

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

С. В. Арестов

Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі

Конспект лекцій

Одеса
Одеський державний екологічний університет
2022

УДК 338.48

A80

Арестов С.В.

A80 Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі: конспект лекцій. Одеса, Одеський державний екологічний університет, 2022. 45 с.

ISBN 978-966-186-187-8

В конспекті лекцій викладаються аспекти з аналізу діяльності підприємств туристичної галузі та оцінки фінансового стану і фінансово-господарської діяльності підприємств сфери туризму.

Конспект лекцій призначений для студентів спеціальності 242 «Туризм» всіх форм навчання.

УДК 338.48

Рекомендовано методичною радою Одеського державного екологічного університету Міністерства освіти і науки України як конспект лекцій (протокол №5 від 30. 12. 2022 р.)

ISBN 978-966-186-187-8

© Арестов С.В., 2022

© Одеський державний екологічний університет, 2022

ЗМІСТ

Вступ.....	5
1 Методичні та організаційні аспекти аналізу діяльності туристичних підприємств. Метод і методичні прийоми аналізу діяльності підприємств сфери туризму.....	6
1.1 Мета, об'єкт, предмет і завдання аналізу діяльності господарювання туристичної галузі. Класифікація видів аналізу діяльності підприємств сфери туризму. Зміст аналізу і його функціональна роль в умовах ринкової економіки. Ідентифікація та класифікація суб'єктів господарювання туристичної галузі.....	6
1.2 Економічний аналіз, поняття та загальна характеристика. Елімінування в економічному аналізі діяльності підприємств сфери туризму, способи та прийоми фінансового аналізу.....	14
2 Інформаційне забезпечення аналізу діяльності підприємств туризму. Комплексний аналіз обсягів діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі. Аналіз поточних витрат туристичного підприємства та формування собівартості та туристичні продукти.....	21
2.1 Поняття інформаційного забезпечення, основні джерела даних аналізу діяльності підприємств сфери туризму. Фінансова звітність як важливе джерело інформаційного забезпечення аналізу. Проблеми репрезентативності галузевої звітності в аналізі суб'єктів господарювання.....	21
2.2 Обсяги діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі як об'єкт економічного аналізу. Аналіз структури та динаміки обсягів діяльності ліцензованих суб'єктів туристичного підприємництва. аналіз обсягів діяльності групи підприємств, споріднених галузевою ознакою. Аналіз впливу чинників сезонності на обсяги діяльності та фінансового забезпечення туристичних підприємств. Витрати та собівартість як об'єкт економічного аналізу діяльності підприємства. Аналіз собівартості реалізованої продукції (послуг) за економічними елементами витрат.....	26
3 Аналіз формування фінансових результатів, розподілу та використання прибутку підприємств сфери туризму. Загальна оцінка фінансового стану підприємства. Аналіз формування та використання трудових ресурсів...	32
3.1 Фінансові результати як об'єкт аналізу діяльності туристичних підприємств. Аналіз прибутку (доходу) підприємств туризму. Аналіз	

рентабельності підприємств туризму. Аналіз стійкості. Аналіз платоспроможності.....	32
3.2 Фінансовий стан суб'єкта господарювання як об'єкт аналізу. Підготовчий етап загальної оцінки фінансового стану. Трудові ресурси як об'єкт економічного аналізу. Аналіз формування трудового потенціалу туристичного підприємства. Аналіз та визначення потреби в трудових ресурсах.....	35
Література.....	43

ВСТУП

Метою вивчення дисципліни «Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі» є теоретична та практична підготовка фахівців для подальшої професійної діяльності на підприємствах туристичного бізнесу, курортного господарства. Це можливо через формування у майбутніх спеціалістів цілісної системи знань та вмінь оцінювання фінансового стану і фінансово-господарської діяльності підприємств сфери туризму. Результати аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі можуть бути цінними для власників, потенційних інвесторів, центральних та місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму. Результати проведених аналітичних досліджень є цінними при написанні курсових робіт, виконанні бакалаврських робіт. Тому фаховий аналіз діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі має важливе наукове та практичне значення.

Наявність великої кількості нерозв'язаних методологічних і практичних проблем щодо фінансово-економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі зумовили першочерговий розгляд проблемних питань, які ускладнюють проведення аналітичних досліджень та негативно відображаються як у навчальному процесі, так і в професійній діяльності суб'єктів аналізу в контексті недостатньої об'єктивності

1 МЕТОДИЧНІ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ. МЕТОД І МЕТОДИЧНІ ПРИЙОМИ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

1.1 Мета, об'єкт, предмет і завдання аналізу діяльності господарювання туристичної галузі. Класифікація видів аналізу діяльності підприємств сфери туризму. Зміст аналізу і його функціональна роль в умовах ринкової економіки. Ідентифікація та класифікація суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Діяльність підприємств сфери туризму забезпечується через виконання суб'єктами управління певних функцій. Однією з них є аналіз, оскільки його метою є виявлення глибинних зв'язків і взаємозалежностей між окремими параметрами об'єкта управління, своєчасне визначення тенденцій в розвитку процесів окреслення кращих, ефективніших варіантів управлінських рішень.

Об'єктом аналізу є конкретний предмет чи явище, на які спрямована аналітична діяльність. Цілісним об'єктом аналізу є туристичне підприємство, його господарська діяльність, фінансово-економічний стан. Конкретизованими та деталізованими об'єктами аналізу діяльності підприємств сфери туризму можуть бути виробнича, фінансова, інвестиційна, маркетингова, зовнішньоекономічна та інші види діяльності, виробничі та управлінські структури, організація виробництва та збуту туристичних продуктів тощо.

Під *предметом аналізу* діяльності підприємств сфери туризму треба розуміти господарську діяльність яка характеризується сукупністю економічних відносин з приводу формування, розподілу та використання фінансових ресурсів туристичних підприємств і знаходить своє вираження через сукупність економічних показників. Предмет аналізу визначається цілями його проведення, які залежать від запиту користувачів аналітичної інформації.

Завдання аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі визначаються сукупністю управлінських цілей. Їхнє значення та масштабність є динамічними залежно від змін ринкового середовища і кон'юнктури менеджменту.

До переліку завдань аналізу діяльності підприємств сфери туристичної галузі можна віднести:

— оцінювання обґрунтованості і оптимальності показників, що характеризують господарську діяльність підприємств сфери туризму;

— оцінювання виконання планових завдань і досягнутих результатів;

— розрахунки факторів, які впливають на відхилення фактичних показників від базисних або планових;

— розроблення й обґрунтування заходів, спрямованих на активізацію використання резервів і прийняття оптимальних управлінських рішень;

— оцінювання стану та ефективності використання ресурсно-майнового потенціалу;

— розроблення управлінських рішень щодо ліквідації недоліків мобілізації невикористаних резервів:

— обґрунтування цільових економічних програм, індикативних планів і бізнес-планів;

— виявлення невикористаних резервів покращення економічного стану суб'єкта господарювання туристичної галузі;

— визначення пріоритетів стратегічного розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Отже, аналіз діяльності суб'єкта господарювання туристичної галузі — це система спеціальних знань, яка пов'язана з дослідженням зміни і розвитку соціально-економічних явищ і процесів, що відбуваються в галузі туризму, у їх взаємозв'язку та взаємозумовленості, дослідженням зовнішнього економічного середовища, моделюванням поведінки економічної системи на багато факторній основі, обґрунтуванням цільових програм, індикативних планів та бізнес-планів, кількісним і якісним вимірюванням об'єктивних і суб'єктивних факторів та пошуком резервів удосконалення господарської діяльності, формування аналітичного забезпечення для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Класифікація видів аналізу діяльності підприємств сфери туризму проводиться з метою упорядкування, систематизації теоретичних напрацювань, практичного досвіду в контексті їх адаптації до туризму.

За часовою формою: стратегічний, оперативний, ретроспективний.

Стратегічним аналізом туристичної діяльності називають дослідження діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму, які визначатимуть н майбутнім стан та перспективи розвитку. Особливість даного виду аналізу полягає в проєкції минулого і теперішнього стану СГТГ (суб'єкти господарювання туристичної галузі) на перспективу. Соціально-економічна стратегія пов'язана з вибором сфери діяльності та стратегічних напрямів п розвитку, вибором глобальної стратегічної мети і постановкою локальних завдань її досягнення, формування сукупності стратегій у досягненні глобальної мети і локальних цілей, практичним впровадженням стратегічного плану, його корегуванням у зв'язку з змі-

нами реального середовища.

Оперативний аналіз полягає у забезпеченні управління своєчасною дієвою інформацією про зміну економічної ситуації, причини цієї зміни, відхилення від регламентованих параметрів з метою своєчасного вироблення рішень, спрямованих на попередження та усунення негативних змін і ефективно маневрування ресурсами й капіталом

Основними завданнями оперативного аналізу є:

- постійне спостереження за відхиленнями показників оперативного управління від їх регламентованих значень за місцем, причинами та відповідальністю осіб;
- оперативна оцінка економічної ситуації внутрішнього та зовнішнього середовища за станом, який склався чи може скластись;
- розроблення заходів та підготовка варіантів рішень, спрямованих на швидке усунення виявлених недоліків, попередження чи локалізацію дії негативних факторів і найповніше використання створеної вигоди;
- подання оперативної аналітичної інформації органам управління за визначеними регламентами чи на запит користувачів.

Ретроспективний (наступний) аналіз полягає у системному комплексному дослідженні результатів господарської діяльності підприємства чи інших об'єктів за їх наслідками у розвитку в певному аналітичному періоді.

Основні напрямки ретроспективного економічного аналізу:

- комплексна оцінка стану виробничо "фінансової та інших видів діяльності;
- діагностика внутрішніх та зовнішніх резервів підвищення ефективності господарювання;
- визначення тенденції і закономірностей змін та адаптованості економічної системи будь-якого порядку до умов зовнішнього середовища;
- оцінка зміни місця та ролі економічної системи у ринковому середовищі;
- обґрунтування висновків та пропозицій щодо зміни стратегій і тактики господарського керівництва.

За формою здійснення: зовнішній, внутрішній.

Зовнішній аналіз спрямований на визначення місця господарського суб'єкта у ринковому середовищі для визначення стратегії й тактики економічних відносин, для пошуку партнерів і клієнтів, забезпечення конкурентних позицій тощо. Зовнішній аналіз проводять аналітики, що є сторонніми особами, і тому не мають доступу до внутрішньої інформаційної бази підприємства. Зовнішній аналіз менш деталізований і більш формалізований.

Основні напрямки зовнішнього економічного аналізу:

- аналіз дієвості та ефективності державної політики регулювання туристичної галузі;
- аналіз інвестиційного клімату та інвестиційної привабливості об'єктів;
- маркетинговий аналіз;
- аналіз підприємницького ринку;
- аналіз ділового партнерства;
- аналіз політичних, соціальних, екологічних аспектів господарювання.

Внутрішній аналіз забезпечує комплексне дослідження економічного розвитку суб'єкта господарювання, його структурних підрозділів для забезпечення найповнішого використання його потенціалу і регламентацій діяльності всіх функціональних підсистем. Внутрішній аналіз проводиться працівниками даного підприємства. Інформаційна база такого аналізу значно ширша і включає будь-яку інформацію, що циркулює всередині підприємства і є корисною для прийняття управлінських рішень.

Основні напрямки внутрішнього економічного аналізу:

- аналіз виробничої програми;
- аналіз ресурсозабезпечення та ресурсовикористання;
- аналіз витрат на виробництво та собівартість продукції;
- аналіз технічного та соціального розвитку тощо.

За просторовою формою: макроекономічний, мікро- еко помічний.

Макроекономічний аналіз полягає у дослідженні стану і розвитку туристичної галузі у світі, окремого регіону, держави.

Мікроекономічний аналіз спрямований на вивчення стану і розвитку підприємства, його дочірніх підприємств, окремих структурних підрозділів та центрів відповідальності.

За формою організації дослідження: фінансовий, управлінський.

Фінансовий аналіз є складовою загального, повного, всебічного аналізу господарської діяльності. Метою фінансового аналізу є оцінка фінансового стану туристичного підприємства, вивчення фінансових показників діяльності підприємств та його підрозділів* оцінка результатів його виробничо-господарської та фінансової діяльності, діагностика загрози банкрутства, оцінка інвестиційної привабливості та перспектив розвитку підприємства. Оскільки фінансовий етап підприємства характеризується сукупністю показників, що відображають процес формування та використання його фінансових ресурсів, то він відображає кінцеві результати діяльності підприємства. Відповідно фінансовий аналіз

є обов'язковим елементом фінансового менеджменту на підприємстві.

Управлінський аналіз — з'єднувальна ланка між збором інформації та прийнятті управлінських рішень. Його значення полягає в тому, що він є головним засобом виявлення резервів підвищення ефективності операційної, фінансової й інвестиційної діяльності, удосконалення механізму господарювання.

У фаховій літературі розглядаються й інші класифікаційні ознаки аналізу, зокрема за періодичністю: періодичний і одноразовий; за масштабом дослідження об'єкта : суцільний, вибірковий, загальний, комплексний, тематичний

Аналіз (від грецької *analysis* — розкладання, розчленування) — пов'язані між собою і взаємно обумовлені методи вивчення та наукового дослідження певних явищ, процесів, дій, результатів. У діяльності сфери туризму аналіз застосовується для виявлення закономірностей і тенденцій розвитку економічних процесів, дій, результатів, а також виявлення та оцінки чинників, які впливають на економічні показники (обсяг виробництва, прибуток, рентабельність, показники ефективності господарської діяльності).

Зважаючи на ресурсний потенціал України, становлення та розвиток туризму, курортного господарства, готельно-ресторанної справи зокрема належать до ключових чинників економічного розвитку нашої держави. Туристичний бізнес відіграє провідну роль в активізації процесів соціально- економічного розвитку, у визначенні темпів структурної та якісної характеристики ВВП. Однак практика функціонування вітчизняних суб'єктів господарювання туристичної галузі засвідчує, що за ефективністю вони ще не посіли належного місця, насамперед відповідно до світового рівня.

За допомогою аналізу можна оцінити проблемні аспекти фінансово-господарської діяльності, визначити, наскільки обґрунтованими є планові завдання, чи повною мірою враховані резерви підвищення ефективності функціонування туристичного підприємства. Цей метод також дає змогу виявити невикористані можливості підвищення ефективності господарювання - збільшення обсягів туристичної діяльності, зниження собівартості, покращення фінансових результатів і фінансового стану суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Практичне значення аналізу діяльності підприємств сфери туризму розкривається через потенціал інформаційного забезпечення керівництва туристичних підприємств та зовнішніх користувачів інформації (інвесторів, кредиторів, центральних та місцевих органів виконавчої влади в галузі туризму та ін.).

Організація аналізу діяльності підприємств сфери туризму сприяє розв'язанню економічних, організаційних проблем, прийняттю управлінських рішень як стратегічних - спрямованих на планування, так і тактичних — з оперативного регулювання діяльності туристичних підприємств. Аналіз має дієвий характер, оскільки управлінські рішення стосуються конкретних суб'єктів господарювання і спрямовані на підвищення ефективності туристичної діяльності.

Слід зазначити, що проблематика аналізу для управлінських цілей у тих чи інших аспектах досить активно обговорюється в наукових колах [21,14,16]. Чимало важливих досліджень зосереджено в таких важливих проблемах фінансового менеджменту як удосконалення методів управлінського обліку, калькування витрат і організація їхнього аналізу та бюджетування.

Однак фінансовий менеджмент повинен враховувати специфіку конкретної галузі, інакше він втрачатиме своє практичне спрямування. Традиційні підходи до розгляду теорії і практики фінансового менеджменту підприємств без врахування галузевої специфіки їх діяльності не дозволить вирішити спеціальні проблеми. З огляду на важливі проблеми в цілому, актуалізується проблематика фінансово-економічного аналізу, що дає змогу суттєво поглибити інформацію щодо функціонування підприємства за видами економічної діяльності видами продукції (послуг), регіонами, окремими структурними одиницями та підрозділами підприємств, і є системою забезпечення фінансового менеджменту підприємств сфери туризму для планування, контролю, прийняття та реалізації управлінських рішень.

Діяльність підприємств сфери туризму забезпечується через виконання суб'єктами управління певних функцій. Однією з них є фаховий аналіз, оскільки дає змогу виявити функціональні зв'язки і взаємозалежності між окремими параметрами об'єкта управління. Своєчасно визначити тенденції в розвитку господарських процесів. Сутнісний аспект фаховості аналізу в даному контексті підкреслює важливість професійної підготовки, майстерності та водночас обізнаності з галузевими особливостями функціонування суб'єктів господарювання туристичної галузі.

У сучасній економічній літературі питання аналізу для розв'язання проблем фінансового менеджменту підприємств знаходить відображення переважно в контексті фінансового аналізу або ж управлінського обліку.

Фінансовий аналіз науковці розглядають, по-перше, як складова фінансового менеджменту, по-друге, як метод фінансового менеджменту і, по-третє - як система забезпечення фінансового менеджменту:

1) А. Г. Загородній та Г, Л. Вознюк до фінансового менеджменту відносять фінансовий аналіз та систему прийняття рішень [23];

2) за трактуванням О. Плотнікова, фінансовий аналіз є методом фінансового менеджменту, який охоплює: оцінку фінансових потреб підприємства для досягнення стратегічних цілей менеджменту; розподіл потоків грошових коштів залежно від конкретних планів підприємства;

3) І. А. Бланк включає до методологічних основ побудови систем забезпечення фінансового менеджменту, крім організаційного та інформаційного забезпечення, фінансовий аналіз, планування і контроль.

Аналіз діяльності підприємств сфери туризму знаходить свої витoki і в управлінському обліку. “Внутрішньогосподарський (управлінський) облік є системою обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішнього користування у процесі управління підприємством” [4],

За твердженням М. Г, Чумаченка, “відмінність управлінського обліку полягає в тому, що крім обліку витрат і калькування собівартості продукції, спеціальний обліковий апарат виконує всі операції, пов’язані з управлінням собівартістю продукції на підприємстві” [13, 8].

З огляду на багатовекторність поглядів на фінансовий аналіз та управлінський облік, їх місце, значення: у фінансовому менеджменті, окремого з’ясування погребує питання фахового аналізу діяльності підприємств сфери туризму, його функціонального призначення, дієвості у фінансовому менеджменті з урахуванням галузевої специфіки туристичного бізнесу.

Аналіз діяльності підприємств сфери туризму — це система спеціальних знань, яка пов’язана із дослідженням зміни і розвитку соціально-економічних явищ та процесів, що відбуваються в галузі туризму, у їх взаємозв’язку та взаємозумовленості, дослідженням зовнішнього та внутрішнього економічного механізму туристичних підприємств, обґрунтування цільових програм, бізнес-план, кількісним і якісним вимірюванням об’єктивних і суб’єктивних факторів та пошуком резервів удосконалення господарських систем, формування аналітичного забезпечення для прийняття оптимальних управлінських рішень.

Внутрішній аналіз діяльності підприємств сфери туризму передбачає дослідження залежності між витратами, обсягом реалізації, ціною і прибутком підприємства, яке трактується як операційний аналіз, або ж аналіз беззбитковості, оскільки він дозволяє розраховувати обсяги виробництва та реалізації продукції (послуг), за яких доходи дорівнюють витратам — туристичний бізнес не несе збитків, але й не приносить прибутків. Прогнозні розрахунки прибутку важливі не лише для менедже-

рів підприємства сфери туризму, але й для акціонерів, інвесторів, банківських установ. Тому планування оптимальної величини прибутку є важливим чинником успішної підприємницької діяльності підприємств за сучасних умов господарювання. *Операційний аналіз* сприяє пошуку найбільш вигідних комбінацій між витратами на одиницю продукції (послуг), постійними витратами, ціною та обсягами реалізації.

Важливим управлінським аспектом аналізу діяльності підприємств сфери туризму є технологія бюджетування. Відповідно до функціональної структури компаній, типової для даного середовища, бюджетування завжди виконується за визначеною моделлю. В умовах ринкової економіки мстою туристичного бізнесу є приріст ринкової вартості туристичної фірми через формування позитивного фінансового результату від збуту туристичних продуктів. Тому розробка бюджету збуту продукції (послуг) є важливою складовою бюджетного процесу на туристичному підприємстві.

Однак для того щоб бюджет міг виконувати своє управлінське призначення, він має синтезувати функції структурних підрозділів туристичного підприємства, при цьому грошові потоки мають узгоджуватись в часовому аспекті. За умови, що значна частина грошових потоків має періодичний характер (оплата праці, проценти за банківський кредит, лізингові платежі, орендна плата та 13 н.), при складанні бюджету доцільно застосовувати ту ж періодичність планування. Такий підхід дасть змогу порівнювати дані, закладені в бюджеті і фактичні показники, здійснювати моніторинг та контроль операційної діяльності підприємств сфери туризму.

Таким чином, фаховий аналіз діяльності підприємств сфери туризму має важливе значення в оцінюванні проблемних аспектів господарської діяльності, визначенні обґрунтованості планових завдань, виявленні резервів підвищення ефективності господарської діяльності. Аналіз діяльності підприємств сфери туризму є підсистемою забезпечення фінансового менеджменту, що спрямована на управління фінансово-економічним потенціалом підприємства: збільшення обсягів туристичної діяльності, зниження собівартості, покращення фінансових результатів і фінансового стану суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Отже, розглянувши фінансово-управлінські аспекти аналізу діяльності підприємств сфери туризму, слід зазначити, що саме фахове спрямування аналітичних досліджень концентрує увагу на багатьох спеціальних і ключових проблемах, що лежать у площині фінансового менеджменту підприємств сфери туризму. Інформаційна база такого аналізу значно ширша і включає будь-яку інформацію (із внутрішніх та зовнішніх джерел), що є корисною для прийняття управлінських рішень. З

урахуванням того, що отримані результати досліджень матимуть практичне значення і застосування, в перспективі організація фахового аналізу на підприємствах сфери туризму набуватиме дієвості

1.2 Економічний аналіз, поняття та загальна характеристика.
Елімінування в економічному аналізі діяльності підприємств сфери туризму, способи та прийоми фінансового аналізу.

Метод аналізу — способи, прийоми та засоби дослідження економічних явищ і процесів на макро-, мезо- і мікроекономічному рівнях. Метод аналізу — це науковий спосіб вивчення, становлення та розвитку господарських явищ та процесів, що забезпечує проведення дослідження об'єкта шляхом вивчення взаємозв'язку і змін його параметрів, кількісного та якісного вимірювання впливу окремих факторів і їх сукупності на ці зміни.

Всеохоплюючим методом пізнання законів природи є діалектичний, в основі якого лежить розгляд явищ природи у взаємозв'язку, взаємозумовленості, русі, зміні і розвитку. Функціональний зміст діалектичного методу визначається тим, що будь-яке явище чи процес розглядають як складну систему. Вивчення її внутрішньо елементної будови та взаємозв'язків між окремими структурними елементами дає змогу пізнати об'єктивну реальність явища чи процесу, з'ясувати чинники впливу. Відтак; діалектичний метод аналізу слугує теоретичною і методологічною основою методів усіх наук, у тому числі і фінансово-економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Метод аналізу базується на дедукції та індукції. Дедукція — це розклад (аналіз) загального на частки, а індукція — узагальнення (синтез) часток у загальне. Аналіз і синтез завжди перебувають у діалектичній єдності доповнюють одне одного.

Метод аналізу передбачає вивчення тішу та характеру зв'язків, побудову алгоритму факторної залежності і визначення послідовності оцінок впливу факторів. Найпоширенішим і доцільним є вираження економічних зв'язків у вигляді математичних формул чи математичних моделей. Звичайно, не вся сукупність зв'язків може бути формалізована, але чим більший результат формалізації, тим об'єктивніші оцінки та висновки.

Взаємозв'язок можна представити як функціональний. Функцій [лат.function — виконання, звершення] — математична величина, що змінюється зі зміною незалежної змінної величини.

Якщо позначити досліджуваний результат F , а фактори, від яких він залежить, — X_1, X_2, X_3, \dots , то цю залежність можна відобразити таким чином:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, \dots)$$

Визначення аналітичної моделі забезпечується через вивчення ключових факторів, що корелюються у функціональному зв'язку, визначення алгоритму функціональної залежності.

Вимірювання ступеня впливу факторів на зміну параметрів об'єкта та визначення їхньої структурної участі у динаміці загального результату їх сукупної дії залежить від правильності визначення алгоритму зв'язку і від коректності проведених математичних розрахунків. Точність результатів аналітичних досліджень можна перевірити: *сума часткових результатів впливу окремих факторів = результату їх сумарної дії за критерієм балансової узгодженості.*

Сукупність функціональних зв'язків можна класифікувати на детерміновані й стохастичні. Детерміновані зв'язки представлені пропорційними залежностями між двома чи більше параметрами аналітичної моделі, за умови, що певному значенню фактора відповідає адекватне значення досліджуваного параметра.

Стохастичні зв'язки - це складні залежності між параметрами аналітичної моделі, коли тому самому значенню фактора може відповідати декілька значень результатного параметра. Стохастичний аналіз спрямований на дослідження непрямих зв'язків, які не можуть бути описані моделями прямого детермінованого аналізу.

В економічному аналізі моделювання є інструментом дослідження об'єкта через його опосередковане пізнання за допомогою об'єкта-замінника, що дає змогу отримати уявлення про досліджуваний об'єкт, кількісно описати та якісно оцінити. Розрізняють теоретико-аналітичні та прикладні економіко-математичні моделі. Перші використовують для дослідження загальних властивостей закономірностей економічних явищ і процесів, другі — для розв'язку конкретних задач економічного аналізу, прогнозу, управління. Поділ моделей на класифікаційні групи є досить умовним, їх можна класифікувати й за іншими ознаками. Конкретизація методу у формі інструкцій, правил, дій, алгоритмів, чіткого опису способів та прийомів виконання аналітичної роботи називають методом аналізу.

Застосування основних способів опрацювання економічної інформації.

Найбільш поширеними способами опрацювання економічної інформації є: групування, порівняння, використання відносних величин,

використання середніх величин, коефіцієнтний аналіз, аналіз динаміки показників.

Практичне застосування в аналізі діяльності підприємств сфери туризму знаходить групування Інформації, тобто поділ загальної сукупності показників, що їх вивчають, на однорідні групи за відповідними ознаками.

Залежно від завдань аналізу використовують типологічні, структурні або факторні купування. *Типологічні групування* використовують для розділення усієї сукупності первинних даних на однорідні групи та класи. *Структурні групування* використовують для вивчення внутрішнього складу сукупності однієї групи чи класу. *Факторні групування* служать для встановлення причинно-наслідкових зв'язків між ознаками, що їх визначають, і виявлення тих, які впливають на зміну факторів.

Порівняння — досить поширений метод аналізу, У процесі порівняння здійснюємо зіставлення порівняльних явищ для виявлення подібності або відмінності між ними.

Існує декілька форм порівняння: зіставлення фактичних та планових показників; порівняння даних поточних періодів з аналогічними періодами в минулому; порівняння з даними інших суб'єктів господарювання туристичної галузі; порівняння з нормативами.

Використання методу порівняння можливе лише за дотримання певних умов, що характеризують об'єкти аналізу, а саме: використання однакових часових інтервалів, зіставлення цін, однакових методик, за якими визначені показники, тотожності структури об'єктів дослідження тощо.

Відносні величини — це показники, що характеризують певне економічне явище і відображають співвідношення між абсолютними величинами, які є ознаками цього явища. Залежно від бази порівняння виділяють відносні величини виконання плану; динаміки, структури. Відносні величини використовують для оцінки фінансово-економічного стану туристичного підприємства, його кредитоспроможності, податкоспроможності, інвестиційної привабливості.

Відносні показники вимірюють у коефіцієнтах, процентах, проміле, індексах.

Середні величини застосовують, коли необхідно виділити загальні ознаки із сукупності, відобразити загальні кількісні властивості явищ. Середня величина відображає те спільне, характерне, що об'єднує якісно однорідну сукупність показників певного економічного явища.

Використання середніх величин надзвичайно поширене при аналізі діяльності підприємств сфери туризму. Проте застосування середніх

величин призводить до згладжування індивідуальних властивостей, коли для детальнішого аналізу слід доповнювати даними про окремі розсіювання показників за їх середньою величиною.

Динаміка показників - це ряди послідовних показників, що характеризують зміну економічних явищ у часі. Вони дають змогу виявити закономірності економічного розвитку й відтворити його у цифровій формі. Ряд динаміки складається з двох елементів: моментів часу (або дат) та самих даних, що називаються рівнями ряду. Економічне читання даних, представлених у такий спосіб, дає підстави для деяких важливих аналітичних висновків.

Для повної характеристики змін і тенденцій у динаміці використовуються такі додаткові показники: абсолютний приріст, темп зростання, темп приросту, абсолютне значення одного відсотка приросту.

Темп зростання — виражений коефіцієнтом або у відсотках відносний показник динаміки економічного розвитку, що становить собою снів в ід ношення двох рівнів ряду динаміки. Він показує, яку частку певний рівень становить щодо іншого рівня, взятого за базу порівняння. Базою порівняння може бути певний постійний рівень (переважно початковий рівень ряду) або попередній до цього рівня рівень ряду. Таким чином, даний показник можна розраховувати з постійною або змінною базою порівняння.

Елімінування — логічний прийом економічного аналізу, що дає змогу виявити вплив окремих чинників на узагальнюючі показники фінансово-господарської діяльності. Елімінування використовують тоді, коли між аналізованими явищами існує функціональна залежність (прямо або обернено пропорційна). Суть даного прийому полягає в умовному усуненні впливу на узагальнюючий показник усіх чинників, що діють водночас, крім одного; завдяки цьому послідовно визначається рівень впливу кожного з них.

В економічному аналізі метод елімінування використовують у таких варіантах, як спосіб ланцюгових підставок, спосіб абсолютних та відносних різниць, індексний метод та метод перерахунку показників.

Спосіб ланцюгових підстановок застосовується для визначення впливу факторів на зміну величини результативного показника з допомогою поетапної зміни базисної величини кожного факторного показника у моделі на задану (звітну, проектно-кошторисну та ін.) величину.

Спосіб різниць — дещо спрощений метод ланцюгових підстановок, в якому використовують відхилення фактичних даних від плану або іншої бази, взятої для розрахунку. Розрахунки здійснюють в абсолютних чи у

відносних (у відсотках) величинах. За умови, що результативний показник розраховуватиметься як частка від ділення факторів чи представлений залежністю факторів, в такому разі доцільно використовувати універсальний спосіб ланцюгових підстановок, Незважаючи на те, що можливість застосування способу абсолютних різниць є досить обмеженою, завдяки його зручності він є поширеним в економічному аналізі.

Спосіб різниць у відносних величинах використовують тоді, коли у вихідній інформації для окремих чинників є лише відносні показники. При цьому розраховують зміну пов'язаних між собою показників у відсотках проти базового чи планового показника, який править за основу для розрахунку рівня впливу чинників на кінцевий результат.

Класифікація способів та методичних прийомів аналізу обумовлена необхідністю побудови раціонального алгоритму розв'язку аналітичних задач за стандартами забезпечення прийняття типових рішень або на запит користувачів аналітичної інформації. Способи проведення аналізу діяльності підприємств сфери туризму умовно можна класифікувати на неформалізовані та формалізовані.

Неформалізовані способи аналізу ґрунтуються на описуванні аналітичних процедур на логічному рівні, а не на жорстких аналітичних взаємозв'язках та залежностях. До неформалізованих належать наступні: експертних оцінок і сценаріїв, психологічні порівняльні побудови системи показників, побудови системи аналітичних таблиць. У цих способах велике значення мають інтуїція, досвід та знання аналітика.

До *формалізованих способів* належать ті, в основу яких покладено жорстко формалізовані аналітичні залежності, тобто способи: ланцюгових підстановок, абсолютних і відносних різниць, балансовий, відсоткових чисел, простих і складних.

Для досягнення мети та розв'язання поставлених завдань аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують не всі можливі способи і методичні прийоми з наявного арсеналу, а лише ті, що є обґрунтованими, доцільними, забезпечуватимуть розкриття об'єктивної реальності задовольнятимуть вимоги методичних рекомендацій користувачів інформації, з огляду на це найбільш поширеними є такі *методичні прийоми фінансового аналізу* діяльності підприємств сфери туризму:

1) горизонтальний (часовий) аналіз — порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

2) вертикальний (структурний аналіз) — визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий

результат;

3) трендовий аналіз — порівняння кожної позиції звітності рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу Індивідуальних особливостей періодів (за допомогою тренду Здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективний період, тобто перспективний прогноз-аналіз фінансового стану); аналіз відносних показників (коефіцієнтів) - розрахунок відношень між окремими позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

4) порівняльний аналіз — внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими показниками;

5) факторний аналіз — визначення впливу окремих факторів (причин) на результатний показник детермінованих (розділених у часі) або сто хаотичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. При цьому факторний аналіз може бути як прямим (власне це розбір, розкладання, розчленування предметів або явищ на складові частини, властивості, ознаки), коли показник розділяють на окремі складові, так і зворотний (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник,

Аналіз діяльності підприємств сфери туризму передбачає застосування різних моделей, які дають змогу структурувати та ідентифікувати взаємозв'язки між основними показниками. Існують три основні типи моделей, які застосовують у процесі аналізу фінансового стану підприємства. *Дескриптивні* моделі є основними. Дані моделі засновані на використанні інформації з бухгалтерської звітності *Предикативні* моделі — це моделі передбачуваного, прогностичного характеру (доходи та прибутки в майбутньому). *Нормативні* — це моделі, які уможливають порівняння фактичних результатів з нормативними (встановлення норм).

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте поняття, необхідність, особливості фінансово-економічного аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

2. У чому полягає роль і практичне значення фахового аналізу в системі управління діяльністю туристичних підприємств?

3. Сформулюйте значення аналізу для розв'язання проблем фінансового менеджменту підприємств сфери туризму.

4. Розкрийте сутність туризму в контексті галузевого устрою економіки.

5. Подайте класифікацію суб'єктів господарювання туристичної галузі за функціональним призначенням.

6. Розкрийте типологію суб'єктів господарювання за категоріями участі у туристичній діяльності.

7. Сформулюйте об'єкт і предмет аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

2 ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ. КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ОБСЯГІВ ДІЯЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ. АНАЛІЗ ПОТОЧНИХ ВИТРАТ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ТА ТУРИСТИЧНІ ПРОДУКТИ

2.1 Поняття інформаційного забезпечення, основні джерела даних аналізу діяльності підприємств сфери туризму. Фінансова звітність як важливе джерело інформаційного забезпечення аналізу. Проблеми репрезентативності галузевої звітності в аналізі суб'єктів господарювання

Інформаційне забезпечення аналізу діяльності підприємств сфери туризму є комплексним поняттям, що передбачає опрацювання фахової літератури, вивчення практичних матеріалів діяльності туристичних підприємств опрацювання законодавчої бази, інструктивного матеріалу тощо. Основні джерела даних обираються відповідно до поставленої мети та основних завдань дослідження. Для проведення аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують такі *джерела даних*:

1) внутрішні (внутрішні нормативи та планові показники фінансово-економічного розвитку підприємства; деталізовані дані за видами економічної діяльності підприємства; дані управлінського внутрішньовиробничого обліку й контролю та інші);

2) зовнішні:

а) макроекономічні показники (темп росту ВВП, грошові доходи населення, індекс інфляції, облікова ставка НБУ умови оподаткування тощо);

б) галузеві (обсяг реалізації підприємствами галузі; матеріально-технічний стан галузі; прибутковість, ризик; стадія життєвого циклу галузі тощо);

в) регіональні (плани та програми соціально- економічного розвитку, дані засобів масової інформації, місцевих статистичних управлінь науково-аналітичних та консультаційних служб).

Залежно від поставлених завдань для аналізу діяльності підприємств сфери туризму використовують такі основні *блоки інформаційного забезпечення*:

- 1) фінансову звітність;
- 2) статистичну звітність;
- 3) дані управлінського обліку;
- 4) дані з первинної облікової документації;

- 5) експертні оцінки;
- б) не облікові дані.

Блок 1. Фінансова звітність. Метою фінансової звітності є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух коштів підприємства.

В Україні туристичні підприємства використовують такі форми фінансової звітності: форма 1 “Баланс”; форма 2 “Звіт про фінансові результати”; форма 3 “Звіт про рух грошових коштів”; форма 4” Звіт про власний капітал”; форма 5 “Примітки до річної фінансової звітності”.

Блок 2. Статистична звітність. Дані зі стандартних обов’язкових форм державної статистичної звітності (1- підприємство, 1- тур. та 43 н.), що затверджуються Держкомстатом України, можуть бути корисними для вироблення (координації) стратегії підприємства з огляду на показники роботи туристичної галузі.

Блок 3. Дані внутрішньогосподарського обліку.

Дані управлінського обліку даються керівництву підприємства для прийняття відповідних рішень щодо витрат: за видами туристичних продуктів, товарів та послуг туристичного призначення; за місцями виникнення (виробничі підрозділи); за класифікаційними ознаками (постійні та змінні); за калькуляційними статтями; за економічними елементами; за періодами тощо.

Блок 4. Дані з первинної облікової документації (вибіркові дані). При розробці управлінських заходів, пов’язаних покращенням фінансово-економічного стану туристичного підприємства, вибірково, на запит, можна скористатися даними з первинних документів, оборотних відомостей за аналітичними та синтетичними рахунками наприклад: про структуру дебіторської та кредиторської заборгованості за видами, термінами оплати та носіями; про виконання кредитних угод тощо.

Блок 5. Експертні оцінки. У попередніх блоках розглядалися інформаційні джерела, які містять дані про те, що вже сталося, тобто ретроспекцію. До експертних оцінок вдаються насамперед з метою отримання даних про відносну значущість того чи іншого аналітичного показника під час розгляду їх сукупності. Експертні оцінки використовують для планування та прогнозування показників, що характеризують обсяги туристичної діяльності, фінансові результати можливі наслідки тощо.

Блок 6. Необлікові дані. Для проведення аналізу можуть виявитись цінними інформаційні джерела, що не відображені в жодному із видів обліку (управлінському, фінансовому, бухгалтерському, статистичному) та не розкриті у звітності (фінансовий, статистичний, галузевий). Придатними (певною мірою) для проведення аналізу є результати анкетування, спостережень, вивчення повідомлень у засобах масової інформації

Основним джерелом даних для проведення фінансового аналізу діяльності підприємств є їх фінансова звітність.

Фінансова звітність підприємства (крім бюджетних установ, представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності та суб'єктів малого підприємництва, визнаних такими відповідно до чинного законодавства) включає наступні форми: баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал та примітка до звітів.

Форма 1 “Баланс” — звіт, що дозволяє оцінити активи зобов'язання і капітал підприємства на встановлену дату. Використовуючи цю форму звітності як першоджерело інформації, доцільно розробити на її основі агрегований аналітичний баланс, що сприятиме систематизації основних блоків аналітичної інформації, що характеризуватимуть ресурсно-майновий потенціал туристичного підприємства та джерела його фінансового забезпечення.

Форма 2 “Звіт про фінансові результати” - містить дані про доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства за звітний та попередній періоди.

Форма 3 “Звіт про рух грошових коштів” - відображає; надходження та витрачання коштів у звітному періоді за операційною, інвестиційною та фінансовою діяльністю підприємства.

Форма 4 “Звіт про власний капітал” - характеризує зміни у складі власного капіталу протягом звітного періоду.

“Примітка до звітів” — сукупність показників і пояснень, як забезпечують деталізацію та обґрунтованість статей фінансових звітів, розкривають іншу інформацію

Для суб'єктів малого підприємництва і представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності національними положеннями (стандартами) встановлюється скорочена за показниками фінансова звітність у складі балансу і звіту про фінансові результати.

Форми фінансової звітності підприємств (крім банків) і порядок їх заповнення встановлюється Міністерством фінансів України за погодженням з Державним комітетом статистики України.

Підприємства, що мають дочірні підприємства, крім фінансових звітів про власні господарські операції, зобов'язані складати та подавати консолідовану фінансову звітність.

Звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжну звітність складають щоквартально наростаючим підсумком з початку звітного року в складі балансу та звіту про фінансові результати. Баланс підприємства складають за станом на кінець останнього дня кварталу (року).

Підприємства зобов'язані подавати квартальну та річну фінансову звітність органам, до сфери управління яких вони належать, трудовим колективам на їх вимогу, власникам (засновникам) відповідно до установчих документів. Органам виконавчої влади та іншим користувачам фінансова звітність подається відповідно до законодавства. Термін подання фінансової звітності встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Фінансова звітність підприємств не становить комерційної таємниці, крім випадків, передбачених законодавством.

Відкриті акціонерні підприємства, підприємства - емітенти облігацій, банки, дочірні товариства, валютні та фондові біржі, інвестиційні фонди, кредитні спілки, недержавні пенсійні фонди, страхові компанії та інші фінансові установи зобов'язані не пізніше 1 червня наступного за звітним року оприлюднювати річну фінансову звітність та консолідовану звітність шляхом публікації у періодичних виданнях або розповсюдження її у вигляді окремих друкованих видань,

Для оцінки економічної та соціальної ефективності туризму як у національному, так і в регіональному масштабі необхідна наявність достатнього інформаційного забезпечення. Основними причинами проблематичності його формування є:

1) проблеми різної галузевої та відомчої приналежності виробників туристичних благ (товарів, послуг), а відповідно відсутність належним чином організованого статистичного обліку туристичної діяльності, і як наслідок — соціально- економічні показники туризму “розчиняються” у даних інших галузей національної економіки (охорона здоров'я, соціальне забезпечення, культура, готельна індустрія, транспорт);

2) умовне розмежування господарських об'єктів туристичної галузі на “ліцензовані” та “не ліцензовані”.

Побудова державної статистичної звітності за формою 1-ТУР потребує вдосконалення, оскільки такий підхід не відображає реальних показників роботи туристичної галузі, адже ліцензуванню згідно з чинним законодавством підлягає лише тур операторська та тур агентська

діяльність, відтак коло суб'єктів господарювання туристичної галузі є значно ширшим.

Так, українські ліцензовані суб'єкти туристичного підприємства складають державну статистичну звітність з туризму за формою "І-ТУР", яка розроблена відповідно до міжнародних рекомендацій Всесвітньої Туристичної Організації. Ця звітність виступає доволі систематизованим джерелом інформації статистики туризму — містить дані стосовно розподілу туристів за цілями та віком; розміщення туристів на території України; про в'їзд іноземних туристів; туристів, які виїжджали за кордон; основні фінансово-економічні показники галузі.

Однак за своїм економічним змістом дана звітність є обмежено придатною для аналітичних цілей: 1) неможливо оцінити стан матеріально-технічної бази туризму; 2) неможливо проаналізувати фінансове забезпечення галузі — наявність власного капіталу, довгострокових та поточних зобов'язань; 3) звітність подають тільки ліцензовані суб'єкти індустрії туризму, в результаті у показниках роботи туристичної галузі адекватно не відображено обсяги діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі, які не підлягають ліцензуванню.

Інформаційне забезпечення аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі однозначно потребує вдосконалення, Державна статистична звітність за формою І-ТУР представляє фінансово-економічні показники укрупнено, а також не узгоджено із сучасними вимогами користувачів фінансової інформації. Так, використання показника "балансовий прибуток" є недоречним із впровадженням національних стандартів бухгалтерського обліку. У рядку "платежі до бюджету" "вказують фактичні суми податку на прибуток, на землю, на додану вартість та інші платежі в бюджети різних рівнів від туристичної діяльності", хоча доцільним є подання інформації про суми платежів за видами у державний та місцевий бюджети. Втрати, пов'язані з наданням туристичних послуг, необхідно деталізувати із вказівкою елементів операційних витрат. Це все зумовлює необхідність гармонізації туристичної звітності в частині фінансово-економічних показників до вимог національних стандартів бухгалтерського обліку та відповідного представлення фінансової інформації у звітності. Крім того, виникає необхідність розмежування обліку та представлення у туристичній звітності фінансово- економічних показників окремо за обсягами туристичної діяльності юридичних та фізичних осіб — суб'єктів господарювання туристичної галузі у зв'язку із специфікою формування фінансових результатів їх діяльності.

2.2 Обсяги діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі як об'єкт економічного аналізу. Аналіз структури та динаміки обсягів діяльності ліцензованих суб'єктів туристичного підприємництва. аналіз обсягів діяльності групи підприємств, споріднених галузевою ознакою. Аналіз впливу чинників сезонності на обсяги діяльності та фінансового забезпечення туристичних підприємств. Витрати та собівартість як об'єкт економічного аналізу діяльності підприємства. Аналіз собівартості реалізованої продукції (послуг) за економічними елементами витрат.

Обсяг діяльності суб'єкта господарювання туристичної галузі — виробництво (реалізація продукції, туристичних продуктів та послуг — є вихідним показником (базою) для розрахунків узагальнюючих показників, що використовуються в практиці обліку, планування, аналізу і звітності. Виходячи з обсягу діяльності, визначається потреба в ресурсах, основних і оборотних фондах. На основі обсягу діяльності визначаються як планові, так і звітні показники ефективності використання ресурсів: продуктивність праці, фондівіддача, собівартість, кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства - прибуток (збиток).

Для вимірювання обсягів діяльності туристичного підприємства застосовуються натуральні, вартісні, умовні показники (туро-дні, ліжко-дні, людино-дні та ін.). Найбільш достовірно обсяг діяльності відображають натуральні показники. Проте натуральному виміру підлягають лише однорідні види продукції, однотипні види туристичних продуктів та послуг, Використання вартісних вимірників усуває цей недолік та дозволяє узагальнювати дані обсягів туристичної діяльності за окремим туристичним підприємством, його структурними підрозділами, видами туризму (внутрішнім, іноземним, зарубіжним), за видами економічної діяльності в галузі туризму тощо.

Аналіз обсягів діяльності туристичного підприємства проводиться щомісяця, щокварталу, кожне і наріччя, щороку. У процесі його здійснення фактичні дані порівнюють з плановими, за попередні періоди, розраховують процент виконання плану з прибутку, абсолютне відхилення від плану, темп росту і приросту за проміжок часу, що аналізується, абсолютне значення 1 % приросту.

Основним вартісним показником для оцінки роботи туристичного підприємства є обсяг виручки від реалізації продукції послуг, туристичних продуктів. Наведемо приклад аналізу динаміки обсягів доходу (виручки) від реалізації продукції та послуг з використанням розрахунку базових і ланцюгових темнів росту та приросту

Результати аналізу обсягів діяльності суб'єктів господарювання є цінними для внутрішніх та зовнішніх користувачів фінансової інформації: трудового колективу - оскільки заробітна плата, виплати преміальних та

матеріального стимулювання залежать від ефективності організації фінансово- господарської діяльності підприємства; інвесторів — з метою оцінки компетентності менеджерів у сфері забезпечення розвитку підприємства та здійснення виплат на вкладений капітал; постачальників матеріальних благ та послуг, кредитних установ, фіскальних органів — з точки зору можливості формування грошових потоків, достатніх для погашення зобов'язань; центральних органів виконавчої влади в галузі туризму та місцевих управлінь туризму — з метою забезпечення реалізації виконання відповідних програм. Проведення аналізу обсягів діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі можливе: 1) за даними туристичної звітності форми 1-Тур ліцензованих суб'єктів туристичного підприємництва; за статистичними даними агрегованого звіту про фінансові результати суб'єктів господарювання туристичної галузі, ідентифікованих за КВЕД; 3) за матеріалами окремих туристичних підприємств.

Аналіз обсягів діяльності ліцензованих суб'єктів господарювання туристичної галузі (туристичних операторів, туристичних агентів) проводиться з використанням форми 1-Тур, що дає змогу провести дослідження туристичних потоків (внутрішнього, іноземного, зарубіжного туризму), грошових надходжень та витрат, пов'язаних з ними. Для проведення аналізу використано графічний і табличний способи опрацювання економічної інформації.

Такий аналіз можливо провести використовуючи індивідуальну звітність ліцензованого суб'єкта туристичного підприємництва та зведену звітність у загальнодержавному масштабі та в розрізі окремих адміністративно-територіальних утворень України. Для прикладу, аналіз обсягів діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі проведено з використання зведеної звітності адміністративно територіального утворення обласного масштабу у динаміці за певний період. За досліджуваний період спостерігається тенденція до зростання загальної кількості туристів (від 30104 осіб, до 56643 осіб).

Позитивна динаміка обсягів реалізації відбувається під впливом зростання кількості обслужених, не виключається при цьому й ціновий фактор підвищення вартості туристичних послуг. Зниження загальних обсягів реалізації наданих туристичних послуг спричинено зменшенням обсягів діяльності у сфері внутрішнього туризму.

Таким чином, за результатами проведеного аналізу можна зробити висновок, що завдяки внутрішньому туризму формується понад 80 % грошових надходжень від реалізації наданих туристичних послуг, друге місце посідає іноземний, третє — зарубіжний туризм. Така ситуація в цілому відповідає регіональним та національним пріоритетам, адже здійснення зарубіжного туризму в нашій державі тривалий час асоціювалось більше з працевлаштуванням за кордоном, спричиненим безробіттям

та матеріальною скрутою населення, ніж з пізнавальною чи розважальною метою.

Па обсяг діяльності суб'єктів господарювання впливають ендогенні (фінансовий стан підприємства, розрахунково- платіжна дисципліна, поведінкові стандарти персоналу, ціна, цінність, унікальність, якість туристичного продукту та ін.) та екзогенні (фінансовий стан споживачів, купівельна спроможність населення, попит і пропозиція, податки, рівень інфляції, політичні та ін.) чинники.

Аналіз впливу чинників на обсяги діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі передбачає дослідження можливості й особливості ринку туристичних послуг, оцінку реального політу, пропозиції, конкурентного середовища, можливості зростання обсягів діяльності та інші чинники.

Чутливість споживачів до зміни ціни визначають коефіцієнтом цінової еластичності.

Виходячи з того, що чисельник або знаменник може бути від'ємним, у фінансовому рахівництві ігнорують від'ємний знак, беручи до уваги лише абсолютну величину коефіцієнта еластичності.

Коли коефіцієнт еластичності більший від одиниці, то такий попит називають еластичним, а менший від одиниці, - нееластичним. Якщо він дорівнює одиниці, то такий випадок називають одиничною еластичністю. Термін «нееластичний попит» означає крайній випадок, коли зміна ціни не впливає на зміну попиту. Аналіз показує, *i* це завжди потрібно враховувати, що чим вищі доходи споживачів, тим вищий рівень попиту. Темпи росту попиту завжди відстають від темпів росту доходів. Темпи росту попиту на предмети розкоші випереджають темпи росту доходів. Чим вищий рівень доходів, тим нижча питома вага покупок предметів першої необхідності в бюджеті споживачів.

Для проведення аналізу обсягів діяльності туристичних підприємств за сегментами ринку насамперед необхідно вибрати масштаб дослідження (країна в цілому, конкретний регіон, група підприємств зі спорідненим видом економічної діяльності). Відтак на основі узагальнення показників фінансової звітності окремих туристичних підприємств розробляють звіт про фінансові результати, що відобразатиме сегменти туристичної галузі (відповідають видам економічної діяльності суб'єктів господарювання відповідно до КВЕД). На основі масиву даних, відображених за сегментами, проводиться аналіз показників, які характеризують обсяги діяльності туристичних підприємств у ринковому середовищі. Бенчмаркінг — безперервний процес порівняння показників, що характеризують діяльність підприємств з аналогічними показниками Інших підприємств, групи підприємств. Якщо внутрішній бенчмаркінг зводиться до аналізу та порівняння показників діяльності різних структурних підрозділів одного і того ж самого підприємства, то зовнішній передбачає порівняння з

аналогічними показниками підприємств-конкурентів, підприємств, що є ринковими лідерами у галузі чи окремому адміністративно-територіальному утворенні (місті, області, регіоні).

Першим елементом аналізу у даному звіті є грошові надходження у формі виручки від реалізації туристичних послуг. За даними звіту про фінансові результати СТГТ, у досліджуваному періоді вони становили 33693,2 тис. гри.

За відсотковою структурою грошових потоків функціонування підприємств можна згрупувати за такими секторами: 1) сектор із значними обсягами грошових потоків, який включає СТГ1 - 53,22 %, СТГ6 - 28,45 %, СТГ7 - 17,36; 2) незначними (менше 1 % до загальних обсягів реалізації наданих туристичних послуг) - СТГ4 - 0,14 %, СТГ2 - 0,12 %, СТГ8 - 0,63 %, СТГ5 63 %; 3) сектор у якому грошові потоки від реалізації наданих туристичних послуг не спостерігаються - СТГТ. Наявність чи відсутність цього елемента грошових потоків визначатиме подальші показники роботи суб'єкта господарювання.

З огляду на те, що досліджується сукупність із 125 юридичних осіб, ідентифікованих як суб'єкти господарювання туристичної галузі, виникає необхідність застосування диференційованого підходу при оцінці грошових потоків суб'єктів господарювання, адже окремі з них отримали прибуток, інші збиток. У зв'язку з цим вводять поняття «розрахунковий фінансовий результат» отриманий шляхом алгебраїчного сумування даних, що представляють прибуток (збиток) у звітності окремих суб'єктів господарювання туристичної галузі, які формують окремі її сегменти.

Туризм займає важливе місце серед галузей національної економіки, що мають виражену орієнтацію на сезонність. Значна кількість видів економічної діяльності в галузі туризму істотно реагує на сезонні коливання, і хоча фактор сезонних коливань у туризмі передусім пов'язаний із впливом природних, технічних, економічних, культурних та інших факторів у різні пори року, його дія спричиняє вплив не тільки на економіку підприємства сфери туризму але й на ритмічність функціонування суб'єктів господарювання, що репрезентують сферу транспорту, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування населення, санаторно-курортних, розважальних-но-відпочинкових, готельно-ресторанних послуг, а також інших підприємств, діяльність яких зорієнтована на сферу обслуговування туристів. У зв'язку і з сезонністю на туристичних підприємствах відбувається формування «умовно постійного соціально-трудового потенціалу», що пов'язано із залученням (вивільненням) працівників до складу персоналу в зв'язку з перебігом сезонних коливань з умовами збереження їхніх робочих місць. Чинник сезонності є визначальним при управлінні прибутком та витратами, що тісно пов'язано з політикою ціноутворення на товари і послуги туристичного призначення, амортизаційною політикою оборотних активів

та інших аспектів фінансової діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Нові вимоги, які ставляться до управління економічними процесами з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі, спричиняють особливості фінансового забезпечення, що зумовлено специфікою започаткування та організації туристичної діяльності, формування необхідних фінансових ресурсів за умов сезонного характеру їх діяльності. Очевидно, що фактор сезонності залишається одним з найголовніших саме з точки зору потенційних втрат та вигоди суб'єктів господарювання туристичної галузі. При розгляді сутнісного аспекту дискретності у фінансовому забезпеченні суб'єктів господарювання туристичної галузі можлива значна варіативність, зумовлена тим, що подібне фокусування є новим напрямом наукових досліджень фінансів туризму. Дискретна форма фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі характеризується зовнішнім вираженням та системою організації фінансових відносин локально-часового характеру, також перервністю грошових потоків.

Відомо, що при визначеному мінімальному часовому інтервалі всі грошові потоки будь-якого підприємства можуть розглядатися як дискретні. І навпаки — в рамках життєвого циклу підприємства переважна частина його грошових потоків носить регулярний характер. Відповідно кожна із стадій життєвого циклу підприємств (“народження”, “дитинство”, “юність”, “рання зрілість”, “кінцева зрілість”, “старіння”) є важливою детермінантою стратегічної моделі розвитку підприємства і формування політики фінансового менеджменту, яка найкраще відповідатиме можливостям і потребам цього процесу [23].

Сезонні коливання в туризмі мають виражену внутрішньорічну динаміку споживання. Фактор впливу сезонних коливань на туристичну діяльність є водночас загальною рисою і відмінною ознакою дискретності фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі. Рівень умов для рекреації, унікальність туристичних пропозицій, ділова активність на туристичному ринку, ціни на туристичний продукт послуги зумовлюють специфіку фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі за сезонами (умовно: “пік”, “високий”, “низький” та “мертвий” сезони).

З метою оптимізації фінансового забезпечення з використанням інструментарію прогнозування діяльності туристичного підприємства розраховують індекси сезонності, які дозволяють кількісно оцінити прояви сезонних коливань у туризмі. На основі сукупності розрахованих індексів сезонності формується сезонна хвиля, яка характеризує динаміку діяльності туристичного підприємства, окремого виду економічної діяльності в галузі туризму. Для туристичного підприємства характерні фази ділової активності, що залежить від пори року. Визначальним при цьому виступає

фактор туристичних інтересів, математичним вираженням якого є *індекс сезонності грошових надходжень*. Для аналізу сезонності грошових надходжень від реалізації туристичних послуг використано такі показники: індекс сезонності, який характеризує відхилення від середнього значення обсягів реалізації за квартал; індекс сезонності, який характеризує квартальну питому вагу в різних обсягах реалізації. Для підтримки безперервного функціонування і послаблення негативного впливу фактора сезонності, який характерний для структурних підрозділів туристичного підприємства, насамперед необхідно аналізувати тур агентську діяльність. Оскільки вони репрезентують господарське товариство у різних адміністративно-територіальних утвореннях, доцільно у їх складі створити тур агентські відділи, які б реалізували як пропозиції усього підприємства, так і притаманні вимогам специфічного середовища: екскурсійна діяльність, тури на релігійну тематику, бізнес тури, зарубіжний туризм, візова підтримка, страхові послуги тощо. З метою активізації грошових потоків у туристичній діяльності необхідно більш ефективно використовувати майновий потенціал господарських структур шляхом продовження сезону їх роботи, для цього розробляти програми організації дозвілля для різних соціальних і вікових категорій, організувати тури за ниво створеними маршрутами, розвивати додаткові платні послуги, які не входять у вартість путівок, надавати їх як туристам, так і місцевому населенню. З метою подолання негативного впливу сезонних коливань, переслідуючи мсту ефективного функціонування, а іноді й виживання, для багатьох суб'єктів господарювання туристичної галузі об'єктивною є потреба багатопрофільності.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте сутність поняття «інформаційне забезпечення», назвіть основні джерела даних для проведення аналізу.
2. Дайте характеристику основних блоків інформаційного забезпечення аналізу.
3. Обґрунтуйте, чому фінансову звітність вважають основним джерелом інформаційного забезпечення фінансового аналізу.
4. Розкрийте проблематику галузевої статистичної звітності.
5. Наведіть основні форми статистичних спостережень за діяльністю об'єктів господарювання туристичної галузі.

3 АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ, РОЗПОДІЛУ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ. ЗАГАЛЬНА ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА. АНАЛІЗ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

3.1 Фінансові результати як об'єкт аналізу діяльності туристичних підприємств. Аналіз прибутку (доходу) підприємств туризму. Аналіз рентабельності підприємств туризму. Аналіз стійкості. Аналіз платоспроможності.

Функціонування об'єктів господарювання туристичної галузі здійснюється в умовах внутрішньогосподарського управління, що має забезпечувати розробку заходів, спрямованих на підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності за умов змінного зовнішнього середовища (нормативно-правової бази, податкового регулювання, цін на товари, роботи і послуги, які формують затрати туристичної діяльності тощо).

Метою туристичного підприємництва, є “досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку” [2]. Звідси виникає основне завдання фінансового менеджменту туристичного підприємства —забезпечення позитивного фінансового результату, тобто прибутку. Економічний зміст цього поняття, розкривається у загальному формуванні як перевищення доходів над витратами [10].

Прибуток — це частина додаткової вартості, створеної і реалізованої, готової до розподілу. Підприємство одержує прибуток після того як втілена до створеного продукту вартість буде реалізована і набере грошової форми [22, 20].

Прибуток визначається як сума, яку підприємство може витратити за визначений період часу, зберігаючи при цьому вартість власного майна, яка є на початок визначеного періоду. Інакше кажучи, прибуток — це частина грошових надходжень визначеного періоду, яка може бути витрачена, і в результаті, на кінець конкретного періоду вартість майна підприємства буде такою, як і на його початок. Саме цим визначенням користувався британський економіст, лауреат Нобелівської премії Джон Р. Хікс у своїй праці «Вартість і капітал» [15].

Джерелами аналізу фінансових результатів є плани економічного та соціального розвитку, фінансовий план, бізнес-план, форми бухгалтерської звітності. Баланс підприємства, Звіт про фінансові результати, декларація про прибуток підприємства, матеріали вибіркового дослідження

Економіка туристичного підприємства визначається структурою

доходів і витрат. Успішне функціонування туристичного підприємства, як і підприємства будь-якої сфери діяльності, можливе тільки за умов постійного забезпечення руху грошових коштів. Надходження грошей — це доход, а їх використання — це витрати. До того ж дуже важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання прибутку.

Зіставлення доходів з витратами дає можливість визначити суму перевищення грошових надходжень над витратами і зробити висновок про ефективність функціонування підприємства.

Туристична діяльність, як будь-яка інша, неможлива без одержання доходу, а суб'єкти туристичного підприємництва (туроператори, турагенти та ін.) не можуть функціонувати без позитивних результатів від своєї діяльності, тобто без одержання прибутку, який без доходу теж неможливий.

Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам. Реалізується туристичний продукт за договором на обслуговування або ексклюзивно за бажанням туриста без договору.

Незалежно від форми розрахунків, сума отриманої оплати за турпродукт чи окремі послуги утворює валовий доход туристичного підприємства.

Головним, а часто єдиним джерелом одержання доходів від туристичної діяльності, є виручка від реалізації туристичних послуг.

Використовуючи обґрунтовану цінову і продуктову політику, туристичний оператор може підвищити доходи завдяки збільшенню кількості обслугованих туристів, тривалості їхнього подорожування та підвищення якості послуг.

Доход від реалізації турпродукту та послуг являє собою суму виручки, яка розраховується за формулою:

$$V = \sum_{i=1}^n N_i * C_i$$

де V - дохід (виручка) від реалізації турпродукту (послуг); n - види туристичних послуг (від 1 до n);

N_i — кількість i -тої туристичної послуги (турпродукту);

C_i — ціна i -тої туристичної послуги (турпродукту).

Оскільки туроператор формує, просуває на ринок, а інколи й реалізує комплекс туристичних послуг, тобто турпродукт, а тур агент просуває і реалізує сформований туроператором продукт, то відмінності в

їхній діяльності визначають різні джерела отримання доходів.

Дохід туроператора формується переважно завдяки оплати туристичного продукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом. А дохід турагента формується завдяки комісійній винагороді за просування і продаж туристичного продукту, отриманого від туроператора або інших підприємств сфери туристичної індустрії. Відмінності в джерелах формування доходу цих підприємств викликані відмінностями в їхній діяльності. Якщо туроператор для комплектування туристичного пакета закупає туристичні ресурси і послуги, то тур агент або інший посередник бере готовий туристичний продукт для реалізації, за що одержує дохід у формі агентської (комісійної) винагороди за продаж.

Для турагентів привабливішими є не фіксовані ставки агентської винагороди, а відсоткові ставки за накопичувальною системою, суть якої полягає в тому, що після продажу 10 одиниць тур продукту збільшується відсоток агентської винагороди. Таке збільшення агентської винагороди для туроператора рівно цін не широко використовуваний гнучкій системі знижок з цін для постійних покупців або дисконтних карт при реалізації турпродукту самим туроператором.

Роль доходу підприємства полягає в тому, що він використовується для покриття витрат, сплати податків і одержання прибутку.

Одержання прибутку, як видно з формули, забезпечується виручкою (доходом) від реалізації туристичних послуг. Тому основою стратегії розвитку туристичного підприємства є оптимізація доходу від реалізації туристичних послуг. Без підвищення прибутковості підприємств туристичної індустрії не може бути вирішена проблема організації й розвитку туризму в Україні, виведення його на світовий рівень, який забезпечує величезні прибутки підприємцям і доходи державі. Стратегія оптимізації доходу передбачає розробку заходів для його збільшення. Доход вважається оптимальним, якщо його вистачає для сплати податків, покриття витрат і утворення фонду саморозвитку підприємства. Така оптимізація вимагає обґрунтування ефективної структури джерел формування і напрямів використання доходу з виділенням тієї частки прибутку, яка необхідна для р є інвестування.

Рівень прибутковості діяльності будь-якого підприємства вимірюється за допомогою абсолютних і відносних показників. Основними абсолютними показниками, що характеризують рентабельність функціонування туристичного підприємства є валовий прибуток, прибуток від операційної діяльності, чистий прибуток та ін. Підприємства (галузі, регіони) поділяються на рентабельні (отримують прибуток) і нерентабельні (комерційно збиткові).

Показники рентабельності розраховують щороку, порівнюючи їх значення між собою. Таке порівняння дозволяє керівництву фірми оцінити

тенденції розвитку (наприклад рентабельність зростає або рентабельність падає) і ухвалювати відповідні рішення.

Стійкість фірми показує, наскільки фірма може розвиватися за рахунок власних коштів, а наскільки залежить від зовнішніх джерел фінансування. Це дуже важливий показник в умовах ринку. Для визначення рівня фінансової незалежності розраховують коефіцієнт співвідношення позичкових і власних коштів, який називають ще показником (коефіцієнтом) стійкості Cm :

$$Cm = \frac{\text{зобов'язання за позичковими коштами}}{\text{власні кошти}}$$

Платоспроможність тур фірми — дуже важливий показник її фінансового стану. Платоспроможність свідчить про спроможу фірми за короткий термін погасити всі свої поточні зобов'язання, тобто розрахуватися за короткострокові кредити. Наскільки швидко фірма може це зробити, залежить від кількості вільних грошей на розрахунковому рахунку фірми та наявності в неї запасів, котрі можна легко реалізувати. Фірма може працювати цілком успішно: мати високий прибуток, невелику заборгованість за кредити. Однак при цьому її платоспроможність може бути низькою, якщо на балансі фірми майже немає вільних грошових коштів, а запаси готової продукції та сировини незначні. Зовнішньою ознакою неплатоспроможності фірми виступає припинення його поточних платежів і нездатність задовольнити вимоги кредиторів протягом трьох місяців від дня настання строку їх виконання.

3.2 Фінансовий стан суб'єкта господарювання як об'єкт аналізу. Підготовчий етап загальної оцінки фінансового стану. Трудові ресурси як об'єкт економічного аналізу. Аналіз формування трудового потенціалу туристичного підприємства. Аналіз та визначення потреби в трудових ресурсах.

Функціонування туризму, як і будь-якої іншої галузі господарського комплексу, пов'язане з розвитком фінансових відносин і організацією фінансового механізму. Фінансові відносини туристичних підприємств виникають при формуванні та використанні грошових фондів і при обороті грошових засобів.

“Фінансовий стан є синтетичним виразником результатів усіх видів діяльності підприємства та індикатором креативного фінансового менеджменту” [21].

Фінансовий етап суб'єкта господарювання характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Аналіз фінансового етапу показує, за

якими конкретними напрямками необхідно проводити поглиблене дослідження, дає можливість виявити найважливіші аспекти та найслабші позиції у фінансовому стані конкретного суб'єкта господарювання.

Залежно від інформаційного забезпечення, вимог методичних рекомендацій та потреб користувачів фінансової інформації (власників, потенційних інвесторів, банківських установ, фіскальних органів, контрагентів з бізнесу, центральних і місцевих органів виконавчої влади, та ін.) розрізняють зовнішній та внутрішній аналіз фінансового стану. *Зовнішній аналіз* фінансового стану суб'єкта господарювання спирається на бухгалтерську, статистичну, податкову звітність, публічно оприлюднену інформацію. *Внутрішній аналіз* виконується з метою забезпечення управлінських запитів у фінансовій інформації власників (акціонерів) та менеджерів підприємства відповідно до їх функціональних повноважень. Інформаційна база такого аналізу може включати джерела даних, що містяться в аналітичних та синітичних реєстрах бухгалтерського обліку, дані управлінського обліку та контролю, первинні документи та інші внутрішні джерела даних, включно з тими, що становлять предмет комерційної таємниці суб'єкта господарювання.

Таким чином, фінансовий стан — найважливіший критерій економічної діяльності суб'єкта господарювання, що характеризує його ділову активність і надійність, конкурентоспроможність, соціальну значущість (аспекти оплати праці, зайнятості, задоволення потреб ринку, формування фондів соціального страхування), податкоспроможність, інвестиційну привабливість, кредитоспроможність.

Загальну оцінку фінансового стану суб'єкта господарювання називають ще експрес-аналізом фінансового стану, оскільки її здійснення передбачає дослідження невеликої кількості найбільш суттєвих і порівняно нескладних в обчисленнях показників, а також у періодичному моніторингу їх динаміки. Джерелом інформаційного забезпечення цього виду аналізу прийнято вважати фінансову звітність підприємства (баланс, звіт про фінансові результати, звіт про рух грошових коштів, звіт про власний капітал, в окремих випадках — примітки до річного звіту підприємства). Підготовчий етап загальної оцінки фінансового стану передбачає прийняття рішення про доцільність аналізу фінансової звітності та її готовності до економічного читання, безпосереднє ознайомлення з фінансовою звітністю суб'єкта господарювання та її фахове опрацювання. Метою фінансової звітності є надання користувачам для прийняття рішень повної, правдивої та не упередженої інформації про фінансовий стан, результати діяльності та рух грошових коштів підприємства. Інформація, яка надається у фінансових звітах, повинна бути дохідлива і розрахована на однозначне тлумачення її користувачами

за умови, що вони мають достатні знання та зацікавлені у сприйнятті цієї інформації. Фінансова звітність повинна бути достовірною і надавати можливість користувачам порівнювати фінансові звіти підприємств за різні періоди та фінансові звіти різних підприємств.

Для того щоб фінансова звітність була зрозуміла користувачам, вона повинна містити дані про підприємство, дату звітності за звітний період, валюту звітності та одиницю її виміру, відповідну інформацію щодо звітного та попереднього періоду, облікову політику

підприємства та її зміни, обмеження щодо володіння активами, участь у спільних підприємствах, виявлені помилки минулих років та пов'язані з ними корегування, переоцінку статей фінансових звітів та інші необхідні відомості.

Щоб скласти фінансову звітність, керівництво підприємства формує облікову політику, тобто обирає принципи, методи і процедури обліку в такий спосіб, щоб достовірно відобразити фінансовий стан і результати діяльності підприємства та забезпечити узгодженість фінансових звітів. Фінансова звітність має бути підготовлена та надана користувачам у певні терміни, які визначаються чинним законодавством. У разі надмірної затримки під час надання звітної інформації вона може втратити свою доречність.

Основним джерелом інформації для фінансового аналізу підприємства є бухгалтерський баланс (форма № 1). Бухгалтерський баланс — це найбільш інформативна форма для аналізу фінансового стану, найважливіша форма фінансової звітності, звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал. Баланс складається за уніфікованою формою. У ньому, як у дзеркалі, відображено усі фінансові засоби фірми: основні і оборотні, запаси, вільні грошові кошти. У балансі відображено також, скільки власних коштів використовує фірма, а скільки позичкових, тобто кредитів, скільки і кому вона повинна сплатити у вигляді процентів і за відвантажену, і за поставлену продукцію (послуги), хто і скільки заборгував фірмі.

Баланс виглядає як велика таблиця, у яку записують доходи і видатки фірми за певний період, наприклад за квартал або рік. Таблиця балансу складається з двох частин — лівої і правої. Ліва частина балансу називається *активом*, права — *пасивом*.

В активі записують вартість всього майна фірми - основні та оборотні засоби, запаси продукції, сировини; у пасиві — джерела власних (внутрішніх) коштів та позичкових (зовнішніх) коштів, або як ще їх називають, *зобов'язання фірми*.

Метою складання балансу є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на звітну дату. Для чого щоб здійснювати аналіз балансу, треба добре розуміти зміст кожної статті балансу.

Фінансова звітність — діяльність, яка призводить до зміни розміру і складу власного та позичкового капіталу підприємства. Метою складання звіту про рух грошових коштів є надання користувачам повної, правдивої та неупередженої інформації про зміни, що відбуваються у грошових коштах підприємства та їх еквівалентах за звітний період.

У звіті про рух грошових коштів наводять дані про рух грошових коштів протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності. Якщо рух грошових коштів у результаті однієї операції включає суми, які належать до різних видів діяльності, то ці суми слід наводити окремо у складі відповідних видів діяльності. Внутрішні зміни у складі грошових коштів до звіту про рух грошових коштів не включаються.

Нерідко туризм ставав у різних країнах тим важелем, використання якого дозволяло оздоровити всю національну економіку країни. У галузі туризму використовується приблизно 7 % світових інвестицій, зосереджено 11 % світових споживчих витрат, на його частку припадає кожне 16 робоче місце.

Туризм активізує зайнятість населення у регіональному і національному масштабах економіки, забезпечує створення нових робочих місць, зокрема в таких сферах, як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво продукції туристичного попиту, тобто виступає своєрідним каталізатором соціально-економічного розвитку.

Поняття зайнятості населення відповідно до чинного національного законодавства трактується як “діяльність громадян, що пов’язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі” [5]. Важливою складовою аналізу проблем зайнятості населення є також вивчення питань організацій не-фінансового забезпечення, які істотно впливають на цю сферу. Зокрема, це стосується оцінки взаємозв’язку витрат, які пов’язані із створенням робочих місць, освітньою підготовкою та працевлаштуванням, а також з віддачою на вкладений людський капітал у формі заробітної плати, матеріальної допомоги, премій, соціальних трансферів, впливу правового та податкового середовища на економіку суб’єктів господарювання та зайнятість населення.

Зайнятими у туристичній галузі є особи, які працюють за трудовою угодою (контрактом), в тому числі, особи, які працюють за винагороду на

умовах, повного або неповного робочого дня? а також виконують іншу оплачувану роботу, особи, які займаються підприємницькою діяльністю в галузі туризму, особи, які зайняті в індустрії “сільського зеленого туризму”; зайняті у сфері народних кустарних промислів та збуту продукції туристам; особи, які призначені або обрані на оплачувані посади і здійснюють координаційно-управлінські функції у сфері туризму, особи, які навчаються стаціонарно за фахом, зокрема з участю різних служб сприяння зайнятості населення, особи, які тимчасово працюють на території інших держав, однак забезпечують діяльність суб’єктів господарювання туристичної галузі у сфері іноземного й зарубіжного туризму та інші категорії зайнятих відповідно до національного законодавства.

При розгляді цього питання варто зазначити, що оцінка зайнятості населення проводиться за статистичними даними поданими суб’єктами господарювання, але при цьому не враховуються показники зовнішньо не виявленої зайнятості населення в галузі туризму. Проте навіть за умови, що оцінюється не зовсім об’єктивний емпіричний матеріал, що безперечно ускладнює формулювання різних висновків та результатів дослідження, все ж таки видається можливим визначити ключові чинники, які впливають на офіційну зайнятість населення залежно від зміни суб’єктивної структури туристичної галузі.

Інноваційна спрямованість розвитку туризму, готельно-ресторанної справи, курортного господарства, посилення конкуренції у цих сферах діяльності, тенденція до більш жорсткого контролю за роботою підприємств готельного та ресторанного господарства з боку державних органів в Україні, необхідність підвищення рівня якості обслуговування споживачів готельно-ресторанних послуг зумовлюють потребу професійної підготовки галузевих кадрів, поєднання у наявних і майбутніх працівників туристичної сфери спеціальних знань з організації надання різних галузевих послуг з метою підвищення ефективності підприємницької діяльності у сфері обслуговування.

Від трудових ресурсів підприємства варто відрізнити його трудовий потенціал, який виступає як сила (можливість), закладена в ресурсах. Управління трудовими ресурсами підприємства, забезпечення їхнього ефективного використання вимагає проведення аналізу трудового потенціалу підприємства.

Трудовий потенціал підприємств туристичного бізнесу характеризується рядом абсолютних і відносних показників, головними серед яких є облікова та явочна кількість працівників; середньо-облікова кількість працівників за визначений період часу; структура кадрів; темпи

збільшення або скорочення кадрів; частка керівників і фахівців, які мають вищу або середню фахову освіту в загальній кількості цих категорій працівників; середній стаж роботи на підприємстві, що характеризує стабільність персоналу; плинність і вибуття кадрів; коефіцієнт поповнення (прийому) кадрів тощо.

Аналіз впливу трудових чинників на господарську діяльність туристичного підприємства починають з вивчення забезпеченості підприємства працівниками за складом, структурою, кваліфікацією, культурно-освітнім рівнем. На початковому етапі аналізу формування трудових ресурсів підприємства вивчають кілька показників:

1) *облікова чисельність працівників* - включає всіх постійних, тимчасових сезонних працівників, котрих прийнято на роботу терміном на один і більше днів незалежно від того, перебувають вони на роботі, у відпустках, відрядженнях, на лікуванні чи оздоровленні. До облікової чисельності штатних працівників відносяться всі наймані працівники, які уклали письмовий трудовий договір (контракт) і виконують постійну, тимчасову або сезонну роботу один день і більше, а також власники підприємства, якщо, крім доходу на вкладений капітал, вони отримують заробітну плату на цьому підприємстві. Не включають до облікової чисельності штатних працівників осіб, прийняті на роботу за сумісництвом, а також скерованих на навчання з відривом від виробництва, які отримують тільки стипендію.

2) *явочна чисельність працівників* — включає всіх працівників, які з'явилися на роботу. Різниця між обліковою і явочною чисельністю характеризується тією кількістю працівників, які з різних (поважних і неповажних) причин не з'явилися на роботу (відпустки, хвороба, відрядження, прогули тощо).

3) *середньооблікова чисельність працівників* — визначається за певний період як сума середньомісячної чисельності, поділена на кількість місяців у розрахунковому періоді. Середньооблікову чисельність штатних працівників розраховують на основі щоденних даних про облікову чисельність цих працівників, яка повинна співпадати з даними табельного обліку використання робочого часу за кожний день, на основі яких визначають кількість осіб, що з'явилися та не з'явилися на роботу. До середньооблікової штатної чисельності не включають працівників, які перебувають у відпустках у зв'язку з вагітністю, пологами, доглядом за дітьми до досягнення встановленого законом віку.

4) *середня чисельність працівників* будь-якого підприємства за певний період часу визначається як сума:

1) середньооблікової чисельності штатних працівників;

2) середньої кількості позаштатних сумісників; середньої чисельності працівників, що працюють за угодами цивільно-правового характеру.

Для поглибленого аналізу трудових ресурсів використовують як показники, що можуть розраховуватись ізольовано на конкретному підприємстві, так і ті показники, що мають аналізуватися в динаміці або потребують порівняння з аналогічними показниками подібних підприємств, середньо галузевими показниками за видами економічної діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Крім вивчення складу персоналу підприємства в абсолютних показниках, досліджують також його структуру, аналіз якої здійснюється шляхом порівняння фактичної питомої ваги кожної категорії персоналу у його загальній кількості з необхідною.

Загальна ефективність організації та використання трудових ресурсів відображається також через показники, що репрезентують економічні досягнення та кінцеві результати діяльності підприємства. На основі окреслених цілей та напрямів діяльності підприємство визначає потребу в трудових ресурсах. Аналіз трудових ресурсів на діючому підприємстві починається з оцінки їхньої наявності та складу. Визначення чисельності працівників на перспективний період залежить від специфіки діяльності підприємств і факторів впливу зовнішнього середовища (кон'юнктура туристичного ринку, сезонність попиту, державні програми, юридичні аспекти регулювання трудових відносин тощо).

Загальними етапами планування кадрів підприємства будь-якої сфери діяльності є такі:

1) визначення очікуваної чисельності працівників на початок планового періоду;

2) розрахунок потреби в працівниках для виконання планового обсягу робіт;

3) обґрунтування (прогнозування) вибуття працівників у плановому періоді;

4) розрахунок поповнення працівників, необхідного для забезпечення планових обсягів діяльності.

Очікувана чисельність працівників на початок планового періоду визначається, виходячи з наявної чисельності на момент аналізу з урахуванням можливих змін до початку планового періоду.

Найскладнішим етапом планування кадрів є визначення якісного й кількісного складу персоналу як єдиного цілого.

Якісний склад персоналу визначається потребою в категоріях, професіях, спеціальностях різного рівня кваліфікації. З урахуванням

якісних характеристик чисельність персоналу планується на основі таких умов:

- штатного розкладу підприємства, де наводять перелік посад;
- вимог до посад і робочих місць, закріплених посадовими інструкціями або характеристиками робочих місць;
- документації, яка регламентує процеси діяльності з виділенням вимог до професійно кваліфікаційного складу виконавців.

Розрахунки потреби в кадрах за професіями, спеціальностями тощо передбачають визначення кількості персоналу за кожним критерієм якості. Метод такого планування називається нормативним. Розрахунки ведуться окремо з кожної категорії працівників за видом діяльності. Загальна потреба в персоналі визначається підсумовуванням кількісної потреби в кожній категорії працівників.

У сфері обслуговування туристів чисельність основних працівників (обслуги) визначають на основі розроблених кожним підприємством своїх нормативів. Установлені нормативи використовують при розрахунку явочної чисельності працівників, що забезпечує безперервність роботи підприємства.

Питання для самоконтролю

1. Розкрийте економічний зміст та особливості поточних та інвестиційних витрат.
2. Дайте визначення поняттю «собівартість продукції», охарактеризуйте порядок їх формування.
3. Яке практичне значення мають розрахунково-аналітичні методи визначення собівартості туристичних продуктів?
4. Наведіть класифікацію витрат за економічними елементами.
5. Розкрийте сутність калькулювання та обґрунтуйте необхідність його здійснення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Гуменюк В. Фінансово-економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі: монографія. Івано-Франківськ: "Плай". ЦІТ Прикарпатського національного університету, 2009. 258 с.
2. Господарський кодекс України // Кодекси України. Офіційні тексти. Львів : Інтернет Захід, 2004. С. 393-534.
3. Державний класифікатор України / Класифікація видів економічної діяльності. ДК 009 - 96. Видання офіційне. Київ : Держстандарт України, 1996. 249 с.
4. Закон України "Про бухгалтерський облік і фінансову звітність" від 16 липня 1996 р. № 996 ХТУ // Галицькі контракти. 1999. № 36.
5. Закон України "Про зайнятість населення" // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 14.-е. 170 (із змінами N 3483 - IV (3483 - 15) від 23.02.2006, ВВР. 2006. № 32.-е. 271.
6. Закон України "Про концесії" // Відомості Верховної Ради України. 1999. № 41. С. 372.
7. Закон України "Про туризм" // Відомості Верховної Ради України. 1995. № 31. С. 241.
8. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств / Центральна спілка споживчих товарів України. 2006. 64 с.
9. Наказ державного комітету статистики України / Загальний Класифікатор "Галузі народного господарства України" № 21 від 24.01.94.
10. Національний стандарт (положення) бухгалтерського обліку // Все про бухгалтерський облік. 2007. 21 лют. № 18(1295).
11. Цивільний кодекс України / Кодекси України. Офіційні тексти. Львів : "Інтелект Захід", 2004. 392 с.
12. Гуменюк В. В. Фактологічні та методичні проблеми туристичної звітності та практика аналізу діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі. Матеріали Першого міжнародного українсько-польського наукового семінару (Івано-Франківськ -Яремче, 21-24 травня 2007 року). Івано- Франківськ, 2007. С.40-48.
13. Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатюк М. І. Економічний аналіз : навч. посіб./ КНЕУ, 2007. 560 с.
14. Бланк И. А. Основы финансового менеджмента: підручник. Ника-Центр, 2001. 512 с.
15. Браймер Р.А. Основы управления в индустрии гостеприимства : підручник. Аспект Пресс, 1995. 381 с.
16. Чудновского А. Д. Гостиничный и туристический бизнес : монографія. Издательство "ЭКМОС", 2000. 352 с.
17. Гуменюк В. В. Бюджетний механізм туристичної галузі // Фінанси України. 2004. № 9. С. 105-111.
18. Гуменюк В. В. Методологічні аспекти фінансової оцінки туристичних

ресурсів регіону // Тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції. Івано-Франківськ. ВДВ ЦІТ, 2006. С. 105-108

19. Жуков М. А. Индустрия туризма : монографія. Финансы и статистика, 2003. 200 с.

20. Квартальное В. А. Стратегический менеджмент в туризме : монографія. Финансы и статистика, 2000. 489 с.

21. Мних С. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : підручник. Київ: Нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 514 с.

22. А. М. Поддєрьогін Финанси підприємств : підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 571 с.

23. Загородній Л. Г., Вознюк Г. Л. Финансово- економічний словник. Львів : Вид-во Національного університету «Львівська політехніка» 2005. 714 с.

24. Зорин И. В. Квартальное В. Л. Энциклопедия туризма : справочник. Финансы и статистика, 2003. 368 с.

Навчальне електронне видання

Арестов Сергій Вікторович

Аналіз діяльності підприємств туристичної галузі

Конспект лекцій

Видавець і виготовлювач

Одеський державний екологічний університет

вул. Львівська, 15, м. Одеса, 65016

тел./факс: (0482) 32-67-35

E-mail: info@odeku.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 5242 від 08.11.2016