

**МАТЕРІАЛИ ДЛЯ УЧАСТІ У КОНКУРСНОМУ ВІДБОРІ
КАНДИДАТА НА ПОСАДУ
ДИРЕКТОРА КОМУНАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА ВИКОНАВЧОГО
ОРГАНУ КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ (КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ
ДЕРЖАВНОЇ АДМІНІСТРАЦІЇ) «КИЇВСЬКИЙ МІСЬКИЙ
ТУРИСТИЧНО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР»**

ДВОРНИК ОКСАНИ АНАТОЛІЇВНИ

Пропозиції
щодо плану розвитку та підвищення ефективності діяльності
комунального підприємства виконавчого органу Київської міської ради
(Київської міської державної адміністрації)
«Київський міський туристично-інформаційний центр»

Сучасне інформаційне суспільство вимагає адекватної реакції на потреби сьогодення, які виникають у різних сферах людської життєдіяльності. Інформація ототожнюється з найціннішим глобальним ресурсом і тому вчасне використання можливих варіантів її поширення - ознака цивілізованості та соціально-економічного розвитку держави.

Туристична галузь України здійснює поступальний рух у напрямі використання сучасних інформаційних технологій, здатних піднести розвиток вітчизняної туристичної індустрії на новий якісний рівень. Важливими осередками надання інформаційних послуг щодо туристичних можливостей України виступають туристично-інформаційні центри¹. Світова практика організації та діяльності таких структур виправдовує позитивний вплив наданої туристичної інформації на динаміку туристичних потоків у певному регіоні, демонструє реальне спрямування туристичних потоків у певний регіон та збільшення фінансових надходжень до місцевих бюджетів.

Історія створення комунального підприємства виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації, надалі КМДА) «Київський міський туристично-інформаційний центр» (КП «КМ ТІЦ») бере початок з 1992 року. Розпорядженням Представника Президента України у місті Києві «Про організаційні структури готельного господарства» (від 13.05.1992 № 268) було прийнято рішення створити Київську міську державну комунальну готельно-туристичну фірму. Надалі її було перейменовано відповідно до рішення Київської міської ради «Про

¹ Туристично-інформаційний центр - це місце, де надається інформація про туристично-рекреаційні можливості, в тому числі місця, ресурси, обраного туристами регіону.

перейменування Київської міської державної комунальної готельно-туристичної фірми» (від 01.12.2011 № 761/6997) на КП «КМ ТІЦ».

Дане підприємство засноване на комунальній власності територіальної громади міста Києва і підпорядковане Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (КМДА). Юридична адреса підприємства 01103, м. Київ, вул. Кіквідзе, 21.

КП «КМ ТІЦ»:

- є юридичною особою;
- здійснює свою діяльність на засадах господарської самостійності;
- має самостійний баланс, розрахунковий, валютний та інші рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням, штампи і бланки;
- має право укладати угоди, договори, набувати особисті майнові та особисті немайнові права, нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем в судах;
- може входити до асоціацій, фондів, спілок, створювати спільні і дочірні підприємства, філії та представництва (у встановленому законом порядку, за погодженням з власником або уповноваженим ним органом).

Управління підприємством здійснює директор. Він самостійно вирішує питання діяльності Підприємства в межах своєї компетенції, передбаченої чинним законодавством та Статутом підприємства; діє від його імені, представляє його у відносинах з юридичними особами та громадянами, укладає договори, видає доручення. Директор має право першого підпису, розпоряджається майном та коштами підприємства; призначає та звільняє з посад працівників підприємства.

Основний вид діяльності Підприємства – діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність.

Основною метою КП «КМ ТІЦ» є:

- забезпечення юридичних та фізичних осіб інформацією щодо упорядкування та регулювання туристичною діяльністю;
- визначення тенденцій і шляхів розвитку туристичної галузі;
- співробітництво Підприємства з організаціями та компаніями туристичної індустрії;
- розробка і впровадження проектів норм і стандартів якості обслуговування у своїй діяльності, підготовка для неї фахівців, вирішення актуальних проблем її розвитку;
- підтримка в'їзного туризму;
- впровадження нових технологій, розвиток видавничої та рекламної діяльності в галузі туризму.

Серед пропозицій щодо плану розвитку та підвищення ефективності діяльності комунального підприємства Київської міської ради «Київський міський туристично-інформаційний центр» можна запропонувати наступні:

1. Спільно з Управлінням туризму Департаменту економіки та інвестицій КМДА здійснювати постійне оновлення та наповнення інформацією сторінок туристичного порталу visitkyiv.travel. Наприклад, у розділі «маршрути» додати інформацію про новітні види туризму (наприклад, екстремальний туризм, екологічний туризм; анімаційний туризм); розширити перелік видів туризму, за якими турист зможе обрати найбільш оптимальний для себе маршрут (наприклад, туристичні маршрути призначені для різних вікових категорій: дорослий, дитячий, молодіжний, сімейний). Можливість перегляду даного порталу у соціальних мережах. Проводити на сторінках туристичного порталу конкурси, акції на знання туристичного Києва з подальшим заохоченням переможців. Здійснювати реагування на коментарі та критику щодо роботи порталу в соціальних мережах.

2. Створити електронний туристичний довідник, який встановити в історичному центрі Києва. Він буде містити інформацію про тури по

визначним місцям, інформацію про туристичні атракції, інформацію про розміщення, про заклади освіти тощо.

3. Здійснити картографічне розміщення туристично-рекреаційних ресурсів та транспортних шляхів на електронній карті Києва.

4. Розробити туристичний мобільний додаток, завдяки якому кожен турист, що приїхав до Києва, зможе отримати на свій телефон/гаджет, всю необхідну інформацію про туристичний Київ, включаючи карти міста. Операція має бути доступна для будь-якого телефону.

5. Через мережу київських туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) TOURINFO:

5.1. здійснювати продаж сувенірної продукції, яка користується популярністю серед туристів, у тому числі:

5.1.1. шляхом співпраці з вітчизняними авторськими колективами, організаціями створювати та здійснювати продаж в них ексклюзивної сувенірної продукції, з використанням новітніх технологій. Наприклад, сувенірна продукція, що приурочена до конкретних подій туристичного Києва або для конкретного туристичного туру; сувенірна продукція з використання 3D друку; сувенірна продукція з екологічних матеріалів тощо;

5.1.2. продаж буклетів з конкретних видів туризму, представлених у місті (наприклад, діловий, пізнавальний, релігійний тощо);

5.2. організувати у найближчій перспективі цілодобову роботу ТІЦ, що знаходяться в аеропортах, центральному залізничному вокзалі з можливістю розгляду перетворення їх на соціальні кафе. Це дозволить збільшити туристичні потоки та покращити фінансові показники Підприємства;

5.3. створити інфо-пункти (невеликі кіоски), як структурні елементи ТІЦ, розташовані у місцях активної концентрації людей (наприклад, неподалік станцій метрополітену, зупинок громадського транспорту тощо), зовнішній вигляд яких буде стильним та зрозумілим. Вони будуть надавати безкоштовну інформацію та реалізовувати рекламно-інформаційну продукцію мешканцям міста, гостям та туристам.

6. Отримання прибутку є необхідною метою підприємницької діяльності Підприємства. Тому домінуючою проблемою для нього є максимізація прибутку, що означає розробку стратегії на систематичне збільшення прибутку і мінімізацію витрат. Для забезпечення постійного зростання прибутку, необхідно шукати невикористані можливості його збільшення. У фінансовому плані необхідно врахувати варіанти надходження коштів не лише з державного/місцевого бюджету, але й донорських організацій, фондів, що надають гранти в цій сфері, від зацікавлених підприємств туристичної галузі.

Розробити систему додаткових платних послуг:

- проведення власних авторських екскурсій працівниками ТПЦ;
- розміщення рекламної продукції партнерів в ТПЦ;
- реклама в путівниках, на картах та продаж їх закладам розміщення;
- запуск онлайн продажу та замовлення послуг на туристичному порталі visitkyiv.travel.

7. Збільшити обсяги надходження коштів до бюджету вдвічі від показників 2016 року.

8. Залучати інвестиції для розвитку суб'єкта господарювання. Наприклад, шляхом нестандартних ідей. Адже, як відомо, шалені ідеї притягують інвестиції. Це може стосуватися розширення та зміни дизайнів ТПЦ (наприклад, у вигляді символу Києва – каштану). Також включати стимулювання випуску якісної сувенірної продукції з національною символікою, путівників, карт, довідників; покращення підготовки та перепідготовки працівників сфери туризму і стимулювання вивчення іноземних мов; інформаційна, рекламна діяльність, щодо покращення іміджу міста Києва, його туристичної та інвестиційної привабливості; стимулювання здійснення інноваційної діяльності, впровадження нових технологій тощо.

9. Залучати до ТПЦ студентів туристичних спеціальностей для проходження стажування.

10. Промоція місцевої туристичної інфраструктури та об'єктів туристичних відвідувань на вітчизняних та зарубіжних виставках і ярмарках.

Матеріалізація ризику в господарській діяльності даного Підприємства спричинює відхилення від намічених планів, зокрема у вигляді незапланованих витрат, збитків або зменшення запланованих доходів. У зв'язку з цим, економічний або господарський ризик відіграє дуже важливу роль. Ризик зумовлює завдання збитків господарству підприємства, коливання кон'юнктури, змін на ринку збуту і поведінки клієнтів.

Фактор ризику особливо посилюється в умовах нестабільного стану економіки, який супроводжується інфляційними процесами, дорогими кредитами тощо.

У результаті проведення якісного та кількісного аналізу, можна виділити види ризиків, які можуть негативно впливати на роботу Підприємства:

- виробничий ризик, який виражається ризиком у реалізації товарів і послуг, помилок у ціновій політиці. Наприклад, зростання цін сировину, матеріали, перевезення.

- валютні ризики відображають загрозу валютних витрат, пов'язаних зі зміною курсу однієї іноземної валюти по відношенню до іншої, в тому числі національної валюти, при здійсненні зовнішньоекономічних, кредитних та інших валютних операцій;

- інвестиційний ризик, пов'язаний із технічними нововведеннями.