

Дисципліна:
**«ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНИХ
ПОДОРОЖЕЙ»**

**Викладач: д.е.н., доцент кафедри менеджменту
зовнішньоекономічної діяльності, готельно-
ресторанної справи та туризму
Головня Олена Михайлівна**



ТЕМА 1.

УМОВИ ТА ПРИНЦИПИ
PRES PRO

ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ

ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ

УКРАЇНИ



ПЛАН

1. Законодавче регулювання організації туризму та екскурсійної діяльності.
2. Створення та функціонування туристичних підприємств в Україні.
3. Ліцензування та сертифікація туристичних послуг в Україні.
4. Ресурсне забезпечення туристичної фірми.
5. Агентський бізнес у туризмі.



ЛІТЕРАТУРА


- Абрамов В. В. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Організація туризму» («Організація туристських подорожей») (для студентів денної та заочної форм навчання – Туризм). Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 123 с.
- Гуменюк Г.М. Організація туристичних подорожей: Навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: НАІР, 2014. 364 с.
- Лисюк Т. В. Організація туристичних подорожей і туropolерейтинг. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 7. С. 125-128.
- Волощак О. В. Концептуальна модель ресурсу для організації туристичних подорожей. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Інформаційні системи та мережі*. 2014. № 805. С. 368-376.

1. Законодавче регулювання
організації туризму та
екскурсійної діяльності



- Нині у світі нараховується близько 70 міжнародних організацій, які тією чи іншою мірою займаються проблемами розвитку туризму.
- Провідною міжнародною організацією у сфері туризму Всесвітня туристична організація – WTO (World Tourism Organization – UNWTO, режим доступу: <http://www2.unwto.org/>). Це міжурядова організація, до складу якої входять близько 160 країн і територій, декілька асоційованих членів і понад 350 членів, які мають статус приєднаних і представляють турфірми, авіакомпанії тощо приватного сектору, навчальні інституції, туристичні асоціації та місцеві органи управління туризмом. WTO є спеціалізованою агенцією ООН. Вона діє як глобальний форум з питань туристичної політики і практичне джерело туристичних ноу-хау



- WTO займається розробкою єдиної стратегії розвитку індустрії туризму, що передбачає:
 - планування розвитку індустрії туризму;
 - аналіз проблем і державної політики, які пов'язані з географічним розподілом туризму і відпочинку в країнах членах WTO;
 - розробку національних і регіональних планів використання землі;
 - аналіз взаємозв'язку розвитку індустрії туризму і регіонального планування з урахуванням зв'язку різних потреб у ресурсах і інтересів усього людства;
 - урахування екологічних наслідків розвитку індустрії туризму;
 - урахування соціальних наслідків туризму;
 - розробку спільної стратегії та програмних заходів щодо здійснення планів розвитку туризму.
- 

Основою міжнародного регулювання організації туризму є:

- Загальна резолюція Конференції ООН по міжнародному туризму і подорожам (1963);
- Манільська декларація по світовому туризму (1980), Хартія туризму (1985);
- Гаазька декларація по туризму (1989); Глобальний етичний кодекс туризму (1999).
- В Україні регулювання в галузі туризму здійснюється Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.



2. Створення та
функціонування
туристичних підприємств
в Україні



- Закон «Про підприємства в Україні» регламентує діяльність різних видів підприємств, визначає види та організаційні форми, правила діяльності, створює однакові правові умови незалежно від форми власності й системи господарювання, забезпечує самостійність підприємств, фіксує їхні права та відповідальність, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання і державою.



- Процедура створення туристичного підприємства як юридичної особи передбачає багато етапів, при цьому необхідно зауважити, що останнім часом створення і реєстрація має тенденцію до спрощення.

Найважливішими етапами створення туристичного підприємства є:

- - вибір організаційно-правової форми; - протокол намірів учасників (засновників); - розробка проектів установчих документів; - проведення установчих зборів; - підготовка установчих документів для реєстрації; - правова реєстрація підприємства; - постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних органах, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та інших установах.



- Важливим етапом створення туристичного підприємства є розробка проектів установчих документів у відповідності з обраною організаційно-правовою формою.
- Так, для товариства з обмеженою відповідальністю засновницькими документами є: установчий договір, підписаний його засновниками (учасниками); - статут, прийнятий загальними зборами засновників.
- Якщо засновником товариства є одна особа - установчий договір не укладається. В установчому договорі перераховуються всі засновники, їх реквізити, розмір статутного капіталу, його розподіл по частках, перелік майна, яке вноситься засновниками в статутний фонд, його оцінка та ін.



- Правова реєстрація підприємства проводиться виконавчими комітетами міських та районних рад або вповноваженими органами. Реєстрація відбулася, якщо відповідний запис внесений в Державний реєстр, а підприємству видане свідоцтво про реєстрацію відповідної форми. Після цього настає процедура взяття на облік в органах статистики, податковій адміністрації, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування та ін



- Наступним етапом є вибір географії бізнесу. Якщо майбутня основна діяльність пов'язана тільки з реалізацією внутрішніх турів, то необхідно визначити район прийому-відправки туристів. Якщо підприємство буде займатись міжнародним туризмом, то мають бути вибрані ті країни і регіони, де буде реалізований та спожитий туристичний продукт. Далі необхідно дослідити ринок туристичних послуг і вибрати свій сегмент туристичного бізнесу та довести конкурентоспроможність власного турпродукту.



- Бізнесмен-початківець у туризмі, як правило, поєднує функції менеджера і підприємця. Практика підтверджує: виживання і розвиток туристичних підприємств забезпечується саме таким поєднанням.
- Підприємства, що зуміли ввести підприємницький підхід до організації діяльності, стають лідерами і новаторами в туристичному бізнесі. Підприємництво для них стає стилем поведінки, політики та практики діяльності



- *Туроператори* - це юридичні особи (підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам.



- Важливу роль в економіко-технологічному механізмі туристичного бізнесу виконують *турагенти*, якими можуть бути як юридичні, так і фізичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницькі функції з реалізації туристичного продукту туроператорів або окремих послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу.



Всю діяльність туристичних підприємств в загальному вигляді можна звести до виконання 3 основних функцій:

- - організаційної (формування комплексних маршрутів для туристських груп та туристів-індивідуалів на основі договорів підприємствами туристичної індустрії);
- - посередницької (комплектування і продаж послуг та товарів туристського призначення за дорученням підприємств-постачальників туристичних послуг);
- - торговельно-банківської (операції з обміну валют, страхування життя та майна туристів).



3. Ліцензування та сертифікація туристичних послуг в Україні.



- Сертифікація послуг місць тимчасового розміщування (проживання) готелів і аналогічних готелям засобів розміщування та послуг харчування проводиться на добровільній основі на відповідність вимогам нормативних документів, що діють в Україні на ці види послуг, в тому числі, щодо безпеки для життя і здоров'я людей, захисту їх майна і охорони навколишнього середовища.
- Сертифікація інших видів послуг здійснюється на добровільній основі на відповідність обов'язковим вимогам нормативних документів, що діють в Україні, щодо безпеки для життя і здоров'я людей, захисту їх майна і охорони навколишнього середовища.



Основні вимоги до службових приміщень виглядають наступним чином:

- 1. При вході в приміщення офісу на видному місці розміщується інформація про режим роботи туристичної фірми.
- 2. На зовнішній рекламі повинно бути присутнім найменування туристичної фірми, відповідно до установчих документів. Щоб розмістити зовнішню рекламу, необхідно отримати дозвіл в архітектурному управлінні за місцем розташування. Такий дозвіл видається на строк до одного року і щороку повинно продовжуватися.
- 3. У тих випадках, коли офіс закривається на ремонт, санітарну обробку, зміну розташування, або призупинення своєї діяльності, не пізніше, ніж за п'ять днів до цього необхідно вивісити при вході в офіс відповідне оголошення, а також в той же термін повідомити своїх клієнтів, з якими були укладені договори на надання туристичних послуг.



На видному місці в офісі туристичної фірми повинні бути розміщені наступні документи:

- 1. Копія свідоцтва про реєстрацію фірми.
- 2. Копія ліцензії органу ліцензування.
- 3. Ліцензійні умови.
- 4. Інформація про умови обслуговування і тарифи на послуги, що надаються туристам за кордоном, різні інформаційні, довідкові та рекламні матеріали.
- 5. Перелік телефонних номерів туристичної фірми.
- 6. Відомості про співробітників фірми (прізвище, ім'я, по батькові) керівника, його заступника, головного бухгалтера, менеджерів.
- 7. Книга відгуків та пропозицій відвідувачів



- *Front-office* - це спеціально створені підрозділи туроператора або його уповноважені особи, які ініціюють та організовують безпосередню роботу з потенційними клієнтами.
- До front-офісу відносять підрозділи чи окремі працівники, які безпосередньо обслуговують клієнтів.
- Front-офіс здійснює такі функції у процесі обслуговування клієнтів:
 - пошук та залучення клієнтів; - направлення клієнтів до відповідного працівника туроператора; - дослідження можливості розширення споживання клієнтом послуг туроператора; - отримання і введення для подальшої обробки документів від клієнтів; - розсилка клієнтам інформаційних повідомлень про наявні туристичні послуги тощо.



- *Васк-офіс* - підрозділи тур фірми або окремі відповідальні особи, які нележно від їх функцій забезпечують реєстрацію, перевіряння, звіряння, облік операцій та контроль за ними. Васк-офіс здійснює реєстрацію договорів на туристичне обслуговування, введення інформації в автоматизовану систему, перевірку, облік та контроль за фінансовими операціями фірми. Васк-офіс взаємодіє з підрозділами front-офісу, податковими, правоохоронними органами, контрагентами тощо.
- Працівники туроператора, на яких покладено функції баск-офісу, відповідають за: - перевіряння отриманих від front-офісу документів на паперових чи електронних носіях щодо достовірності наданої інформації; - реєстрацію операцій і введення потрібних даних до автоматизованої системи турфірми; - перевіряння підтверджень про здійснення операцій, що надійшли від контрагентів; - перевірку правильності відображення операцій; - зберігання інформації про операції; - контроль за обробленням даних, здійсненням розрахунків, виконанням договорів.





4. Ресурсне забезпечення туристичної фірми



- Найбільш важливими елементами ресурсного забезпечення і головним фактором розвитку туризму є персонал, капітал і виробничі фонди, оборотні кошти, нематеріальні та інвестиційні ресурси.
- *Персонал підприємства* – це сукупність постійних працівників, що отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають досвід практичної роботи.
- Згідно з характером функцій, що виконуються, персонал підприємства поділяється на чотири категорії: керівники, спеціалісти, службовці, робітники.
- Турагент – суб'єкт підприємницької діяльності – фізична особа повинен мати освіту в галузі туризму.



- *Інвестиції* – це довгострокові вкладення капіталу в туристичну (підприємницьку) діяльність із метою отримання прибутку.
- Залежно від того, де вкладається капітал, виділяють *внутрішні* (вітчизняні) й *зовнішні* (іноземні) інвестиції. У свою чергу, внутрішні інвестиції поділяються на *фінансові* та *реальні*, а зовнішні – на *прямі* й *портфельні*.
- Фінансові інвестиції означають використання наявного капіталу для придбання акцій, облігацій та інших цінних паперів, що їх випускають підприємства або держава.
- Реальні інвестиції – це вкладення капіталу з метою оновлення існуючих і створення нових виробництв і як наслідок – одержання набагато більшого прибутку. Такі реальні інвестиції ще називають виробничими, хоча в практиці господарювання за ними закріпилась назва капітальні вкладення.
- Зовнішні прямі інвестиції – вкладення капіталу за кордоном, що за величиною становить не менше 10 % вартості конкретного проекту.
- Портфельні інвестиції є вкладенням капіталу за кордоном, що за величиною становить менше 10 % вартості проекту.



5. Агентський бізнес у туризмі.



- Туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність.



○ Туроператорів класифікують за наступними ознаками:

1) за спеціалізацією:

○ а) оператори масового ринку, які реалізують турпакети на різних видах ринків для широкого кола споживачів (різнотипної клієнтури);

○ б) спеціалізовані оператори, які спеціалізуються на певному виді турпродукту чи сегменті ринку (на певній країні відвідування, на певному виді туризму тощо);



1) за видом діяльності:

- а) ініціативні туроператори – це оператори, які відправляють туристів за кордон чи в інші регіони (в межах країни) за домовленістю з приймаючими (рецептивними) туроператорами чи напряму з підприємствами туристичної індустрії.
- б) рецептивні туроператори – це туроператори на прийомі, які комплектують тури та програми обслуговування в місці прийому та обслуговування туристів, використовуючи прямі договори з постачальниками послуг (готелі, підприємства харчування, розважальні заклади тощо).
- в) консолідовані туроператори – це туроператори, які є частиною холдингу та об'єднані в єдиний господарюючий суб'єкт з підприємствами туристичної індустрії (готелями, ресторанами ін.).

○ Основними функціями туроператорів є:

- вивчення потреб потенційних туристів на тури та туристичні програми;
- створення перспективних програм обслуговування, турів та апробація їх на ринку з метою виявлення відповідності попиту туристів;
- взаємодія з постачальниками послуг на тури на договірній основі;
- розрахунок вартості турів, встановлення тарифів та цін на послуги з комплектації та збуту турів різної комплектації, класності тощо;
- забезпечення туристів, які подорожують по маршрутам турів всіма необхідними документами, матеріалами рекламно-сувенірної продукції, спеціальним спорядженням та інвентарем (за потреби);
- підготовка, підбір та призначення кадрів на маршрут, які займаються виконанням (наданням) зазначених у програмі послуг та організацією обслуговування туристів;
- проведення рекламно-інформаційної діяльності для просування тур продукту через мережу турагентств;
- здійснювати контроль за надійністю та якістю обслуговування;
- здійснювати оперативний зв'язок з туристами (керівником групи) під час обслуговування та вирішувати спірні питання.

- Туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб’єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів та туристичних послуг інших суб’єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх послуг.



- Потреба в турагентах виникає з ряду причин:
 - необхідності просування турів оператора в регіонах – далеко не кожен туроператор має можливість відкривати в кожному перспективному регіоні власне представництво або філіал, тоді як залучення регіональних агентів до спільної роботи надає можливість просування турів оператора далеко від місця його постійної дислокації;
 - необхідності доведення турів до клієнта – не кожен клієнт схильний їхати за десятки або сотні кілометрів, в інше місто, для того, щоб придбати тур. Набагато вигідніше для клієнта придбати пакет в рідному місті у повноважного агента далекого туроператора, аналогічно, це вигідно і для оператора, наявність агентської мережі якого дає змогу обслуговувати іногородніх туристів;
- відсутність у оператора можливості самотійно обслуговувати всіх клієнтів, що відправляються ним. Наявність агентської мережі – це неодмінна умова мінімізації витрат туроператора. Чим більше людей він обслуговує самотійно, тим більше у нього виникає витрат (необхідність утримувати великий штат працівників) і навпаки.



- Функції туристичних агентств:

- рекламування турів, що пропонуються туроператорами, на регіональному ринку за свій рахунок і під свою фінансову відповідальність – агент, таким чином, самостійно ухвалює рішення про те, які із запропонованих оператором турів будуть позитивно сприйняті та затребувані на регіональному ринку, а потім рекламує їх всіма доступними йому способами за власні кошти;
- доведення достовірної інформації про тур потенційному клієнту (у разі звернення клієнта в офіс турагента, той повинен надати зрозумілу і достовірну
 - інформацію про майбутній тур, що організовується туроператором. При цьому інформація, яка потрібна клієнту, може бути будь-якого змісту, що стосується:
- продажу туру, тобто попереднє бронювання туру в оператора, отримання від останнього підтвердження бронювання і приймання оплати за майбутній тур у клієнта;
- комплектуюча функція агентства полягає в придбанні (у туроператора або безпосередньо у постачальників) додаткових туристичних продуктів, що забезпечують максимальну зручність туриста;
- туроформуєча функція агента полягає в можливому придбанні ним окремих туристичних продуктів у різних туроператорів і самостійному формуванні з них туристичного пакета. Ця функція найбільш підходить при організації замовлених індивідуальних або групових турів, а також тоді, коли придбання компонента турів у різних операторів вигідніше з погляду підсумкової ціни туристичного пакета

