

**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»**

Директор інституту(декан факультету)

\_\_\_\_\_

(підпис)

Доценко В. Ф.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**«До захисту допущено»**

В. о. завідувача кафедри

\_\_\_\_\_

(підпис)

Антоненко І. Я.

(прізвище та ініціали)

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

Зі спеціальності \_\_\_\_\_ 242 «Туризм» \_\_\_\_\_  
(код та назва спеціальності)

освітньо-професійної \_\_\_\_\_ програми  
«Туризм» \_\_\_\_\_

на тему: «Підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства»

Виконала: здобувач 4 курсу, групи ТУ- 4 - 12

Коломієць Ілля Станіславович

(прізвище, ім'я, по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Керівник Харченко Олена Миколаївна

(прізвище, ім'я та по батькові повністю)

\_\_\_\_\_ (підпис)

Рецензент Сильчук Т. А.

(прізвище та ініціали)

\_\_\_\_\_ (підпис)

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

Здобувач \_\_\_\_\_

(підпис)

Київ – 2020 р.

# НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Факультет готельного-ресторанного та туристичного бізнесу

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 242 «Туризм»

(код і назва)

Освітньо-професійна програма Туризм

(назва)

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**В. о. завідувача кафедри** \_\_\_\_\_

**Антоненко І. Я.**

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 року

## ЗАВДАННЯ

### НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Коломієць Ілля Станіславович

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства

керівник роботи Харченко Олена Миколаївна, к. геогр. н., доцент кафедри ТГБ

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “03” червня 2020 року № 310-кс

2. Строк подання здобувачем роботи 01 червня 2020 р.

3. Вихідні дані до роботи наукова, фахова література, статистична звітність підприємства

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Теоретичні аспекти дослідження логістичних процесів у туристичній індустрії

2. Аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»

3. Напрямки підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»

4. Впровадження сучасних інформаційних технологій на ТОВ «Сехмет Тревел»

5. Перелік графічного матеріалу

рисунків- 15; таблиць - 22; додатків-0.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

I	Харченко О.М. доц. кафедри		
II	Харченко О.М. доц. кафедри		
III	Харченко О.М. доц. кафедри		
IV	Харченко О.М. доц. кафедри		

7. Дата видачі завдання 02 березня 2020 р.

### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Вибір і затвердження теми роботи	20.01.2020-28.02.2020	виконано
2	Оформлення і затвердження завдання на роботу	02.03.2020-13.03.2020	виконано
3	Вступ РОЗДІЛ 1 (теоретичний)	16.03.2020-31.03.2020	виконано
4	РОЗДІЛ 2 (аналітичний)	01.04.2020-19.04.2020	виконано
5	РОЗДІЛ 3 (рекомендаційний)	20.04.2020-03.05.2020	виконано
6	РОЗДІЛ 4 (інформаційні технології)	04.05.2020-17.05.2020	виконано
7	Висновки та пропозиції. Список використаних джерел. Додатки	18.05.2020-24.05.2020	виконано
8	Оформлення роботи за структурою, представлення кваліфікаційної роботи на кафедру та попередній захист у комісії	25.05-27.05.2020	виконано
9	Доопрацювання, оформлення, друкування, підготовка матеріалів до захисту	20.05.2020-31.05.2020 .	виконано
10	Представлення готової зшитої кваліфікаційної роботи на кафедру	01.06.2020	виконано
11	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	15,16, 17,18,19 06.2020	

**Здобувач**

\_\_\_\_\_ (підпис)

Коломієць І.С.  
(прізвище та ініціали)

**Керівник роботи**

\_\_\_\_\_ (підпис)

Харченко О.М.  
(прізвище та ініціали)

**РЕЗЮМЕ**  
**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ**  
**КОЛОМІЙЦЯ ІЛІІ СТАНІСЛАВОВИЧА**  
**НА ТЕМУ:**  
**ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**  
**ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Дипломна робота складається із 95 сторінок. Кількість розділів – 4, рисунків – 15, таблиць – 22.

**Об’єктом дослідження** є туристичне підприємство ТОВ «Сехмет Тревел».

**Предметом дослідження** є ефективність логістичної діяльності на туристичному підприємстві.

**Метою дипломної роботи** є вивчення теоретичних та прикладних аспектів ефективності логістичної діяльності на прикладі туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел».

У I розділі розглянуто теоретичні основи логістичних процесів у туристичній індустрії, а саме: сутність, особливості і етапи становлення логістики; ефективність логістичної діяльності туристичного підприємства; логістична розробка туру туристичного підприємства.

У II розділі проведено аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел», а саме: здійснено аналіз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

У III розділі запропоновані напрямки підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства; здійснено економічне обґрунтування ефективності запропонованих заходів.

У IV розділі проведено оцінку інтернет-контенту туристичного підприємства та обґрунтовано пропозиції щодо вдосконалення інформаційних технологій підприємства.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** туристичне підприємство, ефективність логістичної діяльності, інноваційний тур.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b>	7
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ</b>	10
1.1. Сутність, особливості і етапи становлення логістики	10
1.2. Ефективність логістичної діяльності туристичного підприємства	20
1.3. Логістична розробка туру туристичного підприємства	24
Висновки до розділу 1.	29
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»</b>	31
2.1. Загальна організаційна характеристика	31
2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»	38
2.3. Аналіз зовнішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»	62
Висновки до розділу 2.	67
<b>РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА</b>	69
3.1. Обґрунтування програми нового туру ТОВ «Сехмет Тревел»	69
3.2. Розробка інноваційного туру	74
3.3. Соціально-економічна ефективність упровадження туру в діяльність туристичного підприємства	81
Висновки до розділу 3.	82
<b>РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»</b>	83
4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт у ТОВ «Сехмет Тревел»	83

4.2. Аналіз інтернет-контенту туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»	85
4.3. Обґрунтування пропозицій щодо удосконалення інформаційної діяльності підприємства	88
Висновки до розділу 4	90
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>	92
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	95

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Сьогодні логістика посідає важливе місце в організації діяльності підприємства. Основами логістики є вчасне постачання, транспортування, збут, розміщення тощо. Інакшими словами, логістика вивчає потік: товарів, послуг, фінансів, інформації тощо.

Застосування логістики в туристичній галузі є відносно новим напрямом, який ще недостатньо вивчений та освітлений. Проте, так як застосування логістичних процесів у туризмі поширюється, то і сам напрямок вивчається все більше, а його проблеми та пропозиції щодо їх вирішення висвітлюються все частіше. Це дає змогу зрозуміти, наскільки тема логістики в сфері туризму є актуальною та важливою, оскільки прибуток від організації туризму має значну частку від всього прибутку до державного бюджету.

Використання логістичних принципів і прийомів в управлінні туристичними підприємствами дає змогу значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу шляхом зменшення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів. Комплекс складових туристичної послуги охоплює засоби розміщення та харчування туристів, засоби їх транспортування, програмно екскурсійного забезпечення, інформаційного й фінансового обслуговування тощо.

У функціональному аспекті як окрема туристична послуга, так і її складові передбачають логістичні функції постачання, виробництва та збуту. Тому кожен складову можна розглядати як окрему логістичну підсистему, а потім оптимізувати роботу туристичного комплексу певного рівня загалом: локального (тур), мікро (турфірма), мезо (туристичне господарство області, туристичної зони), макро (туристична індустрія держави), мега (туристичний комплекс регіону світу чи інтеграційного об'єднання), мета (світовий туризм).

За допомогою логістичного підходу розв'язується проблеми сталого

розвитку туризму, збереженості та відновлення рекреаційно туристичних ресурсів; зменшуються ризики погіршення екологічної ситуації, знижується якість наданих туристичних послуг, загрози здоров'ю та безпеці туристів. Отже, такий підхід може бути основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в країні та її регіонах.

**Мета та завдання дослідження.** Метою дипломної роботи є вивчення теоретичних та прикладних аспектів ефективності логістичної діяльності на прикладі туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел».

Для досягнення даної мети були поставлені наступні завдання:

- визначити теоретичні аспекти дослідження логістичних процесів у туристичній індустрії;
- здійснити аналіз внутрішнього середовища туристичного підприємства;
- проаналізувати зовнішнього середовища туристичного підприємства;
- запропонувати напрямки підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства;
- проаналізувати інтернет-контент туристичного підприємства;
- обґрунтувати пропозиції щодо удосконалення інформаційної діяльності підприємства.

**Об'єктом** дослідження дипломної роботи є туристичне підприємство ТОВ «Сехмет Тревел».

**Предметом** дослідження є підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел».

**Методи дослідження**, які використовувались у дипломній роботі – статистичний, метод аналізу, синтезу, узагальнення.

**Практичне значення** отриманих результатів полягає в оцінці логістичної діяльності підприємства ТОВ «Сехмет Тревел», пропозицій відповідних критеріїв підвищення ефективності.

**Інформаційною базою** дослідження були наукові статті, підручники та інтернет ресурси.

Робота складається з вступу, чотирьох розділів, висновків до розділів, загального висновку, списку використаних джерел. У роботі представлено 22 таблиці, 15 рисунків.

# РОЗДІЛ I

## ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ У ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

### 1.1. Сутність, особливості і етапи становлення логістики

Нинішній етап розвитку українського ринку можна однозначно охарактеризувати зростанням конкуренції. І вона стає все напруженішою і напруженішою.

Світовою практикою вже давно доведено, що якщо при виробництві і продажі знизити витрати неможливо, то потрібно звернути увагу на шлях проходження матеріального потоку у вигляді сировини, напівфабрикатів, матеріально-технічних цінностей та іншого «до», а також «всередині» виробника, на рух товарів між виробником, продавцем, а якщо треба, то і кінцевим споживачем.

Одним з найбільш радикальних і дієвих інструментів скорочення витрат по всій довжині ланцюжка руху матеріального потоку є логістика. Тому інтерес до неї сьогодні не зайве. Він обумовлений багатьма причинами і факторами, серед яких дуже важко виділити головні. І все ж головним, очевидно, є те, що логістика є і буде визначальним фактором у конкурентній боротьбі між організаціями, економічними регіонами та державами за створення «вартості». Успіх в цій боротьбі, в першу чергу, буде визначатися рівнем компетенції в логістиці [5].

Сьогодні світова практика розвитку бізнесу та підприємництва підтверджує, що логістика в значній мірі визначає конкурентну стійкість як держави і певного регіону, так і конкретної організації.

На думку переважної більшості вчених і дослідників, термін «логістика» походить від грецького слова і означає «мистецтво обчислювати, міркувати». Відомо, що у Древній Греції на службі перебувало десять

логістів, що займались державними обчисленнями.

У Римській імперії на державній службі також були служителі, що носили титул логіста. Основним завданням логістів було розподіляти продукти харчування. Однак витoki виникнення логістики сягають корінням у ще більш глибокі пласти історії. Останні археологічні дослідження зарубіжних вчених однозначно підтверджують це. Ось один з багатьох, що заслуговує уваги показовий факт. У 1928 р. плуг сирійського землероба натрапив на камінь, під яким виявився склеп із древньою керамікою. Навряд чи той землероб усвідомлював цінність свого відкриття. Дізнавшись про випадкову знахідку, на те місце в наступному році приїхали французькі археологи. Незабаром було знайдено напис, що дозволив археологам визначити, руїни якого міста знаходяться під землею. Це був Угарит, одне з найважливіших стародавніх міст Близького Сходу. А самі документи датовані XIV ст. до н. е. [8].

Процвітання Угарита було пов'язано не тільки з його вдалим географічним розташуванням, а й з розвитком науки. Про це свідчать знайдені серед руїн Угарита тисячі глиняних табличок. У їх числі господарські, дипломатичні, юридичні та економічні документи, записані на восьми мовах з використанням п'яти видів письма. Сучасна розшифровка, зокрема економічних документів, ясно свідчить про існування в той далекий час логістики як науки про переміщення продуктів і безлічі товарів всередині самого міста і між містами суміжних держав по суші і морськими шляхами.

У даний час в більшості підручників, наукових статей та навчальних посібників корені логістики розглядаються з історичного аспекту як військова наука. Розглянемо коротко основні віхи становлення логістики як військової науки. Зараз багато відомо про Візантію з історичних досліджень. Розглядаючи ці матеріали неможливо не звернути увагу на часи правління імператора Лева VI, які припадають на 866-912рр. н. е. У Візантії цей період відомий сильною армією та початком розквіту військового мистецтва. Імператор Лев VI перемагав у своїх війнах завдяки умілому переміщенню і

матеріально-технічному постачанню військ, вважають наші сучасники, що і було основою правил і принципів логістики [28].

Історії відома визвольна війна тринадцяти англійських колоній, в ході якої було створено незалежну державу США. У плані вивчення логістики тут можна відзначити наступний цікавий факт. Під час війни британська армія на американському континенті складалась з близько 12000 бойових загонів. Це означало, що так як армія підпорядковувалась британському уряду то, відповідно, харчування, обмундирування та боєприпаси постачались безпосередньо з Англії.

Хід війни, принаймні, перші шість років, визначався поганим матеріально-технічним забезпеченням англійських військ. Сьогодні військові аналітики вказують основну причину поразки Англії в цій війні - незнання воєначальниками принципів логістики, що призвело до незадовільної організації постачання військ як продовольством, так і військовою амуніцією. Іншими словами, на рівні уряду Англії в забезпеченні своїх військ в період проведення військової кампанії логістика практично «не працювала».

Проте армійське керівництво в різних країнах по-різному віднеслось до логістики: дехто не прийняв її, вважаючи, що ефективне ведення бойових дій залежить від таланту керівника, а дехто думав інакше, бачачи в логістиці нове зерно для вдосконалення ведення війська. Наприклад, наприкінці XVII ст. французька армія організувала нову структуру штабу, де була посада старшого маршала по логістиці.

Він був відповідальним за постачання продовольчих товарів, боєприпасів тощо, транспортування, місце розташування табору та коригування напрямків руху армії.

Військовий теоретик XIX ст. Джоміні відзначив, що саме логістика є одним з основних інструментів успішного ведення військами бойових дій. В його фундаментальних працях логістика виділялась як «практичне мистецтво руху військами».

Вивчивши великий об'єм літератури про ведення бойових операцій та бойовий досвід, він відзначав, що не тільки транспортування включається в логістику, а й досить широке коло питань, куди входять планування, управління, постачання і визначення місць дислокації військ, а також будівництво мостів, доріг та інше [32].

У середині XIX на початку XX ст. логістика як військова наука остаточно закінчила своє формування і становлення. Тепер її використовували при веденні військових кампаній багато видатних воєначальників та полководців [32].

Бурхливий розвиток на практиці логістика отримала у другій світовій війні. Слід вказати, що в цьому досягла успіху американська армія. Американським військам вдалось організувати постійне стійке постачання боєприпасами, зброєю та амуніцією завдяки чіткій взаємодії військово - промислового комплексу, транспортної системи і баз постачання. Успішному вирішенню цієї складної задачі сприяло застосування прогресивних контейнерних і пакетних перевезень. Вони ж принесли відчутну користь американським військам і в період війни у В'єтнамі.

Не можна не відзначити також те, що військово-промисловий комплекс США високою ефективністю функціонування також був зобов'язаний застосування у виробництві бойової техніки принципів логістики. Наприклад, спроектована Чарльзом Соренсон конвеєрна лінія з виробництва літаків бомбардувальників В-24 «Liberator» дозволяла випускати один літак на годину завдяки використанню методів логістики з управління запасами, сировиною, комплектуючими.

Перший етап відноситься до XIV ст. до н. е. - I століття н. е. Він характеризується використанням логістичного підходу для управління рухом товарів на мікро- і макрорівнях, тобто всередині держави (міста) і між державами. В цей період зароджуються перші принципи логістики, розробляються елементарні методи розрахунку доставки товарів сухопутними і морськими шляхами; починає використовуватися логістичний

підхід в управлінні переміщенням і матеріально-технічним постачанням військ.

Другий етап - це перше тисячоліття н. е. - кінець XIX ст. У цей досить тривалий період логістика розвивалася як військова наука. Принципи логістики відпрацьовувалися, в основному, на доставках і в процесі розподілу військової амуніції, а також в управлінні військами.

Про цей період отримано відомості з археологічних розкопок в Греції. Розшифровка фрагментів тексту, написаного на пергаменті, дала інформацію про те, що в державному правлінні Греції було на службі десять логістів.

Третій етап у розвитку логістики припадає на початок 1900-х рр. і середину XX ст.

Початок XX ст. ознаменовано тим, що накопичений теоретичний і практичний досвід логістики у військовій справі поступово знаходив застосування у всіх галузях економіки, вивчаючи і трансформуючи процеси та операції, пов'язані з просторово-тимчасовим переміщенням ресурсів, а точніше, товарно-матеріальних ресурсів. Активізація розвитку логістики на початку XX ст., очевидно, пов'язана з ланцюгом послідовно вибухнувших світових економічних криз 1900-1903 рр., 1907 р., 1920 р. До цього періоду відноситься поява перших логістичних спільнот, зокрема Національної асоціації проблем управління запасами. Вона була заснована в 1915 р. в США. Надалі (1967 р.) асоціація була перетворена в Національну асоціацію агентів постачання [32].

Нова хвиля економічних криз охопила всі капіталістичні країни і відрізнялася високим рівнем інфляції та безробіття, переплетенням з глибокими структурними кризами, що вразили найважливіші сфери виробництва - енергетику, сировинні галузі, включаючи і сільське господарство, а також валютну систему. Вчені та фахівці змушені були шукати ту рятівну «соломинку», яка допоможе не потонути в «океані криз». Такою «соломинкою» виявилася логістика. Як наука вона починає все ширше проникати в різні галузі економіки.

Логістичний підхід використовується при управлінні матеріальними потоками у сфері обігу [32].

Четвертий етап обмежується 50-ми і початком 80-х рр. ХХ ст. Початок другої половини ХХ ст. ознаменований створенням в США Національної ради з менеджменту фізичного розподілу, яка трохи пізніше була перетворена у Раду логістичного менеджменту.

Особливо активно процес логістизації в економічній сфері розпочався в 90-х рр. ХХ ст. Починають щорічно проводитися міжнародні симпозиуми, конференції і конгреси, на яких обговорюються наукові та практичні проблеми логістики. Так, відомі: представницький форум з логістики, який відбувся в жовтні 1989 року в Парижі; семінар з логістики, проведений в Москві в цей же час.

Вчені та фахівці США, Європи та Азії поступово розширювали сферу впливу логістики на всі галузі економіки.

У Швейцарії був створений Європейський центр по логістиці. У ряді міст Західної Європи організовані наукові та навчальні центри з підготовки фахівців, які володіють правилами і принципами логістики. Транснаціональні компанії, великі фірми створюють спеціальні служби та відділи логістики. У США переважна більшість фірм і компаній у своїй виробничій та комерційній діяльності використовують принципи логістики.

Східна Європа сьогодні також може бути віднесена до континентів, де логістизація економічних процесів стає найважливішим аспектом створення стійкого становища на ринку. Тут проблеми логістики вирішуються на державному рівні. Наприклад, у колишній НДР в кінці 80-х рр. ХХ ст. була розроблена і впроваджена логістична система єдиного комплексного управління транспортом країни (ЛСЄКУТ), в основі якої лежала комплексна оптимізація вантажних перевезень. Вона включала: впровадження досягнень науково-технічного прогресу, інтенсифікацію виробництва та транспорту в єдиній ланцюга від виробництва до споживання, оптимізацію взаємозв'язків між виробництвом та транспортом із зменшенням транспортних потреб

підприємств і відповідним зниженням витрат на перевезення продукції, а також оптимізацію самих транспортних процесів на основі вдосконалення методів планування та управління транспортом.

Для забезпечення високої ефективності функціонування ЛСЄКУТ студенти управлінських спеціальностей Вищої школи транспорту (м. Дрезден) в обов'язковому порядку вивчали протягом трьох років курс логістики. В Угорщині (Технічний університет, м. Будапешт) багато років проводилися дослідження щодо формування логістичних систем, більшою мірою пов'язаних з виробництвом. Так, у Науково-дослідному інституті громадського транспорту під керівництвом Георгія Тремко в 80-і рр. XX ст. була розроблена логістична система виробництва запасних частин до машин різних найменувань і призначення [15].

Логістичні системи і технології, розроблені в США і Японії отримали широке поширення в Західній і Східній Європі, а саме:

- система планування потреби в матеріалах, деталях і вузлах (Materials Requirements Planning);
- система планування розподілу ресурсів (Distribution Requirements Planning);
- оптимізовані виробничі технології (Optimized Production Technologies);
- точно в термін (Just-in-time);
- «канбан» (Kanban).

П'ятий етап - сучасний період розвитку логістики - почався з середини 1980-х років і триває по теперішній час. Саме в цей час досить інтенсивний розвиток отримали методи управління матеріальними потоками. Крім того, масований розвиток і використання інформаційних технологій практично всіма учасниками ринку, створення сучасних комунікаційних технологій посилили розуміння того, що високої ефективності в управлінні матеріальними потоками в ланцюгу «закупівля - виробництво - дистрибуція - продажу» можна досягти за рахунок управління інформаційними потоками.

П'ятий етап розвитку логістики можна назвати *всесвітнім*, оскільки логістизація економічних процесів стає проблемою Європи, США та Азії. Країни, що розвиваються та країни з перехідною економікою активно включилися в процес логістизації. Усвідомлення зростаючого у світі дефіциту ресурсів і, в той же час, бажання отримання прибутку є для них досить значним «мотиватором» до вивчення та впровадження принципів і методів логістики в усі галузі економіки.

Отже, логістика продовжує розвиватись в сучасному світі, за участю нових тенденцій управління та науково-технічного процесу

Фактори, які вплинули на розвиток і становлення системи логістичного управління на підприємстві, можна поділити на внутрішні і зовнішні.

*До зовнішніх факторів* можна віднести:

- зміну моделей і відносин споживчого попиту (розвиток олігополістичних ринків);
- розповсюдження концепції стратегічного маркетингу;
- розвиток інформаційних технологій і широке впровадження персональних комп'ютерів;
- зміна державного регулювання інфраструктури економіки;
- глобалізацію ринка;
- структурні зміни в організації бізнесу, зростання партнерства і стратегічних союзів.

Основним *внутрішнім фактором* розвитку системи логістичного управління підприємства є оптимізація процесу формування вартості кінцевої продукції. При цьому варто відмітити, що:

- вартість товару формується протягом здійснення всіх логістичних операцій, а відображається найкритичнішим чином тільки на останній стадії – при продажу кінцевому споживачу;
- на вартості товару критичним чином відображається загальна

ефективність операцій, в тому числі транспортних і маркетингових, а не тільки конкретного продажу;

- найбільш управляємими, з точки зору вартості, є початкові стадії – стадії виробництва товару, а найбільш чуттєвими останні - стадії реалізації.

Грунтуючись на системному підході, логістичне управління покликано забезпечувати і удосконалювати функціональну і структурну єдність системи підприємства і макрологістичної системи в цілому, виявляти і знешкоджувати перешкоди для підвищення ефективності його функціонування, нейтралізувати збуджуючі дії як всередині системи, так і поза неї.

У даний час ринок логістичних послуг знаходиться на стадії фундаментальних змін, які чинять серйозний вплив на роль і масштаби діяльності його учасників і структуру їх взаємовідносин.

#### **Види логістики:**

- закупівельна,
- виробнича,
- збутова (маркетингова, або розподільна),
- транспортна
- інформаційна (комп'ютерна).

Концепція логістики в туризмі полягає в зміні обособленої діяльності учасників формування, просування і реалізації туристичного продукту на користь системної (інтегрованої) діяльності.

Логістика в туризмі – наука про планування, контроль і управління операціями, здійснюваними в процесі формування туру, доведення готової продукції до споживача у відповідності з інтересами і вимогами останнього, а також в процесі передачі, зберігання і обробки відповідної інформації.

Ці складні процеси вимагають комплексного аналізу і оцінки ряду факторів:

- очікуваного контингенту споживачів туристичного продукту (ділових, спортивно-оздоровчих, пізнавальних і інших турів);
- видів туристичних продуктів, які користуються найбільшим попитом в даний і найближчий час (зимовий або літній сезон);
- умов об'єкта розміщення (готелей, ресторанів, санаторно-курортних об'єктів, пансіонатів, будинків відпочинку, кемпінгів і т. п.);
- складових маркетингу (тур операторського каталогу; опису регіону; екскурсійних і торгових можливостей курортного міста, місця відпочинку; правил продажу туристичного продукту і т. д.);
- діючих тарифів (опублікованих, агентських, корпоративних, тур операторських, групових тарифів, цінового періоду і ін.);
- правил (умов) туру;
- фінансових розрахунків (форми і порядку розрахунків, повного і часткового авансу, оплати по факту і ін.);
- якості наданих послуг і виконання зобов'язань перед туристами (рекламації об'єкту розміщення або туроператору, видачі товарів (спорядження) напрокат).

Основним критерієм якості наданих послуг вважається відсутність нарікань і претензій з боку туристів, подорожуючих, екскурсантів; надійності надання послуг; повідомлень ЗМІ про конкретну політичну ситуацію в даній країні або регіоні ймовірного туру, військових дій в регіоні турів (подорожей).

Отже, принципами логістики є пріоритети споживання, тому зміст і рівень сервісу, запропонованого клієнту, висувається на передній план, а скорочення часу і підвищення надійності виконання замовлення стають головною ціллю логістики. Реалізація даних принципів сприяє оптимізації рішень, що приймаються, що дозволяє туристичним фірмам укріпляти свої конкурентні позиції на споживчому ринку.

Впровадження і використання логістичних технологій у туристичній

індустрії дозволяють:

- створювати єдину систему обліку і контролю формування і руху туристичного продукту;
- скорочувати часові інтервали формування, просування і реалізації туристичного продукту;
- автоматизувати процеси обліку і контролю фінансових і інформаційних потоків;
- скорочувати час і підвищувати якість обслуговування споживачів туристичного продукту;
- скорочувати обсяг циркулюючих в системі документів і істотно зменшувати кількість помилок в обліково-звітній документації.

Необхідно підкреслити, що процес впровадження логістичних принципів управління не тягне за собою ніяких нововведень и не протирічить внутрішній економічній політиці підприємства, туристичної фірми, а лише доповнює її, виводячи підприємство, фірму на більш високий рівень, який забезпечує покращення фінансового стану і мікроклімату в колективі.

Таким чином, ідеальна система менеджменту на основі логістичного підходу – це система, що ґрунтується на інтегрованому підході, яка дозволяє цілеспрямовано управляти резервами ефективності туристичних підприємств.

## **1.2. Ефективність логістичної діяльності туристичного підприємства**

Успішне функціонування туристичного підприємства у сучасному конкурентному середовищі забезпечується використанням таких важливих інструментів як удосконалення систем управління діяльністю організації в цілому, реорганізація виробничого процесу, застосування нових ефективних методів менеджменту, що могли б забезпечити оптимізацію засобів

досягнення поставлених цілей. Важливим є також постійний моніторинг змін у функціональному середовищі підприємства на макро- і мікрорівнях, для визначення напрямку зосередження існуючих ресурсів та потенціалу організації, розвитку її ділової активності.

Логістику турфірми розглядають як один із засобів ефективного менеджменту в туризмі. Турфірма визначає логістику як ефективний підхід до управління туристичними, матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками в туристичному комплексі з метою зменшення витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту. Результатом логістизації туристичної діяльності є необхідний обсяг турпакетів, що пропонують на конкурентному ринку, де їх реалізують у певний час із відповідним узгодженням замовлень і транспорту.

Вивчення туристської логістики та необхідності впровадження концепції логістики в управління підприємством знайшли своє відображення в наукових дослідженнях таких вітчизняних і зарубіжних учених, як Ю.Ю. Лола, А.А. Гвозденко, І.А. Соколов, В.С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т.І. Лепейко, Є.В. Крикавицький, И.И. Бажин, А. М. Гаджинский, А. Г. Кальченко, Д.Д. Костоглодов, О.М. Тридіда, В. Пономаренко, В.Г. Банько та інші. Найбільш суттєві дослідження висвітлені у працях І.Г. Смирнова, він вважає що логістика турфірми - це специфічна логістична діяльність у туризмі, сутність якої полягає у плануванні, управлінні та контролі операцій, які здійснюють у процесі розробки туру, його формування та доведення готової продукції до споживача згідно з його інтересами та вимогами. Логістика турфірми охоплює також процеси надання, зберігання й обробки відповідної інформації [3].

Цінність та ефективність логістики розрізняють у випадку великих і малих турфірм. Найбільше переваг від логістики отримують великі турфірми. Відповідно вони мають власних аналітиків та логістиків. Малі туристичні фірми часто недооцінюють логістику, не призначають окремих логістик-менеджерів і тому втрачають значні можливості.

Також у логістиці турфірми потрібно враховувати специфіку галузі. Наприклад, фірми, діяльність яких пов'язана з масовим туризмом, мають вигоду, що викупувають у перевізників великі блоки місць за порівняно низькими цінами. Водночас фірми, котрі займаються індивідуальними турами (VIP-турами), звичайно купують авіаквитки в екзотичні країни за дуже високими цінами.

Відповідальність за управління системою логістики турфірми може бути поділена між різними підрозділами або сконцентрована в одного менеджера. Остання тенденція більш прогресивна, оскільки передбачає централізацію управління всією логістичною діяльністю турфірми, а це усуває конфлікти між різними підрозділами. Ступінь такої централізації залежить від асортименту продукції та ринкового середовища. Так, для турфірм, які мають ринкову (масову) орієнтацію та реалізують велику кількість турів за допомогою тих самих каналів розподілу, доцільно згрупувати всі види діяльності з обслуговування ринку та централізувати їх.

Прикладом такого підходу є турецький туроператор "Simena", котра здійснила централізацію системи управління, в результаті якої різні функції чітко поділили між різними підрозділами. Наприклад, екскурсійний відділ розробляє і проводить екскурсії, але не обирає їх теми і не формує їх графік; транспортний відділ виконує трансферти, але не планує перевезення туристів. Питаннями планування і складання графіків займається головне управління фірми, тобто в компанії "Simena" запроваджено поєднання централізованої стратегії планування з децентралізованим виконанням окремих функцій. У разі VIP -турів така централізація недоцільна, тут ліпше додати елементи логістики в структуру управління фірмою та в ті підрозділи, які займаються VIP -турами.

Серед принципів управління логістичною системою турфірми вирізняють:

1. системний, що передбачає вплив кожного елемента на інший та на логістичну систему фірми загалом;

2. ринковий - потреба пристосування логістики турфірми до вимог ринку, що робить обов'язковим логістичні дослідження потоків клієнтів, тобто застосування маркетингової логістики в туризмі;
3. фаховий - тісний зв'язок процесів розробки турів, їх реалізації та надання відповідних туристичних послуг;
4. інтеграційний, що передбачає об'єднання різних видів діяльності в туристичному бізнесі [12,с.85].

Сутність і переваги логістичної концепції управління найкраще проявляються при формуванні логістичних систем, логістичних ланцюгів та інших логістичних структур, створюваних з метою оптимізації економічних потоків. Ця концепція передбачає перехід від традиційного управління поточковими процесами до нового, більш ефективного і визначає ступінь проникнення логістики шляхом логістизації базових потоків в туристській компанії, що припускає раціоналізацію та оптимізацію управління людськими, фінансовими та інформаційними потоками на корпоративному рівні. Результатом трансформації управлінського процесу в логістичне забезпечення має стати підвищення рівня керованості, мобільності ресурсного потенціалу туристської компанії, оптимізація та раціоналізація всіх економічних потоків.

У цілому найкращих результатів можуть домогтися ті туристські компанії, які будуть використовувати концепцію інтегрованої логістики, що дозволяє об'єднати зусилля керуючого персоналу компаній, їх структурних підрозділів та логістичних партнерів для наскрізного управління основними і супутніми потоками в інтегрованій структурі бізнесу: проектування тур-послуги - розподіл - продаж.

Принципи та методи даного підходу повинні бути спрямовані на отримання оптимального рішення, зокрема, мінімізацію загальних логістичних витрат компаній. Скорочення всіх видів витрат, пов'язаних з управлінням туристським потоком, управління турами, зменшення логістичних ризиків дозволить компаніям вивільнити фінансові кошти на додаткові інвестиції в інформаційно-комп'ютерні системи, рекламу,

маркетингові дослідження і т.д. Оптимальні логістичні рішення можуть бути отримані не тільки за критерієм мінімуму загальних витрат, але і за такими ключовими показниками, як час виконання замовлення і якість логістичного сервісу.

Таким чином, система управління в турфірмі на основі логістичного підходу - це система, що базується на інтегрованому підході, яка дозволить створити реальну можливість об'єднання функціональних областей логістики шляхом координації дій, виконуваних незалежними ланками логістичної системи, поділяючими спільну відповідальність у рамках цільової функції управління резервами ефективності туристських компаній.

### **1.3. Логістична розробка туру туристичного підприємства**

Тур - основний ринковий продукт туристичного підприємства. Це комплекс туристичних послуг, що складені у вигляді конкретної програми, метою якої є здійснення подорожі згідно з побажаннями клієнта. З погляду логістики туризму тур - організований турфірмою рух туристів (у складі групи чи індивідуально) попередньо усталеним маршрутом, у певних місцях якого туристам надаються певні послуги відповідно до вартості путівки (подорожі).

До складу логістичної розробки туру входять (рис. 1.1.):

- 1) маркетингові дослідження (їх здійснюють із метою визначення цільових ринків та сегментів);
- 2) оцінювання власних можливостей турфірми з освоєння цільового ринку;
- 3) логістичне забезпечення маршруту туру. Для цього потрібно створити банк даних з інформацією про:
  - а) наявні туристично-рекреаційні ресурси та їх логістичний потенціал;
  - б) матеріально-технічну базу туризму та її логістичний потенціал;
  - в) транспортну структуру;
  - г) інформаційну інфраструктуру.

Особливість туристичної галузі, на відміну від інших галузей сфери

послуг, полягає в її безпосередньому поєднанні з ресурсною базою, тобто рекреаційно-туристичними ресурсами. Так під час визначення сутності поняття «місткість туристичного ринку» зазначають, що вона, насамперед, зумовлюється пропускнуною спроможністю туристичного ресурсу та ступенем розвитку відповідної інфраструктури.



Рис. 1.1. Складові логістичної розробки туру

Під час розгляду поняття «туристичне споживання» особливу увагу звертають на його специфіку, яка полягає в тому, що не товар доставляють споживачу, а, навпаки, споживач (турист) прибуває до місця виробництва турпродукту, аби його спожити (тобто до туристичного ресурсу, споживання якого і є підставою формування пропозиції в туризмі).

Отже, основу для розвитку туристичного бізнесу становлять рекреаційно-туристичні ресурси території, тобто її природно-ресурсний і рекреаційно-ресурсний потенціали.

Із рис. 1.2 видно, що логістику ресурсної бази туризму можна розглядати на різних регіональних рівнях, починаючи від локального (логістика туру) та закінчуючи найвищим — метарівнем (логістика світового туризму). Отже, свого окрему ресурсну базу має кожен туристичний об'єкт, місто, туристична зона, область, регіон, країна, туристичний макрорегіон

світу та світ загалом. Саме місткість ресурсної бази визначає місткість туристичного ринку певної території.

Логістика туризму цю властивість галузі враховує особливим чином: у комплексній структурі логістики туризму логістиці рекреаційно туристичних ресурсів належить важливе місце, зокрема у складі компонентної структури (рис. 1.2).

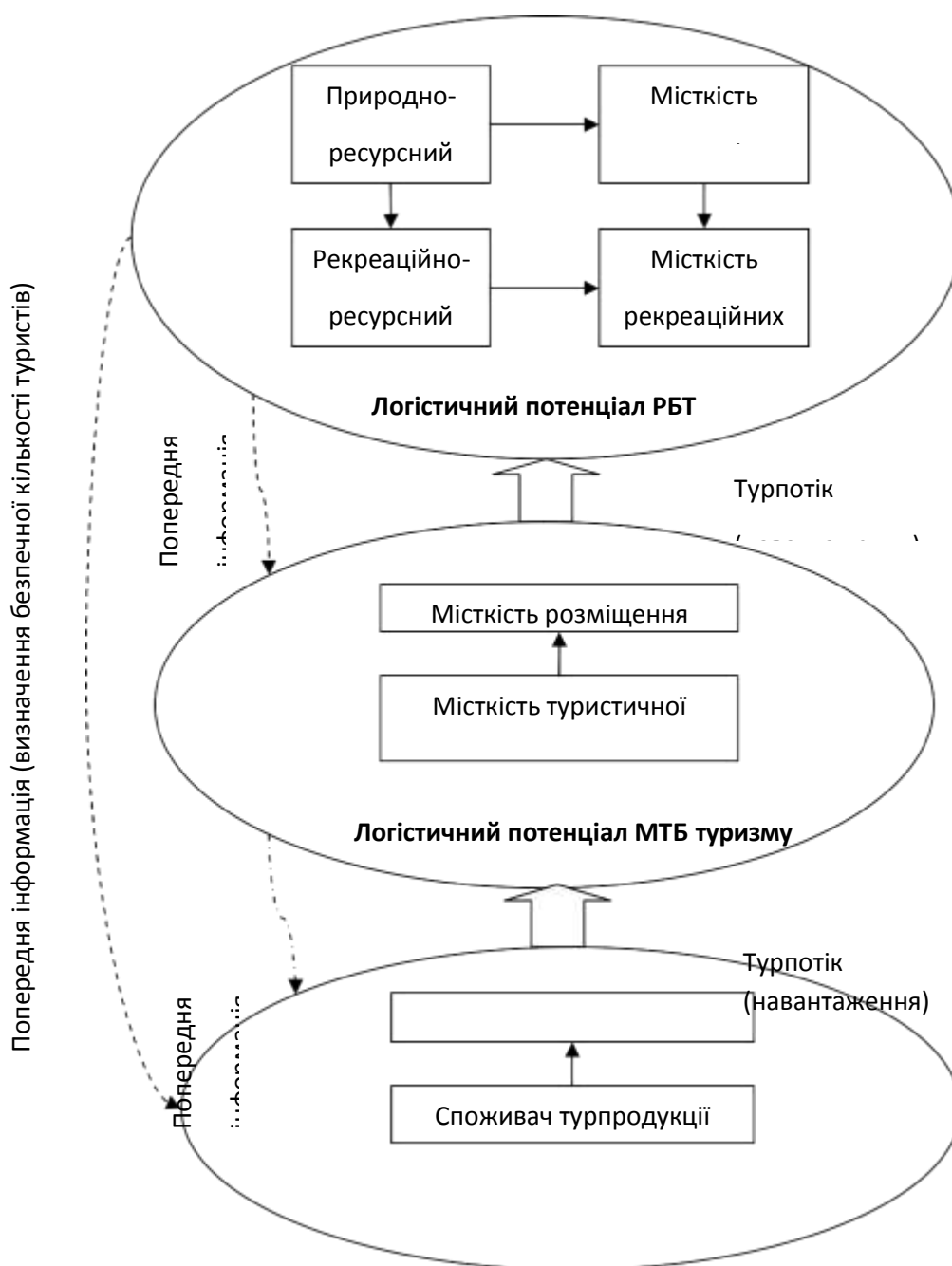


Рис. 1.2. Система логістики туризму в регіоні

Тобто поняття природно ресурсного та рекреаційно ресурсного потенціалів, місткість ландшафту та рекреаційних ресурсів взаємопов'язані та інтегруються в ширшу категорію — логістичний потенціал рекреаційно-туристичних ресурсів (РТР) або ресурсної бази туризму (РБТ), який у системі логістики туризму певного регіону діє разом з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму та логістичним потенціалом вхідного тур потоку в регіон [21].

Основою логістичного потенціалу ресурсної бази туризму є її логістична оцінка, тобто визначення максимально можливого для певного виду ресурсів потоку туристів, який: 1) не зашкодить стану самих ресурсів; 2) не зашкодить самопочуттю та стану здоров'я туристів; 3) не впливатиме негативно на екологію місцезнаходження ресурсу; 4) не порушить показника гостинності (це припустиме співвідношення чисельності туристів і постійних мешканців, за якого зберігається атмосфера гостинності; оптимальна пропорція — не більше 1:3); 5) не зашкодить безпеці туристів. Подібні проблеми спостерігаються нині і в міжнародному туризмі.

Визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму — важлива складова логістичної моделі сталого розвитку туризму, поряд з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму та логістичним потенціалом вхідного потоку туристів у регіон. Отже, початковою та програмувальною ланкою розвитку туризму мають бути рекреаційно туристичні ресурси, відповідно до логістичного потенціалу, які повинні визначати потоки туристів, а їхні потреби разом з необхідними послугами (проживання, харчування, перевезення, інформаційно програмне забезпечення) мають задовольнятися шляхом розвитку матеріально-технічної бази туризму. Варто зазначити, що необхідною умовою сталого розвитку туризму в регіоні, країні є менший обсяг логістичного потенціалу матеріально-технічної бази туризму порівняно з логістичним потенціалом туристичного ресурсу. Інформаційні потоки в системі логістики туризму в регіоні повинні мати випереджальний характер стосовно потоку туристів.

Їхнім джерелом має бути ресурсна база туризму, яка повинна визначати безпечний обсяг тур потоку. Цей показник слід обов'язково зазначати в рекреаційному паспорті туристичного об'єкта [36].

Логістичну оцінку рекреаційно туристичних ресурсів потрібно здійснювати з урахуванням їх класифікації.

Щодо методики визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму, то з урахуванням зазначених вище класифікацій пропонують принаймні чотири підходи (додаток А):

- 1) рекреалогічний;
- 2) порогового аналізу;
- 3) кількісних характеристик;
- 4) рекреагеографічний.

Розрізняють максимальну, оптимальну та прогнозовану природну рекреаційну місткість. Максимальна рекреаційна місткість — це добуток допустимого рекреаційного навантаження і площі конкретної територіально- рекреаційної системи.

Особливу увагу звертають на те, що під час обчислення місткості територіально рекреаційних систем важливо враховувати психофізіологічну комфортність (її визначають можливістю одночасного проведення в межах певної території будь-яких рекреаційних занять певною кількістю людей, не завдаючи їм психічному здоров'ю у процесі забезпечення основних гігієнічних потреб). Наприклад, для спокійного відпочинку гігієністи рекомендують 500— 800 м<sup>2</sup> лісопарку на одну людину; для активного — 100—130 м<sup>2</sup>/осіб; для купання в морі — 100—200 осіб/га [6].

Під час організації рекреаційної діяльності слід пам'ятати: перевищення показників рекреаційної місткості та нещадна експлуатація природних ресурсів території не здатні забезпечити очікуваних надприбутків. У результаті подібної політики рекреанти втрачають інтерес до відпочинку в такій місцевості та шукають нові, менш освоєні регіони.

Отже, в логістиці туризму, зокрема логістиці ресурсної бази туризму,

метою якої є забезпечення сталого розвитку туристичного комплексу з методів загалом, що розроблено в рекреалогії, використовують:

- а) методи визначення рекреаційної місткості території;
- б) показники та нормативи допустимого рекреаційного навантаження на природні ландшафти та комплекси;
- в) методи визначення місткості кліматичних та бальнеологічних.

### **Висновки до розділу 1.**

1. Діяльність у туризмі в багатьох випадках поєднує три основні складові господарської активності, а саме: послуги, виробництво і продаж, то туристичні підприємства, прагнучи здобути ринкову перевагу, використовують принципи і прийоми логістики як у сфері постачання, так і в дистрибуції та популяризації.
2. Домінуюча діяльність з надання послуг у туризмі та безпосередній контакт виробника і споживача робить логістику обслуговування клієнта найважливішим елементом логістичної системи туристичних підприємств.
3. Негнучкий характер пропозиції туристичних послуг спричинює те, що логістика туристичних підприємств не стосується надходження готових виробів з місця їх виробництва до місця споживання. Натомість особливістю є управління туристичним рухом, тобто рухом осіб, які прямують і повертаються до місць виникнення пропозиції.
4. Відсутність матеріального виміру туристичних послуг є наслідком того, що логістика дистрибуції в основному представлена переміщенням інформації у часі й просторі, а логістичні електронні канали відіграватимуть все більшу роль в ефективному функціонуванні туристичного підприємства.
5. Вимірною ознакою послуг є час їх надання. З цієї причини серед логістичних рішень у межах туристичного підприємства вагомого значення набуває проблематика черг під час обслуговування клієнтів.

6. Специфічні ознаки туристичних послуг знаходять своє відображення також у сфері логістики постачання. Поруч з традиційними вирішеннями, які характерні для логістики матеріальних продуктів, таких як придбання і зберігання сировини і матеріалів для виробництва (приклад гастрономії), існують також інші типові форми. Це може бути, наприклад, забезпечення готовності готельного закладу надавати послуги, особливо ті, що стосуються нагромадження "запасів" відповідних людських умінь та справного оснащення, яке використовується в процесі обслуговування клієнта.

Отже, поняття логістики у сфері туристичних послуг можна визначити як стратегічне і оперативне управління функціями постачання, збереження і транспортування у туристичних підприємствах, метою яких є надання клієнтам послуг очікуваної якості, у відповідному часі й місці, за мінімальних витрат реалізації цих функцій. Логістичне управління туристичними послугами полягає в плануванні, виконанні й контролі якості з урахуванням потреб, можливостей і способів їх надання на шляху від виробника до кінцевого споживача. Необхідність переміщення туристів до місць надання їм послуг підкреслює значущість логістики, яка дає змогу краще задовольняти потреби туристів та забезпечує ефективнішу діяльність туристичних підприємств

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»**

### **2.1. Загальна організаційна характеристика туристичного підприємства ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»**

Туристичне підприємство «Сехмет Тревел» було створене у 2005 році, на сьогодні є одним із провідних турагентів України. Назва підприємства пов'язана з давньоєгипетською богинею Сехмет, яка охороняла фараона і була його цілителькою. Найчастіше Сехмет зображували з сонячним диском на голові, тому підприємство здебільшого спеціалізується на «сонячних країнах».

Найулюбленіші напрямки: Туреччина, Єгипет, Таїланд, ОАЕ, Туніс, Марокко, Чехія, Угорщина, Шрі-Ланка, Куба, Хорватія, Чорногорія. Крім того, підприємство виступає під брендом «Сеть Магазинов Горящих Путевок», тому відправляє туристів майже у всі країни світу.

Основним видом діяльності туристичного підприємства «Сехмет Тревел» є діяльність туристичних агентств, інші види економічної діяльності представлені послугами по бронюванню та супутніми їм послугами; організація конференцій і торгівельних виставок; діяльність страхових агентів та брокерів; інші види допоміжного обслуговування господарської діяльності; інші види інформаційних послуг, які не згадані в жодній із перерахованих категорій.

Завдяки багаторічному досвіду роботи, високому професіоналізму співробітників і політики взаємоповаги по відношенню до клієнтів і партнерів, компанія заслужила довіру і авторитет як серед туристичних агентств, так і серед приватних клієнтів.

ТОВ «Сехмет Тревел» має два офіси. Головний офіс знаходиться за адресою бульвар Дружби Народів, 21.

Другий офіс знаходиться біля метро Лівобережна — вулиця Раїси Окіпної, 9. За організаційно-правовою формою — це товариство з обмеженою

відповідальністю. Діє підприємство на основі Статуту та має Свідоцтво про державну реєстрацію. Підприємство являється зареєстрованим в Єдиному державному реєстрі.

Територіальне розташування офісів вигідне з точки зору характеру бізнесу. Розташування в 100-150 метрах від метро є зручним для клієнтів, які їдуть з різних куточків Києва. Недалеко від офісів є декілька банків, з якими підприємство «Сехмет Тревел» має робочі стосунки та оформлені угоди. Це є зручним також і для туристів, які можуть швидко здійснити оплату обраних турів.

Інтер'єр підприємства витриманий у єгипетському стилі та відповідає обраній назві туристичної фірми «Сехмет Тревел». Обидва офіси мають гарні великі неонові вивіски, які дозволяють швидко та зручно знайти підприємство навіть у вечірній час.

Для підвищення іміджу та для залучення нових клієнтів підприємство «Сехмет Тревел» публікує свою рекламу в журналах « Міжнародний туризм», та Е-мейл розсилки своїм постійним клієнтам. Має сторінку в соціальних мережах.

Імідж компанії також залежить від забезпечення підприємства кваліфікованими кадрами, від раціонального їх використання залежать організаційно-технічний рівень виробництва, його фінансова стабільність, усі показники діяльності підприємства. Забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, їх раціональне використання, високий рівень продуктивності праці сприяють збільшенню обсягів виробництва продукції, ефективному використанню устаткування, обладнання, машин, механізмів, зниженню собівартості та зростанню прибутку.

Згідно до Закону України «Про Туризм» [32; с. 22] – кожен член персоналу на туристичному підприємстві має свою посадову інструкцію. Фірма повністю автоматизована: кожний працівник має персональний комп'ютер та телефон. Персональне робоче місце оснащено так, щоб

менеджер чи бухгалтер почував себе комфортно та швидко налаштувався на роботу.

Туристична агенція «Сехмет Тревел» дуже серйозно ставиться до питання збереження та збагачення свого іміджу. Працівники фірми беруть за правило: на будь-яке питання потрібно надати відповідь вчасно та оперативно. При цьому відповідь повинна бути максимально достовірною, деталізованою, добросовісною з бажанням надати всілякі корисні поради клієнту в правильному виборі місця відпочинку.

Максимально враховуючи запити туристичного ринку і пристосовуючись до них, туристичне підприємство «Сехмет Тревел» здійснює активний та цілеспрямований вплив на побажання клієнтів. Власний турпродукт фірми має бути якісним, конкурентоспроможним, максимально зорієнтованим на психологічні запити, менталітет туристів та їх матеріальні можливості.

З метою збільшення об'єму прибутку, рентабельності своєї роботи підприємство повинне постійно розробляти проекти, які передбачають вкладення фінансових ресурсів у створення нових технологій, організацію нових виробництв, випуск конкурентоздатних послуг на внутрішньому і зовнішньому ринках, будівництво філіалів і відкриття нових офісів, які будуть розташовуватись у привабливих та зручних для туристів точках міста.

Керівник (директор) безпосередньо здійснює управлінську діяльність на туристичному підприємстві. Управління організацією відображується у вигляді процесу здійснення певного типу взаємопов'язаних дій щодо встановлення цілей, а також для формування та використання ресурсів підприємства для рішення задач та проблем.

Директор своєчасно може втрутитися в дії кожного з працівників, якщо виникла проблема чи для своєчасного усунення помилок в роботі підприємства (посадова інструкція наведена в додатках). Звичайно, саме директор фірми приймає управлінські рішення.

Менеджер — здійснює управлінську діяльність на підприємстві, вирішує

управлінські задачі, відповідає на питання туристів, здійснює бронювання авіа квитків, наземного обслуговування, випишує страховки. Проте не всі менеджери можуть займати однакову ланку на підприємстві. Це пов'язано з тим, що на підприємстві існує ієрархія, здійснюються різні функції, нарешті, існують різні види управлінської діяльності. Кожний працівник володіє знаннями та інформацією для бронювання з різних напрямів.

На рис. 2.1 схематично зображено структуру управління туристичного підприємства.



Рис. 2.1 Структура управління підприємством

Агентство не досить велике, то один бухгалтер відповідає за все: каса, основні засоби, валютні операції, розрахунок зарплати, склад. Однак і відповідальність на ньому лежить велика, оскільки бухгалтер відповідає за будь-яку помилку в розрахунках.

Бухгалтер повинен слідкувати за змінами в законодавстві, яке регулює його діяльність, та вміти спілкуватися з представниками державних органів. Потрібно тримати в голові всю фінансову картину підприємства, щоб знати як будь-яка угода позначиться на балансі, звітності тощо (посадова інструкція наведена в додатках).

Всі робітники на підприємстві «Сехмет Тревел» працюють офіційно та мають запис в трудовій книжці. Згідно штатного розкладу на підприємстві

працює 10 осіб.

Графік роботи: з понеділка по п'ятницю з 10:00 по 19:00.

Субота: 11:00-15:00. Неділя вихідний день.

Для працівників устанавлюється п'ятиденний робочий тиждень з двома вихідними днями. Напередодні святкових і неробочих днів, визначених статтею 73 КЗпП, тривалість роботи скорочується на одну годину.

Тривалість робочого часу працівників становить 40 годин на тиждень. Працівникам надаються щорічні та додаткові відпустки відповідно до чинного законодавства та затвердженого графіку відпусток. Щорічна основна відпустка надається працівникам тривалістю не менше 24 календарних дні.

«Сехмет Тревел» співпрацює лише із професійними операторами. Кожний партнер перевірений роками плідної співпраці та власного досвіду персоналу туристичної агенції. Від обраних «постачальників» туристичних послуг залежить не тільки імідж туристичної фірми, а й бажання клієнта звертатися до цієї фірми постійно.

На підприємстві «Сехмет Тревел» знаходиться увесь архів за багаторічну працю на туристичному ринку. Це означає, що паспортні дані кожного туриста, який вже співпрацював із агентством, зберігаються в архіві. Це робить зручним й роботу менеджера. Можна швидко підготувати договір та заявку на бронювання, маючи на руках необхідні дані (якщо термін дії документів не закінчився), щоб турист не чекав довгий час.

У даний час персонал туристичної фірми працює із електронною базою даних, що прискорює пошук необхідних паспортних даних у системі. Системний адміністратор працює над до розробкою та наповненням такої бази клієнтів. Вона вже містить в собі не тільки копії паспортів, але й номери телефонів, електронні адреси та інші примітки.

Рекламуванню підприємства «Сехмет Тревел» наразі приділяють не достатньо уваги, що заважає агентству розвиватися та збільшувати кількість клієнтів. Директор агентства має на меті організувати рекламну компанію весною, що підживить інтерес туристів та проінформує їх про літній

відпочинок заздалегідь. Всі туристичні оператори вже розпочали прораховувати ранні бронювання. Якщо замовляти пропозицію із позначкою “Раннє бронювання”, то можна бути певним, що купуєш тур з великою знижкою.

Корпоративна культура компанії являється орієнтованою на клієнта, відкритою і позиціонує себе як підприємство, що налаштоване на задоволення потреб клієнтів і партнерів. У компанії розроблена програма, метою якої є розвиток у свідомості співробітників поняття про корпоративну культуру, системи цінностей, єдиних стандартів поведінки, спілкування з партнерами, конкурентами і колегами.

На підприємстві застосовані такі інструменти брендінгу як фірмовий стиль, що є невід’ємною складовою діяльності у сучасному конкурентному середовищі. Логотипом є єгипетська богиня.

Внутрішнє середовище компанії ТОВ «Сехмет Тревел» представлене такими факторами, як організаційна культура, внутрішньо-організаційні процеси, кадри фірми, технологія, організаційна культура, маркетинг. Розглянемо кожен з них більш детально.

Організаційна структура компанії є оптимальною з точки зору масштабів підприємства і специфіки основної діяльності, що обумовлено прагненням керівництва підприємства використовувати високі управлінські якості і в той же час приймати грамотні, обґрунтовані рішення на основі думки співробітників в вузькоспеціалізованих областях, що вимагають спеціальної освіти, знань і навичок.

Керівництво компанією здійснює директор, який займається загальним керівництвом компанії.

Керівник відділу бухгалтерії веде всю фінансову діяльність компанії: розрахунок доходів, нарахування і сплату податків, розподіл прибутку, розрахунок і видачу зарплати. Права і обов'язки покладені на співробітників, які несуть відповідальність за конкретну роботу.

Внутрішньо-організаційні процеси включають комунікацію,

координацію і прийняття управлінських рішень.

Ухвалення управлінських рішень в Компанія здійснюється одноосібно - директором. Періодично, у міру виникнення виробничої необхідності, директор компанії проводить зустрічі з начальниками відділів та надає інформацію, а вони, в свою чергу, передають її своїм підлеглим. Безпосередньо в процесі роботи інформація доводиться до відома тих працівників, які її потребують.

При прийомі на роботу новачкам дається випробний термін (як правило, не менше двох місяців), протягом якого визначається компетентність працівника, бажання і здатність працювати в колективі (« командою» ) і в даній сфері виробництва, виробляються певні навички, набувається досвід роботи.

На цей період з ними укладається трудова угода, що складається за типовою формою. Після успішного проходження випробувального терміну новий співробітник приймається в штат.

Керівництво компанії також передбачає дотримання наступних принципів:

- вимогливість до себе кожного працівника, починаючи з зовнішнього вигляду, культури поведінки, мови і закінчуючи постійним самовдосконаленням;
  - підвищення своєї компетенції і професіоналізму;
  - вимогливість до партнерів;
  - жорсткість до порушень вимог нормативної документації, інструкцій технології;
  - порядок у всьому: на робочому місці, у вчинках, в документах;
  - порядність у відносинах з партнерами, створення у колективі почуття єдиної команди;
  - робота і життя в ногу з часом, рух вперед на крок раніше конкурентів.
- Як підсумок наведемо таке: співробітники в цілому задоволені своєю

роботою, також як і директор задоволений її кадровим складом.

На нашу думку, найважливішими особливостями сучасного процесу вдосконалення управління персоналом на підприємстві є:

- розширення повноважень виконавців на місцях і зміна форми контролю;
- спільне прийняття господарських рішень і створення атмосфери довіри на підприємстві;
- розвиток механізмів планування кар'єри для ключових працівників;
- комплексне бачення проблем і цілісний підхід до людських ресурсів у взаємозв'язку зі стратегічними установками підприємства;
- створення корпоративної культури інноваційного типу.

## **2.2. Аналіз основних економічних показників діяльності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет тревел»**

Підприємство здійснює фінансовий аналіз метою якого є оцінка його фінансового стану з урахуванням змін, які склалися в результаті діяльності за кілька останніх років. Аналіз фінансового стану може принести користь фірмі: виявити вже наявні потенційні внутрішні слабкості організації у порівнянні з її конкурентами.

При аналізі показників господарської діяльності підприємства, згідно статистичної звітності, можна зробити наступні висновки.

Згідно статистичного звіту динаміка обсягів туристів та наданих їм туроднів за останні два роки виглядає наступним чином (табл. 2.1.).

У 2018 р. туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» було реалізовано 1716 туристичних путівок. Порівняно з 2017 р. у 2018 р. кількість реалізованих туристичних путівок збільшилась на 598 од. або на 53%.

Таблиця 2.1

**Динаміка основних показників обсягу наданих послуг туристичного підприємства**

Показник	Рік		Абсолютний приріст	Відносне відхилення, %
	2017	2018	2018/2017	
Кількість обслугованих туристів, <i>у тому числі за видами:</i>	2236	3432	1196	53,5
іноземних туристів	-	-	-	-
Іноземних туристів, обслугованих без поселення в заклади розміщення	-	-	-	-
Туристів, які виїжджали за кордон	2108	3248	1140	54,1
Туристів, які виїжджали за кордон, обслугованих без поселення в заклади розміщення	-	-	-	-
Туристів, охоплених внутрішнім туризмом	128	184	28	43,8
Кількість туро-днів, наданих туристам	8944	13728	4784	53,9
Кількість екскурсантів	-	-	-	-
Обсяг наданих туристських послуг (тис. грн.), <i>у тому числі:</i>	13416	20592	7176	53,5
Іноземним туристам	-	-	-	-
Туристам, які виїжджали за кордон України	12904	19856	6952	53,8
Іноземним туристам	-	-	-	-
Туристам, які виїжджали за кордон України	12904	19856	6952	53,8
Середньооблікова кількість працівників (осіб)	10	10	-	-

Туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» у 2018 р. було реалізовано 92 туристичних путівок громадянам України для подорожі в межах України.

Порівняно з 2017 р. у 2018 р. кількість реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі в межах України збільшилася на 28 од. або 24 на 43,8 %.

У 2018 р. туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» було реалізовано 1624 туристичні путівки громадянам України для подорожі за кордон. Порівняно з 2017 р. у 2018 р. кількість реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі за кордон збільшилася на 570 од. або на 54%.

Динаміка основних показників обсягу наданих послуг туристичного підприємства зображена на рис. 2.1.

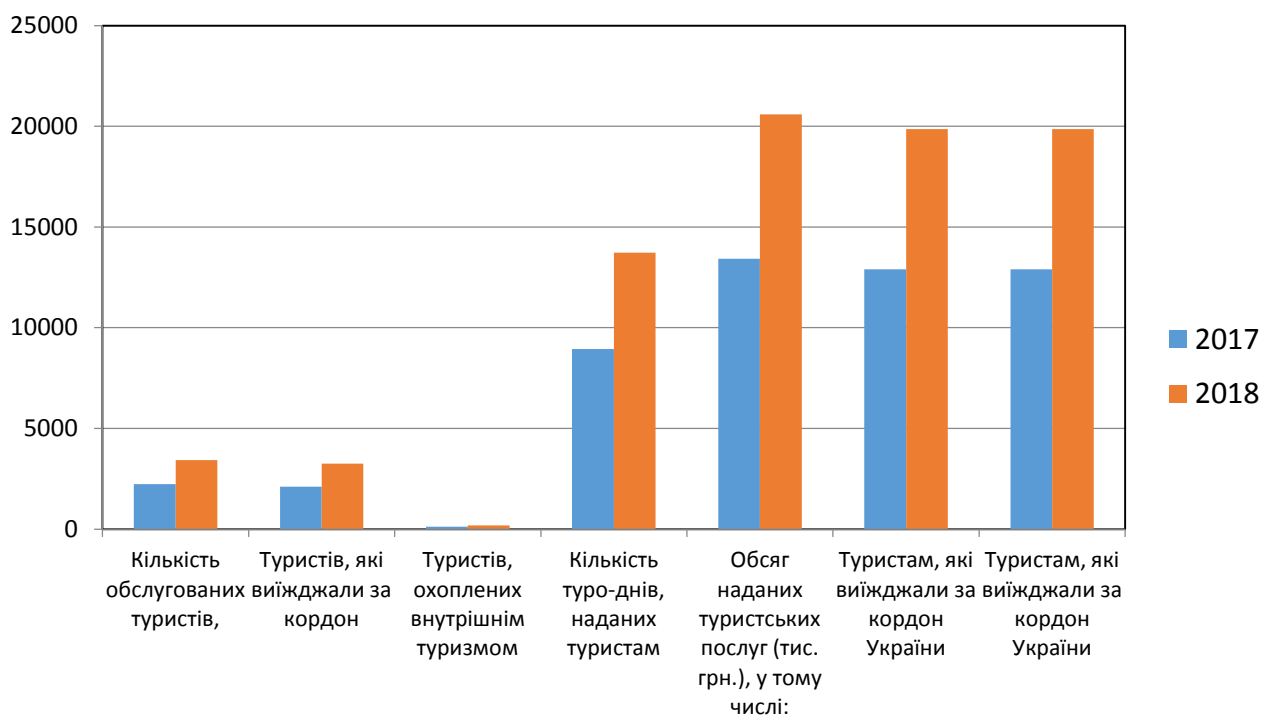


Рис. 2.1 Динаміка основних показників обсягу наданих послуг туристичного підприємства

Розподіл туристів, обслугованих туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» протягом 2016-2018 рр. за метою поїздки, наведено в таблиці та на рисунку 2.2.

Таблиця 2.2

**Розподіл туристів, обслугованих ТОВ «Сехмет Тревел»  
за метою поїздки, 2016-2018 рр., осіб**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
	службова, ділова, навчання	0	0	0	0	0	0
дозвілля, відпочинок	1388	2236	3432	2044	1196	147,3	53,5
лікування	0	0	0	0	0	0	0
спортивний туризм	0	0	0	0	0	0	0
спеціалізований туризм	0	0	0	0	0	0	0

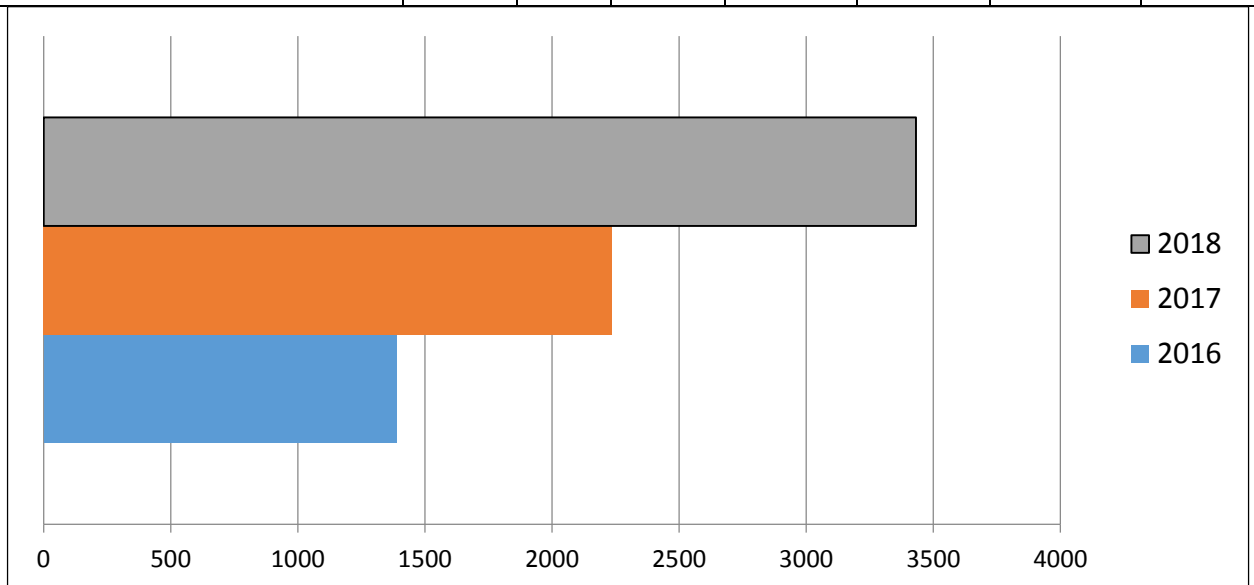


Рис. 2.2 Туристи, що обрали ТОВ «Сехмет Тревел» для відпочинку чи дозвілля

Як ми бачимо, метою поїздки туристів, яких обслуговує ТОВ «Сехмет Тревел» є дозвілля та відпочинок.

Важливими показниками, що відображають попит на послуги даного

туристичного підприємства є кількість наданих туристам туро-днів та кількість туро-днів на 1 туриста (тривалість подорожі). Динаміка кількості туро-днів наданих туристам ТОВ «Сехмет Тревел» подана у табл. 2.3. та на рис.2.3.

Відповідно інформації поданої на рисунку 2.3, загальна кількість туро-днів за реалізованими туристичними путівками порівняно з 2016 р. у 2018 р. збільшилася на 8834 дн. або на 281,5 %.

Таблиця 2.3.

**Динаміка кількості туро-днів наданих туристам ТОВ «Сехмет Тревел»  
за 2016-2018 рр.**

Показник	Кількість туро-днів					
	2016		2017		2018	
	всього о	на 1 турист а	всього о	на 1 турист а	всього о	на 1 турист а
Кількість наданих туро-днів туристам усього, у т. ч.:	4894	3,5	8944	4	13728	4
іноземним туристам	-	-	-	-	-	-
іноземним туристам, обслуговуваним без поселення в закладах розміщення	-	-	-	-	-	-
туристам, які виїжджали за кордон	4606	3,5	7378	3,5	12992	4
туристам, які виїжджали за кордон, обслуговуваним без поселення в закладах розміщення	-	-	-	-	-	-
туристам, охопленим внутрішнім туризмом	288	4	566	4	736	4

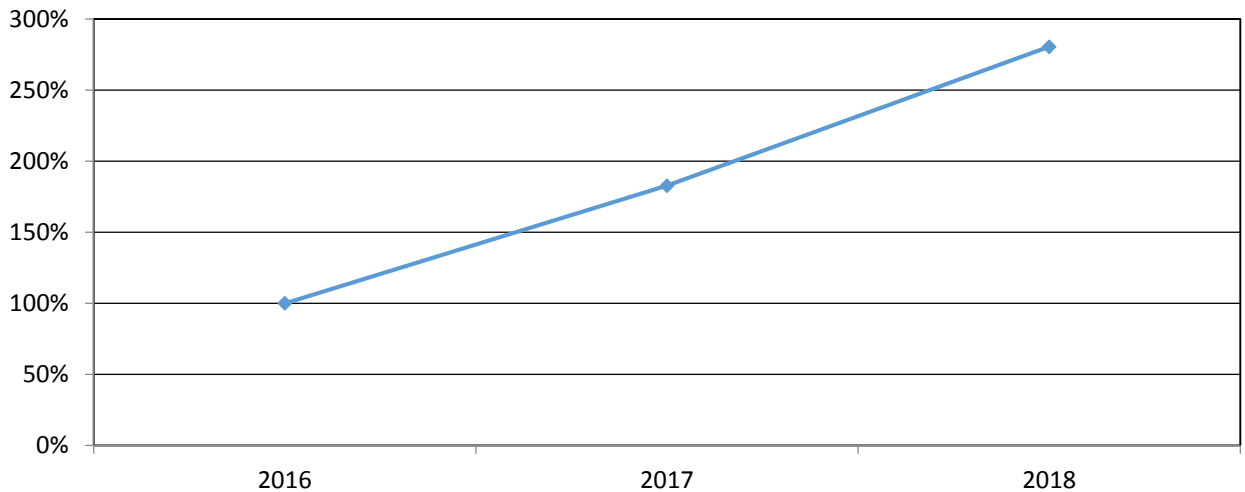


Рис. 2.3. Динаміка кількості турс-днів наданих туристам

ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. (за 100% прийняті показники 2016р.)

Кількість обслугованих туристів туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. наведена у табл. 2.4. Динаміка кількості обслугованих туристів ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. наведена на рис. 2.4.

Порівняно з 2016 р. у 2018 р. кількість обслугованих туристів збільшилася на 2044 особи або на 147,3%.

Туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» у 2018 р. було обслуговано 184 осіб. подорожуючих у межах території України, що на 112 осіб або на 155,6% більше у порівнянні з 2016 р..

Таблиця 2.4

**Кількість обслугованих туристів ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр.**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/2016	2018 / 2017	2018 / 2016	2018 / 2017
	2	3	4	5	6	7	8
Кількість обслуговуваних туристів, усього осіб	1388	2236	3432	2044	1196	147,3	53,5
у тому числі							



Австрія	6	24	32	26	8	433,3	33,3
Андорра	4	12	16	12	4	300	33,3
Болгарія	124	356	568	444	212	358,1	59,6
В'єтнам	2	8	10	8	2	400	25
Домініканська Республіка	8	26	34	26	8	325	30,8
Єгипет	418	578	952	534	374	127,8	64,7
Індія	2	8	10	8	2	400	25
ОАЕ	24	48	64	40	16	166,7	33,3
Польща	16	36	58	42	22	262,5	61,1
Словаччина	26	42	60	34	18	130,8	42,9
Таїланд	14	28	34	20	6	142,9	21,4
Фінляндія	20	32	30	10	-2	50	-6,3
Чехія	18	42	48	30	6	166,7	14,3
Шрі-Ланка	22	72	88	66	16	300	22,2
Хорватія	20	56	62	42	6	210	10,7
Іспанія	26	34	54	28	20	107,7	58,8
Кіпр	38	48	76	38	28	100	58,3
Туніс	2	10	22	20	12	1000	120
Португалія	16	32	56	40	40	250	75
Ізраїль	4	6	8	4	4	100	33,3
Туреччина	476	508	816	340	308	71,4	60,6
Греція	12	78	114	102	36	850	46,2
Мальта	14	18	24	10	6	71,4	33,3
Грузія	4	6	12	8	6	200	100
Україна	72	128	184	112	56	155,6	43,8

Дослідження розподілу громадян України за країнами відправлення за реалізованими туристичними путівками туристичним підприємством ТОВ

«Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. дало змогу визначити, що найбільшим попитом серед подорожуючих протягом аналізованого періоду користувались три країни: Туреччина, Єгипет та Болгарія див. рис. 2.5.

Важливим показником, що характеризує діяльність туристичного підприємства є обсяг наданих туристичних послуг у вартісному вимірюванні. Тому особливу увагу слід приділяти аналізу фінансових показників. Динаміка вартості реалізованих туристичних путівок ТОВ «Сехмет Тревел» подана у табл. 2.6.

За даними діаграми 2.6, у 2018 р. туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» було реалізовано туристичних путівок на суму 20592 тис. грн. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. обсяг реалізованих туристичних путівок у вартісному вираженні збільшився на 12058 тис. грн. або на 141,3%.

Туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» у 2018 р. було реалізовано 184 туристичних путівок громадянам України для подорожі в межах України на суму 736 тис. грн.

Порівняно з 2016 р. в 2018 р. обсяг реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі в межах України у вартісному вираженні збільшилася на 324 тис. грн. або на 78,6 %.

У 2018 р. туристичним підприємством ТОВ «Сехмет Тревел» було реалізовано туристичних путівок громадянам України для подорожі за кордон на суму 19856 тис. грн.

Порівняно з 2016 р. у 2018 р. обсяг реалізованих туристичних путівок громадянам України для подорожі за кордон у вартісному вираженні збільшився на 11734 тис. грн. або на 144,5 %.

За даними фінансової звітності в табл. 2.7, необоротні активи туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом аналізованого періоду мали позитивну динаміку.

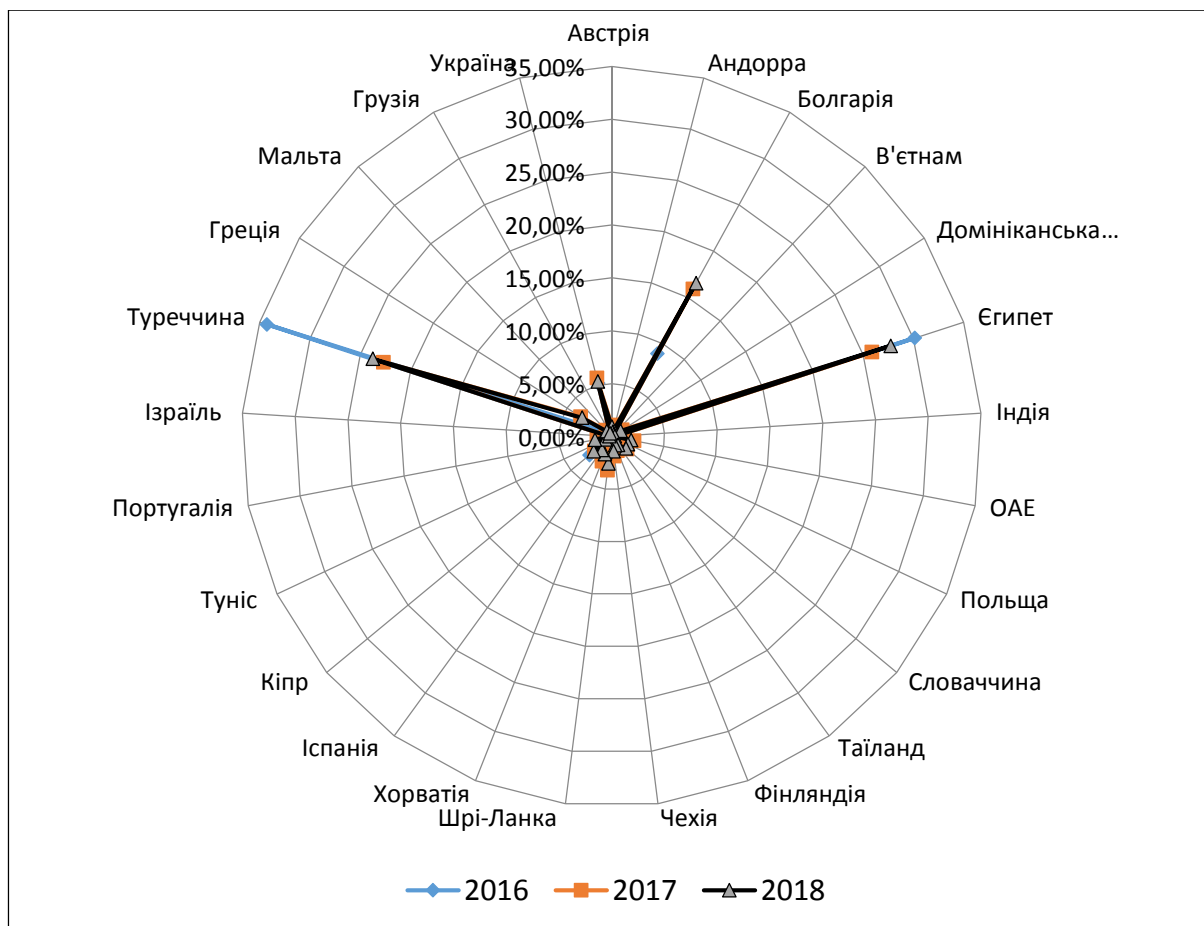


Рис 2.5 Розподіл громадян України по країнах відправлення за реалізованими туристичними путівками ТОВ «Сехмет Тревел» 2016-2018 рр.

Таблиця 2.6

**Динаміка вартості реалізованих туристичних путівок  
ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018 / 2017	2018 / 2016	2018 / 2017
	1	2	3	4	5	6	7
Реалізовано туристичних путівок – усього	8534,0	13416,0	20592,0	12058	7176	141,3	53,5
у тому числі							
іншим організаціям							

безпосередньо населенню	8534,0	13416,0	20592,0	12058	7176	141,3	53,5
з них							
громадянам України для подорожі в межах України	412,0	512,0	736,0	324	224	78,6	43,8
Громадянам України для подорожі за кордон	8122,0	12904,0	19856,0	11734	6952	144,5	53,9

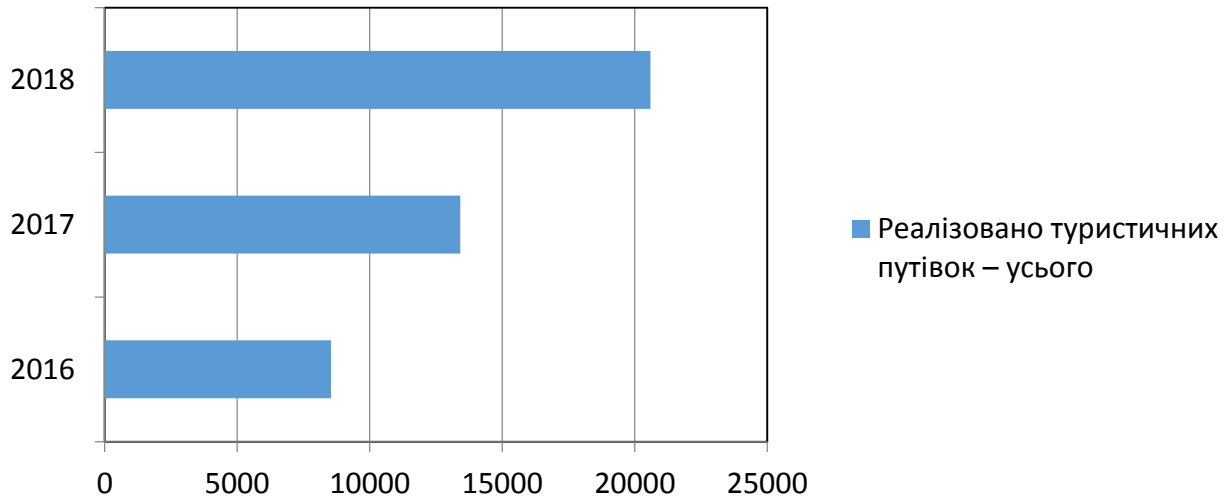


Рис. 2.6 Динаміка вартості реалізованих туристичних путівок  
ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.

Таблиця 2.7

**Динаміка необоротних та оборотних активів ТОВ «Сехмет Тревел» 2016-2018 рр., тис. грн.**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
	<b>Необоротні активи</b>						
Основні засоби	9,9	8	11,6	1,7	3,6	17,2	45
первісна вартість	79,9	88,3	94,1	14,2	5,8	17,8	6,6
знос	70	80,3	82,5	12,5	2,2	17,9	2,7
Інші необоротні активи	0,1	0,1	0,1	0	0	0	0
Необоротні активи, всього	10	8,1	11,7	1,7	3,6	17	44,4
<b>Оборотні активи</b>							
Запаси	16	76,4	64,7	48,7	-11,7	304,4	-15,3



Власний капітал							
Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	30	30	0	0	0	0	0
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	-57,9	82	395,7	453,6	313,7	-783,4	382,6
Власний капітал, всього	-27,9	112	507,7	535,6	395,7	1919,7	353,3
Зобов'язання							
Довгострокові зобов'язання і забезпечення, всього	0	0	0	0	0	0	0
Поточні зобов'язання і забез- печення короткострокові кредити банків	0	0	0	0	0	0	0
Поточна кредиторська заборгованість за:							
товари, роботи, послуги	366	1003,5	493	127	-510,5	34,7	-50,9
розрахунками з бюджетом	1,7	32,7	68,8	67,1	36,1	3947,1	110,4
- зі страхування	4,7	5,7	5,3	0,6	-0,4	12,8	-7,0
- з оплати праці	9,7	11,4	19,6	9,9	8,2	102,1	71,9
Інші поточні зобов'язання	142,5	232,9	227,6	85,1	-5,3	59,7	-2,3
Поточні зобов'язання і забезпечення, всього	524,6	1286,2	814,3	289,7	-471,9	55,2	-36,7
Пасиви, всього	496,7	1398,2	1322	825,3	-76,2	166,2	-5,4

Джерело : розраховано автором

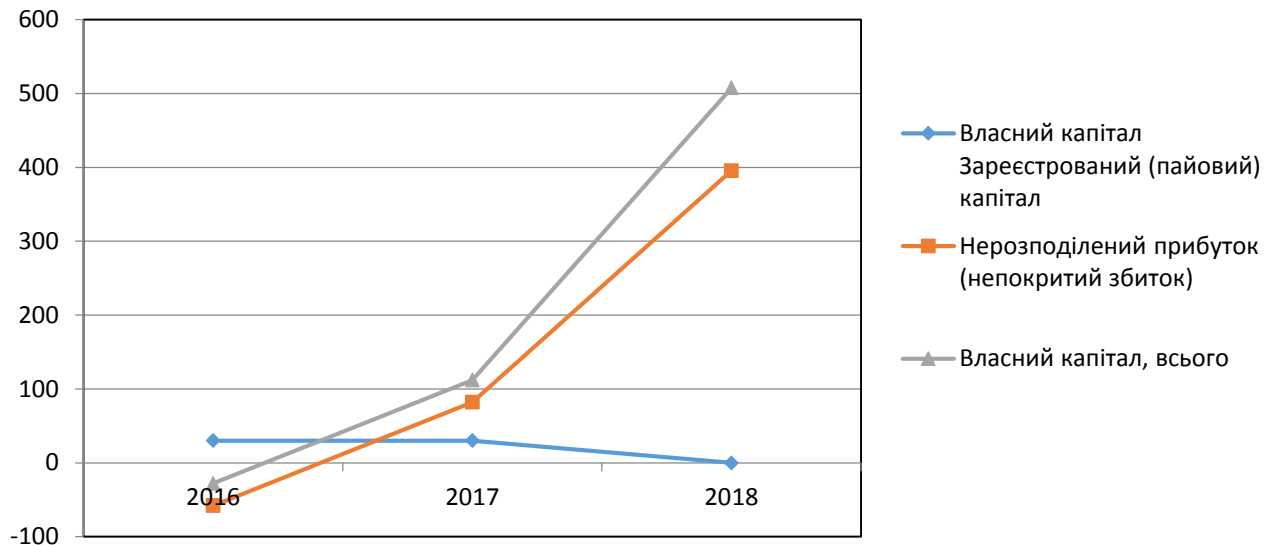


Рисунок 2.7 Динаміка власного капіталу ТОВ «Сехмет Тревел»  
2016-2018 рр., тис. грн.

Власний капітал у 2016 р. мав від'ємне значення. Причиною цього була наявність непокритого збитку в розмірі 57,9 тис. грн. У 2018 році власний капітал складав 507,7 тис. грн. На збільшення власного капіталу в 2018 р. вплинуло збільшення нерозподіленого прибутку на суму 313,7 тис. грн. або на 382,6%.

За 2016-2018 рр. в туристичному підприємстві ТОВ «Сехмет Тревел» довгострокових зобов'язань не було. Поточні зобов'язання і забезпечення протягом аналізованого періоду мали нерівномірну динаміку зі зменшенням в 2018 р. Порівняно з 2016 р. в 2018 році поточні зобов'язання і забезпечення збільшились на 825,3 тис. грн. або на 166,2%. На зменшення поточних зобов'язань і забезпечень істотний вплив мало зменшення в 2018 році поточної кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги на суму 510,5 тис. грн. або на 50,9% порівняно з 2017 роком; інших поточних зобов'язань на суму 5,3 тис. грн. або на 2,3% порівняно з 2018 р.

Таким чином, протягом 2016-2018 рр. фінансування необоротних та оборотних активів ТОВ «Сехмет Тревел» відбувалось в основному за рахунок власних коштів, а також за рахунок короткострокових залучених коштів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 212,04 або на 90,9% (табл. 2.9). За 2016-2018 рр. динаміка показника є негативною і свідчить про те, що темпи росту чистого доходу від реалізації продукції є нижчими за темпи росту дебіторської заборгованості.

Тривалість обороту дебіторської заборгованості в 2018 році збільшилась порівняно з 2016 роком на 15,62 дн. або на 1001,3%. Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 18,86 або на 43,2%. Динаміка показника в 2018 р. порівняно з 2017 р. є позитивною і свідчить про те, що темпи росту чистого доходу від реалізації продукції є вищими за темпи росту кредиторської заборгованості. Тривалість обороту кредиторської заборгованості в 2018 році збільшилась порівняно з 2016 роком на 6,36 дн. або на 76,1%.

Коефіцієнт оборотності активів у 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 18,53 або на 57,6%. У 2018 р. порівняно з 2017 р. динаміка показника є позитивною і свідчить про те, що темпи росту чистого доходу від реалізації продукції є вищими за темпи росту активів.

Таблиця 2.9

### Динаміка показників ділової активності ТОВ «Сехмет Тревел»

2016-2018 рр.

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/2016	2018/2017	2018/2016	2018/2017
						%	%
Оборотність дебіторської заборгованості	233,29	24,83	21,25	-212,04	-3,58	-90,9	14,4
Середній період погашення дебіторської заборгованості	1,56	14,70	17,18	15,62	2,48	1001,3	16,9

Оборотність кредиторської заборгованості	43,66	17,80	24,80	-18,86	7	-43,2	39,3
Середній період погашення кредиторської заборгованості	8,36	20,50	14,72	6,36	-5,78	76,1	-28,2
Оборотність активів	32,17	12,87	13,64	-18,53	0,77	-57,6	5,9
Середній період обороту активів	11,35	28,36	26,76	15,41	-1,6	135,8	-5,6
Оборотність товарно - матеріальних запасів	849,61	245,04	238,84	-610,77	-6,2	-71,9	-2,5
Середній період обороту товарно матеріальних запасів	-0,43	1,49	1,53	1,1	0,04	255,8	2,7
Оборотність власного капіталу	-572,77	289,87	59,89	632,66	-229,98	-110,5	-79,3
Середній період обороту власного капіталу	0	1,26	6,09	6,09	4,83	0	383,3

Джерело : розраховано автором

Тривалість обороту активів в 2018 році збільшилась порівняно з 2016 роком на 15,41 дн. або на 135,8%. Коефіцієнт оборотності товарно-матеріальних запасів в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 610,77 або на 71,9%.

Протягом 2016-2018 рр. динаміка показника є негативною і свідчить про те, що темпи росту чистого доходу від реалізації продукції є нижчими за темпи росту запасів. Тривалість обороту товарно-матеріальних запасів в 2018 році збільшилась порівняно з 2016 роком на 1,1 дн. або на 255,8%. Коефіцієнт оборотності власного капіталу в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 229,98 або на 79,3%. В 2018 р. динаміка показника є негативною порівняно з 2017 р. і свідчить про те, що темпи росту чистого доходу від реалізації продукції є нижчими за темпи власного капіталу.

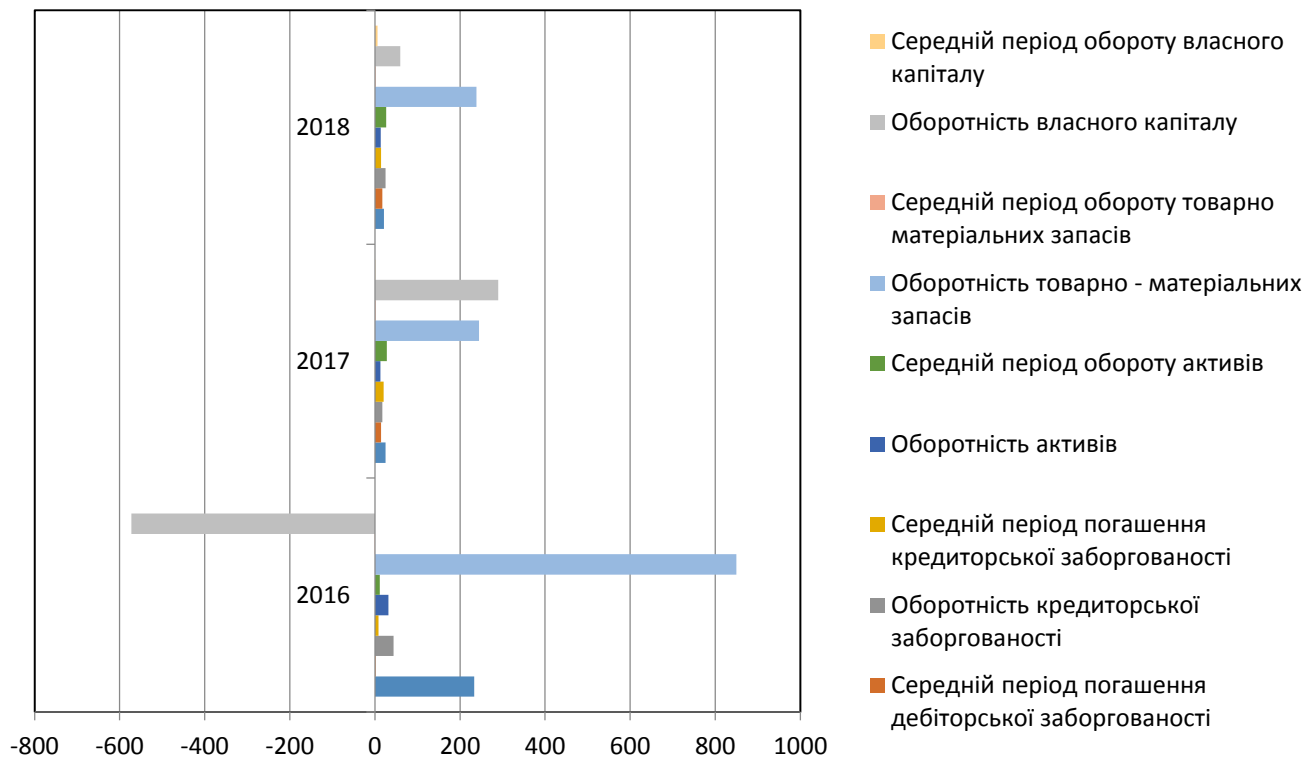


Рис. 2.8 Динаміка показників ділової активності ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.

Важливою характеристикою діяльності компанії є її ліквідність, тобто здатність погашати свої короткострокові зобов'язання (табл. 2.10).

Коефіцієнт загальної ліквідності в 2018 році збільшився порівняно за 2016 р. на 0,68 або на 73,1%. Значення показника свідчить про те, що у підприємства є достатньо коштів для покриття своїх короткострокових зобов'язань. Коефіцієнт миттєвої ліквідності в 2018 році збільшився порівняно за 2016 р. на 1,11 або на 300%. Значення коефіцієнта в 2016-2018 рр. вище нормативного (не менше 20%) і свідчить про достатній рівень високоліквідних активів підприємства необхідний для забезпечення виконання поточних зобов'язань протягом одного операційного дня.

Коефіцієнт абсолютної ліквідності в 2018 році порівняно з 2016 р. збільшився на 0,36 або на 600,0%. Значення коефіцієнта в 2018 р. вище нормативного (не менше 20 %) і свідчить про здатність підприємства негайно погасити свої борги, у випадку якщо всі кредитори підприємства одночасно пред'являть йому свої вимоги.

Таблиця 2.10

**Динаміка показників ліквідності туристичного підприємства  
ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр.**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
	Коефіцієнт загальної ліквідності	0,93	1,08	1,61	0,68	0,53	73,1
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	0,37	0,77	1,48	1,11	0,71	300,0	92,2
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,06	0,05	0,42	0,36	0,37	600,0	740,0

Джерело : розраховано автором

Проведемо аналіз динаміки показників фінансової стійкості туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

**Динаміка показників фінансової стійкості туристичного підприємства  
ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр.**

Показник	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
	Коефіцієнт заборгованості	1,06	0,92	0,62	-0,44	-0,3	-41,5
Коефіцієнт фінансової стабільності	-0,05	0,09	0,62	0,67	0,53	1340,0	588,9
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	-0,06	0,08	0,38	0,44	0,3	-733,3	375,0
Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів	- 18,80	11,48	1,60	20,4	-9,88	-108,5	86,1

Коефіцієнт фінансової залежності	- 17,80	12,48	2,60	20,4	-9,88	-114,6	-79,2
----------------------------------	------------	-------	------	------	-------	--------	-------

Джерело : розраховано автором

За 2016-2018 рр. ТОВ « Сехмет Тревел» не мало довгострокових зобов'язань, тому коефіцієнт довгострокового залучення капіталу, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт структури залученого капіталу, коефіцієнт залежності підприємства від довгострокових зобов'язань, коефіцієнт відношення заборгованості до капіталізації дорівнювали нулю. Коефіцієнт заборгованості в 2018 році зменшився порівняно за 2016 р. на 0,44 або на 41,5%. Значення коефіцієнта в 2016-2018 рр. мало негативну динаміку і свідчить про те, що темпи росту загальної суми заборгованості вищі за темпи росту активів підприємства. Коефіцієнт фінансової стабільності в 2018 році збільшився порівняно за 2017 р. на 0,53 або на 588,9%. Значення коефіцієнта в 2018 р. має позитивну динаміку і свідчить про те, що темпи росту власного капіталу вищі за темпи росту позикових коштів. Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) в 2018 році збільшився порівняно за 2017 р. на 0,3 або на 375%. Значення коефіцієнта в 2018 рр. має позитивну динаміку і свідчить про те, що темпи росту власного капіталу вищі за темпи росту валюти балансу.

Коефіцієнт співвідношення позикових та власних коштів в 2018 році зменшився порівняно за 2017 р. на 9,88 або на 86,1%. Значення коефіцієнта в 2018 р. має негативну динаміку і свідчить про те, що темпи росту позикових коштів нижчі за темпи росту власного капіталу. Коефіцієнт в 2018 р. знижується і свідчить про те, що темпи росту активів нижчі за темпи росту власного капіталу.

Таким чином, можна зробити висновок, що фінансова стійкість ТОВ « Сехмет Тревел» забезпечена його капіталом і останній може захищати підприємство від імовірних ризикованих втрат в короткостроковій перспективі. Керівництву необхідно зосередити увагу на подальшому

зниженні залучення позикових коштів та розробці напрямів покращення фінансового стану підприємства, зокрема зосередити увагу на зниженні частки короткострокових зобов'язань.

На основі даними фінансової звітності проаналізуємо динаміку доходів ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр. (табл. 2.12).

Таблиця 2.12

**Динаміка доходів ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
	2016	2017	2018	2018/	2018/	2016/	2018/
				2016	2017	2016	2017
Чистий дохід	7990,2	12189	18556	10565,8	6367	132,2	52,2
Інші операційні доходи	9,6	58,3	11,7	2,1	-46,6	21,9	-79,9
Разом доходи	7999,8	12247,3	18567,7	10567,9	6320,4	132,1	51,6

Джерело : розраховано автором

Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) протягом аналізованого періоду мав позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. чистий дохід збільшився на 10565,8 тис. грн. або на 132,2%. Інші операційні доходи протягом аналізованого періоду мали нерівномірну динаміку, зі зменшенням в 2018 р. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. інші операційні доходи збільшились на 2,1 тис. грн. або на 21,9% (див. рисунок 2.9).

За даними таблиці 2.13, собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) протягом аналізованого періоду мала позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. собівартість збільшилася на 10053,3 тис. грн. або на 147,9%. Інші операційні витрати протягом аналізованого періоду мали нерівномірну динаміку, зі зменшенням в 2018 р.

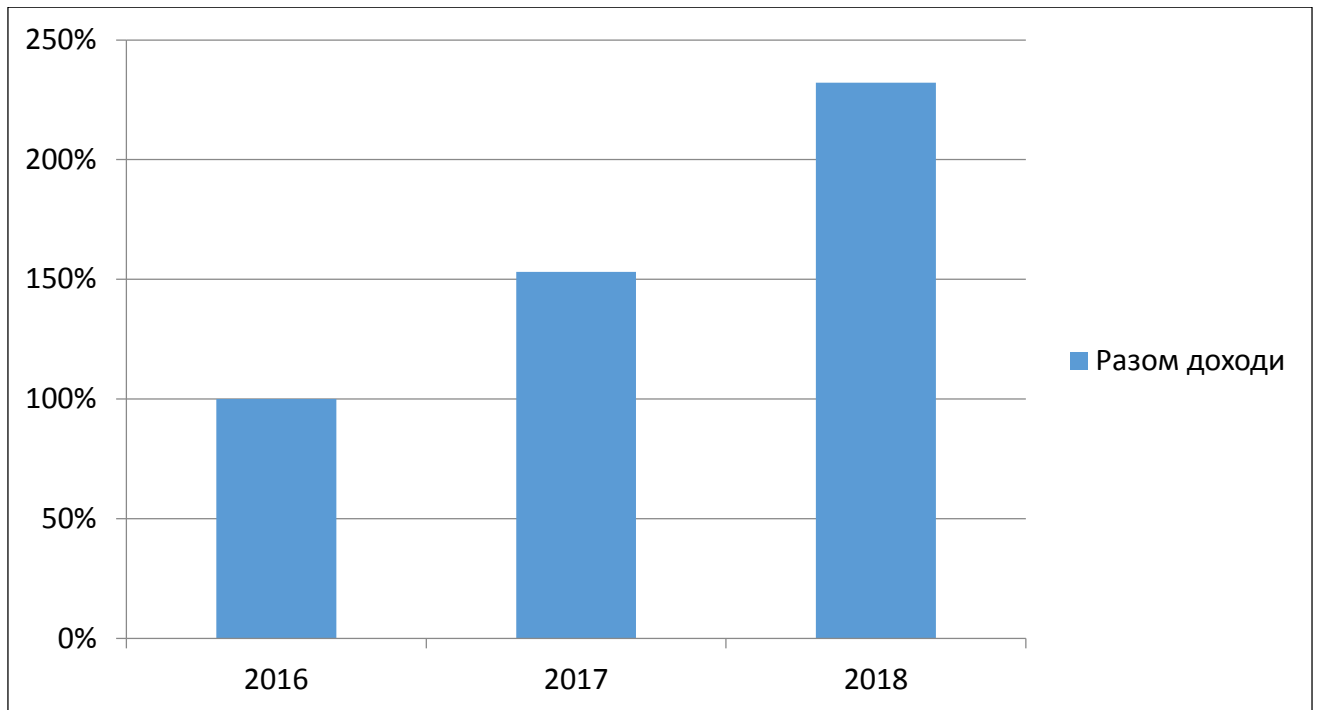


Рис. 2.9 Динаміка доходів ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.  
(за 100% прийняті показники 2016р.)

Порівняно з 2016 р. в 2018 р. інші операційні витрати збільшилися на 40,9 тис. грн. або на 9,2%. Інші витрати протягом аналізованого періоду мали позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. інші витрати збільшилися на 385,4 тис. грн. або на 106,9%.

Таблиця 2.13

**Динаміка витрат ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн.**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
	2016	2017	2018	2018/	2018/	2018/	2018/
				2016	2017	2016	2017
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	6796,9	11320,9	16850,2	10053,3	5529,3	147,9	48,8
Інші операційні витрати	443	495,2	483,9	40,9	-11,3	9,2	-2,3
Інші витрати	360,2	226,4	745,6	385,4	519,2	106,9	229,3
Разом витрати	7600,1	12042,5	18079,7	10479,6	6037,2	137,9	50,1

Джерело : розраховано автором

Загальна величина витрат туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом аналізованого періоду мала позитивну динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. витрати збільшились на 10479,6 тис. грн. або на 137,9%.

За даними фінансової звітності проаналізуємо динаміку чистого прибутку (збитку) туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом 2016-2018 рр. (табл. 2.14).

Таблиця 2.14

**Динаміка чистого прибутку (збитку) ТОВ «Сехмет Тревел»  
за 2016-2018 рр., тис. грн.**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення (+/-)		Відносне відхилення (%)	
	2016	2017	2018	2018/ 2016	2018/ 2017	2018/ 2016	2018/ 2017
Чистий фінансовий результат: прибуток (збиток)	202,9	139,9	395,7	192,8	255,8	195%	283%

Джерело : розраховано автором

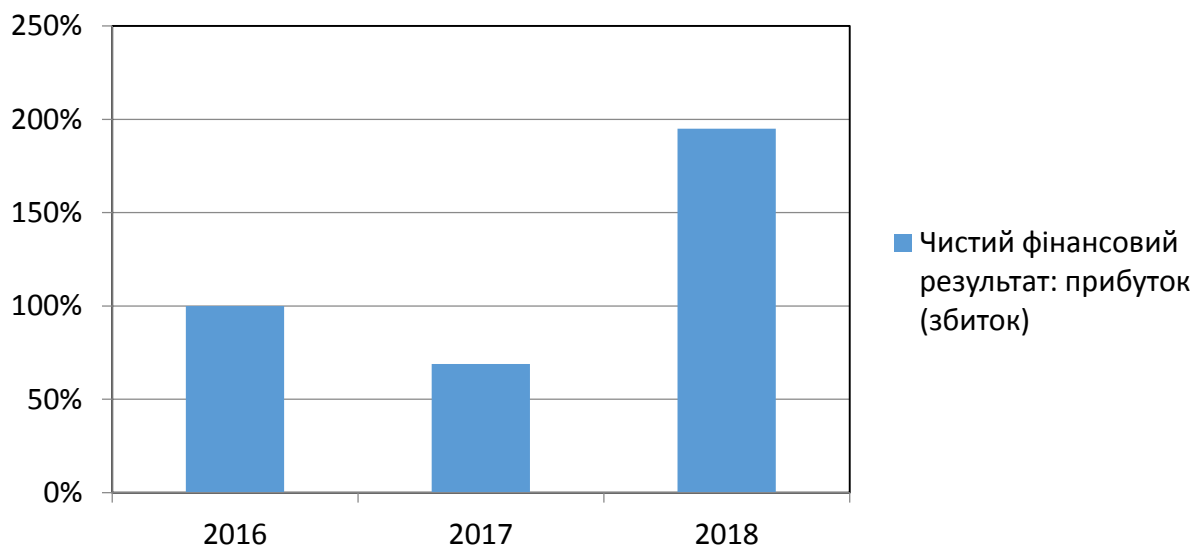


Рис. 2.10 Динаміка чистого прибутку (збитку) ТОВ «Сехмет Тревел» за 2016-2018 рр., тис. грн. (за 100% прийняті показники 2016р.)

Протягом 2016-2018 рр. ТОВ «Сехмет Тревел» отримував чистий прибуток. Протягом аналізованого періоду чистий прибуток мав позитивну

динаміку. Порівняно з 2016 р. в 2018 р. чистий прибуток збільшився на 192,8 тис. грн. або на 95,0%.

Рентабельність є одним із головних вартісних показників ефективності виробництва, який характеризує рівень віддачі активів і ступінь використання капіталу у процесі виробництва. Проведемо аналіз динаміки показників рентабельності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом 2016-2018 рр. (табл. 2.15).

Рентабельність продажу в 2018 році зменшилася порівняно з 2016 роком на 2,86 або на 30,1 %. Рентабельність основної діяльності в 2018 році зменшилася порівняно з 2016 роком на 3,86 або на 34,5 %. Протягом 2017-2018 рр. динаміка показника є позитивною і свідчить про те, що темпи росту прибутку від операційної діяльності є вищими за темпи росту собівартості реалізованих послуг.

Таблиця 2.15

**Динаміка показників рентабельності ТОВ «Сехмет Тревел»  
2016-2018 рр., %**

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, +/-		Відносне відхилення, %	
	2016	2017	2018	2018/2016	2018/2017	2018/2016	2018/2017
Рентабельність продажу	9,51	3,54	6,65	-2,86	3,11	-30,1	87,9
Рентабельність основної діяльності	11,18	3,81	7,32	-3,86	3,51	-34,5	92,1
Рентабельність сумарного капіталу	81,70	14,77	29,09	-52,61	14,32	-64,4	96,9
Рентабельність оборотного капіталу	312,27	45,95	91,36	-220,91	45,41	-70,7	98,8
Рентабельність власного капіталу	-1454,48	332,70	127,71	1582,19	-204,99	-108,8	-61,6
Показник валового доходу	14,93	7,12	9,19	-5,74	2,07	-38,4	29,1
Показник чистого прибутку	2,54	1,15	2,13	-0,41	0,98	-16,1	85,2

Джерело : розраховано автором

Протягом 2017-2018 рр. динаміка показника рентабельність оборотного капіталу є позитивною і свідчить про те, що темпи росту прибутку від операційної діяльності є вищими за темпи росту оборотного капіталу (див. рис. 2.11).

Рентабельність власного капіталу в 2018 році зменшилася порівняно з 2017 роком на 204,99 або на 61,6%. В 2018 р. динаміка показника є негативною і свідчить про те, що темпи росту чистого прибутку є нижчими за темпи росту власного капіталу.

Показник валового доходу в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 5,74 або на 38,4%. Протягом 2017-2018 рр. динаміка показника є позитивною і свідчить про те, що темпи росту валового доходу є вищими за темпи росту виручка від реалізації.

Показник чистого прибутку в 2018 році зменшився порівняно з 2016 роком на 0,41 або на 16,1%. Протягом 2017-2018 рр. динаміка показника є позитивною і свідчить про те, що темпи росту чистого прибутку є вищими за темпи росту виручка від реалізації (див. рис. 2.9).

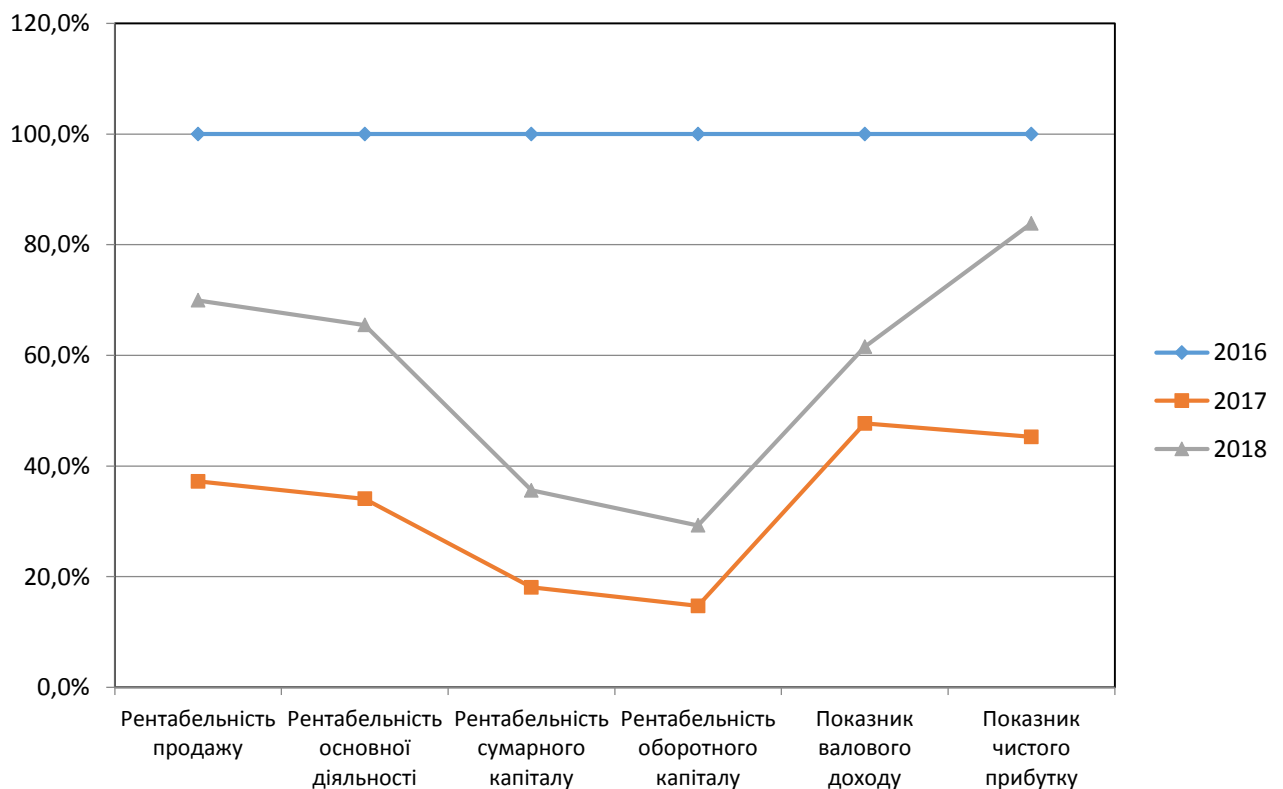


Рис. 2.11 Динаміка показників рентабельності ТОВ «Сехмет Тревел»

Таким чином, на основі проведеного аналізу рентабельності ТОВ «Сехмет Тревел» протягом 2016-2018 рр. можемо зробити висновок, що за аналізований період прибутковість загалом підвищилась. У туристичної фірми є резерви для забезпечення стабільної та безперебійної роботи на ринку.

### 2.3. Аналіз зовнішнього середовища туристичного підприємства ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»

З метою дослідження факторів макросередовища підприємства ТОВ «Сехмет Тревел», було проведено аналіз, результати якого представлені в таблиці 2.16.

Таблиця 2.16

#### Аналіз факторів макросередовища ТОВ «Сехмет Тревел»

Група факторів	Фактори	Прояв фактору	Вплив на підприємство (+/-)
Економічні	Погіршення економічної ситуації	Відсутність можливості проводити передбачувану господарську діяльність	Формування низької маржі, тобто різниці між доходом від виробництва та витратами на виробництво (-)
	Значне коливання курсу національної валюти, підвищення вартості зарубіжних	Протягом останнього року відбувається стабільна девальвація національної валюти та підвищення вартості зарубіжної валюти	Вкрай негативний вплив на фінансовий стан підприємства. Часто вартість турів перевищує дохід від них. Зниження рентабельності роботи підприємства (-)
Політичні	урядова стабільність	високі очікування проведення економічних реформ, що позитивно вплинуть на діловий клімат та підприємство	очікуване покращення умов для здійснення активної господарської діяльності(+)

	високий рівень корупції	зниження ефективності діяльності	призводить до високих видатків, що не відображаються у фінансовій звітності(-)
	окупація Криму	втрата частини партнерів за внутрішнім туристичним напрямком	зниження кількості туристичних пропозицій та туристичних продуктів (-)
Соціально-демографічні	покращення кваліфікаційних характеристик робочої сили	підвищення продуктивності праці персоналу	можливість скорочення кількості персоналу – приблизно на 10 %(+)
Міжнародні	конфлікт з Російською Федерацією	зниження рівня платоспроможного попиту, втрата частини партнерів, додатковий тиск на макросередовище	негативний вплив у зв'язку із невизначеністю в країні, що призводить до зміни поведінки потенційними туристами, котрі тепер тяжіють до збереження коштів та уникнення зайвих витрат(-)
	глобалізація світової економіки	поява нових конкурентів	потенційне зниження обсягу збуту (-)
Природно-екологічні	погіршення світової екології	короткий період наявності снігу у горах, інші кліматичні зміни	зниження кількості туристів за напрямком зимових розваг (-)
Культурні	більшість держав відносяться бережно до культурної спадщини	значна кількість пропозицій для культурних туристів	можливість запропонувати своїм туристам культурний відпочинок за багатьма напрямками (+)

Розглянувши таблицю, можна казати, що загалом зовнішнє середовище чинить швидше негативний вплив на компанію. Наявна значна кількість перешкод для якісного відпочинку. Основний негативний фактор – це військовий конфлікт з Російською Федерацією. У зв'язку із цією подією різко

знизився внутрішній туристичний потенціал України. Багато клієнтів відмовляються від відпочинку в умовах невизначеності. Також потенційні зарубіжні клієнти уникають відпочинку в Україні через побоювання за власну безпеку. Тому зовнішнє середовище є складним.

Наразі ТОВ «Сехмет Тревел» працює в умовах жорсткої конкуренції. За даними головного управління статистики міста Києва станом на початок 2018 року в столиці було зареєстровано 2257 туристичних підприємств, котрі займаються організацією подорожей українців за кордон. Даний фактор не є позитивним для розвитку ТОВ «Сехмет Тревел», а саме для запровадження екотурів, адже необхідно підлаштовуватись під умови, які диктують сильні конкуренти, що в більшості випадків негативно позначається на результатах фінансової стабільності компанії.

Аналіз конкурентоспроможності ТОВ «Сехмет Тревел» доцільно буде повести за допомогою методу експертних оцінок. Сутність цього методу полягає в раціональній організації проведення експертами аналізу проблеми з кількісною оцінкою суджень та обробкою їх результатів. Узагальнена думка групи експертів приймається як розв'язання проблеми. Кожний чинник конкурентоспроможності оцінюється експертом для кожного окремого підприємства визначеною кількістю балів, в межах від 1 до 5 (1 – це найгірший показник; 5 – найкращий;). У 5 балів оцінюється те підприємство, показник якого вважається найефективнішим (табл. 2.17).

Після проведеного аналізу який розробили кваліфіковані туристичні менеджери, що працюють у ТОВ «Сехмет Тревел» можна зробити висновок, що послуги туристичної компанії є конкурентоспроможними. На загальний рівень конкурентоспроможності послуг впливає зовнішня реклама, професіоналізм співробітників, прийнятна та невисока ціна за послуги, а також якість обслуговування. Згідно з цими даними, щоб наблизитися до позицій лідера, ТОВ «Сехмет Тревел» має можливість збільшити рівень конкурентоспроможності послуг за рахунок наведених показників.

Таблиця 2.17

**Бальна оцінка позицій ТОВ «Сехмет Тревел»  
серед головних конкурентів**

Показники	ТОВ «Сехмет Тревел»	ТОВ «ТЕЗ ТУР»	ТОВ «АККОРД- ТУР»	ТОВ «КОРАЛ ТРЕВЕЛ»
Місце розташування підприємства	4	5	4	5
Середній рівень завантаженості	5	4	4	4
Популярність серед населення	5	4	3	3
Рівень професіоналізму персоналу	4	5	5	4
Якість основних послуг	5	4	5	3
Асортимент додаткових послуг	4	5	4	4
Якість рекламних засобів	3	5	4	4
Цінова політика	5	4	4	2
Загальний бал:	35	36	33	31

*Джерело: розроблено автором*

На рис.2.12 для наочності наведемо це у графічному вигляді.

Разом з тим, спеціалісти досліджуваного в даній роботі туристичного підприємства добре орієнтуються в законодавстві, що стосується туризму, та слідкують за державною політикою сфері туризму. Все це робиться з метою максимального дотримання юридично допустимих рамок туристичної діяльності та активного використання підтримки з боку держави малих туристичних підприємств.

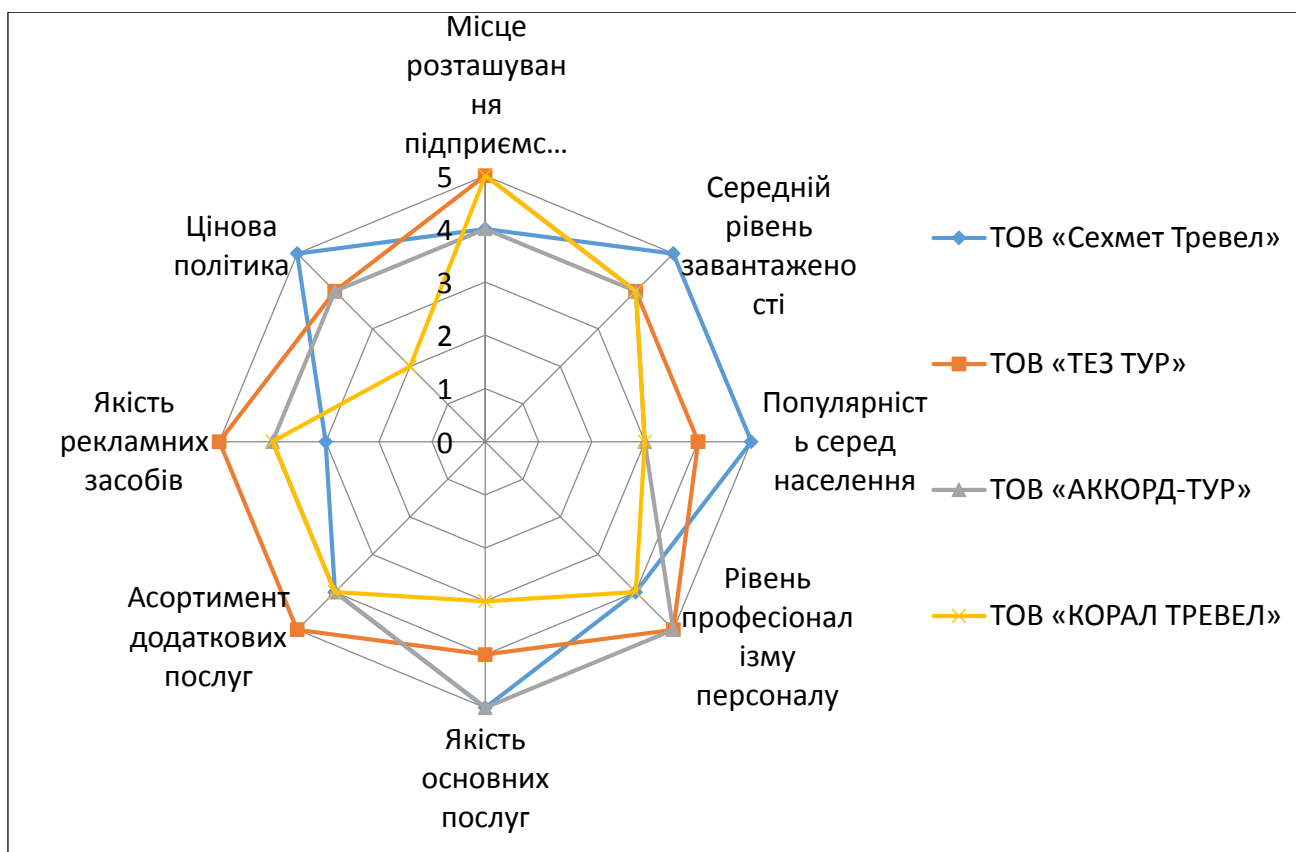


Рис. 2.12 Бальна оцінка позицій ТОВ «Сехмет Тревел» серед головних конкурентів

Одним з основних інструментів стратегічного управління, що оцінюють в комплексі внутрішні і зовнішні чинники, які впливають на розвиток компанії, є SWOT-аналіз.

SWOT-аналіз – це процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами), слабкостями, результати якого в подальшому можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства. Він проводиться з метою дослідження підприємства як господарюючої системи у певному ринковому середовищі.

У таблиці 2.18. представлено узагальнений варіант SWOT-аналізу ТОВ «Сехмет Тревел». Сильними сторонами туристичного підприємства «Сехмет Тревел» є розширення асортименту турпродукту за рахунок внутрішнього туризму.

**SWOT–аналіз ТОВ «Сехмет Тревел»****Матриця SWOT – аналізу туристичного підприємства**

<b>Можливості</b>	<b>Сильні сторони</b>
<p>Спрямування політики уряду на підтримку туристичної сфери.</p> <p>Зменшення податкового навантаження.</p> <p>Поліпшення рівня життя населення.</p> <p>Зміна рекламних технологій.</p> <p>Удосконалення менеджменту.</p> <p>Пошук інноваційних туристичних напрямів.</p>	<p>Розширення асортименту тур. продуктів за рахунок внутрішнього туризму.</p> <p>Налагоджена збутова мережа.</p> <p>Достатня популярність на профільному ринку.</p> <p>Можливість розширення асортименту послуг за рахунок більш дешевих тур. продуктів.</p> <p>Висока якість послуг.</p>
<b>Загрози</b>	<b>Слабкі сторони</b>
<p>Високий рівень конкуренції у галузі.</p> <p>Зниження курсу національної валюти.</p> <p>Використання інструментів хеджування валютних ризиків для нівелювання впливу коливання курсів.</p> <p>Поява принципово нових туристичних продуктів.</p> <p>Погіршення політичної ситуації.</p>	<p>Плинність кадрів.</p> <p>Негайний розрахунок за послуги з іноземними партнерами для уникнення валютного ризику.</p> <p>Нестача обігових коштів через підвищення курсу.</p> <p>Не повна реалізація наявних послуг.</p>

Джерело: розроблено автором

**Висновки до 2 розділу**

Туристичне підприємство ТОВ «Сехмет Тревел» було створене у 2005 році, на сьогодні є одним з провідних турагентів України.

Весь виробничий персонал має вищу та середню спеціальну освіту, що свідчить про кваліфікацію як спеціаліста.

Найбільшим попитом серед подорожуючих протягом аналізованого періоду користувались три країни: Туреччина, Єгипет та Таїланд.

Необоротні активи туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом аналізованого періоду мали позитивну динаміку. На основі проведеного аналізу рентабельності туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» протягом 2016-2018 рр. можемо зробити висновок, що за аналізований період прибутковість загалом підвищилась. У туристичній фірми є резерви для забезпечення стабільної та безперебійної роботи на ринку.

Підприємство ТОВ «Сехмет Тревел» для поліпшення процесу роботи використовує безліч способів. Використовує нові інструменти бронювання квитків і готелів по всьому світу, що дозволяє, не виходячи з офісу і не віднімаючи часу, дати повну інформацію, що цікавить туриста. Ведеться електронна картотека, яка в свою чергу, допомагає швидко і оперативно отримати інформацію про туриста

ТОВ «Сехмет Тревел» працює в умовах жорсткої конкуренції. Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що послуги туристичної компанії є конкурентоспроможними. На загальний рівень конкурентоспроможності послуг впливає зовнішня реклама, професіоналізм співробітників, прийнятна та невисока ціна за послуги, а також якість обслуговування.

Провівши SWOT-аналіз туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел», можна зробити висновок, що підприємство має значну кількість сильних сторін.

### **РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»**

#### **3.1. Обґрунтування програми нового туру туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»**

З метою підвищення ефективності логістичної системи підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» у роботі пропонується запропонувати новий туристичний напрям - екскурсійний тур у межах України, який буде актуальним саме в після карантинний період.

Світовим трендом сьогодення є відмова суспільства від бездумного споживання природних багатств у напрямку їх збереження та збагачення. У таких умовах спостерігається збільшення популярності екологічного туризму.

Україна має величезні природні багатства, які можуть бути використані у екологічному туризмі. Найбільш перспективні райони країни – це ті ділянки, які зазнали найменшого впливу господарської діяльності людини. Саме до таких районів і належать Українські Карпати.

Українські Карпати мають різноманітні рекреаційно-туристичні ресурси (природні, природно-антропогенні, антропогенні), що є важливою передумовою для розвитку різних видів туризму.

Найбільш перспективними об'єктами, які можуть бути використані в екологічному туризмі є об'єкти природно-заповідного фонду України.

Правові основи організації, охорони та використання таких територій встановлені Законом України «Про природно-заповідний фонд України», згідно якого в Україні існують наступні об'єкти ПЗФ: природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища, ботанічні сади,

дендрологічні парки, зоологічні парки, парки пам'ятки садово-паркового мистецтва [1].

Відповідно до статусу та цільового призначення усі об'єкти ПЗФ, за виключенням природних заповідників є складовими туристичного потенціалу території.

З об'єктів ПЗФ національні природні парки найкраще пристосовані для здійснення рекреаційно-туристичної діяльності, оскільки мають на своїй території дві з чотирьох зони для розвитку регульованої та стаціонарної рекреації. На їх території можливе влаштування екологічних стежок та туристичних маршрутів, що здатне забезпечити відвідувачів НПП ознайомлення з ландшафтами, цінними природними та культурними об'єктами тощо [4].

Національний природний парк (НПП) - це природоохоронна, рекреаційна, культурно-освітня, науково-дослідна установа загальнодержавного значення, що створюється з метою збереження, відтворення і ефективного використання природних комплексів та об'єктів, які мають особливу природоохоронну, оздоровчу, історико-культурну, наукову, освітню та естетичну цінність та забезпечення умов для організованого відпочинку. НПП належить до природно-заповідного фонду України, має свою адміністрацію і є юридичною особою, що утримується за рахунок коштів державного бюджету.

До складу НПП входять ділянки землі та водного простору з усіма природними ресурсами та об'єктами, що надаються йому у постійне користування та землі без вилучення їх у власників та землекористувачів.

Відповідно до мети створення НПП на нього покладається виконання таких завдань:

- збереження цінних природних та історико-культурних комплексів і об'єктів;

- створення умов для організованого туризму, відпочинку та інших видів рекреаційно діяльності в природних умовах з додержанням режиму охорони заповідних природних комплексів та об'єктів;
- проведення наукових досліджень природних комплексів та їх змін в умовах рекреаційного використання, розробка наукових рекомендацій з питань охорони навколишнього природного середовища та ефективного використання природних ресурсів;
- проведення екологічної освітньо-виховної роботи.

Діяльність НПП здійснюється відповідно до Положення про нього та Проекту організації території, охорони, відтворення та рекреаційного використання його природних комплексів та об'єктів.

На території НПП, крім заповідної зони, зберігаються традиційні види природокористування, у тому числі сінокосіння, випас худоби, любительське (спортивне) рибальство та полювання, бджільництво, збір грибів, ягід та лікарських рослин, вирішуються питання заготівлі дров тощо.

Еколого-просвітницька діяльність НПП сприяє підвищенню рівня екологічної культури місцевого населення і відвідувачів та відіграє важливу роль у вихованні місцевої молоді та екологічному інформуванні населення шляхом: проведення просвітницької роботи серед дошкільних та шкільних закладів, випуску буклетів, часописів, фільмів, книг, посібників тощо: популяризації знань про територію НПП.

Науковці НПП проводять екологічний моніторинг, слідкуватимуть за станом природних комплексів і популяціями рідкісних видів рослин і тварин, на підставі чого розробляються спеціальні програми покращення екологічного стану території та прилеглих до парку ділянок.

Крім наявних штатних наукових працівників, установи природно-заповідного фонду укладають угоди із іншими науковими організаціями різних рівнів з метою залучення кваліфікованих працівників та обміном досвідом що природоохоронної діяльності з регіонами України та іншими державами.

Рекреаційна діяльність на території НПП є прямою інвестицією в економічний розвиток регіону. Вона здійснюється шляхом створення сприятливих умов для відпочинку відвідувачів і включає: облаштування екологічних та туристичних маршрутів і зон відпочинку; організацію екологічних таборів для школярів та молоді; залучення місцевого населення до рекреаційної діяльності (надання платних послуг відвідувачам щодо розміщення, харчування та супроводу); надання інформаційних послуг через випуск друкованої, фото- та відеопродукції, виготовлення інформаційних стендів; залучення та співпраця з рекреаційними закладами регіону щодо відвідування території НПП.

НПП сприяє розвитку сільського туризму у регіоні. Ця форма масової рекреації, як жодна інша, сприяє вихованню національно-патріотичних почуттів та сприяє:

- вирішенню соціально-економічних проблем села;
- зменшенню рівня безробіття на селі та розширенню кола самозайнятості сільського населення, особливо молоді;
- розширенню можливостей реалізації продукції особистого підсобного господарства, зокрема, реалізації її на місці;
- покращанню благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл;
- розвитку соціальної інфраструктури;
- відродженню, збереженню і розвитку місцевих народних промислів, пам'яток історико-культурної спадщини; підвищенню культурно-освітнього рівня сільського населення.

Саме НПП створюють унікальну можливість узгодження завдань охорони природи з потребами збалансованого використання природних ресурсів та відпочинком населення.

НПП є каталізатором сталого розвитку регіону та базою для розвитку рекреаційної, туристичної, еколого-освітньої, природоохоронної, наукової діяльності, стимулом для розвитку супутніх видів підприємницької діяльності в районі.

На території Українських Карпат знаходиться близько 1644 об'єктів ПЗФ України (табл. 3.1), які займають близько 12% території, це в 2 рази більше в порівнянні з загальнодержавним показником 6,6%.

Крім національних природних парків для розвитку екологічного туризму можуть бути використані регіональні ландшафтні парки. У даному регіоні їх 10, які займають 16% заповідних територій. Це «Притисянський» та «Синяк» у Закарпатській області; «Равське Розточчя», «Верхньодністровські Бескиди», «Надсянський», «Стільське горбогір'я» у Львівській області; «Дністровський», «Поляницький» у Івано-Франківській області; «Чернівецький» та «Черемоський» у Чернівецькій області.

Крім НПП та РЛП у екологічному туризмі можуть бути використані пам'ятки природи та заповідні урочища, для проведення екскурсій, організації на їх основі міжнародних конгресів, розширення освітньо-виховної роботи.

*Таблиця 3.1*

### **Природно-заповідний фонд Українських Карпат**

№	Область	Кількість об'єктів ПЗФ	Площа, тис га	Частка, %
1.	Закарпатська	456	177	13,4
2.	Івано-Франківська	474	218,8	15,7
3.	Львівська	383	158,67	7,25
4.	Чернівецька	331	102,35	12,6
	Всього:	1644	656,82	12,2

Наявність територій та об'єктів ПЗФ у межах Українських Карпат створює передумови для розвитку екологічного туризму.

Популяризацію рекреаційної діяльності у межах регіону варто здійснювати за такими напрямками:

- науково-пізнавальний пішохідний екотуризм;
- велосипедний екотуризм;

- лижний, гірський екотуризм;
- кінний екотуризм;
- спелеотуризм;
- орнітологічний;
- етнографічний туризм.

### 3.2. Розробка інноваційного екотуру в Карпатському регіоні

Одним з найголовніших завдань даної роботи є розробка пропозицій щодо підвищення ефективності логістичної діяльності на туристичному підприємстві «Сехмет Тревел».

Пропонуємо інноваційний екотур «Карпатська казка». Технологічна карта екологічного туру наведена у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

#### Технологічна карта екологічного туру «Карпатська казка»

Назва туристичної організації	«Сехмет Тревел»
Назва маршруту	«Карпатська казка»
Вид транспорту	Автобусний
Основні пункти маршруту	Львів, Ластівка, Східниця, Урич, Борислав, Міжгір'я, Опака, Дрогобич, Львів
Вид маршруту	радіальний
Кілометраж	688 км.
Тривалість маршруту в днях	6 днів
Кількість туристичних груп	1
Всього туристів по маршруту	20
Всього людино–днів (по ночівлям) обслуговування на маршруті	120
Тривалість роботи керівника туристичної групи	6 днів, 132 годин
Вартість путівки на туристичну групу	229 140 грн.
Вартість путівки на одну особу	11 457 грн.

Програма екотуру «Карпатська казка» дуже насичена. За 6 днів ми пропонуємо відвідати унікальні природні та історико-культурні об'єкти. Окрім цього пропонуються факультативні екскурсії в м. Борислав та м. Дрогобич, та декілька культурно–пізнавальних екскурсій вже включено в програму туру (табл. 3.3).

Екотур «Карпатська казка» включає в себе:

- проживання в 2-х місному номері еко-готелю;
- сніданки в готелі;
- відвідування medical spa centre;
- транспортне обслуговування;
- послуги екскурсоводів;
- послуги супроводжуючого групи;
- екскурсійна програма.

У вартість туру не входить:

- залізничні квитки;
- вхідні квитки в музеї, заповідники, туристичні об'єкти;
- обіди, вечері.

*Таблиця 3.3*

### **Програма екотуру «Карпатська казка»**

<b>День 1</b>	
10:00	Зустріч туристичної групи на залізничному вокзалі м. Львів
10:45	Оглядова екскурсія містом «Вуличками давнього Львова»
13:00	Обід в кафе «Золота Гуса»
13:45	Трансфер до с. Ластівка
16:00	Поселення в готель «Таор Карпати»
17:00	Відвідування medical spa centre
19:00	Вечеря в ресторані «Таор Карпати»
19:45	Вільний час
<b>День 2</b>	
08:00	Сніданок у готелі
09:00	Екскурсія до містечка Східниця
9:30	Оглядова екскурсія містом

11:00	Експерсія до НПП «Сколівські Бескиди»
13:30	Обід в «Східницькій колибі»
15:00	Експерсія до державного історико-культурного заповідника «Тустань»
18:30	Повернення до готелю
19:00	Вечеря в ресторані «Таор Карпати»
19:45	Вільний час
<b>День 3</b>	
8:00	Сніданок в ресторані «Таор Карпати»
9:00	Похід в гори
14:00	Повернення в готель
14:30	Обід в ресторані «Таор Карпати»
15:15	Експерсія до м. Борислав / відвідування medical spa centre
19:00	Повернення в готель «Таор Карпати»
19:30	Вечеря в ресторані «Таор Карпати»
20:30	Вільний час. Прогулянка вечірніми Карпатами
<b>День 4</b>	
08:00	Сніданок в ресторані «Таор Карпати»
09:00	Виїзд до НПП «Синевир»
11:30	Прибуття до НПП «Синевир»
11:45	Екологічна стежка «Остріки-Гребля» (3 км на висоті 800 м над рівнем моря)
14:00	Обід в ресторані «Синевирський перевал»
14:45	Вільний час на придбання сувенірної продукції, фотографування
15:45	Експерсія в музей лісосплаву
17:00	Виїзд до с. Ластівка
19:30	Повернення в готель «Таор Карпати»
19:45	Вечеря в ресторані «Таор Карпати»
<b>День 5</b>	
08:00	Сніданок в готелі «Таор Карпати»
09:00	Експерсія до с. Опака
10:00	Прибуття до бази відпочинку «Опака»
14:00	Обід в колибі
15:00	Виїзд в с. Ластівка
16:00	Вільний час / Катання верхи, на велосипедах, бричці та квадроциклах, мотузковий парк, пейнтбол, джипінг, аерошут, квест-кімната та різноманітні майстер-класи / відвідування medical spa centre

19:00	Вечеря у ресторані «Таор Карпати»
19:45	Вільний час
<b>День 6</b>	
08:00	Сніданок в ресторані «Таор Карпати»
9:00	Вільний час / відвідування medical spa centre
11:30	Виселення з готелю
12:00	Виїзд до м. Дрогобич
13:00	Оглядова екскурсія містом
14:30	Обід в кафе «Ольга»
15:30	Виїзд до Львова
17:00	Прибуття у Львів

У мальовничому куточку Прикарпаття, неподалік курортного містечка Східниця (9 км) та курорту Трускавець (25 км), на березі р. Стрий, знаходиться готельно-відпочинковий комплекс «Таор Карпати». Слоган даного комплексу: «Час повертатися до природи». Це унікальний комплекс, де вдало поєднана розвинена інфраструктура та незайманість природи довкола. Саме такий комплекс є ідеальним для екологічного туризму.

На території комплексу є готель на 24 двомісні номери, 18 дерев'яних сімейних будинків, ресторан-колиба «Таор Карпати», Спа-Медікал центр, Бювет мінеральних вод.

Курорт Східниця – гірське містечко, розташоване у Карпатах. За надзвичайну красу, хвойні ліси, різнотрав'я гірських лугов її називають «Українською Швейцарією».

Під час оглядової екскурсії містом ми пропонуємо відвідати:

1. Музей Омеляна Стоцького. Тут зібрані речі з життя першовідкривача Східницького родовища мінеральних вод, серед яких є портфель Омеляна Стоцького, улюблене крісло його дружини та чорний рояль – старий свідок музичних звершень дослідника.

2. Кімната-музей народного побуту, розміщена в приміщенні школи. Експозиція музею складається з відділів: прядіння і ткацтво; чинбарство і кушнірство; деревообробні промисли і ремесла, та гончарство.

3. Ландшафтний Парк «Святого Пантелеймона Цілителя»: тут можна не лише гуляти, кататися на велосипеді, а також глибше пізнати історію курорту. У парку відтворили макети нафтових качалок, які використовувалися тоді, коли нафтова промисловість Західної України тільки почала зароджуватися. Прогулюючись парком, можна натрапити на ялиновий ліс, де знаходяться джерела залізної №15 і гліцеринової води №357.

4. Церква апостолів Петра і Павла (1901 р.) зведена за проектом відомого галицького архітектора Василя Нагірного. Споруда вважається одним з найкрасивіших мурованих храмів на Прикарпатті.

НПП «Сколівські Бескиди» (Сколівський, Турівський і Дрогобицький райони Львівської області) створено у лютому 1999 р., загальна площа 35261 га. Парк створено з метою збереження, відтворення і раціонального використання ландшафтів західної частини Українських Карпат з типовими та унікальними природними комплексами, що мають важливе природоохоронне, екологічне, естетичне, освітнє та рекреаційне значення.

На території парку збереглися рештки природних високопродуктивних і біологічно стійких деревостанів – вікові чисті букові ліси природного походження, еталонні смерекові і ялицеві ліси, які значною мірою відображають різноманітність лісового покриву Бескид. Тут зустрічається понад 50 видів рослин, занесених до Червоної книги України, мешкають 11 видів тварин, занесених до Європейського червоного списку та 30 видів, занесених до Червоної книги України.

Екологічна стежка «Бучина» має протяжність 1,4 км (схема представлена на рис. 3.1), призначена для короткотривалого відпочинку. Починається на березі ставу, поблизу розташована криничка «Оксана», де завжди, навіть у гарячу пору витікає чиста холодна вода. За часів Австро-Угорщини в цій місцевості були створені штучні водоспади, для зменшення сили водних потоків. Під час маршруту туристи зможуть побачити одну із таких «шпер» (гребель).

Цікавими об'єктами даної екологічної стежки є ялицеві насадження, які мають зімкнуті крони – під якими навіть в сонячну частину доби, завжди сутінки. Природне болото із специфічною вологолюбивою рослинністю. Джерело «залізної води» - природне джерельце із значним вмістом заліза в воді, через який вона має червоне забарвлення.



Рис. 3.1. Екологічна стежка «Бучина»

На території НПП «Сколівські Бескиди» є державний історико-культурний заповідник «Тустань». Це комплексна пам'ятка археології, яка займає більше 40 гектарів. Скельні комплекси, прилеглі території, залишки дамби, земляних укріплень, давнього торгового шляху тощо.

Тут є і доісторичні наскельні зображення, кургани, і пізніші об'єкти – наприклад, зображення 1920-х років, пов'язані з визвольним рухом, українським "Пластом", залишки повстанських криївок тощо.

Є також етнографічний компонент: скелі розміщені за 800 метрів від центру Урича – бойківського села зі своєю історією, традиціями, пам'ятками і культурним ландшафтом.

НПП “Синевир” (Міжгірський район Закарпатської області) створено 1989 р., загальна площа становить 40400 га. На території парку розташовані відоме верхове оліготрофне болото Глуханя, мінеральні джерела, пам’ятки дерев’яної архітектури, єдиний в Європі Музей лісу і сплаву, Музей архітектури і побуту —Старе село, Кам'янецький водоспад.

Перлиною природного парку і своєрідною візитівкою Українських Карпат є високогірне озеро Синевир, яке утворилося у результаті потужного зсуву, спричиненого землетрусом, орієнтовно 10 тис. років тому назад. Воно розташоване на висоті 989 м на рівнем моря, його площа становить 5 га, а пересічна глибина – 8-10 м.

Ландшафти поблизу озера вирізняються мальовничістю та величчю. На території парку розвиваються кінний, велосипедний, автомобільний, водний та пішохідний види туризму.

Екологічна стежка «Остріки –Гребля» розташована на північному схилі хребта Пішконя. Маршрут проходить на висоті від 800 до 1050 метрів над рівнем моря. На цьому маршруті можна побачити унікальні куточки дикої природи, мальовничі гірські пейзажи, величні карпатські ліси. Довжина маршруту 4 км.

База відпочинку «Опака» знаходиться в унікальному місті. Це екологічно чистий район, в передгір’ї східних Карпат, неподалік від всім відомого курорту “Східниця” та в 23- кілометрах від курорту Трускавець . На території комплексу є велике озеро для вилову риби, поруч протікає однойменна річка “Опака”. Тут чисте карпатське повітря вже само по собі цілюще, а в поєднанні з мінеральними джерелами, що є на території, база Опака є чудовим місцем для людей, які хочуть поєднати водолікування з хорошим відпочинком.

### 3.3 Соціально-економічна ефективність упровадження туру в діяльність туристичного підприємства

Даний розділ роботи повинен містити економічне обґрунтування запропонованих заходів, а саме розрахунки прибутковості від реалізації запропонованого інноваційного туру.

Такий тур пропонується реалізовувати в усі пори року, окрім зими. Це зумовлено сезонним функціонуванням деяких пунктів маршруту.

У табл.3.4 можемо побачити економічне обґрунтування прибутковості запропонованого екотуру «Карпатська казка».

Таблиця 3.4

#### Калькуляція туру «Карпатська казка»

№ з/п	Калькуляційна стаття	Показники		
		Кількість	Ціна, грн.	Вартість, грн.
1	2	3	4	5
1.	Страховка	20+1	50	6300
2.	Транспорт	20+1	970	19 400
3.	Проживання Готель «Таор Карпати»	20+1	480	26 400
4.	Харчування	20+1	1750	35 000
5.	Екскурсійне обслуговування	20	1710	34 200
<b>Разом прямих витрат</b>				<b>121 300</b>
6.	Загальновиробничі витрати			2000
7.	Витрати на рекламу			2000
8.	Виробнича собівартість			127 300
9.	Прибуток (націнка)	50%		63 650
10.	Вартість обслуговування групи			2000
11.	ПДВ	20%		38 190
12.	Ціна продажу одного ваучера з ПДВ			<b>11 457</b>
15.	Загальна вартість туру на групу з ПДВ			229 140

Розглянувши наведену вище табл. 3.4, можемо побачити що собівартість 6-денного екологічного туру на групу з 20 осіб складе 127 300 грн. Врахувавши націнку на податок на додану вартість, ціна одного ваучера складатиме 11 457 грн., що є не поганою ціною для туру в Українські Карпати. Дані розрахунки були зроблені, вважаючи реальні ціни на об'єкти розміщення та заклади харчування.

Реалізувавши тільки один такий тур, підприємство отримає прибуток розміром 63 650 грн. Якщо реалізовувати хоча б 2 тури в місяць, вже за один літній сезон підприємство отримає 381 900 грн.

Тож, можемо вважати даний тур прибутковим.

### **Висновки до розділу 3**

З метою підвищення ефективності логістичної системи підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» у роботі пропонується запропонувати новий туристичний напрям - екскурсійний тур в Українські Карпати.

Сьогодні, коли вітчизняні туроператори все більше розвивають та захоплюють внутрішні напрямки, вважаємо досить перспективним напрямком екологічний туризм. Саме зараз, коли цей напрям є популярним, пропонуємо досліджуваному туристичному оператору розробляти та реалізувати екологічні тури, щоб в подальшому захопити цю нішу внутрішнього туризму.

У даному розділі, було запропоновано інноваційний екотур «Карпатська казка». Обґрунтована ефективність та прибутковість запропонованих продуктів екологічного туризму.

Вважаємо такий тур прибутковим і готовим до реалізації.

Слід зазначити, що екскурсійний тур з відпочинком в Українських Карпатах досить перспективний для просування, за рахунок зростання попиту на даний туристичний напрям, та поєднання широкого спектру екскурсій з відпочинком у екологічно чистому регіоні.

## РОЗДІЛ 4. ВПРОВАДЖЕННЯ СУЧАСНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА ТОВ «СЕХМЕТ ТРЕВЕЛ»

### 4.1. Характеристика технічного та програмного забезпечення автоматизації робіт у ТОВ «Сехмет Тревел»

Сьогодні практично не існує туристичних підприємств, що не використовують сучасні комп'ютерні та інформаційні технології в повсякденній діяльності. Автоматизація туристичної діяльності сьогодні – це не лише дань моді і досягненням науково–технічного прогресу, але і об'єктивна необхідність, що пояснюється великою кількістю рутинної роботи в туристичній сфері, необхідністю роботи з паперами і документами, необхідністю підвищення оперативності праці турагентів, вираженою, перш за все, в швидкому підтвердженні заявок на бронювання, що підвищує якість обслуговування як клієнтів, так і агентів туроператора, вимогою до зниження витрат туроператора і перш за все, до розвантаження менеджерів, зниження їх зайнятості.

Впровадження автоматизації в таких напрямках стає можливим завдяки спеціальним програмам, завдання яких є спрощення системи функціонування та полегшення роботи менеджерів туристичних підприємств. Найбільш популярні в туроперейтингу країн СНД програмні забезпечення від наступних розробників «Само–софтвр», «Арімсофт», «Мегатек», «Інотек» і ряд інших.

Розглянемо найбільш популярні програми автоматизації, що використовуються сьогодні на туристичних підприємствах.

Компанія «Само–софтвр» працює на ринку високих технологій з початку 90–х років, причому автоматизація туристичної діяльності – один з основних профілів роботи компанії. Її програмний продукт «Само–тур» застосовується туроператорами. Програма «Само–тур» орієнтована на програмне забезпечення роботи як аутгоїнгових, так і внутрішніх і

інкамінгових операторів. Програма дозволяє працювати з більше 50 формами звітів, є вбудований редактор друкарських форм.

Програмний комплекс Turwinmultipro від компанії «Арімсофт» в першу чергу призначений для автоматизації діяльності туроператора, що спеціалізується на невеликій кількості напрямів по внутрішньому або міжнародному туризму. Його основні функції – облік клієнтів, калькуляція турів з окремих послуг постачальників, оформлення замовлень, облік грошових коштів, друк документів, облік реклами. У комплексі передбачено створення довідників по будь-якому сегменту туру–продуктів, контроль завантаження рейсів і готелів з врахуванням квот місць.

Комплекс «Майстер–тур» від компанії «Мегатек» забезпечує декілька функціональних робочих місць: формування і розрахунок тур–продукту, продажу туристичних путівок, роботи з індивідуальними і груповими турами, робота з базою даних партнерів, робочі місця касирів, фінансового директора і адміністратора бази, статистика по роботі компанії, роботи з базою постійних клієнтів, візами, страховками. «Майстер–тур» дозволяє формувати тур–пакети, роздруковувати різні документи, є режими розсилки інформації по електронній пошті і факсу в заданий час.

Програма «Тур» від компанії «Інотек» служить для автоматизації щоденної роботи менеджера, починаючи від оформлення всіх необхідних документів і закінчуючи фінансовим аналізом діяльності підприємства. Основні функції програми – ведення бази даних туристичних послуг, калькуляція вартості туру з врахуванням клієнтського запиту, створення типових турів, розрахунок вартості туру–пакету, складання графіків заїздів, контроль вільних місць, формування чартерних авіарейсів і круїзів.

На досліджуваному підприємстві використовуються такі інформаційно – довідкові матеріали:

- власні бази опитувань, відгуків, побажань клієнтів щодо туристичних продуктів та роботи компанії загалом;
- інформація від посольств зарубіжних держав;

- систематизована інформація про конкурентів – туроператорів, що отримана на основі моніторингу пропозицій у мережі Інтернет, засобах масової інформації тощо;
- національні та регіональні довідники туристичних агентств; сукупність збірників для туристів Lonely Planet;
- інформація зарубіжних центральних та регіональних органів реалізації державної політики у сфері туризму;
- інформація вітчизняного Міністерства закордонних справ тощо.

Щодо комп'ютерного забезпечення прикладними програмами, то використовуються такі як:

- 1С Підприємство;
- Microsoft Excel – для розрахунку основних фінансових показників;
- Microsoft Word, Power Point – в повсякденній роботі;
- Google Adwords – при просуванні продукту в пошукову Google та рекламній мережі Google;
- Seopult – при просуванні власного сайту у пошукових мережах для зайняття вищої позиції за ключовими запитами;
- Advego – при створення інформаційного контенту для розвитку сайту компанії.

Просування продуктів відбувається за такими каналами як Інтернет, радіо, засоби масової інформації тощо.

#### **4.2. Аналіз інтернет–контенту туристичного підприємства ТОВ «Сехмет Тревел»**

Для туристичних підприємств Інтернет у сучасних умовах є дуже важливим каналом, який дає змогу репрезентувати пропозицію широкому колу потенційних клієнтів. На електронній платформі підприємства може

відбуватися процес презентації пропозицій, їх підбір, приймання і оформлення замовлень, укладення угод та їх обслуговування.

Сьогодні, найпоширенішим видом інтернет–технологій, що застосовуються в діяльності туристичного підприємства є веб–сторінка. Веб–сайт забезпечує інформування потенційних споживачів про послуги підприємства, їх вартість та способи обслуговування, які пропонуються.

Потенційні клієнти зазвичай переглядають веб–сторінку як віртуальний офіс підприємства. З цього випливає необхідність її відповідного проектування, а сам процес створення чи доповнення має бути комплексним і не обмежуватися лише технічною проблематикою. Особливу увагу й контроль варто зосередити на роботі зданими як відділу маркетингу, так й інформації.

Усе частіше фірмова веб–сторінка стає місцем першого контакту з потенційним клієнтом, а вмале подання на ній інформації – умовою, необхідною для обдуманого формування візерунку підприємства. Ключем до успіху є задоволення інформаційних потреб відвідувачів веб–сторінки. Потенційні клієнти найчастіше зацікавлені інформацією про пропоновані послуги й презентовані вартості від їх набуття та власне туристичним підприємством.

Аналіз використання підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» сучасних мережових інформаційних технологій показав, що підприємство має корпоративний сайт, який знаходиться за адресою: <http://stravel.com.ua>.

Доступ до сайту відкритий 24 години на добу і 7 днів на тиждень незалежно від місцезнаходження. Це дозволяє створити деяку систему постійного активного впливу на аудиторію мережі.

Сайт оформлений у корпоративних кольорах. На головній сторінці сайту можемо побачити логотип туристичного підприємства, графу «пошук турів», авіаквитки, новини, «гарячі пропозиції», послуги, країни, туристам, контакти.

Карта сайту є дуже зручною, користувачі сайту мають змогу швидко знайти потрібну інформацію, наприклад підібрати тур або забронювати авіаквиток за декілька хвилин.

Таблиця 4.1

### Оцінка інтернет-контенту туристичного підприємства

№ з/п	Критерії	Оцінка підприємства
1	Дизайн сайту	8
2	Зміна мови користування на сайті та їхня загальна кількість	0
3	Форма для зворотнього зв'язку із турфірмою або вікно для онлайн виклику	7
4	Прив'язаність сайту до соціальних мереж	10
5	Наявність мапи сайту	10
6	Наявність на сайті контактних даних, адреси чи пошти	10
7	Наявність мобільного додатку	0
8	Характеристика турів	7
9	Галерея	0
10	Характеристика турфірми, об'єм корисної інформації для гостя	7
11	Наявність на сайті відеоматеріалів	0
12	Можливість бронювання авіаквитків	10
13	Огляд новин	10
14	Наявність гостьової книги відгуків	0
15	Аналіз відгуків у гостьовій книзі; на скільки позитивні відгуки переважають негативні	0
16	Інформація про акції турфірми	10
17	Опис основних і додаткових послуг	5
18	Наявність розсилки на e-mail споживачів	8
19	Графа зустрічей та заходів	7
20	Інформація про співпрацю або партнерів	3
21	Наявність віконця курсу валют	10
22	Вакансії турфірми	6

23	Зручність сайту	8
24	Рівень подання інформації	8
25	Середнє значення	5,8

Джерело: розроблено автором

Виходячи з даних таблиці 4.1, бачимо, що майже всі критерії оцінки веб-сайту туристичного підприємства мають високий бал, за винятком наступних:

- наявність мобільного додатку – відсутній;
- наявність функції «зміна мови користування» на сайті – наявна лише російська мова, лише у декількох розділах інформація викладена англійською;
- опис основних та додаткових послуг – інформація надана дуже стисло;
- наявність гостьової книги – відсутня.

Не дивлячись на загальну зручність та наповненість веб-сайту, вдалося знайти деякі недоліки, тому дати максимальну оцінку інтернет-ресурсу туристичного підприємства не змогли.

### **4.3. Обґрунтування пропозицій щодо удосконалення інформаційною діяльністю підприємства**

Розглянувши аналіз інтернет сайту ТОВ «Сехмет Тревел», вважається за необхідне удосконалити Web сторінку даного підприємства.

Для того щоб успішно просувати продукт компанії в пошуковій системі на початковому етапі необхідна чітка стратегія просування сайту. Просування сайту вимагає уваги до деталей, адже потенційні клієнти сприймають такий ресурс як «обличчя» компанії. Це означає, що позитивне перше враження від відвідування сайту зробить зацікавленого відвідувача більш лояльним до самого бізнесу.

Задля удосконалення інтернет сайту пропоную стратегію вдосконалення

– «середнячок» як основну стратегію просування веб-ресурсу.

Стратегія «середнячок». Ця стратегія підходить для сайтів, які вже не перший рік на ринку та знаходяться в топ-10-20 і мають достатній авторитет, щоб поборотися за перші місця. Цілі: збільшити авторитет бренду і залучати максимально цільових користувачів з пошуку. Особливості стратегії «середнячки»: - більше уваги приділяти вже існуючим сторінкам, оптимізувати їх, переписувати, дописувати. Видаляти сторінки, які абсолютно не приносять трафік і не зовсім відповідають тематиці ресурсу; - намагатися отримувати більш якісні посилання з інших сайтів, тому що сайт вже не «новачок», а «середнячок»; - створювати тільки якісний новий контент, який показує корисну експертизу, що веде до підвищення довіри і кращої конверсії.

Для виконання поставленого завдання потрібні такі працівники: менеджер з пошукової оптимізації сайту, контент менеджер, веб розробник, лінкбілдер. Менеджер з пошукової оптимізації сайту повинен не тільки здійснювати комплекс заходів щодо оптимізації сайту, які дозволять йому зайняти певні позиції в пошуковій видачі, але і відповідати за ряд інших факторів і разом з контент менеджерами, програмістами, маркетологами забезпечувати комплексну розкрутку сайту в інтернеті.

Процес роботи, як правило, будується відповідно до плану:

1. ознайомлення з вимогами;
2. розробка технічного завдання;
3. написання програм;
4. обслуговування сайту;
5. технічна підтримка.

Спеціаліст по соціальним мережам управляє присутністю бренду і просуванням у соціальних каналах (Facebook, Twitter, Instagram та інших). Його завдання - збільшувати охоплення аудиторії, якій цікавий товар або послуга клієнта, зміцнювати імідж клієнта, обробляти негатив. Прагнути створити позитивний імідж замовнику.

Оскільки задачі з оптимізації сайту не потребують великого досвіду

роботи у веб розробці, тому можна скористатись послугами розробника з меншим досвідом роботи і меншою вартістю його послуг на ринку.

*Таблиця 4.2*

**Вартість послуг ІТ працівників по удосконаленню**

Посада	Кількість годин	Загальна вартість роботи, грн
Менеджер із пошукової оптимізації	50	5650
Контент-менеджер	43	2225
Веб-дизайнер	20	2000
Лінкбілдер	100	5000
Разом:	214	14,875

Загалом знадобиться 214 години і загальна вартість робочого часу працівників становитиме 14875 грн. Оптимізувавши сторінку, можна значно збільшити трафік на сайт. Основними джерелами інвестицій є власні інвестиції. Також необхідним буде зробити для сайту компанії мобільний додаток, з таким додатком буде простіше заходити та краще орієнтуватись на сайті.

**Висновки до розділу 4**

Останній розділ даної роботи присвячений дослідженню стану інформаційного забезпечення діяльності досліджуваного туристичного підприємства. У ході роботи, проаналізували сучасні системи автоматизації роботи на туристичному підприємстві та виокремили найбільш популярні та вдалі.

Наступним етапом роботи був аналіз інтернет-контенту туристичного оператора. Нами було проаналізовано веб-сайт підприємства та інші сторінки

підприємства в соціальних мережах. У результаті аналізу, відмітили як позитивні, так і негативні моменти, пов'язані з сайтом підприємства.

Останнім етапом дослідження стану інформаційного забезпечення діяльності туристичного підприємства було внесення пропозицій щодо покращення функціонування веб-сторінки. Відзначили, що через стрімкий розвиток інформаційних технологій лише наявності інформаційного сайту вже скоро буде замало у боротьбі за увагу клієнта.

Тож нами було запропоновано оптимізувати сторінку сайту підприємства, використовуючи стратегію «середнячок». Вартість оптимізації складає 14875 грн.

Вважаємо запропоновану пропозицію корисним доповненням веб-сайту туристичного підприємства «Сехмет Тревел».

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У ході проведеного дослідження на тему «Підвищення ефективності логістичної діяльності туристичного підприємства» розроблено наступні висновки:

Основними шляхами підвищення ефективності логістичної системи на підприємстві є її комплексне забезпечення; досягнення взаємозв'язку видів забезпечення логістичної діяльності з іншими видами діяльності підприємства; використання системного підходу щодо впровадження логістики в господарську діяльність на основі оцінювання комплексу функціональних та підсистем забезпечення.

Туристична компанія ТОВ «Сехмет Тревел» має лінійно-функціональну організаційну структуру, що дає змогу її керівнику контролювати всі сфери діяльності підприємства, а працівникам – спільно вирішувати питання, що виникають у ході роботи. ТОВ «Сехмет Тревел» має чітко визначені місію, мету, завдання та принципи роботи, яких твердо дотримується кожен співробітник компанії.

Аналіз фінансового стану та економічних показників діяльності підприємства, здійснений на основі наданої компанією бухгалтерської звітності за 2017-2018 роки, показав, що хоча чистий прибуток підприємства в 2018 році зріс у порівнянні з попереднім звітним періодом (2017 рік), проте значно зросла і собівартість реалізованих послуг, що в загальному зумовило зниження ліквідності та фінансової стійкості туристичної компанії ТОВ «Сехмет Тревел».

У рамках аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства було встановлено, що останнє працює в умовах жорсткої конкуренції, скрутного економічного та політичного становища в державі. Проте налагоджені зв'язки з постачальниками туристичних послуг в багатьох

країнах світу дають компанії ТОВ «Сехмет Тревел» перевагу перед деякими її конкурентами.

У свою чергу, аналіз внутрішнього середовища підприємства показав, що його сильними сторонами є висококваліфікований персонал, високий рівень організаційної культури та суворе дотримання місії компанії. Слабкою стороною стало зниження фінансової стійкості підприємства за показниками його роботи в 2017 році.

З метою підвищення ефективності логістичної системи підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» у роботі пропонується запропонувати новий туристичний напрям - екскурсійний тур в Українські Карпати.

Екологічний тур «Карпатська казка» розрахований на споживачів молодіжного віку, тобто на людей віком від 18 до 35 років, тому що в такому віці все сприймається більш детально і запам'ятовується на довгі роки, тим паче, що багато часу даного туру проходить в дорозі. Переважна більшість людей старшого віку шукають спокійного стаціонарного відпочинку. Але це залежить від темпераменту, тому якщо є бажання і сили можна сміливо вирушати у запропонований екологічний тур у будь-якому віці. Запропонований тур «Карпатська казка» чудово розкриває всю красу нашої країни. Екскурсійна програма робить відпочинок насиченим і цікавим, активним і незабутнім. Готелі та розважальні заклади прикрасять затишком і комфортом ваше милування країною. Вартість туру досить приваблива та вигідна, а його насиченості немає рівних серед конкурентів.

Адаптація даного тур продукту до змін ринку можуть виражатися у зміні вартості продукту (вибір іншого готелю, інших екскурсій, розваг), та в зміні іміджу продукту шляхом впливання рекламної кампанії.

У цілому слід зазначити, що екологічний тур «Карпатська казка» досить перспективний для просування, за рахунок зростання попиту на даний туристичний напрямок, особливо у після карантинний час та поєднання широкого спектру екскурсій з відпочинком у горах у даному турі.

Активне впровадження сучасних комп'ютерних технологій у діяльність підприємства ТОВ «Сехмет Тревел» є необхідною умовою їх успішної роботи, оскільки точність, надійність, оперативність і висока швидкість обробки та передачі інформації визначає ефективність управлінських рішень. Впровадження інформаційних технологій змінює технологію управління, звільнює користувачів від трудомістких процедур обробки інформації, значно підвищує оперативність прийняття рішень, поліпшує комфортність праці. Перспективи подальшого дослідження полягають у визначенні ефекту від впровадження сучасних інформаційних технологій при управлінні підприємством.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антонюк А. В. Доцільність переходу українських підприємств на аутсорсинг логістичних послуг в умовах нестабільного середовища / А. В. Антонюк, М. А. Бернага, Т. В. Ободзинська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2010\\_6.pdf](http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2010_6.pdf)
2. Арбузова Н. Ю. Технология и организация гостиничных услуг: учеб. пособие для студентов вузов /Н. Ю. Арбузова. - М.: Академия, 2009. - 224 с.
3. Балашова Р. І. Організація діяльності туристичного підприємства. [текст] : навч. посіб. / Р. І. Балашова - К. : «Центр учбової літератури», 2012. - 184 с.
4. Банько В. Г. Туристська логістика: Навч. посіб. - К. : Дакор; КНТ, 2008. - 204 с.
5. Баумгартен Л. В. Стратегический менеджмент в туризме: учеб. для студентов вузов. - М.: Академия, 2007. – 345 с.
6. Бутов А. М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / А. М. Бутов // Економічний аналіз : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С. І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету „Економічна думка”, 2013. – Том 14. – № 2. – С. 124-131.
7. Гаджинский А.М. Логистика: Учебник для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Дашков и К, 2010. - 484 с.
8. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: Учеб. пособие. - М.: Финансы и статистика, 2004. - 272 с.
9. Господарський кодекс України// Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003, № 18, № 19-20, № 21-22, ст.144.
10. Джонсон Дж.С., Вуд Д.Ф., Вордлоу Д.Л., Мерфи П.Р. Современная логистика, 7-е издание: Пер. с англ. под ред. Н.А. Коржа. - М.:

Издательский дом «Вильямс», 2002.– 624 с.

11. Євдокимов А. В. Логістичні стратегії та логістичні процеси на торговельних підприємствах [Текст] / А. В. Євдокимов, Ю. В. Чорток, А. О. Родимченко // Сталий розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал / ПВНЗ «Університет економіки і підприємництва» ПП «Інститут економіки і технологій підприємництва». – 2012. – Вип. 1 (11). – С. 246-249.
12. Заєць І.В. Роль інформації в системі управління підприємством / І.В. Заєць // Вісник ЖДТУ, 2010. – №2. – С.97-98.
13. Зубар Н.М., Григора М.Ю. Логістика у ресторанному господарстві: Навч.посіб. – К. : Цент учбової літератури, 2010. – 312 с.
14. Кочубей Д. Розробка логістичних стратегій торговельних підприємств / Д. Кочубей // Товари і ринки . - 2010. - № 1. - С. 9-17.
15. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії: підруч. – 2-ге вид., доп. і перероб. / Є. В. Крикавський. – Львів : Інтелект-Захід, 2006. – С. 156.
16. Крюкова Ю.О. Оцінка ефективності логістики. ScienceRise. 2015. № 1(1). С. 34–36. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/texc\\_2015\\_1\(1\)\\_7](http://nbuv.gov.ua/UJRN/texc_2015_1(1)_7).
17. Кузик С.П., Кузик П.С., Шевчук А.В. Інформаційні та інформаційно-віртуальні туристичні ресурси. Географія та туризм. 2010. Вип. 6. С. 101–108. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt\\_2010\\_6\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2010_6_21).
18. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). - К. : Альтерпрес, 2004. - 436 с.
19. Логистика: учеб.пособ. / [Аникин Б.А., Березин Д.В., Гапонова М.А. и др.], под.ред. Б.А. Аникина, Т.А. Родкиной. – М.: Изд-во Проспект, 2007. – 448 с.
20. Мазур Т.М., Король Є.І. Роль туристичної логістики у формуванні та розвитку територіальної організації туризму (на прикладі Буського, Бродівського та Золочівського районів Львівської області). Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Архітектура. 2015. № 836. С. 151–156. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX\\_2015\\_836\\_21](http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPARX_2015_836_21).

21. Мацола В. Рекреаційно-оздоровчо-туристичний комплекс (питання теорії, методології, практики) // Інститут регіональних досліджень НАН України. – Львів, 1998.— 278 с.
22. Неруш Ю.М. Логістика: Учебник для вузов. – 3-е узд., перераб. и доп. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 495 с.
23. Пономарьова Ю. В. Логістика: Навч. посіб. / Ю.В. Пономарьова - К.: Центр навч. літ., 2003. - 192 с.
24. Про туризм: Закон України N 324/95-ВР від 15.09.1995 р./ зі змінами N 2581- VIII ( 2581-19 ) від 02.10.2018 р.
25. Смирнов І., Бенч Ю. Логістичний чинник сталого розвитку туристських територій на прикладі міського та сільського туризму. Вісник Київського національного університету. Географія. 2017. № 1–2(66–67). С. 41–49. URL: <http://visnyk-geo.univ.kiev.ua/wp-content/uploads/2017/09/07-66-67.pdf>.
26. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навчальний посібник. - К. : Знання, 2009. - 444 с.
27. Смирнов І.Г. Транспортна логістика: Навч. посіб. / І.Г. Смирнов, Т.В. Касарева. – К. : Центр навч. л-ри, 2008. — 224 с.
28. Смирнов І.Г. Туристично-фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі / І.Г. Смирнов. //Географія і сучасність. — 2006. — Вип. 15. — С. 105—118.
29. Смирнов І.Г. Фінансові потоки та моделі управління в міжнародному туристичному бізнесі / І.Г. Смирнов. // Зовнішня торгівля, право та економіка. — 2006. — № 5. — С. 18 — 24 .
30. Смирнов І.Г. «Pull-підхід» в логістиці т у р и з м у / І.Г. Смирнов. // Вісник Київського слав'янського ун-ту. — 2005. — № 21. — С. 14—21.
31. Смирнов І.Г. Логістична модель сталого розвитку туристичної галузі в Україні / І.Г. Смирнов. // Вісн. Донецького ін-ту туристичного бізнесу.

— 2007. —

№ 11. — С. 26—31.

32. Смиричинський В.В., Смиричинський А.В. Основи логістичного менеджменту. Навч. посіб./ А.Смиричинський, В.Смиричинський. - Тернопіль: «Економічна думка»,2000. - 240 с.
33. Стафійчук В.І. Рекреалогія: Навч. посіб. / В.І. Стафійчук. – К.: Альтерпрес, 2006. — 264 с.
34. Тридід О.М. Логістика. Навчальний посібник / О.М. Тридід, К.М. Таньков, Ю.О. Леонова. – К.: Видавничий дім «Професіонал», 2008. — 176с.
35. Тридід О.М., Азаренкова Г.М., Мішина С.В., Борисенко І.І. Логістика: навч. посібник. - К.: Знання, 2008. - 566 с.
36. Хвищун Н.В. Логістичний потенціал регіонів західної України. Актуальні проблеми державного управління. 2016. № 2(50). С. 1–6. URL: [http:// www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2016-2/index.html](http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/apdu/2016-2/index.html).
37. Печенюк А.П. Формування стратегії розвитку сільського зеленого туризму: дис. ... к.е.н.; Подільський державний аграрно-технічний університет. Кам'янець-Подільський, 2018. С.165–168.
38. Печенюк А.В., Печенюк А.П. Формування регіональної ренти сільського зеленого туризму. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки». 2017. Вип. 23–1. С. 101–104.