

УДК 005:338.486

Ільчак Є.С.¹, Цвілій С.М.²

¹ студ. гр. МТЕ-130 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

РОЗРОБКА ПРОЕКТУ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНТСТВА В ЗАРУБІЖНІЙ КРАЇНІ

В результаті комплексних економічних перетворень, що відбуваються в Україні, створюються нові, вже впроваджуються існуючі моделі та механізми побудови сучасних економічних відносин як в державі, так і на підприємствах. Відповідно будь-який підприємець розуміє, що для подальшої прибуткової діяльності, взагалі, слід досконало управляти господарською діяльністю [1]. Важливе місце належить проектному управлінню, а саме, потребі у вирішенні питань: як спланувати і скоординувати реалізацію проекту; як залучити кошти із зовнішніх джерел для фінансування реалізації проекту; як розпорядитись власними коштами; як досягти максимальних прибутків за мінімальних витрат; як створити команду працівників для реалізації проекту; як мотивувати персонал до ефективної

діяльності; як уникнути конфліктів в команді проекту. Вирішуючи ці питання, стикаємось з проблемою управління проектами, тобто з особливим мистецтвом. Розуміємо проект як комплекс науково-дослідних, проектних, конструкторських, соціальних, економічних, організаційних, господарських та інших заходів, що пов'язанні ресурсами, виконавцями та строками, відповідно оформлені і направленні на зміну об'єкта управління, що забезпечує ефективність вирішення основних завдань, досягнення відповідних цілей за певний період. Кінцевими цілями проектів є створення та освоєння нової техніки, технології і матеріалів, що сприяє виходу вітчизняної продукції на світовий ринок. В індустрії туризму це комплексний туристичний продукт.

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 [2]. 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 елементами створення туристичного агентства в зарубіжній країні є: 1) вибір організаційно-правової форми; 2) протокол намірів учасників (засновників); 3) розробка проектів установчих документів; 4) проведення установчих зборів; 5) підготовка установчих документів для реєстрації; 6) правова реєстрація підприємства; 7) постановка на облік та реєстрація в податкових, статистичних органах, Пенсійному фонді, Фонді соціального страхування, інших установах.

Наступні організаційні процедури, пов'язані з відкриттям рахунків у банківських установах, виготовлення печатки, штампу, фірмових бланків.

В цілому, економічна діяльність – це організована робота туристичного агентства, під час якої використовується капітал, рекреаційні ресурси, засоби виробництва, робоча сила для виробництва, реалізації туристичного продукту. Говорячи про туристичного агентства, маються на увазі ті фірми, основною діяльністю яких є надання туристичних послуг, а всі інші види діяльності – супутні, побічні. Але не будь-яке підприємство чи організацію можна назвати туристичним агентством, оскільки вони можуть діяти як на комерційній, так і не на комерційній основі. Комерційне туристичне агентство має головною метою отримання прибутку за рахунок надання різних видів туристичних послуг. Важливою формою економічної діяльності туристичного агентства є франчайзинг, який означає передачу прав на надання послуг та виробництво туристичного продукту; надання практичної допомоги в справі організації туристичного бізнесу [3]. Франчайзинг як

особлива форма господарювання полягає ось в чому: незалежне підприємство (франчайзодавець), яке виробляє туристичний продукт або надає послуги, передає право використовувати свій товарний знак іншому підприємству (франчайзоотримувачу) в обмін на зобов'язання виготовляти такий самий туристичний продукт або надавати послуги. За право господарювати від імені і під торговельною маркою франчайзодавця підприємство виплачує певний відсоток від свого доходу як матеріальну винагороду. Франчайзинг можна поділити на дві категорії: організація продажу туристичного продукту, а також форма підприємництва. В індустрії туризму найбільш поширена друга категорія франчайзингу, при цьому франчайзодавець створює повну концепцію підприємства або методів роботи, а франчайзоотримувач купує право використовувати наявні наборки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цвілій С. М. Маркетинг в туризмі : навч. посіб. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.
2. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security / V. Zaitseva [et al.] // Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions : monograph. – Boston, 2021. – P. 169–202.
3. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry / S. M. Tsviliy [et al.] // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. – No. 49(3). – P. 946–961.