами.

Висновки до розділу 4

«Поїхали з нами» має свій сайт на якому турист може підібрати найкращий для себе варіант туру. Туристу доступні інформація про тур, також турист може залишити заявку на бронювання туру.

Агенція має власні сторінки в соціальних Інтернет-мережах таких як «В Контакте» та «Фейсбук», що підвищує кількість клієнтів. На сторінках постійно оновлюється інформація про тури, також представлені фото та відео матеріал про країни та готелі, найважливішим є те що завдяки таким сторінкам можна з легкістю дізнатися відгуки та побажання клієнтів. Такий варіант розміщення інформації є дуже вигідним тому що не потребує значних затрат коштів, фото та відео матеріал можуть надавати самі клієнти та відвідувачі, а адмініструванням сторінки може займатися лише одна людина.

Для ефективної автоматизації діяльності турфірми «Поїхали з нами» було запропоновано наступну систему заходів: оновити програмне забезпечення для автоматизації управління підприємством; розмістити на власній веб-сторінці контекстну рекламу та отримувати дохід від такої реклами, частково або повністю компенсуючи витрати на Інтернет; відкрити рахунки в сучасних електронних валютах і приймати оплату за послуги або їх бронювання через мережу Інтернет;

замовити рекламу в мережі Інтернет; встановити програмне забезпечення для розрахунку цін на турпакети та управління завантаженням рейсів; брати участь у міжнародних системах бронювання турів.

Отже, при вмілому та раціональному використанні можливостей сучасних інформаційних технологій в туризмі, можна отримати багато переваг і нічого не витратити на це (мінімальний варіант). Разом з тим, для комфортної роботи доцільно скористатися ширшими можливостями (середній варіант – 2430 грн. одноразово та 275 грн. щомісячно). Такі витрати цілком припустимі, на наш погляд, для туристичних підприємств середнього розміру. Витрати для великих та потужних підприємств складуть орієнтовно 5080 грн. одноразово та 650 грн. щомісячно. Для великих організацій з мільйонними оборотами такі витрати також цілком доступні.

ВИСНОВКИ

Безпека підприємства - це комплексна категорія. На неї можна дивитися під різними кутами. Сучасна наука пов'язує економічну безпеку підприємства як з його внутрішнім станом, так і з впливом зовнішнього середовища, в якій знаходиться підприємство (контрагенти, конкуренти, політико-економічна ситуація в країні, ринкові коливання тощо).

Напрями, за якими необхідно здійснювати проведення політики безпеки підприємств туристичного бізнесу умовно можна розділити наступним чином: Охорона офісу і контроль доступу; техніка безпеки; пожежна безпека; інформаційна безпека; кадрова політика безпеки; безпека туристів під час подорожі.

Загрози, які постійно виникають в туристичному бізнесі можна розділити на внутрішні і зовнішні.

До зовнішніх загроз безпеки туристичного підприємства відносять незаконне проникнення на територію туристичного агентства з метою пограбування або конкурентної розвідки. Тому, одним із першочергових методів забезпечення безпеки є охорона офісу туристичного агентства.

Технічні засоби охорони периметра території за допомогою датчиків і сповіщувачів системи охорони дозволяють пошкодити несанкціонованого проникнення зловмисників. На ринку засобів забезпечення безпеки вибір променевої, інфрачервоної та інших систем охорони дає можливість підібрати засіб для охорони будь-якої території і приміщення.

Природні явища у вигляді самозаймання або навмисного підпалу, технічні збої в роботі інженерних систем або будівлі, обладнання також можуть пошкодити стабільній роботі туристичного агентства. Тому важливо передбачити забезпечення пожежної та технічної безпеки офісних приміщень і обладнання.

До зовнішніх загроз туристичного підприємства, як і бізнесу в цілому,

можна віднести витік корпоративної інформації, яка може призвести до непередбачуваних наслідків.

Економічний аспект діяльності підприємств туристичного бізнесу, також може стати перешкодою для розвитку бізнесу

Дії конкурентів і зловмисників можуть виявитися не такими руйнівними, як недбалість співробітників і нехтування правилами інформаційної та економічної безпеки. В її основі лежить жорсткий контроль над документацією і фінансово-економічною діяльністю компанії, забезпечення комп'ютерної безпеки корпоративних ресурсів і мережі, управління доступом до інформації.

Кадрова політика в туристичному бізнесі має величезне значення в забезпеченні безпеки корпоративної інформації, так як саме персонал має доступ до бази даних постійних і потенційних клієнтів, а це, як відомо, найбільша цінність для туристичної компанії. Злагоджена робота дружньої команди кваліфікованих фахівців і здорова атмосфера в колективі - основа успішної діяльності туристичної компанії.

Підсумовуючи викладене, можна констатувати, що питання забезпечення безпеки туристичних підприємств є багатограним процесом. Зараз автор лише намагався визначити і систематизувати основні напрями організації безпеки в туристичному підприємстві. Навіть на перший погляд стає зрозумілим, що введення комплексного підходу має здійснюватися з урахуванням особливостей і специфіки діяльності підприємства.

Автором зроблений висновок, що безпека в туристичному бізнесі повинна бути спрямована в першу чергу на провокаційні дії конкурентів і політику самого підприємства.

Оцінка існуючої системи безпеки показала, що в цілому підприємство «Поїхали з нами» здійснює управління всіма елементами економічної безпеки. Однак в частині забезпечення фінансової безпеки функції головного бухгалтера обмежуються лише питаннями забезпечення правильного складання

бухгалтерської звітності, забезпечення правильності розрахунку податків і зборів. Крім, того було виявлено наявність високої питомої ваги простроченої дебіторської заборгованості, і значне перевищення суми кредиторської заборгованості над сумою боргів дебіторів, що може свідчити про наявність проблем в управлінні економічною безпекою підприємства.

З метою вирішення існуючих проблем і вдосконалення системи управління економічної безпеки «Поїхали з нами» рекомендується впровадження заходів, спрямованих на поліпшення показників фінансового стану підприємства та спрямованих на вдосконалення системи управління економічною безпекою підприємства.

Економічний ефект заходів складе 661 тис. грн., Економічна ефективність - 136,44%. Запропоновані заходи приведуть не тільки до вдосконалення системи економічної безпеки на підприємстві «Поїхали з нами», а й до поліпшення показників фінансового стану, зростання показників фінансових результатів, показників рентабельності.

Було встановлено, що для створення політики інформаційної безпеки необхідно розробити цілий ряд документів та інструкцій, спрямованих на захист інформації. І ні в якому разі не можна зупинятися на одному методі захисту інформації, інакше захист даних буде під загрозою. Захист даних повинна бути комплексною. Комплексна політика інформаційної безпеки включає в себе розробку, виробництво і установку технічних засобів захисту, а також регулярне проведення перевірок використовуваного інформаційного обладнання. В даний час на багатьох підприємствах розгортається робота по атестації інформатизованих об'єктів на предмет відповідності їх вимогам інформаційної безпеки.

В рамках даного проекту була розроблена комплексна система захисту інформації на підприємстві. Розробка даного проекту полягала в наступному: виявлення недоліків діючої інформаційної захисту підприємства; виявлення типів

загроз, що можуть виникнути в результаті наявності недоліків у захисті інформаційних систем підприємства; вибір методів і способів вирішення існуючих проблем.

В якості вирішення був розроблений комплекс заходів, який складається з адміністративних рішень, які регулюють можливості витоку інформації в результаті впливу людського фактора, програмно-апаратних рішень, які дозволили мінімізувати ризик виникнення атаки на інформаційні канали з зовнішнього середовища або з застосуванням різних устрійств зберігання інформації та інженерно-технічних рішень, які дозволяють запобігти псуванню або розкраданню різних сховищ інформації, мінімізувати ризик виникнення атаки на інформаційні канали з зовнішнього середовища або з застосуванням різних устрійств зберігання інформації, або псування їх в результаті різних форс-мажорних обставин.

Політика безпеки розроблена і її ефективність доведена. Оцінка ефективності запропонованих заходів показала їх доцільність впровадження в організації. В кінці проекту було дано економічне обґрунтування ефективності та окупності захисту інформації, в результаті якої було встановлено, що окупність захисту відбувається за кілька років, причому час окупності прямо пропорційно кількості відбитих атак, а ефективність буде зростати з кожним роком.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Про інформацію: закон України від 02.10.1992 р. №2657-ХІІ// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1992, № 48, ст.650.
2. Про захист від недобросовісної конкуренції: закон України від 07.06.1996 р. №236/96 //Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 12, ст.64.
3. Про захист інформації в автоматизованих системах: закон України від 31.05.2005 р. №2594-ІУ // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1994, №31, ст.286.
4. Про захист персональних даних: закон України від 01.06.2010 р. № 2297-УІ // Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2010, №34, ст.481.
5. Про організаційно-правові основи боротьби з організованою злочинністю: закон України від 30.06.1993 р. №3341-ХІІ//Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1993, № 35, ст. 358.
6. Азаренкова Г.М. Менеджмент фінансових потоків економічних агентів: Монографія / Г.М. Азаренкова. - К.: УБС НБУ, 2019. - 335 с.
7. Андрєєва Г.І. Економічний аналіз: Навч.-метод. посібник / Г.І. Андрєєва. - К.: Знання, 2018. - 263 с.
8. Андрійчук В. Методичні підходи до аналізу рентабельності та безбитковості виробництва продукції та оптимізації її асортименту / В. Андрійчук // Економіка АПК. - № 5. - 2017. - С. 134-136.
9. Антонова О. М. Основні типи та характеристика негативного впливу на екологічну безпеку підприємства / О. М. Антонова // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 2. - С. 189 - 194.
10. Базилінська О.Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: Навчальний посібник / О.Я. Базилінська. - К.: Центр навчальної літератури, 2019. - 326 с.
11. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства: Навчальний посібник / Б.Є. Бачевський. - К.: Центр учбової літератури, 2019. - 396 с.

12. Безбожний В.Л. Організаційні засади забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства / В.Л. Безбожний // Вчені записки Університету "КРОК". Зб. наук. праць. - Вип. 18.- Т. 4. - 2018. - С. 9-17.
13. Белоусова І.А. Управлінський облік - інформаційна складова системи економічної безпеки підприємства. Монографія / І.А. Белоусова. - К.: Дорадо-Друк, 2010. - 432 с.
14. Бердар М.М. Фінанси підприємств: Навчальний посібник / М.М. Бердар. - Київ: Центр навчальної літератури, 2010. - 350 с.
15. Благой В.В. Факторний аналіз безбиткового обсягу продажу / В.В. Благой // Вісник НТУ "ХП". - 2013. - №22 (995). - С. 146 - 151.
16. Бланк І.А. Управління прибутком / І.А. Бланк. - К.: Вид-во «Ника- Центр», 2018. - 554 с.
17. Бланк І.А. Финансовый менеджмент: учебный курс / И.А. Бланк. - [2-е изд.]. - К.: Эльга, Ника-Центр, 2014. - 656 с.
18. Бобкова А. Щодо відміни ліцензування турагентської діяльності / А. Бобкова, В. Манзюк // Підприємництво, господарство і право. - 2011. - № 7. - С. 59 - 62.
19. Боцян Т.В., Зварич Л.В. Облік і контроль в управлінні економічною стійкістю підприємств в умовах глобалізації: Монографія / за ред. Д.є.н., професора Максимової В.Ф. - Одеса: ОНЕУ, - 461 с. С. 230-274.
20. Васильців Т. Г. Економіка малого підприємства : навчальний посібник / Т. Г. Васильців, О. І. Іляш, Н. Г. Міценко ; за ред. д-ра екон. наук Т. Г. Васильціва. - К. : Знання, 2013. - 446 с.
21. Власова Н.О. Фінанси підприємств: навч. посібник / Н.О. Власова, О.А. Круглова, Л.І. Безгінова. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 272 с.
22. Гетьман О.О. Економічна діагностика: Навч.посібник / О.О. Гетьман, В.М. Шаповал. - К.: ЦНЛ, 2017. - 307 с.
23. Головка В.І. Фінансово-економічна діяльність підприємств: контроль, аналіз і безпека: Навч. посібник / В.І. Головка. - К.: ЦНЛ, 2016. - 688 с.

24. Горбонос Ф.В. Економіка підприємств: Підручник / Ф.В. Горбонос, Г.В. Черевко. - К.: Знання, 2010. - 463 с.
25. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: навчальний посібник / І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б.В. Погріщук. - [2-е вид., перероб. та доп.]. - К.: ЦУЛ, 2012. - 304 с.
26. Гринько Т. В. Роль організаційної культури у стратегічному розвитку підприємств туризму та гостинності / Т. В. Гринько, О. П. Крупський // Корпоративне управління: процеси, стратегії, технології : колект. моногр. / за заг. ред. К. С. Шапошникова та ін. - Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2015. - С. 142-167.
27. Гринько Т. В. Фактори формування економічної безпеки підприємства / Т. В. Гринько, Л. В. Лисенко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». - 2014. - Вип. 8(3). - С. 85-90.
28. Громцева Д. К. Професійна культура і безпека: інноваційний підхід до впровадження в медичному закладі / Д. К. Громцева, О. П. Крупський // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Менеджмент інновацій. - 2016. - Т. 23. - № 5. - С. 15-23.
29. Гуменник В.І. Менеджмент організацій: Навч. Посібник / В.І. Гуменник, Ю.С. Копчак, О.С. Кондур. - К.: Знання, 2012. - 503 с.
30. Денисов О. Є. Сутність поняття економічної безпеки та її вплив на розвиток державності / О. Є. Денисов // Економіка та держава : науково-практичний журнал. - 2016. - № 7. -
31. Деєва Н.М. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник / Н.М. Деєва, О.І. Дедіков. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 324 с.
32. Добикіна О.К. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2017. - 208 с.
33. Довбня С.Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства /Б. Довбня, Н.Ю. Гічова // Фінанси України. - 2018. - №4. - С. 91-97.

34. Донець Л.І. Економічна безпека підприємства: Навчальний посібник / Л.І. Донець. - Київ: Центр навчальної літератури, 2018. - 238 с.
35. Дубецька С. П. Економічна безпека підприємств України / С. П. Дубецька // Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України : зб. матер. наук.-практ. конф. (Київ, 16 - 17 травня 2011 р.). - К. : Вид-во Європ. ун-ту, 2013. - С. 146 - 171.
36. Економіка підприємства: Навчальний посібник / Т.О. Примак. - 5-те вид., стер. - К., 2010. - 219 с.
37. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / В. Л. Ортинський, І. С. Керницький, З. Б. Живко, М. І. Керницька, М. О. Живко. - К. : Всеукраїнська асоціація видавців «Правова єдність», 2019. - 546 с.
38. Економічна безпека підприємства: інформаційний аспект: монографія / С.В. Кавун. - Харків: ТОВ "Щедра садиба плюс", 2014. - 312 с.
39. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник / П.Я. Попович. - 3-тє вид., перероб. і доп. - К., 2018. - 630 с.
40. Євтух О.Т. Фінансовий менеджмент для магістрів і не тільки: навчальний посібник / О.Т. Євтух, О.О. Євтух. - К.: ЦУЛ, 2011. - 407 с.
41. Живко З.Б. Соціально-економічна безпека: навч. посіб. для самост. вивч. дисц./ З.Б. Живко, М.Л. Керницька. - Львів: Ліга-Прес, 2018. - 345 с.
42. Живко З.Б. Соціально-економічна безпека: практикум. / З.Б. Живко, М.Л. Керницька, В.І. Франчук. - Львів: Ліга-Прес, 2019. - 105 с.
43. Живко З.Б. Сучасні методи забезпечення надійності персоналу: навч. матер. для семінарських занять. / З.Б. Живко, М.Л. Керницька. - Львів: ЛьвівДУВС, 2019. - 66 с.
44. Жуковська В.М. Теоретичні аспекти дослідження кадрових ризиків на підприємстві / В.М. Жуковська, Н.В. Серафим //Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. - Секція ЕКОНОМІКА. Частина І. - Вип. 4 (48). - 2019.- С.112-118.

45. Журавель М.Ю. Оцінка рівня силової безпеки підприємства: практичні аспекти / М.Ю. Журавель, Т.В. Полозова, О.В. Стороженко // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2012. - №37. - С.191-193.
46. Кальченко О. М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери / О. М. Кальченко [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=11&id=19>
47. Камлик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект: Навчальний посібник / М.І. Камлик. - К.: Атіка, 2015. - 315 с.
48. Кириченко О. А. Організаційно-правове забезпечення функціонування системи економічної безпеки України / О. А. Кириченко // Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України. - 2010. - № 1. - С. 54-59.
49. Кириченко О.А. Деякі критерії оцінки економічної безпеки підприємства / О.А. Кириченко // Інвестиції: практика та досвід. - 2018. - №23. - С. 22-24.
50. Кифяк В. Ф. Організація туристичної діяльності в Україні : навчальний посібник / В. Ф. Кифяк. - Чернівці : Книги- XXI, 2013. - 300 с.
51. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія / Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов, О.М. Ляшенко. - К.: Лібра, 2013. - 280 с.
52. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.10 «Статистика» / О. О. Колесник. - К., 2011. - 21 с.
53. Коломієць Г. М. Категорія «ризик» в дискусії сучасної економічної теорії / Г. М. Коломієць, Ю. Г. Гузненков // ВІСНИК Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. Серія економічна. - 2010. - № 921 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://dspace.univer.kharkov.ua/bitstream/123456789/6831/2/Kolomiets.pdf>
54. Колот А. М. Соціально-трудова сфера: стан відносин, нові виклики, тенденції розвитку [Текст]: монографія / А.М. Колот. - К.: КНЕУ, 2010. - 251 с.

55. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства: Навч. посібник /Т.Д. Костенко, Є.О. Підгора, В.С. Рижиков. - К.: ЦНЛ, 2015. - 400 с.
56. Крупський О. П. Організаційна культура як чинник економічної безпеки туристичного підприємства / О. П. Крупський, А. А. Кобченко // Науковий Вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент : зб. наук. праць. - О. : Видавничий дім «Гельветика», 2015. - Вип. 10. - С. 149-152.
57. Лігоненко Л. О. Антикризове управління підприємством : навчальний посібник / Л. О. Лігоненко, М. В. Тарасюк, О. О. Хміленко. - К. : Знання, 2015. - 337 с.
58. Ляшенко О.М. Забезпечення соціально-економічної безпеки підприємства як функція сучасного менеджменту / О.М. Ляшенко, В.Л. Безбожний // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Зб. наук. праць. Вип. 33-1 (128).- 2018. - С. 66-72.
59. Мазур И. И. Корпоративний менеджмент : учебное пособие [для студентов, обучающихся по специальности «Менеджмент организации»] / [И. И. Мазур и др.] ; под. общ. ред. И. И. Мазура, В. Д. Шапиро. - 4-е изд., стереотип. - М. : Омега-Л, 2011. - 781 с.
60. Назарова, Г.В. Управління соціально-трудовою сферою підприємства [Текст]: монографія / Г. В. Назарова, С. Ю. Гончарова, Н. В. Водницька; [за заг. ред. Г.В. Назарової]. - Харків : Вид-во ХНЕУ, 2010. - 323 с.
61. Овчаренко Є. І. Система економічної безпеки підприємства: формування та цілепокладання: моногр. / Є. І. Овчаренко. - Лисичанськ : ПромЕнерго, 2015. - 483 с.
62. Основи економічної безпеки : підручник / О. М. Бандурка, В. Є. Духов, К. Я. Петрова, І. М. Червяков. - Х. : Вид-во ХНУВС, 2013. - 236 с.
63. Петюх В. М. Методичні підходи до діагностики причин високої плинності кадрів в організації [Електронний ресурс] / В. М. Петюх, О. І. Ільніцька. -

Режим доступу : [http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3683/1/281 %20-%20294.pdf](http://ir.kneu.edu.ua:8080/bitstream/2010/3683/1/281%20-%20294.pdf)

64. Планування діяльності підприємства: Навчальний посібник /А.Ф. Буряк, О.М. Світовий, О.Г. Манчушенко [та ін.]. - К.: ЦУЛ, 2013. - 260 с.
65. Подлужна, Н. О. Забезпечення кадрової безпеки організації / Н.О. Подлужна / Економіка промисловості [Текст] : наук.-практ. журн./ Ін-т економіки пром-сті НАН України, 2010. - №4. - С.210-215.
66. Реверчук Н.Й. Кадрова безпека підприємства та методологія управління нею / Н.Й. Реверчук. // Вісник університету банківської справи НБУ. - 2019. - №1 (4). - С. 159 -163.
67. Руденко Л. Д. Щодо відповідальності суб'єктів туристичної діяльності / Л. Д. Руденко, В. В. Манзюк // Форум права. - 2011. - № 3. - С. 668 - 674.
68. Сергєєва Л. Н. Соціально-економічна безпека [Текст] : навч. посіб. / Л.Н. Сергєєва, Т. М. Книщенко, О. В. Лобань ; Класич. приват. ун-т. - Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2011. - 107 с.
69. Соціально-економічна безпека : навч. посіб. / [Г. О. Швиданенко, В. М. Кузьомко, Н. І. Норіцина та ін.] ; за заг. та наук. ред. Г. О. Швиданенко. - К.: КНЕУ, 2011. - 511 с.
70. Судакова О.І. Механізм формування економічної безпеки підприємства / О.І. Судакова // Економіка будівництва і міського господарства. - Макіївка: Донбаська національна академія будівництва і міського господарства, 2017. - Т.3. - №4 - С. 189 - 196.
71. Судакова О.І. Організація управління економічною безпекою підприємства / О.І. Судакова // Економічний простір: 36. наук, праць - Дніпропетровськ: ІГДАБА, 2018. - №10. - С. 148-156.
72. Тимошенко Л. М. Узагальнення концептуальних основ економічної безпеки / Л. М. Тимошенко, Н. О. Краснікова // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Економіка». - 2011. - Т. 5. - С. 77-84.

73. Ткач В. О. Економічна безпека в умовах ринкових трансформацій / О. В. Ткач // Європейський вектор економічного розвитку. - 2011. - № 1. - С. 228-234.
74. Ткаченко А. М. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства / А. М. Ткаченко, О. Л. Резніков // Вісник економічної науки України. - 2010. - №1 - С. 101-106.
75. Федулин А. А. Організаційні аспекти підвищення кваліфікації спеціалістів в сфері туризму / А. А. Федулин, Е. С. Сахарчук, О. Є. Лебедева // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 4. - С. 332 - 335.
76. Чкан А. С. Державне регулювання сфери туризму в Україні / А. С. Чкан // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету. Економічні науки. - 2012. - Т. 3. - № 2 (18). - С. 276 - 290.
77. Швець Н. Методи виявлення і збереження кадрової безпеки, або Як перемогти зловживання персоналу [Електронний ресурс] / Н. Швець // Персонал. - 2016. - № 5. - Режим доступу : www.personal.in.ua.
78. Швиданенко Г.О. Бізнес-діагностика підприємства: навч. посібник / Г.О. Швиданенко, А.І. Дмитренко, О.І. Олексюк. - К.: КНЕУ, 2018. - 344 с.
79. Шкарлет С.М. Формування економічної безпеки підприємств засобами активізації їх інноваційного розвитку: Автореф. - К.: Лібра, 2018. - 24 с.
80. Шкарлет СМ. Первинні засади структурної моделі економічної безпеки підприємства // Сіверянський літопис. - 2016. - №1(67). - С. 124-130.

ДОДАТКИ

Додаток А

БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА

на 31 грудня 2017 року

Форма №1 за ДКУД

Дата (рік, місяць, число)

| | | | |
|-----------------------------|---|--------|----------|
| Підприємство | ТзОВ "Поїхали з нами" | за | |
| Територія | Київська область | ЄДРПОУ | 04790306 |
| Форма власності | Приватна власність | за | 80382 |
| Орган державного управління | 0 | КОАТУУ | 10 |
| Галузь (вид діяльності) | туризм | за | 0 |
| Вид економічної діяльності | Послуги з організації подорожувань | СПОДУ | 71200 |
| Кількість підприємств | 22 | за | 63.30.0 |
| Одиниця виміру | тис.грн | ЗКГНГ | |
| Адреса | Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2. | | |

| Актив | Код рядка | На початок | На кінець |
|--|-----------|--------------|--------------|
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи: | | | |
| залишкова вартість | | 31,0 | 30,2 |
| первісна вартість | | 31,8 | 31,8 |
| знос | | 0,8 | 1,6 |
| Незавершене будівництво | | | |
| Основні засоби: | | | |
| залишкова вартість | | 139,1 | 135,5 |
| первісна вартість | | 143,3 | 143,3 |
| знос | | 4,2 | 7,7 |
| Довгострокові фінансові інвестиції: | | | |
| які облікуються за методом участі в капіталі інших підприємств | | 0,0 | 0,0 |
| інші фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | | | |
| Відстрочені податкові активи | | 0,0 | 0,0 |
| Інші необоротні активи | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом I | | 170,1 | 165,7 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси: | | | |
| виробничі запаси | | 8,0 | 10,0 |
| тварини на вирощуванні та відгодівлі | | 0,0 | 0,0 |
| незавершене виробництво | | 0,0 | 0,0 |
| готова продукція | | 0,0 | 0,0 |
| товари | | 3 970,6 | 4 963,2 |
| Векселі одержані | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги: | | | |
| чиста реалізаційна вартість | | 3 225,4 | 3 558,5 |

| | | | |
|--|--|-------------------|------------------|
| первинна вартість | | 3 225,4 | 3 558,5 |
| резерв сумнівних боргів | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: | | | 0,0 |
| з бюджетом | | 0,0 | 0,0 |
| за виданими авансами | | 0,0 | 0,0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0,0 | 0,0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | | 15,6 | 22,2 |
| Поточні фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти: | | | 0,0 |
| в національній валюті | | 652,5 | 753,6 |
| в іноземній валюті | | 0,0 | 0,0 |
| Інші оборотні активи | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом II | | 7 872,1 | 9 307,5 |
| III. Витрати майбутніх періодів | | 0,0 | 0,0 |
| Баланс | | 8 042,2 | 9 473,2 |
| Пасив | | На початок | На кінець |
| I. Власний капітал | | | |
| Статутний капітал | | 350,0 | 350,0 |
| Пайовий капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Додатково вкладений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Інший додатковий капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Резервний капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | | 485,0 | 575,0 |
| Неоплачений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Вилучений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом I. | | 835,0 | 925,0 |
| II. Забезпечення наступних виплат і платежів | | | |
| Забезпечення виплат персоналу | | 0,0 | 0,0 |
| Інші забезпечення | | 0,0 | 0,0 |
| Цільове фінансування | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом II | | 0,0 | 0,0 |
| III. Довгострокові зобов'язання | | | |
| Довгострокові кредити банків | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокові фінансові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Відстрочені податкові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Інші довгострокові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом III. | | 0,0 | 0,0 |
| IV. Поточні зобов'язання | | | |
| Короткострокові кредити банків | | 4 000,0 | 4 500,0 |
| Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | | 0,0 | 0,0 |
| Векселі видані | | 0,0 | 0,0 |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | | 3 150,0 | 3 969,7 |
| Поточні зобов'язання за розрахунками: | | 0,0 | 0,0 |
| з одержаних авансів | | 0,0 | 0,0 |
| з бюджетом | | 0,0 | 0,0 |
| з позабюджетних платежів | | 0,0 | 0,0 |
| зі страхування | | 20,3 | 20,1 |
| з оплати праці | | 36,9 | 58,4 |
| з учасниками | | 0,0 | 0,0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0,0 | 0,0 |
| Інші поточні зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом IV | | 7 207,2 | 8 548,2 |
| V. Доходи майбутніх періодів | | 0,0 | 0,0 |
| Баланс | | 8 042,2 | 9 473,2 |

Додаток Б

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2017 рік

Форма №2 за ДКУД

Дата (рік, місяць, число)

| | | | |
|-----------------------------|---|----------|----------|
| Підприємство | ТзОВ "Поїхали з нами" | за | 04790306 |
| Територія | Київська область | ЄДРПОУ | 80382 |
| Форма власності | Приватна власність | за | 10 |
| Орган державного управління | 0 | КОАТУУ | 0 |
| Галузь (вид діяльності) | туризм | за | 71200 |
| Вид економічної діяльності | Послуги з організації подорожувань | за | 63.30.0 |
| Кількість підприємств | 22 | за КВФ | |
| Одиниця виміру | тис.грн | за СПОДУ | |
| Адреса | Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2. | | |

I. Фінансові результати

| Стаття | За звітний період | За попередній період |
|--|-------------------|----------------------|
| Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 199033,5 | 159226,8 |
| Податок на додану вартість | 33172,3 | 26537,84 |
| Акцизний збір | 0 | 0 |
| 0 | 0 | 0 |
| Інші вирахування з доходу | 0 | 0 |
| Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | 165861,2 | 132688,96 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | 161925,9 | 129540,72 |
| Валовий: | 0 | 0 |
| прибуток | 3935,3 | 3148,24 |
| збиток | 0 | 0 |
| Інші операційні доходи | 0 | 0 |
| Адміністративні витрати | 1642,3 | 1313,84 |
| Витрати на збут | 1903,9 | 900,5 |
| Інші операційні витрати | 389,1 | 311,28 |
| Фінансові результати від операційної діяльності: | 0 | 0 |
| прибуток | 0 | 0 |
| збиток | 0 | 0 |
| Доход від участі в капіталі | 0 | 0 |
| Інші фінансові доходи | 0 | 0 |
| Інші доходи | 0 | 0 |
| Фінансові витрати | 0 | 0 |
| Витрати від участі в капіталі | 0 | 0 |
| Інші витрати | 0 | 510,2 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: | 0 | 0 |
| прибуток | 0 | 0 |
| збиток | 0 | 0 |
| Податок на прибуток від звичайної діяльності | 97,3 | 22,5 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності: | 0 | 0 |

| | | | |
|----------------------------------|--|-------|--------|
| прибуток | | 291,8 | 112,42 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Надзвичайні: | | 0 | 0 |
| доходи | | 0 | 0 |
| витрати | | 0 | 0 |
| Податки з надзвичайного прибутку | | 0 | 0 |
| Чистий: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 291,8 | 90 |
| збиток | | 0 | 0 |

| Найменування показника | | За звітний період | За попередній період |
|----------------------------------|--|-------------------|----------------------|
| Матеріальні затрати | | 0 | 43,76 |
| Витрати на оплату праці | | 0 | 524,4 |
| Відрахування на соціальні заходи | | 0 | 187,76 |
| Амортизація | | 0 | 7,12 |
| Інші операційні витрати | | 0 | 2073,76 |
| Разом | | 0 | 2836,8 |

| Назва статті | | За звітний період | За попередній період |
|--|--|-------------------|----------------------|
| Середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Чистий прибуток, що припадає на просту акцію | | 0 | 0 |
| Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію | | 0 | 0 |
| Дивіденди на одну просту акцію | | 0 | 0 |

Додаток В

БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА
на 31 грудня **2018** року
Форма №1 за ДКУД
Дата (рік, місяць, число)

| | | |
|-----------------------------|---|----|
| Підприємство | ТзОВ "Поїхали з нами" | за |
| Територія | Київська область | за |
| Форма власності | Приватна власність | за |
| Орган державного управління | 0 | за |
| Галузь (вид діяльності) | туризм | за |
| Вид економічної діяльності | Послуги з організації подорожувань | за |
| Кількість підприємств | 22 | |
| Одиниця виміру | тис.грн | |
| Адреса | Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2. | |

| | | |
|--|----------|--|
| | Коди | |
| | 1801001 | |
| | | |
| | | |
| | 04790306 | |
| | 80382 | |
| | 10 | |
| | 0 | |
| | 71200 | |
| | 63.30.0 | |

| Актив | Код рядка | На початок | На кінець |
|--|-----------|--------------|--------------|
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи: | | | |
| залишкова вартість | | 30,2 | 28,8 |
| первісна вартість | | 31,8 | 31,8 |
| знос | | 1,6 | 2,9 |
| Незавершене будівництво | | 0,0 | 0,0 |
| Основні засоби: | | 0,0 | 0,0 |
| залишкова вартість | | 135,5 | 129,6 |
| первісна вартість | | 143,3 | 143,3 |
| знос | | 7,7 | 13,6 |
| Довгострокові фінансові інвестиції: | | 0,0 | 0,0 |
| які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | | 0,0 | 0,0 |
| інші фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | | 0,0 | 0,0 |
| Відстрочені податкові активи | | 0,0 | 0,0 |
| Інші необоротні активи | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом I | | 165,7 | 158,4 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси: | | | |
| виробничі запаси | | 10,0 | 13,3 |
| тварини на вирощуванні та відгодівлі | | 0,0 | 0,0 |
| незавершене виробництво | | 0,0 | 0,0 |
| готова продукція | | 0,0 | 0,0 |
| товари | | 4963,2 | 5658,7 |
| Векселі одержані | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги: | | 0,0 | 0,0 |
| чиста реалізаційна вартість | | 3558,5 | 3766,4 |
| первинна вартість | | 3558,5 | 3766,4 |
| резерв сумнівних боргів | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: | | 0,0 | 0,0 |
| з бюджетом | | 0,0 | 0,0 |
| за виданими авансами | | 0,0 | 0,0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0,0 | 0,0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | | 22,2 | 22,5 |
| Поточні фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти: | | 0,0 | 0,0 |
| в національній валюті | | 753,6 | 413,4 |
| в іноземній валюті | | 0,0 | 0,0 |
| Інші оборотні активи | | 0,0 | 2,9 |

| | | | |
|--|--|-------------------|------------------|
| Усього за розділом II | | 9307,5 | 9877,2 |
| III. Витрати майбутніх періодів | | 0,0 | 0,0 |
| Баланс | | 9473,2 | 10035,6 |
| Пасив | | На початок | На кінець |
| I. Власний капітал | | | |
| Статутний капітал | | 350,0 | 350,0 |
| Пайовий капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Додатково вкладений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Інший додатковий капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Резервний капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | | 575,0 | 1337,6 |
| Неоплачений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Вилучений капітал | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом I. | | 925,0 | 1687,6 |
| II. Забезпечення наступних виплат і платежів | | 0,0 | 0,0 |
| Забезпечення виплат персоналу | | 0,0 | 0,0 |
| Інші забезпечення | | 0,0 | 0,0 |
| Цільове фінансування | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом II | | 0,0 | 0,0 |
| III. Довгострокові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокові кредити банків | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокові фінансові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Відстрочені податкові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Інші довгострокові зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом III. | | 0,0 | 0,0 |
| IV. Поточні зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Короткострокові кредити банків | | 4500,0 | 5000,0 |
| Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | | 0,0 | 0,0 |
| Векселі видані | | 0,0 | 0,0 |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | | 3969,7 | 3261,6 |
| Поточні зобов'язання за розрахунками: | | 0,0 | 0,0 |
| з одержаних авансів | | 0,0 | 0,0 |
| з бюджетом | | 0,0 | 0,0 |
| з позабюджетних платежів | | 0,0 | 0,0 |
| зі страхування | | 20,1 | 23,7 |
| з оплати праці | | 58,4 | 62,8 |
| з учасниками | | 0,0 | 0,0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0,0 | 0,0 |
| Інші поточні зобов'язання | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом IV | | 8548,2 | 8348,1 |
| V. Доходи майбутніх періодів | | 0,0 | 0,0 |
| Баланс | | 9473,2 | 10035,7 |

Додаток Г

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2018 рік

Форма №2 за ДКУД

Дата (рік, місяць, число)

| | | | | |
|-----------------------------|---|----|--------|----------|
| Підприємство | ТзОВ "Поїхали з нами" | за | ЄДРПОУ | 04790306 |
| Територія | Київська область | за | КОАТУУ | 80382 |
| Форма власності | Приватна власність | за | КВФ | 10 |
| Орган державного управління | 0 | за | СПОДУ | 0 |
| Галузь (вид діяльності) | туризм | за | ЗКГНГ | 71200 |
| Вид економічної діяльності | Послуги з організації подорожувань | за | КВЕД | 63.30.0 |
| Кількість підприємств | 22 | | | |
| Одиниця виміру | тис.грн | | | |
| Адреса | Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2. | | | |

I. Фінансові результати

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|--|-----------|-------------------|----------------------|
| Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | | 258361,6 | 199033,5 |
| Податок на додану вартість | | 43060,3 | 33172,3 |
| Акцизний збір | | 0 | 0 |
| 0 | | 0 | 0 |
| Інші вирахування з доходу | | 0 | 0 |
| Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | | 215301,3 | 165861,2 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | | 210756,7 | 161925,9 |
| Валовий: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 4544,6 | 3935,3 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Інші операційні доходи | | 0 | 0 |
| Адміністративні витрати | | 1232,6 | 1642,3 |
| Витрати на збут | | 2265,3 | 1903,9 |
| Інші операційні витрати | | 1046,7 | 389,1 |
| Фінансові результати від операційної діяльності: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 0 | 0 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Доход від участі в капіталі | | 0 | 0 |
| Інші фінансові доходи | | 0 | 0 |
| Інші доходи | | 0 | 0 |
| Фінансові витрати | | 0 | 0 |
| Витрати від участі в капіталі | | 0 | 0 |
| Інші витрати | | 29905 | 0 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 0 | 0 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Податок на прибуток від звичайної діяльності | | 254,3 | 97,3 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності: | | 0 | 0 |

| | | | |
|----------------------------------|--|-------|-------|
| прибуток | | 762,6 | 291,8 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Надзвичайні: | | 0 | 0 |
| доходи | | 0 | 0 |
| витрати | | 0 | 0 |
| Податки з надзвичайного прибутку | | 0 | 0 |
| Чистий: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 762,6 | 291,8 |
| збиток | | 0 | 0 |

II. Елементи операційних витрат

| Найменування показника | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|----------------------------------|-----------|-------------------|----------------------|
| Матеріальні затрати | | 64,6 | 54,7 |
| Витрати на оплату праці | | 923,3 | 655,5 |
| Відрахування на соціальні заходи | | 337,9 | 234,7 |
| Амортизація | | 7,3 | 8,9 |
| Інші операційні витрати | | 2164,8 | 2592,2 |
| Разом | | 3497,9 | 3546 |

III. Розрахунок показників прибутковості акцій

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|--|-----------|-------------------|----------------------|
| Середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Чистий прибуток, що припадає на просту акцію | | 0 | 0 |
| Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію | | 0 | 0 |
| Дивіденди на одну просту акцію | | 0 | 0 |

Додаток Д

БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА

на 31 грудня 2019 року

Форма №1 за ДКУД

Дата (рік, місяць, число)

Підприємство

ТзОВ "Поїхали з нами"

за ЄДРПОУ

Територія

Київська область

за КОАТУУ

Форма власності

Приватна власність

за КВФ

Орган державного управління

0

за СПОДУ

Галузь (вид діяльності)

туризм

за ЗКГНГ

Вид економічної діяльності

Послуги з організації
подорожувань

за КВЕД

Кількість підприємств

22

Одиниця виміру

тис.грн

Адреса

Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2.

| | | |
|--|----------|--|
| | Коди | |
| | 1801001 | |
| | | |
| | | |
| | 04790306 | |
| | 80382 | |
| | 10 | |
| | 0 | |
| | 71200 | |
| | 63.30.0 | |

| Актив | Код рядка | На початок | На кінець |
|--|--------------|--------------|--------------|
| I. Необоротні активи | | | |
| Нематеріальні активи: | | | |
| залишкова вартість | | 28,8 | 27,3 |
| первісна вартість | | 31,8 | 31,8 |
| знос | | 2,9 | 4,5 |
| Незавершене будівництво | | 0,0 | 0,0 |
| Основні засоби: | | | |
| залишкова вартість | | 129,6 | 124,3 |
| первісна вартість | | 143,3 | 143,3 |
| знос | | 13,6 | 18,9 |
| Довгострокові фінансові інвестиції: | | | |
| які обліковуються за методом участі в капіталі інших підприємств | | 0,0 | 0,0 |
| інші фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Довгострокова дебіторська заборгованість | | 0,0 | 0,0 |
| Відстрочені податкові активи | | 0,0 | 0,0 |
| Інші необоротні активи | | 0,0 | 0,0 |
| Усього за розділом I | | 158,4 | 151,6 |
| II. Оборотні активи | | | |
| Запаси: | | | |
| виробничі запаси | | 13,3 | 15,7 |
| тварини на вирощуванні та відгодівлі | | 0,0 | 0,0 |
| незавершене виробництво | | 0,0 | 0,0 |
| готова продукція | | 0,0 | 0,0 |
| товари | | 5658,7 | 5997,3 |
| Векселі одержані | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги: | | | |
| чиста реалізаційна вартість | | 3766,4 | 6611,4 |
| первинна вартість | | 3766,4 | 6611,4 |
| резерв сумнівних боргів | | 0,0 | 0,0 |
| Дебіторська заборгованість за розрахунками: | | | |
| з бюджетом | | 0,0 | 0,0 |
| за виданими авансами | | 0,0 | 0,0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0,0 | 0,0 |
| Інша поточна дебіторська заборгованість | | 22,5 | 0,0 |
| Поточні фінансові інвестиції | | 0,0 | 0,0 |
| Грошові кошти та їх еквіваленти: | | | |
| в національній валюті | | 413,4 | 856,4 |
| в іноземній валюті | | 0,0 | 0,0 |
| Інші оборотні активи | | 2,9 | 0,0 |

| | | | |
|--|------------------|-------------------|------------------|
| Усього за розділом II | | 9877,2 | 13480,8 |
| III. Витрати майбутніх періодів | | 0,0 | 0,0 |
| Баланс | | 10035,6 | 13632,4 |
| Пасив | Код рядка | На початок | На кінець |
| I. Власний капітал | | | |
| Статутний капітал | | 350 | 350 |
| Пайовий капітал | | 0 | 0 |
| Додатково вкладений капітал | | 0 | 0 |
| Інший додатковий капітал | | 0 | 0 |
| Резервний капітал | | 0 | 0 |
| Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) | | 1337,6 | 2325,8 |
| Неоплачений капітал | | 0 | 0 |
| Вилучений капітал | | 0 | 0 |
| Усього за розділом I. | | 1687,6 | 2675,8 |
| II. Забезпечення наступних виплат і платежів | | | |
| Забезпечення виплат персоналу | | 0 | 0 |
| Інші забезпечення | | 0 | 0 |
| Цільове фінансування | | 0 | 0 |
| Усього за розділом II | | 0 | 0 |
| III. Довгострокові зобов'язання | | | |
| Довгострокові кредити банків | | 0 | 0 |
| Довгострокові фінансові зобов'язання | | 0 | 0 |
| Відстрочені податкові зобов'язання | | 0 | 0 |
| Інші довгострокові зобов'язання | | 0 | 0 |
| Усього за розділом III. | | 0 | 0 |
| IV. Поточні зобов'язання | | | |
| Короткострокові кредити банків | | 5000 | 4000 |
| Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями | | 0 | 0 |
| Векселі видані | | 0 | 0 |
| Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги | | 3261,6 | 6394,8 |
| Поточні зобов'язання за розрахунками: | | 0 | 0 |
| з одержаних авансів | | 0 | 0 |
| з бюджетом | | 0 | 0 |
| з позабюджетних платежів | | 0 | 0 |
| зі страхування | | 23,7 | 31,4 |
| з оплати праці | | 62,8 | 96,4 |
| з учасниками | | 0 | 0 |
| із внутрішніх розрахунків | | 0 | 0 |
| Інші поточні зобов'язання | | 0 | 0 |
| Усього за розділом IV | | 8348,1 | 10522,6 |
| V. Доходи майбутніх періодів | | 0 | 0 |
| Баланс | | 10035,7 | 13198,4 |

Додаток Е

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

за 2019 рік
 Форма №2 за ДКУД
 Дата (рік, місяць, число)

| | | | | |
|-----------------------------|---|----|--------|----------|
| Підприємство | ТзОВ "Поїхали з нами" | за | ЄДРПОУ | 04790306 |
| Територія | Київська область | за | КОАТУУ | 80382 |
| Форма власності | Приватна власність | за | КВФ | 10 |
| Орган державного управління | 0 | за | СПОДУ | 0 |
| Галузь (вид діяльності) | туризм | за | ЗКГНГ | 71200 |
| Вид економічної діяльності | Послуги з організації подорожувань | за | КВЕД | 63.30.0 |
| Кількість підприємств | 22 | | | |
| Одиниця виміру | тис.грн | | | |
| Адреса | Київ, 18 000 Київ, 03150, вул. Велика Васильківська 63, оф.2. | | | |

I. Фінансові результати

| Стаття | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|--|-----------|-------------------|----------------------|
| Доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | | 359863,7 | 258361,6 |
| Податок на додану вартість | | 59977,3 | 43060,3 |
| Акцизний збір | | 0 | 0 |
| 0 | | 0 | 0 |
| Інші вирахування з доходу | | 0 | 0 |
| Чистий доход (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) | | 299886,4 | 215301,3 |
| Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) | | 293948,7 | 210756,7 |
| Валовий: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 5937,7 | 4544,6 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Інші операційні доходи | | 0 | 0 |
| Адміністративні витрати | | 1684,6 | 1232,6 |
| Витрати на збут | | 2935,6 | 2265,3 |
| Інші операційні витрати | | 1317,5 | 1046,7 |
| Фінансові результати від операційної діяльності: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 0 | 0 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Доход від участі в капіталі | | 0 | 0 |
| Інші фінансові доходи | | 0 | 0 |
| Інші доходи | | 0 | 0 |
| Фінансові витрати | | 0 | 0 |
| Витрати від участі в капіталі | | 0 | 0 |
| Інші витрати | | 0 | 29905 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 0 | 0 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Податок на прибуток від звичайної діяльності | | 329,4 | 254,3 |
| Фінансові результати від звичайної діяльності: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 988,2 | 762,6 |
| збиток | | 0 | 0 |
| Надзвичайні: | | 0 | 0 |
| доходи | | 0 | 0 |
| витрати | | 0 | 0 |
| Податки з надзвичайного прибутку | | 0 | 0 |
| Чистий: | | 0 | 0 |
| прибуток | | 988,2 | 762,6 |
| збиток | | 0 | 0 |

II. Елементи операційних витрат

| Найменування показника | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|----------------------------------|-----------|-------------------|----------------------|
| Матеріальні затрати | | 75,8 | 64,6 |
| Витрати на оплату праці | | 1157,6 | 923,3 |
| Відрахування на соціальні заходи | | 430,1 | 337,9 |
| Амортизація | | 6,8 | 7,3 |
| Інші операційні витрати | | 2949,7 | 2164,8 |
| Разом | | 4620 | 3497,9 |

III. Розрахунок показників прибутковості акцій

| Назва статті | Код рядка | За звітний період | За попередній період |
|--|-----------|-------------------|----------------------|
| Середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Скоригована середньорічна кількість простих акцій | | 0 | 0 |
| Чистий прибуток, що припадає на просту акцію | | 0 | 0 |
| Скоригований чистий прибуток, що припадає на одну просту акцію | | 0 | 0 |
| Дивіденди на одну просту акцію | | 0 | 0 |

Додаток Є

**Динаміка кількості обслугованих ТА «Поїхали з нами» туристів за
напрямами та цілями**

| Назва показника | | індекс рядка | 2018 | 2019 | 1-3 кв. 2020 р. | 4 кв. 2020 (прогноз) | Питома вага в 2018р % | Питома вага в 2019р % | Питома вага в 2020р % |
|--|------------------------------------|--------------|------|------|-----------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Кількість обслугованих туристів | всього: | О+А | 224 | 271 | 190 | 92 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| | | о | 224 | 271 | 190 | 92 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |
| | | а | | | | | | | |
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | 3 | - | 6 | | 1,3 | | 3,1 |
| | | а | | | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 221 | 271 | 184 | 92 | 98,7 | 100,00 | 96,8 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| туристів які виїжджали за кордон | всього: | О+А | 148 | 162 | 115 | 65 | 64 | 59,7 | 60,5 |
| | | о | 148 | 162 | 115 | | 64 | 59,7 | 60,5 |
| | | а | | | | | | | |
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 148 | 162 | 115 | 65 | | 59,7 | 60,5 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | - | - | | | | | |
| | | а | - | - | | | | | |
| туристів охоплених внутрішнім туризмом | всього: | О+А | 76 | 109 | 75 | 27 | 33,9 | 40,2 | 39,4 |
| | | о | 76 | 109 | 75 | 27 | 33,9 | 40,2 | 39,4 |
| | | а | - | | | | | | |
| в тому числі: | Службова, ділова, бізнес, навчання | о | 3 | - | 6 | | 1,3 | | 3,1 |
| | | а | | | | | | | |
| | дозвілля, відпочинок | о | 63 | 90 | 60 | 25 | 28,1 | 33,2 | 31,5 |
| | | а | | | | | | | |
| | лікування | о | 10 | 19 | 9 | 2 | 4,5 | 7 | 4,7 |
| | | а | - | - | | | | | |