

Лекція 1. ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ: ПОНЯТТЯ, ЗАВДАННЯ, ВИДИ

1.1. Поняття про економічний аналіз

1.2. Види економічного аналізу

1.1. Поняття про економічний аналіз

Термін аналіз походить від грецького *analyzis* – «розділення», «розчленування». Поняття аналізу багатогранне. Залежно від мети, методів і прийомів проведення, галузі застосування, використаного інструментарію його розглядають з декількох боків:

- 1) розчленування об'єкта (подумки або насправді) на складові елементи;
- 2) всебічне розбирання, розглядання, наприклад творів мистецтва, процесів, рішень;
- 3) уточнення логічної форми (структури) міркування у формальній логіці;
- 4) як синонім наукового дослідження взагалі або метод вивчення об'єкта шляхом розгляду його окремих сторін, властивостей, складових;
- 5) визначення складу речовини.

Аналіз дає змогу пізнати окремі боки суспільного, господарського явища чи процесу, абстрактно мислити, однак він не дає можливості характеризувати явище в цілому, в єдності усіх його взаємопов'язаних складових. Підведення підсумків, формулювання висновків дослідження соціальних явищ, процесів, показників потребують проведення певних узагальнень. Виходячи з цього, вважається, що аналіз не віддільний від синтезу. Слід зазначити, що слово «синтез» дослівно з грецької *synthesis* у перекладі означає «з'єднання». Тому під терміном синтез розуміють з'єднання (уявне чи реальне) розділених елементів об'єкта в єдине ціле (систему).

Наприклад, при проведенні аналізу основних засобів підприємства вивчають їх наявність, вартість, якісний стан, рух, рівень використання окремо за виробничими підрозділами (відділеннями, цехами, бригадами) та за групами цих засобів, які відображають їх активну і пасивну частини: будівлі, споруди, силові машини і механізми, обладнання, транспортні засоби, багаторічні насадження тощо). Водночас необхідно також узагальнити отримані результати аналізу за всіма основними засобами, за підприємством в цілому, використовуючи при цьому спосіб синтезу. Це дає змогу встановити співвідношення між окремими частинами, групами, видами основних засобів у загальному їх складі, зокрема між активною і пасивною частинами, виробничими і невиробничими, придатними і не придатними до експлуатації, виявити диспропорції, незбалансованість.

Перехід від конкретного аналізу до теоретичного синтезу здійснюється за допомогою індукції і дедукції. Індукція (лат. *inductio* – наведення) – це спосіб умовиводу від часткових фактів, положень до загальних висновків. Так, аналіз виробництва зерна у сільськогосподарському підприємстві можна здійснювати «знизу» і «доверху» способом індукції.

Дедукція (лат. *deductio* – виведення), на відміну від індукції, – це спосіб міркувань від загальних положень до часткових висновків. Наприклад,

вищеназваний аналіз виробництва зерна можна проводити і способом дедукції за зворотною схемою.

Отже, аналіз – це спосіб пізнання предметів і явищ навколишнього середовища, який ґрунтується на розчленуванні цілого на складові і вивченні їх у всьому різноманітті зв'язків і залежностей.

1.2. Види економічного аналізу

Загальна схема економічного аналізу може бути представлена так, як зображено на рис. 1.1.

Однак ця схема не дає повного уявлення щодо видів економічного аналізу, які використовуються підприємствами. В основі класифікації економічного аналізу покладено різні ознаки.

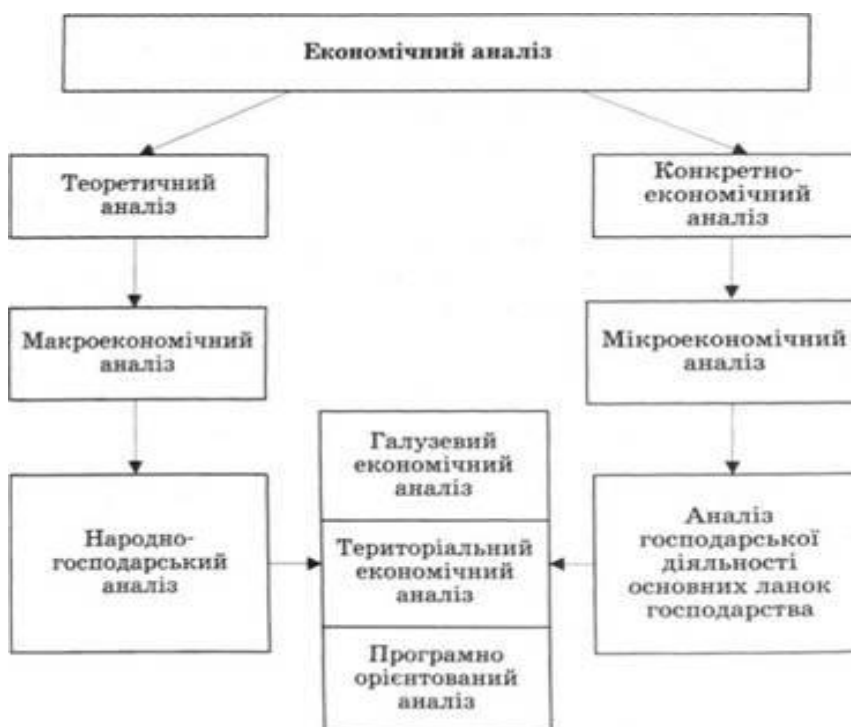


Рис. 1.1. Види економічного аналізу

Залежно від ролі аналізу в управлінні вирізняють:

- управлінський (внутрішній) аналіз, що забезпечує аналітичною інформацією керівництво підприємства;
- фінансовий (зовнішній) аналіз, який забезпечує зовнішніх користувачів інформацією про підприємство.

Залежно від періодичності проведення аналіз є:

- перспективним (прогнозним, попереднім);
- оперативним (операційним, моніторинговим);
- поточним (ретроспективним), тобто таким, який виконується за підсумками діяльності за цей чи попередній період.

Залежно від характеру об'єктів, на які спрямована управлінська діяльність, аналіз поділяють за:

- галузями економіки;

- рівнями суспільного виробництва та управління (галузь, об'єднання, група взаємопов'язаних організацій, підприємства, філії та структурні виробничі одиниці);
- етапами процесу розширеного відтворення (виробництво, обмін, розподіл, споживання);
- складовими виробництва (трудовими, матеріальними, фінансовими, кредитними).

За суб'єктами управління виокремлюють економічний аналіз, який виконується:

- керівництвом та економічними службами;
- власниками та органами господарського управління;
- постачальниками;
- покупцями;
- аудиторськими фірмами;
- кредитними організаціями;
- податковими та фінансовими органами.

За складом і повнотою висвітлення питань, які вивчаються, економічний аналіз поділяють на:

- повний (аналіз господарської діяльності організації в цілому);
- локальний (аналіз діяльності окремих підрозділів);
- тематичний (аналіз окремих функціональних систем економіки).

За методом вивчення об'єкта розрізняють аналіз:

- системний;
- функціонально-вартісний;
- факторний;
- діагностичний (експрес-аналіз), який дає змогу встановити характер порушень нормального ходу економічного процесу;
- маржинальний – метод оцінювання та обґрунтування ефективності управлінських рішень на основі причинно-наслідкового взаємозв'язку обсягів реалізації, прибутку та витрат;
- економіко-математичний, який дозволяє встановити оптимальний варіант управлінського рішення для раціонального використання виробничих ресурсів;

- стохастичний, з урахуванням регресивно-кореляційного та ін.

За розрахунками, які виконуються, розрізняють:

- комплексний економічний аналіз, який включає економічний й технічний аспекти виробництва, аналіз соціальних і природних умов у взаємозв'язку з виробництвом;
- техніко-економічний аналіз;
- економіко-правовий аналіз;
- економіко-екологічний аналіз.

Контрольні запитання:

1. Що розуміють під економічним аналізом, в чому полягає різниця між макро- і мікроекономічним аналізом?

2. Яка роль аналізу в управлінні підприємством і підвищенні ефективності його діяльності?
3. Які перспективи розвитку економічного аналізу?
4. Які завдання економічного аналізу діяльності підприємства?
5. За якими критеріями класифікують види економічного аналізу?
6. Охарактеризуйте сучасний стан аналітичної роботи на підприємствах туризму.
7. Охарактеризуйте основні етапи економічного аналізу.
8. Охарактеризуйте основні типологічні види аналізу.

Домашнє завдання:

1. Фактори, що визначають результати господарської діяльності і їх класифікація.
2. Система показників, що використовуються в економічному аналізі.
3. Методика економічного аналізу.

ЛЕКЦІЯ 2. АНАЛІЗ ОБСЯГУ ПРОПОЗИЦІЇ І РЕАЛІЗАЦІЇ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ

2.1. Завдання і інформаційне забезпечення аналізу.

2.2. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства.

2.1. Завдання і інформаційне забезпечення аналізу

Вивчення предмета аналізу для вирішення поставлених перед ним завдань здійснюється на базі сукупності показників і цифрових даних, що характеризують зміст процесів і явищ, причинно-наслідкові зв'язки, перебіг і результати діяльності об'єкта, що аналізується. Упорядковані повідомлення про процеси та явища, які відбуваються в об'єкті, що аналізується, сукупність будь-яких знань, даних називають інформацією (інформаційною базою аналізу).

Інформація по-латині означає роз'яснення, усвідомлення, викладення. Відомості (дані) про об'єкт дослідження можна отримати двома способами:

- у результаті фіксації змін у процесах і явищах (дані обліку, звітності, спеціально організованих спостережень тощо);
- нагромадженням внаслідок відповідної обробки раніше зібраних даних.

Склад, зміст і якість інформації, що залучається до аналізу, мають визначальну роль у забезпеченні дієвості економічного аналізу. Аналіз не обмежується тільки економічними даними, а широко використовує технічну, технологічну й іншу інформацію. Усі джерела даних для економічного аналізу поділяються на планові, облікові і позаоблікові.

До планових джерел відносяться всі типи планів, що розробляються на підприємстві (перспективні, поточні, оперативні, госпрозрахункові завдання, технологічні карти), а також нормативні матеріали, кошториси, цінники, проектні завдання й ін.

Джерела інформації облікового характеру – це всі дані, що містять документи бухгалтерського, статистичного й оперативного обліку, а також усі види звітності, первинна облікова документація.

Ведуча роль в інформаційному забезпеченні аналізу належить бухгалтерському обліку і звітності, де найбільше повно відбиваються господарські явища, процеси, їх результати. Своєчасний і повний аналіз даних, що мають в облікових документах (первинних і зведених) і звітності, забезпечує вживання необхідних заходів, спрямованих на поліпшення виконання планів, досягнення кращих результатів господарювання.

Дані статистичного обліку, у яких міститься кількісна характеристика масових явищ і процесів, використовуються для поглибленого вивчення й осмислення взаємозв'язків, виявлення економічних закономірностей.

Оперативний облік і звітність сприяють більш оперативному в порівнянні з статистикою чи бухгалтерським обліком забезпеченню аналізу необхідними даними (наприклад, про виробництво і відвантаження продукції, про стан виробничих запасів) і тим самим створюють умови для підвищення ефективності аналітичних досліджень.

Обліковим документом, згідно нашої класифікації, є й економічний паспорт підприємства, де накопичуються дані про результати господарської діяльності за кілька років. Значна деталізація показників, що містяться в паспорті, дозволяє провести численні дослідження динаміки, виявити тенденції і закономірності розвитку економіки підприємства.

До позаоблікових джерел інформації відносяться документи, що регулюють господарську діяльність, а також дані, що не відносяться до перерахованого раніше. У їх число входять наступні документи:

1. Офіційні документи, якими зобов'язаний користатися суб'єкт господарювання у своїй діяльності: закони держави, укази президента, постанови уряду і місцевих органів влади, накази вищих органів управління, акти ревізій і перевірок, накази і розпорядження керівників підприємства.

2. Господарсько-правові документи: договори, угоди, рішення арбітражу і судових органів, рекламації.

3. Рішення загальних збори колективу, ради трудового колективу підприємства в цілому чи окремих її підвідділах.

4. Матеріали вивчення передового досвіду, отримані з різних джерел інформації (Інтернет, радіо, телебачення, газети і т.д.).

5. Технічна і технологічна документація.

6. Матеріали спеціальних обстежень стану виробництва на окремих робочих місцях (хронометраж, фотографія і т.п.).

7. Усна інформація, що отримана під час зустрічей із членами свого чи колективу представниками інших підприємств.

Стосовно об'єкта дослідження інформація буває внутрішньою і зовнішньою. Система внутрішньої інформації – це дані статистичного, бухгалтерського, оперативного обліку і звітності, планові дані, нормативні дані, розроблені на підприємстві і т.д. Система зовнішньої інформації – це дані статистичних збірників, періодичних і спеціальних видань, конференцій, ділових зустрічей, офіційні, господарсько-правові документи і т.д.

При підбиранні інформації для її повноти необхідно максимально враховувати зміст аналізу.

До початку обробки залучених джерел інформації слід всебічно її перевірити і критично розглянути, щоб переконатися в її співмірності і вірогідності. Це необхідно для забезпечення якості аналізу й обґрунтованості аналітичних висновків за результатами аналізу, а отже, і ефективності управлінських рішень. Помилки, неузгодженість та інші недоліки, що потрапляють іноді в звітності, можуть відобразитися на аналітичних розрахунках, перекрутити результати аналізу. Тому попередньою умовою аналізу є детальна перевірка всіх матеріалів, що підлягають аналізу.

Вірогідність – це міра об'єктивного відображення даних, що характеризують суттєвість процесів і явищ. Вірогідність бухгалтерської звітності повинна бути підтверджена аудиторською довідкою.

Достовірність інформації значить, що вона не містить помилок і перекозчень. Показники звітності повинні бути об'єктивними, обґрунтовані перевіреними даними поточного обліку і підтверджені відповідними документами.

Зрозумілість – інформація, яка наводиться у фінансових звітах, повинна бути зрозумілою, розрахованою на розуміння її користувачами за умови, що вони мають достатні знання і зацікавлені у сприйманні цієї інформації.

Фінансова звітність повинна повністю висвітлювати всі напрямки діяльності підприємства і разом з тим містить тільки доречну інформацію, яка впливає на прийняття рішень користувачами, дає можливість своєчасно оцінити минулі, теперішні і майбутні події, підтвердити і скоригувати їх оцінки, зроблені у минулому.

Інформація, що підлягає розкриттю, а також інформація, яка не наведена безпосередньо у фінансових звітах, але є обов'язковою згідно з відповідними положеннями (стандартами), або яка містить додатковий аналіз статей звітності, необхідний для забезпечення її зрозумілості і доречності, подається у примітках до фінансових звітів.

Порівнюваність інформації характеризує можливість користувачам звітності порівнювати:

- фінансові звіти підприємства за різні періоди;
- фінансові звіти різних підприємств.

Таке порівняння дозволяє оцінити динаміку розвитку підприємства, визначити його місце на ринку.

Передумовами порівнюваності є наведення відповідної інформації попереднього періоду і розкриття інформації про облікову політику підприємства та її зміни. Для забезпечення порівнюваності у кожному фінансовому звіті необхідно наводити всю числову інформацію за попередній період способом, який дозволяє співставити її з даними за звітний період. Якщо, наприклад, класифікація статей у фінансових звітах змінилася, то відповідні суми за попередній період необхідно перекласифікувати для забезпечення їх порівнюваності із звітним періодом.

Інформація, подана у фінансових звітах, повинна не тільки відображати результати попередньої діяльності, але й бути корисною для прогнозування розвитку діяльності підприємства на наступні періоди.

Невід'ємною умовою корисності фінансової звітності є своєчасність її складання і подання. Надійна інформація втрачає своє значення, якщо вона надана користувачам несвоєчасно. Тому фінансові звіти повинні подаватися користувачам у строки, які забезпечують їх ефективне використання. Зайва деталізація ускладнює складання звітності та її аналіз, використання в управлінні. Тому державним і громадським органам забороняється вимагати, а підпорядкованим підприємствам подавати звітність за незатвердженими формами.

2.2. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства

Алгоритмічна модель проведення структурно-динамічного аналізу:

- 1) охарактеризувати туристське підприємство за довідковими даними, (власні підприємства розміщення туристів) і (власні підприємства харчування);
- 2) розрахувати основні показники діяльності туристського підприємства і проаналізувати їх динаміку;

3) проаналізувати структуру обслугованих туристів за цілями відвідування, за віковими категоріями і зміни структури за 3 роки;

4) проаналізувати розміщення туристів на території України і середню тривалість перебування в закладах розміщення;

5) проаналізувати дані про в'їзд іноземних туристів – динаміку кількості іноземних туристів і структуру туристських потоків, динаміку кількості тuroднів і середню тривалість подорожі за країнами, з яких прибули іноземні туристи;

6) проаналізувати дані про туристів, які виїжджали за кордон – динаміку кількості туристів і структуру туристських потоків, динаміку кількості тuroднів і середню тривалість подорожі за країнами, до яких виїжджали туристи, структуру обслугованих туристів, які виїхали повітряним, залізничним, автомобільним і морським транспортом;

7) проаналізувати основні фінансово-економічні показники та їх динаміку;

8) проілюструвати наочно динаміку основних показників діяльності туристського підприємства за допомогою різних типів діаграм;

9) скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; виявити фактори, що впливають на фінансові результати діяльності туристського підприємства; надати пропозиції щодо активізації роботи туристського підприємства.

Послідовність виконання:

1) Спочатку необхідно охарактеризувати туристське підприємство за довідковими даними (власні підприємства розміщення туристів) і (власні підприємства харчування). В характеристиці необхідно розкрити:

- назву суб'єкта туристичної діяльності,
- № ліцензії і № в реєстрі,
- поштовий індекс і адресу,
- форму власності,
- назву міністерства (відомства), акціонерного товариства тощо у віданні якого перебуває суб'єкт туристичної діяльності,
- наявність і кількість власних підприємств розміщення туристів (готелів, санаторіїв, пансіонатів з лікуванням, санаторіїв-профілакторіїв, кемпінгів, мотелів, турбаз, молодіжних таборів, центрів), їх місткість,
- наявність і кількість власних підприємств харчування (ресторанів, барів, кафе, інших) і кількість посадкових місць у них.

При наявності додаткової інформації слід охарактеризувати основні напрямки діяльності.

2) Далі слід розрахувати основні показники діяльності туристського підприємства і проаналізувати їх динаміку.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо обсягів реалізованих послуг туристським підприємством, побудувати графіки динаміки загальної кількості туристів і кількості тuroднів, наданих туристам за три роки.

3) Протягом трьох років туристи, обслуговані аналізованим туристським підприємством подорожували з різною метою, яку слід проаналізувати.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо структури туристів за цілями відвідування, побудувати графіки динаміки кількості туристів, які подорожували з різною метою.

Також у ході аналізу необхідно проаналізувати розподіл туристів, подорожуючих з кожною метою, наприклад розподіл туристів, які подорожували зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання проаналізувати.

За результатами проведеного аналізу необхідно зробити висновки щодо розподілу туристів, які подорожували зі службовою, діловою, метою бізнесу і метою навчання, побудувати графіки динаміки кількості туристів, які подорожували з такою метою, та їх структури.

Аналогічно провести аналіз розподілу туристів, які подорожували з метою дозвілля і відпочинку, з метою лікування, з метою спортивно-оздоровчого туризму та з іншою метою. Зробити висновки щодо структури обслугованих туристів у залежності від мети подорожі.

Охарактеризувати найбільші сегменти споживачів і надати пропозиції щодо перспектив розвитку окремих видів туризму в діяльності туристського підприємства.

Далі слід проаналізувати структуру обслугованих туристів за віковими категоріями. Зробити висновки щодо вікового складу обслугованих туристів, визначити перспективні сегменти туристів і надати пропозиції щодо необхідності активізації маркетингової діяльності для залучення окремих сегментів споживачів.

Але для того, щоб зробити висновки щодо діяльності туристського підприємства недостатньо проаналізувати динаміку і кількість обслугованих туристів. Також важливими показниками, що відображають попит на послуги туристського підприємства є кількість наданих туристам туро-днів і кількість туро-днів на 1 туриста, тобто тривалість подорожі. Тому необхідно визначити як за аналізований період змінилися ці показники. Результати аналізу проілюструвати графічно. Зробити висновки щодо динаміки кількості туро-днів, наданих туристам за кожним типом туризму.

4) Якщо туристське підприємство обслуговувало іноземних і внутрішніх туристів, доцільно проаналізувати розміщення туристів на території регіону України. За результатами аналізу зробити висновки щодо найбільш популярних закладів розміщення в Україні, побудувати графіки.

5) Далі необхідно проаналізувати дані про в'їзд іноземних туристів і дані про туристів, які виїжджали за кордон.

Якщо туристське підприємство обслуговувало іноземних туристів, тоді доцільно проаналізувати їх структуру і розподіл за країнами прибуття. Зробити висновки щодо структури в'їзного турпотoku, надати пропозиції щодо перспектив розвитку в'їзного туризму.

б) Далі слід проаналізувати динаміку і розподіл туристів, які виїжджали за кордон протягом трьох років. Зробити висновки щодо динаміки кількості туристів і їх активності.

Проаналізувати структуру туристів, які виїжджали за кордон і зробити висновки, щодо найбільш популярних напрямків туризму (країн, в які туристи виїжджають) і розвитку виїзного туризму.

Слід враховувати, що туристи, які виїжджають за кордон, користуються різними видами транспорту, серед яких: повітряний, залізничний, автомобільний і морський, що обумовлено перш за все транспортною доступністю країн, а іноді й особливістю подорожі. Тому доцільно проаналізувати розподіл туристів, які виїжджали за кордон різноманітними видами транспорту.

Зробити висновки щодо транспортного обслуговування туристів.

Проаналізувати структуру туристів, які подорожували окремими видами транспорту. Наприклад, структуру туристів, що подорожували повітряним транспортом. Аналогічно проаналізувати структуру туристів, обслугованих залізничним, автомобільним і морським транспортом. За результатами аналізу зробити висновки.

7) Важливим показником, що характеризує діяльність туристського підприємства є обсяг наданих туристських послуг у вартісному вимірюванні. Тому особливу увагу слід приділити аналізу фінансових показників. А саме проаналізувати динаміку і структуру доходів туристського підприємства. Зробити висновки щодо динаміки і структури доходів, виявити фактори, що впливають на їх зміни і надати оцінку їх впливу.

Далі слід проаналізувати динаміку і структуру витрат туристського підприємства і зробити висновки щодо їх динаміки і структури.

Проаналізувати динаміку отриманого фінансового результату від звичайної діяльності до оподаткування, зробити висновки щодо прибутковості (збитковості) роботи підприємства. Зробити висновки щодо тенденції розвитку туристського підприємства, надавши оцінку динаміки загального обсягу і зміни структури наданих послуг. Визначити резерви збільшення обсягів реалізації туристських послуг.

Сформулювати пропозиції щодо підвищення ефективності діяльності туристського підприємства, запропонувати можливі заходи, спрямовані на збільшення обсягів реалізації туристських послуг.

Контрольні запитання:

1. Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму?
2. Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства?
3. Якими є значення і завдання аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств туристської індустрії?
4. Назвіть фактори, що впливають на зміни обсягу пропозиції і реалізації послуг (продукції).

Домашнє завдання:

1. Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства, курортної сфери?
2. Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства?
3. Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг підприємств курортної сфери?
4. Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг ресторанного підприємства?

ЛЕКЦІЯ 3. АНАЛІЗ СТАНУ І ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

3.1. *Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу.*

3.2. *Аналіз стану основних засобів.*

3.3. *Аналіз ефективності використання основних засобів.*

3.1. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу

У будь-якому процесі виробництва незалежно від його суспільної форми взаємодіють два основні фактори: речовий, тобто засоби виробництва і особистий – робоча сила. Засоби виробництва підрозділяються на предмети праці і засоби праці, що розрізняються по функціях в процесі виробництва і виступають у формі виробничих фондів. Виробничі фонди залежно від характеру і продуктивного споживання підрозділяються на основні фонди і оборотні кошти.

Основні фонди – це та частина коштів виробництва, яка в процесі виробництва використовується поступово, протягом декількох циклів виробництва, і вартість якої переноситься на готовий продукт частинами, поступово надходить до обігу і поступово відшкодовується у вартості реалізованої продукції.

Основні фонди забезпечують матеріально-технічну базу підприємства, вдосконалення і зростання якої є найважливішою умовою підвищення якості і конкурентоспроможності продукції.

Існує декілька класифікацій основних фондів відповідно до яких вони діляться:

1. Основні засоби:

- 1.1. Земельні ділянки;
- 1.2. Капітальні витрати на поліпшення земель;
- 1.3. Будівлі, споруди і передавальні пристрої;
- 1.4. Машини і устаткування;
- 1.5. Транспортні засоби;
- 1.6. Інструменти, прилади, інвентар;
- 1.7. Робоча і продуктивна худоба;
- 1.8. Багаторічні насадження;
- 1.9. Інші основні засоби;

2. Інші позаоборотні матеріальні активи:

- 2.1. Бібліотечні фонди;
- 2.2. Малоцінні позаоборотні матеріальні активи;
- 2.3. Тимчасові (нетитульні) споруди;
- 2.4. Природні ресурси;
- 2.5. Інвентарна тара;
- 2.6. Предмети прокату;
- 2.7. Інші позаоборотні матеріальні активи.

2. за функціональним призначенням: виробничі, невиробничі;

3. за характером використання: ті що діють, недіючі, здані в оренду;

4. за принципом приналежності: власні, орендовані;

5. за ступенем участі в процесі виробництва: активні, пасивні.

3.2. Аналіз стану основних засобів

Аналіз стану основних засобів зазвичай починається з вивчення кількості основних засобів, їх динаміки і структури. Кількість основних засобів представляється у вартісному виразі.

Види вартісної оцінки основних засобів:

1. Повна первинна вартість основних засобів – це вартість засобів у момент їх створення по цінах, що діють, і тарифах. У вартість основних засобів включається вартість їх придбання, вартість доставки, вартість їх монтажу.

2. Відновна вартість основних засобів – це повна вартість основних засобів при створенні їх в сучасних умовах, тобто при сучасних цінах, тарифах, методах і технологіях будівництва.

3. Залишкова вартість основних засобів – це повна первинна (відновна) вартість основних засобів за вирахуванням величини їх зносу.

4. Ліквідаційна вартість основних засобів – це вартість реалізації зношених і знятих з виробництва основних засобів.

Аналіз забезпеченості, обсягу, структури і руху основних засобів є початковою інформацією для аналізу технічного стану і ефективності використання основних засобів.

Аналіз технічного стану основних засобів здійснюється в наступній послідовності:

- 1) розраховуються коефіцієнти зносу і придатності за аналізований період:
 - а) за три роки або
 - б) за попередній рік і на початок і кінець звітного року;
- 2) визначається зміна цих показників;
- 3) дається оцінка зміни показників;
- 4) виявляються причини зміни показників.

3.3. Аналіз ефективності використання основних засобів

Для оцінки ефективності основних засобів використовують показники фондоддачі (відношення вартості продукції, створеної на підприємстві за певний період до вартості застосованих у виробництві цієї продукції основних засобів за той же період), фондомісткості (зворотний показник фондоддачі) і показник ефективності основних засобів (відношення прибутку, отриманого на підприємстві за даний період до середньої вартості основних засобів за той же період).

Велике значення в процесі аналізу набуває факторний аналіз фондоддачі, фондомісткості, фондорентабельності.

Залежно від цілей аналізу додатково можна розраховувати і окремі показники ефективності: коефіцієнти використання устаткування за чисельністю, коефіцієнти використання устаткування за змінністю роботи, коефіцієнти використання устаткування за часом, продуктивністю, обсягом робіт.

Завершуючи аналіз, необхідно зробити відповідні висновки, запропонувати заходи щодо поліпшення структури основних засобів, їх своєчасного оновлення і підвищення ефективності використання.

Контрольні запитання:

1. Які завдання і джерела інформації аналізу стану і використання основних засобів?
2. Що таке основні засоби? Яка їх роль у роботі туристських підприємств?
3. Як класифікуються основні засоби?
4. Охарактеризуйте види оцінки основних засобів. У зв'язку з чим використовують декілька оцінок вартості?

Домашнє завдання:

1. Яка роль основних засобів у роботі готельних, курортних підприємств?
2. Охарактеризуйте особливості складу і структури основних засобів готельних, туристських, курортних підприємств.
3. Які показники характеризують технічний стан основних засобів, як їх розраховують?
4. Які показники характеризують рух основних засобів, як їх розраховують?
5. Які показники характеризують ефективність використання основних засобів, як їх розраховують?
6. Які методи застосовують для аналізу стану і використання основних засобів?
7. Від яких факторів залежить фондовіддача основних засобів? Охарактеризуйте алгоритм розрахунку впливу факторів.

ЛЕКЦІЯ 4. АНАЛІЗ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ

4.1. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу використання трудових ресурсів.

4.2. Аналіз чисельності, складу і руху персоналу.

4.3. Аналіз використання фонду робочого часу.

4.4. Аналіз продуктивності праці.

4.1. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу використання трудових ресурсів

Ефективна робота підприємства забезпечується ефективним використанням всіх елементів виробничого процесу: праці, засобів праці, предметів праці. Від забезпеченості підприємства трудовими ресурсами і ефективності їх використання залежать обсяг і своєчасність виконання всіх робіт, ефективність використання устаткування і, як результат, обсяг виробництва продукції (послуг), її собівартість, прибуток і ряд інших економічних показників.

Мета аналізу використання трудових ресурсів – виявити резерви підвищення ефективності виробництва за рахунок продуктивності праці, раціональнішого використання чисельності працівників, їх робочого часу.

Основні завдання аналізу:

1. В області використання робочої сили:

- оцінка забезпеченості підприємства необхідними кадрами за чисельністю, складом, структурою, рівнем кваліфікації;
- встановлення відповідності професійного складу і рівня кваліфікації осіб, що працюють вимогам виробництва;
- вивчення форм, динаміки і причин руху робочої сили, аналіз впливу чисельності осіб, що працюють на динаміку продукції (послуг);
- перевірка даних про використання робочого часу і розробка заходів щодо кращого використання робочого часу і усунення його непродуктивних витрат;

2. В області продуктивності праці:

- встановлення рівня продуктивності праці за структурними підрозділами;
- зіставлення отриманих показників з показниками попередніх періодів;
- визначення екстенсивних і інтенсивних факторів зростання продуктивності праці;
- оцінка факторів, що впливають на зростання продуктивності праці;
- виявлення резервів подальшого зростання продуктивності праці і їх вплив на динаміку випуску продукції (послуг).

Основні джерела інформації для аналізу:

1) Форма №1-ПВ «Звіт з праці» (місячна, квартальна, річна);

2) Форма №3-ПВ «Звіт про використання робочого часу»;

3) дані вибіркового спостереження за використанням трудових ресурсів;

4) дані табельного обліку та ін.

4.2. Аналіз чисельності, складу і руху персоналу

Всі працівники залежно від ступеня їх участі у виробничій діяльності підрозділяються на: промислово-виробничий персонал і непромисловий (невиробничий) персонал.

А) промислово-виробничий персонал, який підрозділяється на різні категорії.

1) За характером виконуваних функцій: робочі, інженерно-технічні працівники, службовці, молодший обслуговуючий персонал, працівники охорони, учні.

До категорії робочих в готелі віднесено покоївок, старших покоївок, кастелянш, слюсарів, чергових на поверсі, електромонтерів, столярів, комірників, якщо до їх обов'язків входить виконання фізичних робіт з переміщення і укладання матеріалів і робочих інших спеціальностей.

До категорії інженерно-технічних працівників відносять персонал, що виконує роботу з організації і керівництва виробничим процесом, яка потребує вищої спеціальної або середньої технічної підготовки. Ця категорія включає керівних працівників підприємства (організації) і окремих структурних підрозділів (директорів, керівників планових, технічних відділів), інженерів, техніків, економістів.

До службовців відносять робітників, що виконують функції обліку, постачання, збуту, а також інші адміністративно-господарчі функції. У готелях до цієї категорії віднесено бухгалтерів, касирів, чергових адміністраторів, завідуючих поверхами, білизняною, секретарів.

Особи, що проходять навчання на підприємстві входять до категорії учнів.

Робітники, що виконують роботу з обслуговування виробничих і побутових потреб підприємства, входять до категорії молодшого обслуговуючого персоналу. Це двірники, ліфтери, швейцари та інші.

2) За характером участі у виробництві: основні робочі, допоміжні робочі.

Основні робочі зайняті в основному виробничому (експлуатаційному) процесі, тобто безпосередньо приймають участь у виробництві продукції (послуги), а допоміжні сприяють здійсненню основного процесу виробництва.

3) За ступенем розділення виробництва на технологічні процеси і операції:

а) класифікація кадрів за професіями – 9 груп:

1. Законодавці, вищі державні службовці, керівники;

2. Професіонали;

3. Фахівці;

4. Технічні службовці;

5. Робочі сфери торгівлі і побутових послуг;

6. Кваліфіковані робочі сільського і лісового господарства, риборозведення і рибальства;

7. Кваліфіковані робочі з інструментом;

8. Оператори і складальники устаткування і машин;

9. Найпростіші професії;

б) класифікація кадрів за спеціальностями.

4) За ступенем складності виконуваних робіт: класифікація кадрів за рівнем кваліфікації.

Б) непромисловий (невиробничий) персонал.

Найважливішим параметром, що характеризує стан трудового потенціалу, є чисельність працівників.

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.

Облікова чисельність штатних працівників визначається на певну дату, наприклад, на перше або останнє число місяця, з урахуванням прийнятих і вибулих працівників в цей день. В обліковій чисельності штатних працівників враховуються особи, які фактично працювали або були відсутні з якихось причин, тобто всі працівники, які знаходяться в трудових відносинах, незалежно від виду трудового договору.

Не включаються до облікової чисельності штатних працівників особи, прийняті на роботу за сумісництвом, а також направлені на навчання з відривом від виробництва, які отримують тільки стипендію.

Явочна чисельність – це та кількість працівників, що знаходиться на робочих місцях відповідно до режиму роботи підприємства. Різниця між обліковою і явочною чисельністю характеризується тією кількістю працівників, які з різних (поважних і неповажних) причин не з'явилися на роботу (відпустка, хвороба, відрядження, прогули й ін.).

Середня чисельність працівників будь-якого підприємства за певний період визначається як сума:

- середньооблікової чисельності штатних працівників;
- середньої кількості позаштатних сумісників;
- середньої чисельності працівників за цивільним договором.

Середньооблікова чисельність штатних працівників розраховується 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 визначається кількість осіб, що з'явилися та не з'явилися на роботу.

До середньооблікової штатної чисельності не включаються працівники, які знаходяться у відпустках по вагітності, родах, догляду за дітьми до досягнення встановленого законом віку.

В умовах розповсюдження неповної зайнятості і подвійної (робота за сумісництвом і так далі) використовується два варіанти розрахунку середньооблікової чисельності працівників: середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу (використовується для визначення чисельності зайнятих працівників, мобільності робочої сили) і середньооблікова чисельність всього персоналу в еквіваленті повної зайнятості (для визначення середнього рівня заробітної плати і інших середніх величин в цілому по підприємству).

Всі працівники розподіляються на різні категорії за основним і не основним видами діяльності підприємства. Структура персоналу залежить від особливостей, розмірів, спеціалізації підприємства і так далі.

Порівнюючи фактичну чисельність персоналу з потребою в робочій силі (плановою чисельністю) і чисельністю персоналу в попередньому періоді в

цілому по підприємству, за категоріями і професіями працівників, визначають забезпеченість підприємства трудовими ресурсами, а також зміну їх чисельності в порівнянні з потребою і попереднім періодом.

Рух кадрів на підприємстві за відповідний період характеризується за допомогою коефіцієнтів:

1. Коефіцієнт загального обороту (Коб) розраховується як відношення кількості прийнятих і звільнених працівників за звітний період до середньооблікової чисельності штатних працівників:

$$\text{Коб} = \text{Чпр} + \text{Чзв} / \text{Чоб} \times 100 \quad (4.1)$$

2. Коефіцієнт прийому кадрів (коефіцієнт обігу кадрів з прийому) (Кп) визначається як відношення кількості осіб, прийнятих на роботу за певний період (Чпр), до середньооблікової чисельності персоналу за той самий період:

$$\text{Кп} = \text{Чпр} / \text{Чоб} \times 100 \quad (4.2)$$

3. Коефіцієнт звільнення працівників (коефіцієнт обігу кадрів з вибуття (звільнення)) (Кзв) розраховується як відношення кількості звільнених працівників за звітний період до середньооблікової чисельності персоналу:

$$\text{Кзв} = \text{Чзв} / \text{Чоб} \quad (4.3)$$

Велике значення для оцінки обігу кадрів має визначення коефіцієнтів плинності та відновлення. Коефіцієнт плинності кадрів (Кпл) розраховується як відношення кількості звільнених працівників за звітний період за прогули та інші порушення трудової дисципліни, невідповідність зайнятій посаді (Чзв.пор), а також за власним бажанням (крім поважних причин) до середньооблікової чисельності персоналу:

$$\text{Кпл} = \text{Чзв.пор} / \text{Чоб} \quad (4.4)$$

Коефіцієнт відновлення кадрів (Квід) характеризується співвідношенням кількості прийнятих працівників до кількості звільнених з різних причин за певний період:

$$\text{Квід} = \text{Чпр} / \text{Чзв} \quad (4.5)$$

Коефіцієнт постійності кадрів (постійності складу персоналу підприємства) (Кпс) характеризується співвідношенням кількості персоналу, що працював весь період до середньооблікової чисельності персоналу:

$$\text{Кпс} = \text{Чзв.пор} / \text{Чоб} \quad (4.6)$$

4.3. Аналіз використання фонду робочого часу

Повнота використання трудових ресурсів оцінюється за кількістю днів і часу, відпрацьованих одним працівником за аналізований період часу, а також за ступенем використання фонду робочого часу.

В ході аналізу дається: оцінка повноти використання робочого часу, визначають фактори, що впливають на використання робочого часу; з'ясовуються причини цілодобових і внутрішньозмінних втрат робочого часу; розраховується вплив простоїв на продуктивність праці і зміну обсягу послуг.

При розрахунку балансу робочого часу разом з нормативними матеріалами використовуються дані, що характеризують фактичне положення справ в попередні періоди, а також дані табельного обліку явок і нез'явлень на роботу з розшифровкою причин. Баланс робочого часу складається за кожною категорією працівників, за кожним підрозділом і в цілому по підприємству.

Порівнюючи звітний і плановий баланс робочого часу, можна визначити відхилення від плану за окремими видами невиходів на роботу, визначити незаплановані невиходи, і встановити причину простоїв.

При детальнішому аналізі використання робочого часу можна вивчити його склад і структуру за окремими елементами, а також динаміку їх зміни за аналізований період.

Використання робочого часу аналізується шляхом зіставлення звітних даних з плановими показниками. На зміну ефективного фонду робочого часу Φ_e впливають наступні фактори:

1. Зміна середньооблікової чисельності працівників (ОСІБ_{обл});
2. Зміна тривалості робочого року (кількості відпрацьованих днів одним працівником в середньому за рік) (Т);
3. Зміна середньої тривалості робочого дня (t_d)

$$\Phi_e = \text{ОСІБ}_{\text{обл}} \times T \times t_d \quad (4.7)$$

При аналізі слід зважати на те, що втрати робочого часу не завжди приводять до зменшення випуску, оскільки можуть бути компенсовані підвищенням інтенсивності праці.

Тому при аналізі використання трудових ресурсів важливо вивчити показники продуктивності праці.

4.4. Аналіз продуктивності праці

Продуктивність праці – це показник, що характеризує її ефективність і показує здатність працівників випускати певну кількість продукції за одиницю часу.

Продуктивність праці визначається продукцією, яку виробляють за одиницю часу (виробітком), або кількістю часу, що витрачається на виготовлення одиниці продукції (трудомісткістю).

Для оцінювання рівня інтенсивності використання трудових ресурсів підприємства застосовують систему узагальнюючих, окремих і допоміжних показників продуктивності праці.

До узагальнюючих показників належать середньорічний, середньоденний і середньогодинний виробіток продукції на одного робітника, а також середньорічний виробіток продукції (послуг) на одного працюючого у вартісному вираженні.

Індивідуальні показники – це витрати часу на виробництво одиниці продукції певного виду (трудомісткість продукції) або випуск продукції певного виду в натуральному вираженні на один людино-день або на одну людино-годину.

Допоміжні показники характеризують витрати часу на виконання одиниці певного виду робіт або обсяг виконаних робіт за одиницю часу.

Методи визначення виробітку:

- натуральний (ділення обсягу виробленої продукції у фізичних одиницях на кількість витраченого часу в нормо-годинах); різновидом натуральних вимірників обчислення виробітку є умовно-натуральні;
- вартісний (ділення обсягу виробленої продукції в гривнях до витрат часу, вираженого в середньообліковій чисельності робітників, або відпрацьованій ними кількості людино-днів, людино-годин);
- трудовий (ділення обсягу продукції, представленої в затратах робочого часу в нормо-годинах, на кількість робітників).

В процесі аналізу продуктивності праці встановлюються: ступінь виконання завдання з зростання продуктивності праці; фактори, що впливають на динаміку продуктивності праці; резерви зростання продуктивності праці і заходи з їх використання.

Найбільш узагальнюючим показником продуктивності праці є середньорічний виробіток продукції на одного працівника. Його величина залежить не лише від виробітку робітників, а й від частки останніх у загальній чисельності промислово-виробничого персоналу, а також від кількості днів, які вони працювали і тривалості робочого дня.

Таким чином середньорічний виробіток одного працівника можна представити як добуток таких факторів:

$$РВ_{\Pi} = Ч * Д * Т * ГВ \quad (4.8)$$

За допомогою факторного аналізу можна виявити які фактори справили позитивний, а які негативний вплив на зміну показників продуктивності праці і випуск продукції (послуг).

На завершення аналізу необхідно розробити конкретні заходи для забезпечення зростання продуктивності праці і визначити резерви підвищення середньогодинного, середньоденного і середньорічного виробітку робітників.

Контрольні запитання:

1. Які завдання і джерела інформації для аналізу використання трудових ресурсів?
2. Як класифікують кадри підприємства?
3. Як аналізують забезпеченість підприємства трудовими ресурсами за кількісними і якісними параметрами?
4. Назвіть особливості кадрового складу для підприємств сфери туризму.
5. Які показники використовують для аналізу якісного складу трудових ресурсів підприємства?
6. Які показники характеризують рух трудових ресурсів на підприємстві, як визначають їх рівень?

Домашнє завдання:

1. За допомогою яких показників аналізують використання робочого часу і використання трудових ресурсів підприємства?
2. Які фактори впливають на продуктивність праці? Назвіть резерви зростання продуктивності праці.
3. Охарактеризуйте узагальнюючі, окремі й допоміжні показники продуктивності праці та методику їх розрахунку.
4. Назвіть форми оплати праці, особливості їх використання, переваги й недоліки?
5. Назвіть особливості кадрового складу для підприємств готельного і ресторанного господарства, курортної сфери.

ЛЕКЦІЯ 5. АНАЛІЗ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ (РОБІТ, ПОСЛУГ)

- 5.1. Поняття собівартості продукції, кошторис витрат, калькуляція. Класифікація витрат. Методи обліку і калькуляції собівартості.*
- 5.2. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу.*
- 5.3. Аналіз структури і динаміки витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг).*

5.1. Поняття собівартості продукції, кошторис витрат, калькуляція. Класифікація витрат. Методи обліку і калькуляції собівартості

Собівартість продукції (робіт, послуг) – це виражені в грошовій формі витрати (витрати виробництва) на спожиті при виготовленні продукції засоби виробництва, оплату праці робочих, послуг інших підприємств, витрати з реалізації продукції, а також витрати з управління і обслуговування виробництва, тобто це витрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг).

Під структурою собівартості розуміється питома вага різних видів витрат в повній собівартості продукції. Структура собівартості залежить від особливостей виробництва (до якої галузі відноситься виробництво, тип виробництва, географічне розміщення і ін.).

Залежно від того, який елемент витрат переважає в собівартості, прийнято розрізняти: матеріаломісткі, паливоємні, енергоємні і трудомісткі галузі.

За етапами формування можна виділити наступні види собівартості:

- технологічна – це сума витрат на здійснення технологічного процесу;
- виробнича – витрати на виробництво продукції;
- повна – витрати на виробництво і збут.

Кошторисом витрат називається повне зведення витрат на виробництво і реалізацію продукції, згруповане за економічно однорідними елементами Основними статтями кошторису витрат є:

- 1) матеріальні витрати (за вирахуванням зворотних відходів);
- 2) витрати на оплату праці;
- 3) відрахування на соціальні заходи;
- 4) амортизація основних фондів і нематеріальних активів;
- 5) інші операційні витрати.

Угрупування витрат за економічними елементами використовується при складанні кошторису витрат на виробництво по підприємству, підрозділам або іншим об'єктам управління. У ньому кількісно відбивається, скільки і яких витрат буде в майбутньому або фактично проведено.

Кошторис, проте, не показує призначення виробничих витрат, їх зв'язок з результатами виробництва і доцільність. Усунути цей недолік дозволяє перегрупування виробничих витрат за калькуляційними статтями собівартості.

Калькуляція – це представлений в табличній формі розрахунок витрат на виробництво і збут одиниці продукції (виробів, робіт, послуг) або групи однорідних видів продукції. Як і кошторис витрат, калькуляція складається в грошовій формі. На відміну від кошторису витрат калькуляційні статті групуються не за економічно однорідними елементами, а за сферами

виробничої діяльності. Тому в калькуляційну статтю можуть входити декілька економічно однорідних видів витрат (наприклад, матеріальні витрати, заробітна плата, амортизація).

На основі калькуляції формується на кожен вид продукції (послуг) базова ціна підприємства.

Калькуляція виробничої собівартості включає наступні статті витрат:

- 1) сировина і основні матеріали;
- 2) придбані комплектуючі вироби, напівфабрикати, роботи і послуги виробничого характеру сторонніх підприємств і організацій;
- 3) паливо і енергія на технологічні цілі;
- 4) зворотні відходи;
- 5) основна заробітна плата виробничих робочих;
- 6) додаткова заробітна плата виробничих робочих;
- 7) відрахування на соціальні заходи;
- 8) витрати на утримання і експлуатацію устаткування;
- 9) загальновиробничі (цехові) витрати;
- 10) втрати від браку;
- 11) супутня продукція (вираховується);
- 12) інші виробничі витрати.

Окрім вказаних витрат виробничої собівартості при формуванні ціни важливо враховувати наступні статті витрат:

- адміністративні витрати;
- витрати на збут;
- інші операційні витрати.

Класифікація витрат на виробництво продукції (робіт, послуг):

- 1) за місцем виникнення витрат: витрати виробництва, служби, ділянки, цеху;
- 2) за способами перенесення вартості на продукцію: прямі і непрямі;
- 3) за економічним змістом: основні, накладні;
- 4) за ступенем впливу обсягу виробництва на рівень витрат: умовно-змінні (пропорційні) і умовно-постійні (непропорційні);
- 5) за складом витрат: прості і комплексні;
- 6) за видами витрат:
 - витрати за економічними елементами – використовують для визначення всіх матеріальних, трудових витрат підприємства в цілому;
 - витрати за статтями калькуляції – це витрати на окремі види виробів, які використовуються для розрахунку одиниці продукції з урахуванням місця і умов її виробництва.

Конкретний склад і структура витрат суб'єктів туристської діяльності (готелів, туроператорів і турагентів) аналогічно іншим суб'єктам підприємницької діяльності, регулюються законодавчими актами та Положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку.

До основних Положень бухгалтерського обліку, за якими визначається собівартість, відносяться: П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» і П(С)БО 16 «Витрати».

Щодо туристської діяльності, то собівартість реалізованого турпродукту складається з виробничої собівартості, нерозподілених постійних витрат і наднормативних виробничих витрат.

У виробничу собівартість тур продукту включаються:

– прямі витрати на закупівлю туристичних послуг в інших підприємств і свої витрати на створення та надання послуг, що можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат;

– прямі витрати на оплату праці, що включають заробітну плату й інші виплати працівникам, зайнятим формуванням турпродукту та наданням послуг, які можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат;

– інші прямі витрати, що можуть бути віднесені безпосередньо на конкретний об'єкт витрат, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду земельних і майнових паїв, амортизація і т.п.;

– загальновиробничі витрати, що включають оплату праці управлінського персоналу структурних підрозділів підприємства і відрахування на соціальні заходи, витрати на відрядження, охорону праці, техніку безпеки, охорону навколишнього середовища і т.п.

Загальновиробничі витрати поділяються на постійні та змінні.

До постійних відносяться витрати, пов'язані з управлінням процесами формування та реалізації турпродукту, що залишаються незмінними (або майже незмінними) при зміні обсягів діяльності.

Порядок віднесення цих витрат на одиницю тур продукту (послуг) здійснюється шляхом розподілу їх пропорційно прямим витратам.

До змінних витрат відносяться витрати з обслуговування та управління підрозділами формування й реалізації турпродукту, і змінюються прямо пропорційно або майже прямо пропорційно до зміни обсягу діяльності. Базою для розподілу цих витрат виступає обсяг діяльності, рідше – прямі витрати підприємства. Перелік і склад змінних і постійних загальновиробничих витрат установлюється підприємством самостійно.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю підприємства, що не включаються до собівартості реалізованого турпродукту, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

До адміністративних витрат відносяться загальногосподарські витрати, пов'язані з загальним обслуговуванням та управлінням підприємством – це витрати на проведення річних зборів і представницькі витрати; витрати на відрядження та утримання апарату управління підприємства й іншого загальногосподарського персоналу; витрати на утримання й амортизацію основних засобів та інших матеріальних необоротних активів загальногосподарського використання; витрати на зв'язок та амортизацію нематеріальних активів загальногосподарського значення; витрати на врегулювання суперечок через судові органи, на сплату податків, зборів та інших обов'язкових платежів підприємства, крім включених до собівартості реалізованого турпродукту (послуг); оплата розрахунково-касового обслуговування та інших послуг банків; інші витрати загальногосподарського призначення.

До витрат на збут відносяться витрати, пов'язані з реалізацією турпродукту безпосередньо покупцям або через посередників; це винагорода

продавцям турпродукту, витрати на рекламу і дослідження ринку, на відрядження працівників збуту, на страхування туристів і супровідників туристських груп та інші витрати, пов'язані зі збутом турпродукту та послуг.

До інших операційних витрат включаються витрати, пов'язані з конвертацією національної валюти в іноземну при виїзному туризмі і конвертацією валюти іноземних туристів у національну валюту; суми безнадійної дебіторської заборгованості і відрахувань у резерв сумнівних боргів; втрати від зміни курсу валют при операційній діяльності; визнані штрафи, пені, неустойки; витрати на виплату матеріальної допомоги, на утримання об'єктів соціального, культурного та побутового призначення і т.п.; інші витрати на операційну діяльність.

Витрати на операційну діяльність підприємств туристської індустрії групуються також за економічними елементами, які визначаються П(С)БО 16 «Витрати» як сукупність економічно однорідних витрат.

До матеріальних витрат підприємств туристської індустрії відноситься вартість придбаних туристських послуг та інших комплектуючих турпродукт виробів (товарів), палива й енергії, запасних частин і будматеріалів.

До складу елемента «Витрати на оплату праці» включається заробітна плата за тарифними ставками та окладами, премії і заохочення, компенсаційні виплати, оплата відпусток та інші витрати на оплату праці.

До елемента «Відрахування на соціальні заходи» відносяться: відрахування на пенсійне забезпечення, а також внески до спеціальних фондів.

Елемент «Амортизація» являє собою суму нарахованої амортизації основних засобів, нематеріальних активів та інших необоротних матеріальних активів.

До складу елемента «Інші операційні витрати» включаються витрати на відрядження, на послуги зв'язку, на виплату матеріальної допомоги, витрати на оплату розрахунково-касового й іншого банківського обслуговування тощо.

Сукупні витрати підприємств, крім операційних витрат, включають фінансові витрати і витрати, пов'язані з надзвичайними подіями. До фінансових витрат відносяться сплата відсотків за користування кредитами, за випущені підприємством облігації, витрати на фінансову оренду та інші витрати підприємства, пов'язані із залученням капіталу ззовні; втрати від участі в капіталі асоційованих, дочірніх або спільних підприємств, а також інші фінансові втрати (уцінка та вибуття необоротних активів і фінансових інвестицій, втрати від неопераційних курсових різниць і т.п.). Витрати на операційну та фінансову діяльність – це витрати, пов'язані зі звичайною діяльністю.

Сума витрат від надзвичайних подій зменшується на суму податку на прибуток, який направлено на покриття збитків від надзвичайних подій, якщо сума прибутку від звичайної діяльності не менша збитків від надзвичайних подій.

Фахівці виділяють наступні основні види витрат при формуванні туристського продукту:

- витрати на оплату послуг інших підприємств туріндустрії;
- витрати на оплату праці працівників туристських підприємств;
- витрати на рекламу;

- витрати, пов'язані з орендою та амортизацією основних засобів, насамперед сучасних систем комп'ютерної техніки.

Методи обліку і калькуляції фактичної собівартості продукції (робіт, послуг):

- за відношенням до технологічного процесу: позаказний, попередільний;
- за об'єктами калькуляції: виріб, процес, замовлення, тур, помешкання;
- за способом збору інформації, що забезпечує контроль за витратами: метод прямого рахунку, нормативний метод.

5.2. Значення, завдання і інформаційне забезпечення аналізу

Основною метою будь-якого комерційного підприємства є отримання максимального прибутку, що виражається різницею між отриманими коштами за продукцію або послуги і витратами на її виробництво і продаж. Тобто витрати підприємства безпосередньо впливають на формування прибутку. Собівартість продукції – якісний показник діяльності підприємства, оскільки в ній відбиваються всі сторони його виробничої і фінансово-господарської діяльності: ступінь використання матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, якість роботи окремих працівників і керівництва в цілому. Крім того, прибутковість і рівень витрат знаходяться між собою в прямій залежності: чим нижче собівартість, тим вище рентабельність підприємства, і навпаки. У економічній літературі зустрічається поняття «Витрати виробництва», під якими розуміють реальні або передбачувані фінансові витрати підприємств. У практиці планування і обліку для характеристики витрат виробництва застосовують термін «витрати на виробництво», а витрати на вироблену продукцію виражаються в її собівартості.

Основними джерелами інформації для аналізу витрат на виробництво продукції (робіт, послуг) є наступні документи.

а) Форми статистичної звітності:

- форма № 1 «Підприємництво»;
- форма № 5-С «Звіт про витрати на виробництво продукції (робіт, послуг)»;

- довідка про рентабельність окремих видів продукції.

б) Форми фінансової звітності – форма № 2 «Звіт про фінансові результати».

в) Внутрішня облікова і управлінська інформація:

- планові і звітні калькуляції собівартості окремих видів продукції;
- кошториси витрат на виробництво;
- дані синтетичного (журнали-ордера, відомості) і аналітичного обліку витрат по основних і допоміжних виробництвах і так далі.

Завданнями аналізу собівартості продукції (робіт, послуг) є:

- оцінка динаміки найважливіших показників собівартості і виконання плану по ним;
- оцінка обґрунтованості і напруженості плану за собівартістю;

- визначення факторів, що впливають на динаміку показників собівартості і виконання плану по ним, величини і причини відхилень фактичних витрат від планових;
- оцінка динаміки і виконання плану за собівартістю в розрізі елементів і за статтями витрат окремих видів виробів, послуг;
- виявлення втрачених можливостей зниження собівартості продукції, послуг.

Напрямами аналізу собівартості є:

- аналіз собівартості за економічними елементами і статтями калькуляції;

- аналіз собівартості конкретних видів продукції;

- аналіз собівартості найважливіших видів турів;

- аналіз витрат на 1 грн. товарної продукції.

Об'єктами аналізу собівартості є показники:

- абсолютна сума операційних витрат в цілому і за елементами;

- витрати на грн. продукції;

- собівартість окремих виробів;

- окремі статті витрат;

- витрати за центрами відповідальності.

5.3. Аналіз структури і динаміки витрат на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг)

Аналіз загальної суми витрат звичайно починають із вивчення динаміки загальної суми операційних витрат у цілому і за основними елементами. Аналіз витрат за економічними елементами здійснюється наступним чином:

1) визначається загальна кількість витрат за планом і фактично (кошторис витрат);

2) визначається абсолютне відхилення за кошторисом витрат;

3) зіставляються фактичні витрати даного періоду з фактичними витратами минулого періоду; аналізуються в динаміці за ряд років;

4) визначається абсолютне відхилення за кожним економічним елементом і питома вага кожного елемента витрат.

За зміною питомої ваги витрат на оплату праці визначають зміну трудомісткості продукції.

За зміною питомої ваги матеріальних витрат визначають зміну продуктивності праці.

За зміною питомої ваги амортизаційних відрахувань визначають зміни технічного рівня виробництва.

Зменшення питомої ваги витрат на оплату праці і одночасно зростання питомої ваги амортизації свідчить про підвищення технічного рівня виробництва, зростання продуктивності праці.

В цілому аналіз витрат за економічними елементами дозволяє встановити вплив технічного прогресу на структуру витрат.

Метою аналізу собівартості за статтями витрат (калькуляції) є оцінка виконання плану за статтями витрат. Цей аналіз надає можливість встановити за якими статтями економія, а за якими – перевищення витрат, що дає можливість виявити резерви зниження собівартості на підприємстві.

В ході аналізу визначаються абсолютні відхилення за статтями витрат, визначаються відхилення фактичних витрат від планових. Визначається питома вага кожної статті до запланованої суми та до загальної суми витрат.

Аналізується виконання плану по собівартості в цілому та відхилення за окремими статтями витрат, що дозволяє виявити резерви зниження собівартості.

За результатами розрахунків слід визначити причини, що обумовили відхилення і вжити заходи з недопущення перевищення витрат за статтями собівартості в майбутньому.

В ході більш детального аналізу витрат можливо проаналізувати собівартість окремих видів продукції (послуг), прямі матеріальні витрати, прямі трудові витрати, непрямі витрати, проаналізувати витрати за центрами відповідальності та визначити резерви зниження собівартості продукції (послуг).

Контрольні запитання:

1. Які завдання і джерела інформації для аналізу собівартості продукції (робіт, послуг)?
2. Що таке собівартість продукції (робіт, послуг)? Охарактеризуйте основні види собівартості.
3. За якими ознаками класифікують витрати на виробництво продукції (робіт, послуг)?
4. Назвіть і охарактеризуйте основні статті кошторису й основні статті калькуляції.
5. Розкрийте особливості структури собівартості послуг та продукції підприємств готельного і ресторанного господарства, курортної сфери і туризму.

Домашнє завдання:

1. Чим зумовлена необхідність групування тих самих витрат за економічними елементами і за статтями калькуляції?
2. Назвіть і коротко охарактеризуйте основні методи обліку і калькулювання собівартості.
3. Розкрийте методику аналізу загальної суми витрат на виробництво продукції (робіт, послуг).
4. Розкрийте методику аналізу собівартості окремих видів продукції (робіт, послуг).
5. Як розраховують і аналізують показник витрат на гривню продукції (робіт, послуг)?

ЛЕКЦІЯ 6. АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

6.1. Завдання і джерела інформації аналізу фінансових результатів.

6.2. Аналіз складу, динаміки і структури фінансових результатів діяльності підприємств туризму.

6.3. Аналіз розподілу прибутку підприємства.

6.4. Система показників для оцінки рентабельності.

6.1. Завдання і джерела інформації аналізу фінансових результатів

Формування прибутку від фінансово-господарської діяльності підприємств туризму відображається у формі № 2 бухгалтерської звітності «Звіт про фінансові результати». Цей звіт вважається одним з найбільш інформативних документів, оскільки містить інформацію про динаміку прибутку підприємства.

Основними завданнями аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є:

- визначення впливу як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників на ефективність діяльності підприємства;
- дослідження складу і структури прибутку в динаміці;
- оцінка абсолютних і відносних показників формування прибутку від різних видів діяльності;
- виявлення факторів, що впливають на величину прибутку і кількісне вимірювання їх впливу на результативний показник;
- оцінка ефективності розподілу чистого прибутку підприємства;
- виявлення резервів збільшення суми прибутку і рентабельності;
- оцінка роботи підприємства з використання можливостей збільшення прибутку і рентабельності;
- розробка заходів щодо використання виявлених резервів.

Прибуток є відтворювальним ресурсом підприємницької діяльності господарюючого суб'єкта. Чим вище рівень генерування прибутку підприємства в процесі його господарської діяльності, тим менше його потреба в залученні фінансових коштів із зовнішніх джерел і за інших рівних умов тим вище рівень самофінансування його розвитку, підвищення конкурентної позиції підприємства на ринку.

Відповідно до П(С)БО 3 «Звіт про фінансові результати» розрізняють декілька видів прибутку (збитку):

- валовий прибуток – різниця між сумою чистого доходу (виручки) від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції (послуг);
- фінансовий результат від операційної діяльності, який буде менший, ніж перша сума за рахунок відрахування «адміністративних витрат», «витрат на збут» і «інших операційних витрат»;
- фінансовий результат від звичайної діяльності (до оподаткування і після нього);
- чистий прибуток або збиток.

На підприємствах туризму проводиться підсумковий (ретроспективний) і прогнозний (перспективний) аналіз прибутку.

Мета підсумкового аналізу: дати кількісну оцінку причин, що викликали зміну прибутку, податкових платежів з прибутку до бюджету, виявити вплив витрат на зміну прибутку або вплив на прибуток зміни цін, викликаних ринковою кон'юнктурою. В умовах ринку керівники підприємств більше схильні проводити прогностичний аналіз прибутку, тобто зіставляти різні варіанти отримання прибутку в майбутньому, ніж витратити час на аналіз результатів фактичного виконання шляхом їх порівняння із стандартним рішенням або оцінкою прибутку в динаміці.

Підприємець зацікавлений у тому, щоб в конкурентній боротьбі отримати максимум прибутку. Цей максимум прагне обґрунтувати аналітичними розрахунками. Вивчення кожного елементу прибутку має важливе значення для керівництва підприємства, його засновників, акціонерів і кредиторів. Керівництву такий аналіз дозволяє визначити перспективи розвитку підприємства і можливості мотивації його персоналу, оскільки прибуток є джерелом фінансування капітальних вкладень, поповнення оборотних коштів і реалізації соціальних програм. Для засновників і акціонерів вона є джерелом отримання доходів на вкладений ними в підприємство капітал (у формі дивідендів). Кредиторам подібний аналіз дає можливість погашення наданих господарюючому суб'єкту кредитів і позик, включаючи сплату відсотків. Джерелом їх виплати є грошова виручка від реалізації продукції (робіт, послуг), до складу якої входить і прибуток.

6.2. Аналіз складу, динаміки і структури фінансових результатів діяльності підприємств туризму

Звіт про фінансові результати характеризує доходи, витрати і фінансові результати діяльності підприємства.

Витрати – зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками).

Доходи – збільшення економічних вигод у вигляді надходження активів або зменшення зобов'язань, які призводять до зростання власного капіталу (крім зростання капіталу за рахунок внесків власників).

Основна діяльність – операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу.

Інвестиційна діяльність – це придбання і продаж довгострокових активів, а також інших інвестицій, які не є еквівалентами грошових коштів.

Фінансова діяльність – це діяльність, яка призводить до змін розміру та складу власного і запозиченого капіталу підприємства.

Надзвичайна подія – подія або операція, яка відрізняється від звичайної діяльності підприємства, та не очікується, що вона повторюватиметься періодично або в кожному наступному звітному періоді.

Звіт про фінансові результати дає можливість користувачам оцінити результати минулої діяльності підприємства, його прибутковість, здатність ефективно використовувати ресурси або ступінь ризику недосягнення очікуваних результатів діяльності.

- Аналіз формування і використання прибутку проводять в декілька етапів:
- 1) аналізують прибуток за складом в динаміці;
 - 2) проводять факторний аналіз прибутку від реалізації;
 - 3) аналізують причини відхилення за такими складовими прибутку, як відсотки до отримання і сплати, інші операційні доходи, позареалізаційні доходи і витрати;
 - 4) аналізують формування чистого прибутку і вплив податків на прибуток;
 - 5) дають оцінку ефективності розподілу прибутку на накопичення і споживання;
 - 6) аналізують використання прибутку на накопичення і споживання;
 - 7) розробляють пропозиції до складання фінансового плану.

6.3. Аналіз розподілу прибутку підприємства

Основне завдання аналізу розподілу і використання прибутку полягає у виявленні тенденцій і пропорцій, що склалися в розподілі прибутку за звітний період у порівнянні з планом і в динаміці.

За результатами аналізу розробляються рекомендації щодо зміни пропорцій в розподілі прибутку і найбільш раціонального його використання.

На кожному підприємстві порядок розподілу прибутку, що залишається після оподаткування, і перелік створюваних фондів визначаються установчими документами.

Для узагальнюючої оцінки ефективності розподілу прибутку використовують наступні показники.

1. Коефіцієнт капіталізації прибутку, який розраховують за наступною формулою:

$$K_{\text{КП}} = \text{ЧП}_K / \text{ЧП} \quad (6.1)$$

де $K_{\text{КП}}$ – коефіцієнт капіталізації прибутку;

ЧП – чистий прибуток підприємства за аналізований період;

ЧП_K – сума капіталізованого чистого прибутку.

2. Коефіцієнт споживання прибутку, який розраховують за наступною формулою:

$$K_{\text{СП}} = \text{ЧП}_C / \text{ЧП} \quad (6.2)$$

де $K_{\text{СП}}$ – коефіцієнт споживання прибутку;

ЧП_C – сума чистого прибутку, яка використовується для споживання.

3. Коефіцієнт інвестування прибутку, який розраховують за наступною формулою:

$$K_{\text{ІП}} = \text{ЧП}_I / \text{ЧП}_K \quad (6.3)$$

де $K_{\text{ІП}}$ – коефіцієнт інвестування прибутку;

ЧП_I – сума капіталізованого чистого прибутку, яка використовується для інвестування приросту активів в аналізованому періоді;

ЧП_K – загальна сума капіталізованого чистого прибутку.

Цей показник показує, яка частка капіталізованого прибутку була використана на інвестування приросту активів в аналізованому періоді.

4. Коефіцієнт резервування прибутку, який розраховують за наступною формулою:

$$K_{\text{РЗП}} = \text{ЧП}_{\text{РЗ}} / \text{ЧП}_K \quad (6.4)$$

$K_{\text{РЗП}}$ – коефіцієнт резервування прибутку;

ЧП_{рз} – сума капіталізованого чистого прибутку, яка направляєється в резервний або інші страхові фонди підприємства;

ЧП_к – загальна сума капіталізованого чистого прибутку.

Цей показник показує, яка частка капіталізованого прибутку була використана для збільшення (створення) резервного або інших страхових фондів підприємства.

Капіталізація чистого прибутку дозволяє розширити діяльність з надання послуг за рахунок власних коштів. Вона дозволяє скоротити величину витрат на обслуговування зовнішніх джерел фінансування (кредитів, позик).

Розміри капіталізації чистого прибутку дозволяють оцінити не тільки темпи зростання капіталу господарюючого суб'єкта, але й оцінити запас фінансової стійкості (рентабельності продажів, оборотності всіх активів).

Темп зростання власного капіталу є важливим обмежувачем темпів розширення діяльності підприємства.

Темпи зростання власного капіталу характеризують потенційні можливості господарюючого суб'єкта з розширення виробництва (нарощування обсягу послуг, що надаються). Темпи стійкого зростання на перспективу залежать від поточної діяльності, яка визначає величину прибутку. Величина поточних активів рухома і залежить від масштабів бізнесу:

- галузевої належності;
- темпів реалізації продукції (послуг);
- структури оборотних коштів;
- інфляції;
- облікової політики;
- системи розрахунків.

Аналізуючи зміну суми відрахувань чистого прибутку до фондів спеціального призначення, необхідно дослідити фактори формування цих фондів. Основним фактором є чистий прибуток. Зміна відрахувань до фондів спеціального призначення за рахунок зміни чистого прибутку можна розрахувати за формулою:

$$\Delta\text{Фн}(\Pi) = \Delta\text{Пч} \times K_0 \quad (6.5)$$

де $\Delta\text{Фн}(\Pi)$ – приріст фонду накопичення (споживання) за рахунок зміни чистого прибутку;

$\Delta\text{Пч}$ – приріст суми чистого прибутку;

K_0 – базисний коефіцієнт відрахувань від чистого прибутку до відповідного фонду.

Аналіз соціальних виплат проводиться з урахуванням таких показників оцінки ефективності праці, як:

- коефіцієнт плинності кадрів;
- рівень продуктивності праці;
- рівень кваліфікації і освіти працівників.

Якщо збільшення коштів, спрямованих на споживання, супроводжується зростанням продуктивності праці, зниженням коефіцієнту плинності кадрів, підвищенням рівня кваліфікації працівників, то використання прибутку на споживання є економічно ефективним.

Фонд сплати дивідендів. Дивідендна політика істотно впливає на курсову вартість акцій підприємства (у випадку, якщо підприємства готельного,

ресторанного, санаторно-курортного господарства і туризму є акціонерними підприємствами).

При визначенні розміру коштів, спрямованих на виплату дивідендів, враховують наступні чинники:

– необхідність залучення додаткового капіталу в процесі емісії цінних паперів;

– наявність і вартість інвестиційних проектів;

– можливості зростання прибутку в результаті інвестування;

– дохід від капіталу в інших галузях;

– зацікавленість крупних акціонерів, направлена на зниження податків з отриманого доходу.

Проте дії перерахованих чинників не повинні суперечити вимозі оптимізації розподілу прибутку, тобто фінансова політика розподілу прибутку, що проводиться на підприємстві, повинна забезпечувати зростання обороту, збільшення власного капіталу, досягнення оптимальної структури капіталу.

6.4. Система показників для оцінки рентабельності

Економічну ефективність діяльності підприємства виражають показниками рентабельності (прибутковості).

Рентабельність – це показник, що характеризує економічну ефективність діяльності будь-якого підприємства.

Економічна ефективність – відносний показник, що порівнює отриманий ефект з витратами або ресурсами, використаними для досягнення цього ефекту.

У загальному вигляді параметр економічної ефективності визначають алгоритмом:

$$E_e = \text{Економічний ефект(прибуток)} / \text{ресурси або витрати} * 100, \% \quad (6.6)$$

Існує безліч коефіцієнтів рентабельності, використання кожного з яких залежить від характеру оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства.

Часто використовуються чотири різні показники: валовий прибуток, операційний прибуток, прибуток до оподаткування, чистий прибуток. У знаменнику формули показують ресурси (інвестиції), майно (активи), собівартість реалізованих послуг.

Контрольні запитання:

1. Охарактеризуйте основні завдання аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

2. У чому полягає економічна сутність і функції прибутку підприємств?

3. За якими напрямками проводять аналіз прибутку?

4. Чим відрізняється підсумковий і прогнозний аналіз прибутку?

5. Який сенс має аналіз складу прибутку в динаміці?

6. Чим відрізняється основна діяльність від інвестиційної, фінансової і надзвичайної діяльності підприємств туризму?

7. Чим відрізняється валовий дохід підприємств туризму від чистого доходу та оподаткованого прибутку?

8. За якими ознаками класифікується прибуток (збиток) підприємств?

Домашнє завдання:

1. За яких умов туристська фірма може використовувати спрощену систему оподаткування, обліку і звітності?

2. За яким принципом встановлюється розмір єдиного податку для фізичної особи-підприємця, який здійснює діяльність в сфері туризму?
3. Яка різниця між економічним і бухгалтерським прибутком?
4. Охарактеризуйте механізм формування прибутку від фінансово-господарської діяльності.
5. Які фактори є ключовими при аналізі валового прибутку підприємств туризму?
6. Розкрийте сутність методики факторного аналізу валового прибутку.
7. За якими напрямками розподіляється прибуток підприємств?
8. Охарактеризуйте послідовність аналізу, розподілу і використання прибутку.
9. Які фактори впливають на зміну фондів споживання і накопичення?

ЛЕКЦІЯ 7. АНАЛІЗ ЛІКВІДНОСТІ ТА ПЛАТОСПРОМОЖНОСТІ

7.1. Сутність і завдання аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства.

7.2. Аналіз показників ліквідності та платоспроможності.

7.3. Оцінка і прогнозування стану банкрутства.

7.1. Сутність і завдання аналізу ліквідності та платоспроможності підприємства

Фінансовий стан підприємства в короткостроковій перспективі характеризується такими показниками як ліквідність і платоспроможність.

Ліквідність – це мобільність підприємства, його спроможність (при виникненні будь-яких обставин) за рахунок внутрішніх і зовнішніх джерел оперативно отримувати резерви платіжних коштів, необхідних для погашення боргів, і постійно, на будь-який момент часу, підтримувати рівновагу між обсягами і термінами перетворення активів в грошові кошти і обсягами і термінами погашення зобов'язань.

Платоспроможність – це можливість підприємства своєчасно здійснювати платежі за рахунок обертання активів в наявні грошові кошти для погашення у будь-який момент своїх короткострокових зобов'язань перед кредиторами.

Основними ознаками платоспроможності є наявність в достатньому обсязі коштів на поточному рахунку і відсутність простроченої кредиторської заборгованості. В процесі аналізу досліджується поточна і перспективна платоспроможність.

Поточна платоспроможність характеризує поточний стан розрахунків на підприємстві і аналізується на підставі даних про фінансові потоки: надходження грошових коштів повинно забезпечити покриття поточних зобов'язань підприємства.

Перспективна платоспроможність визначає спроможність підприємства в майбутньому розраховуватися по своїх короткострокових боргах і досліджується переважно за допомогою показників ліквідності. Не зважаючи на те, що поняття ліквідності і платоспроможності тісно взаємозв'язані, вони не є тотожними.

Основними завданнями аналізу ліквідності є:

- оцінка ступеня ліквідності оборотних активів підприємства;
- оцінка ліквідності балансу підприємства;
- оцінка рівня платоспроможності підприємства в короткостроковому періоді;
- формування інформації про політику, що проводиться господарюючим суб'єктом задля підтримки необхідного рівня платоспроможності;
- оцінка перспектив розвитку і розробка рекомендацій з усунення чинників, що несприятливо впливають на платоспроможність.

Для забезпечення достовірності результатів аналізу ліквідності необхідно досліджувати такі аспекти:

- приналежність активів (чи не є активи предметами застави);

- можливості швидкої втрати цінності активів унаслідок їх морального або фізичного зносу (особливо актуально для підприємств готельного та санаторно-курортного господарства);
- доступність активів для поточного розпорядження (наявність заморожених рахунків);
- контрольованість активів (інформація про здатність позичальника швидко перемістити або приховати активи);
- наявність умовних зобов'язань (гарантійних, потенційних).

Важливим етапом проведення аналізу ліквідності є процедура обробки зібраної інформації за допомогою аналітичних методів. Використання різних аналітичних методів слід використовувати в комплексі, що дозволить отримати повний, наближений до реального стану опис платоспроможності підприємства і ліквідності його активів.

Основним джерелом інформації для аналізу ліквідності і платоспроможності підприємств туризму є форма №1 «Баланс».

7.2. Аналіз показників ліквідності та платоспроможності

Для оцінки платоспроможності і ліквідності господарюючого суб'єкта можна використовувати наступні методи:

- аналіз ліквідності балансу;
- розрахунок і оцінку фінансових коефіцієнтів ліквідності;
- аналіз грошових (фінансових) потоків.

При вивченні ліквідності балансу здійснюють порівняння активів, згрупованих за ступенем їх ліквідності, із зобов'язаннями по пасиву, розташованими за термінами їх погашення. Розрахунок і оцінка коефіцієнтів ліквідності дозволяє встановити ступінь забезпеченості короткострокових зобов'язань найбільш ліквідними активами і, перш за все, грошовими коштами.

Оцінка фінансових коефіцієнтів ліквідності покликана продемонструвати ступінь платоспроможності підприємства за короткостроковими зобов'язаннями.

Основна мета аналізу грошових потоків – оцінити здатність підприємства генерувати (формувати) грошові кошти в належному обсязі і в терміни, необхідні для здійснення передбачуваних витрат і платежів.

Абсолютним показником ліквідності і платоспроможності є власний оборотний капітал.

На практиці платоспроможність підприємства виражають через ліквідність його балансу.

Для проведення аналітичної роботи з аналізу ліквідності балансу активи і пасиви систематизують за наступними ознаками:

- за ступенем убунання ліквідності (активи);
- за ступенем терміновості оплати зобов'язань (пасиви).

Залежно від ступеня ліквідності активи підприємств туризму розділяються на наступні групи:

A1 – високоліквідні активи – грошові кошти підприємства і короткострокові фінансові вкладення;

A2 – швидколіквідні активи – готова продукція, товари, дебіторська заборгованість, яка буде погашена згідно умов договорів;

A3 – повільноліквідні активи – сировина і матеріали, незавершене будівництво, дебіторська заборгованість, строк сплати якої минув;

A4 – важкореалізовані активи – основні засоби, обладнання та незавершені капітальні інвестиції, довгострокові фінансові вкладення, нематеріальні активи.

Пасиви балансу групують за ступенем терміновості їх оплати:

П1 – найбільш термінові зобов'язання – поточні зобов'язання за розрахунками;

П2 – короткострокові пасиви – позикові кошти короткострокового характеру;

П3 – довгострокові пасиви – позикові кошти довгострокового характеру;

П4 – постійні пасиви і власний капітал – статті I розділу пасиву балансу, а також доходи майбутніх періодів.

7.3. Оцінка і прогнозування стану банкрутства

За умов ринкової економіки підприємства постійно перебувають під впливом несприятливих внутрішніх і зовнішніх чинників, які можуть призвести до недостатності активів у ліквідній формі та банкрутства.

Банкрутство – це неспроможність підприємства платити за своїми борговими зобов'язаннями та виконувати зобов'язання перед бюджетом.

Банкрутство є результатом кризового розвитку підприємства, коли воно проходить шлях від епізодичної до хронічної неплатоспроможності перед кредиторами. Тому можна припустити, що передумови банкрутства виникають усередині підприємства, зокрема в структурі його капіталу, коли частка позикових коштів перевищує 50% його загального обсягу.

Оцінка ступеня близькості підприємства до банкрутства може бути названа аналізом неплатоспроможності.

Відповідно до Закону України «Про банкрутство» під неплатоспроможністю розуміється нездатність суб'єкта підприємницької діяльності виконувати грошові зобов'язання після настання встановленого терміну їх сплати кредиторам, зокрема заробітної плати, а також виконувати зобов'язання по виплаті податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності.

Критеріями визнання підприємства неплатоспроможним є: коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт забезпеченості власними коштами, коефіцієнт відновлення (втрати) платоспроможності. Структура балансу підприємства визнається незадовільною, а підприємство – неплатоспроможним за таких умов:

– коефіцієнт поточної ліквідності на кінець звітного періоду має значення менше за 1,0;

– коефіцієнт забезпеченості власними коштами на кінець звітного періоду має значення менше за 0,1.

Якщо одно з наведених вище умов не виконується, оцінюється можливість відновлення платоспроможності підприємства.

Передумови банкрутства слід розглядати як цілісну взаємодію факторів. Більшість фінансових аналітиків розподіляє ці фактори на внутрішні й зовнішні. Банкрутство стає найчастіше результатом спільного та одночасного впливу всіх факторів. Аналіз зарубіжної практики свідчить, що в країнах з розвинутою

ринковою економікою та сталою політичною системою, як правило, 1/3 банкрутств зумовлена зовнішніми факторами, а 2/3 – внутрішніми. У вітчизняних умовах вплив зовнішніх факторів на виникнення стану банкрутства підприємств туризму, безумовно, значно більший.

Нестабільність законодавчої бази, різке коливання курсу гривні, непередбачені зміни цін на окремі товари та послуги, зміна облікової ставки Національного банку – всі ці фактори вже призвели до фактичного банкрутства багатьох підприємств в Україні, в тому числі й підприємств туризму.

Крім того, на фінансово-господарську діяльність усіх підприємств України істотно впливає загальний кризовий стан вітчизняної економіки. В цій ситуації навіть підприємства, які мають передові технології організації та надання послуг, можуть опинитися банкрутами.

Разом з тим, вітчизняна практика свідчить, що навіть у цих дуже складних умовах існує багато підприємств, зокрема в сфері туризму, готельного та санаторно-курортного господарства, які збільшують обсяги надання послуг, кількість обслугованих клієнтів, завойовують нові ринки збуту, мають непогані фінансові показники. Керівництво таких підприємств максимально враховує внутрішні фактори виникнення стану банкрутства і, як правило, робить все можливе для їхнього усунення та мінімізації. Ці фактори пов'язані з:

- дефіцитом власних коштів;
- недосконалим механізмом ціноутворення на підприємстві;
- відсутністю договірної дисципліни;
- відсутністю юридичних служб;
- відсутністю перспективного планування;
- недостатнім обсягом джерел довгострокового фінансування капіталовкладень;
- наявністю незавершених капіталовкладень;
- зростанням дебіторської і кредиторської заборгованості;
- розбалансованістю економічного механізму відтворення капіталу;
- невмінням керівництва пристосуватися до нових умов господарювання.

Вчасне виявлення та запобігання цим факторам – найважливіше завдання економічних служб кожного підприємства і насамперед спеціалістів з фінансово-економічного аналізу.

Прогнозування результатів господарської діяльності – найважливіша складова діяльності економічних служб будь-якого підприємства. У вітчизняній практиці прогнозування обсягу надання послуг, як правило, здійснюється через розробку бізнес-плану, який переважно завершується фінансовим планом. Можливості аналізу щодо передбачення ймовірності банкрутства при цьому досить обмежені. Хоча вітчизняними та зарубіжними спеціалістами з фінансово-економічного аналізу розроблені методики та підходи щодо прогнозування ймовірності банкрутства. Найпоширенішими серед них є такі:

- прогнозування банкрутства через аналіз системи фінансових коефіцієнтів;
- прогнозування банкрутства через аналіз інтегральних показників;
- прогнозування банкрутства через аналіз грошових потоків;
- тестові показники прогнозування банкрутства;

– суб'єктивні критерії.

Прогнозування банкрутства через аналіз системи фінансових коефіцієнтів. Цей метод фактично зводиться до прогнозування показників фінансово-господарської діяльності. Для їхнього прогнозування, крім власне бізнес-плану, необхідно ще розробити прогнозні баланс і звіт про фінансові результати. В окремих випадках необхідним є розробка і прогнозного звіту про рух грошових коштів. У вітчизняних виданнях, які стосуються методичних проблем розробки бізнес-планів, вже наводяться відповідні методики й рекомендації. Але, на жаль, у переважній більшості вони мають узагальнюючий характер і не враховують специфіки різних галузей. Усе це стримує практичне використання цього методу.

Прогнозування банкрутства через аналіз інтегральних показників.

Прикладом інтегрального оцінювання є метод кредитного скорингу, який вперше був запропонований американським економістом Д. Дюраном на початку 40-х років минулого століття. При скоринговому аналізі проводиться класифікація підприємств за ступенем ризику з урахуванням фактичного рівня показників фінансової стійкості та рейтингу кожного показника, вираженого в балах на підставі експертних оцінок.

I клас – підприємство з міцним запасом фінансової стійкості;

II клас – підприємство, яке демонструє певний ризик заборгованості, але ще не розглядається як ризикове;

III клас – проблемне підприємство. Повне повернення відсотків такими підприємствами сумнівне;

IV клас – підприємство з високим ризиком банкрутства навіть після прийняття дій щодо фінансового оздоровлення. Кредитори ризикують втратити свої кошти та відсотки;

V клас – підприємство найвищого ризику.

Досить надійним методом інтегрального оцінювання загрози банкрутства є також розрахунок фінансування важколіквідних активів. Згідно цього методу підприємства також розподіляють на п'ять класів в залежності від нижчезазначених співвідношень.

Прогнозування банкрутства через аналіз грошових потоків. Основна мета аналізу грошових потоків полягає у виявленні причин дефіциту (надлишку) грошових коштів, визначенні джерел їх надходження і напрямів витрачання для контролю за поточною ліквідністю і платоспроможністю підприємства. Тому аналіз руху грошових коштів доповнює методику оцінки платоспроможності й ліквідності, дає можливість реально оцінити фінансово-економічний стан підприємства, можливість його банкрутства.

Тестові показники прогнозування банкрутства. Засновником цього методу є відомий американський економіст Едвард Альтман, який в 60 – 70-х роках розробив і запропонував кілька тестових моделей для визначення ймовірності банкрутства.

Найпростішою серед них є двофакторна модель, яка має такий вигляд:

$$Z = -0,3877 - 1,0736x_1 + 0,0579x_2 \quad (7.1)$$

де x_1 – коефіцієнт покриття;

x_2 – коефіцієнт фінансової залежності.

Якщо одержана величина $Z < 0$, імовірність банкрутства буде більше 50%, якщо $Z > 0$, вона становитиме менше 50% і в разі, коли $Z = 0$, імовірність банкрутства 50%. Таким чином, через ігнорування багатьох факторів точність розрахунку за цією моделлю досить приблизна.

Точніші результати можна одержати при використанні п'ятифакторної моделі Е. Альтмана, яка має такий вигляд:

$$Z = 1,2x_1 + 1,4x_2 + 3,3x_3 + 0,6x_4 + 0,99x_5 \quad (7.2)$$

де x_1 – частка оборотних активів у їхній загальній величині;

x_2 – рентабельність активів, тобто відношення нерозподіленого прибутку до загальної величини активів;

x_3 – рентабельність активів, розрахована через використання величини чистого прибутку;

x_4 – коефіцієнт покриття за ринковою вартістю власного капіталу;

x_5 – рентабельність активів, розрахована через використання обсягу реалізації, тобто відношення останнього до загальної суми активів.

Ця модель була розроблена у 1968 р. для оцінки ймовірності банкрутства корпорації США. Імовірність банкрутства оцінюють через значення Z – рахунка, обчисленого за реальними даними підприємства, і визначають так:

- до 1,8 – дуже висока;
- від 1,81 до 2,7 – висока;
- від 2,8 до 2,9 – можлива;
- понад 3,0 – дуже низька.

Практика використання цієї моделі у США, Канаді, Австрії, Японії свідчить, що спрогнозувати ймовірність банкрутства за даною моделлю можливо на один рік з точністю до 90%, на два роки – 70%, на три роки – 50%. У подальшому Е. Альтман ще вдосконалив свою модель, зробивши її семифакторною і довівши точність прогнозування банкрутства до 70% на наступні п'ять років. Крім того, з'явилися моделі, розроблені й іншими вченими. Однак, вважаємо, використання в умовах України моделей Е. Альтмана чи будь-яких інших моделей, розроблених, враховуючи практику західних компаній, некоректним.

Суб'єктивні критерії загрози банкрутства. Описані методи допомагають значною мірою передбачати загрозу банкрутства, але ніхто не зможе зробити це з 100%-ою ймовірністю. Тому завжди залишається місце для суб'єктивного визначення загрози банкрутства того чи іншого підприємства.

Суб'єктивний аналіз передбачає використання таких критеріїв, в основі яких лежить власний досвід конкретної людини. Перелік їх дуже великий і охоплює в переважній більшості такі індикатори, що лежать на поверхні. До них можна віднести часті зміни керівників і ключових працівників, господарських партнерів, втрата традиційних ринків збуту послуг, затримка впровадження нових розробок, невиконання поточних зобов'язань, зміни у складі засновників, фінансування капіталомістких проектів, не пов'язаних з основною діяльністю, безконтрольне використання коштів тощо.

Контрольні запитання:

1. Дайте визначення термінам «ліквідність» і «платоспроможність» і наведіть відмінності, які є між ними.

2. Назвіть основні завдання аналізу показників ліквідності підприємства 3. Охарактеризуйте основні ознаки платоспроможності підприємств туризму.

4. З якою метою визначається поточна і перспективна платоспроможність підприємства?

5. Який документ є джерелом інформації для аналізу ліквідності і платоспроможності підприємств туризму?

6. За яких умов баланс підприємства є абсолютно ліквідним?

7. Охарактеризуйте основні коефіцієнти, які використовуються при аналізі ліквідності.

8. Дайте оцінку нормативним значенням коефіцієнтів ліквідності і платоспроможності.

9. Наведіть особливості підприємств туризму, які слід враховувати при аналізі показників ліквідності.

10. З якою метою і за яким принципом складають групування оборотних активів за ступенем ризику?

Домашнє завдання:

1. З якою метою аналізують грошові потоки підприємства?

2. Який документ є джерелом інформації для аналізу грошових потоків підприємства?

3. Наведіть класифікацію грошових потоків підприємства.

4. Охарактеризуйте принципи аналізу грошових потоків підприємств туризму.

5. Дайте визначення поняття «банкрутство».

6. Назвіть зовнішні й внутрішні чинники, які сприяють банкрутству підприємства туризму.

7. Охарактеризуйте методи діагностики ймовірності банкрутства підприємства.

8. В чому полягає сутність прогнозування банкрутства через аналіз системи фінансових коефіцієнтів, інтегральних показників і грошових потоків?

9. Які показники є основою п'ятифакторної моделі Е. Альтмана?

10. Назвіть причини, які обмежують можливості використання п'ятифакторної моделі Е. Альтмана в сучасних умовах.

ЛЕКЦІЯ 8. АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ І РИНКОВОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

8.1. Система показників для оцінки ділової активності.

8.2. Аналіз забезпеченості оборотними активами та ефективності їх використання.

8.3. Методика аналізу ринкової активності підприємства.

8.1. Система показників для оцінки ділової активності

Кожне підприємство функціонує в певних економічних умовах і тому може бути успішним лише у випадку, коли власники підприємства здатні адекватно оцінити ці умови, виявити напрямки можливих змін, пристосувати свій бізнес до цих умов, максимально використавши закладені у них можливості. Отже, щоб приймати ефективні рішення і мати можливість впливати на середовище, в якому доводиться діяти підприємству, йому необхідно здійснювати пошуки найкращих взаємозв'язків між набором економічних ресурсів і кількістю економічних благ, що виготовляються за допомогою цих ресурсів. Оцінка ділової активності – це та основа, на якій ґрунтуються раціональні й розумні рішення про обсяги та об'єкти витрачання майна (активів).

Ділова активність підприємства в широкому розумінні означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування підприємства на ринках продукції, праці, капіталу. У контексті аналізу фінансово-господарської діяльності цей термін розуміється в більш вузькому сенсі – як поточна виробнича і комерційна діяльність підприємства.

Ділову активність підприємств туризму вимірюють за допомогою системи кількісних і якісних критеріїв.

Якісні критерії – широта ринків збуту послуг підприємств туризму (внутрішніх і зовнішніх), репутація цього підприємства, його конкурентоспроможність, наявність відлагодженої системи збуту і т. д. Ці критерії доцільно порівнювати з аналогічними параметрами конкурентів, що діють в даній сфері бізнесу.

Кількісні критерії ділової активності характеризують абсолютними і відносними показниками. Серед абсолютних показників необхідно виділити обсяг продажу послуг (діловий обіг), прибуток, величину авансованого капіталу (активів).

Прибуток повинен збільшуватися вищими темпами, ніж решта параметрів. Це означає, що витрати за надані послуги повинні знижуватися, а активи (майно) використовуватися раціональніше. Проте на практиці навіть у стабільно працюючих підприємств туризму можливі відхилення від вказаного співвідношення показників. Причини можуть бути найрізноманітніші: освоєння нового виду послуг, розширення підрозділів, що надають додаткові послуги, великі капіталовкладення на оновлення засобів розміщення, реорганізація структури управління.

Ці чинники часто залежать від зовнішнього економічного оточення і вимагають значних капітальних витрат, які окупляться у віддаленій перспективі.

Коефіцієнти ділової активності мають важливе значення для будь-якого підприємства, що функціонує в сфері туризму.

Ефективність використання ресурсів визначається їх оборотністю – обігом, вимірним у часі. З усіх активів підприємства тільки невелика частина вільна – грошові кошти в касі та на рахунках у банку. Інші знаходяться в обігу: вкладені необоротні й оборотні активи, причому оборотні активи є найбільш мобільною частиною активів.

Вони безперервно поновлюються у всіх стадіях господарської діяльності.

Економічне значення оборотності для підприємств туризму полягає в тому, що від неї залежить величина необхідних підприємству активів для здійснення процесу надання послуг і збуту.

Швидкість обороту активів підприємства є однією з якісних характеристик його фінансової політики. Чим більша швидкість обороту активів, тим ефективніше працює підприємство. Тому абсолютне чи відносне зростання активів може свідчити не тільки про розширення обсягів надання послуг або дію факторів інфляції, але й про уповільнення їх обороту, що викликає збільшення їх маси.

Залежно від швидкості оборотності для забезпечення нормального ходу господарської діяльності потрібна і різна величина окремих видів активів. Тому аналіз оборотності і використання активів має дуже важливе значення для фінансового стану підприємства.

У практичній діяльності немає можливості визначити тривалість обороту кожної гривні, тому про швидкість обороту судять і за обсягом чистого доходу (виручки) при наявності певної суми оборотних активів. При збільшенні обсягів господарської діяльності потреби в оборотних активах постійно зростають і підприємство потребує додаткових вкладень від власника. І тільки прискоренням оборотності активів завдяки вдосконаленню господарської діяльності можна досягти відносного їх зменшення. Прискорення оборотності активів дає змогу зменшити потребу у власних і залучених коштах.

Найбільшу увагу обліку запасів приділяють підприємства ресторанного господарства (у зв'язку з необхідністю закупівлі продуктів харчування та забезпечення безперервного процесу обслуговування) та санаторно-курортних підприємствах (у зв'язку з необхідністю створення запасів лікувальних ресурсів та медичних препаратів, а також закупівлі продуктів харчування).

У туристських фірмах обліку запасів приділяється менша увага, так як при здійсненні основної діяльності необхідність в них відсутня. Для підприємств готельного господарства облік запасів має значення у випадку великої одноразової місткості та за умов наявності широкого спектра додаткових послуг, у тому числі послуг харчування. Особливе значення облік запасів для готельного підприємства має при організації надання послуг за системою all inclusive, яка передбачає необмежене (або майже необмежене) надання послуг у всіх підрозділах готелю (особливо послуг харчування), тому вимагає створення певних ресурсних резервів.

До складу показників, що відображують ділову активність підприємства, крім зазначених, також відносять коефіцієнти:

- ефективності використання персоналу (рентабельність персоналу);
- ефективності використання матеріальних ресурсів (матеріаловіддача, матеріалоемність) та ін.

8.2 Аналіз забезпеченості оборотними активами та ефективності їх використання

Аналіз ефективності використання активів із застосуванням коефіцієнтів ділової активності розглянутий на прикладі оборотних активів готельного підприємства. Вивчення стану і ефективності використання оборотних активів дозволяють здійснювати наступні параметри:

- величина оборотних активів і чистого оборотного капіталу і їх питома вага в загальному обсязі активів;
- структура оборотних активів;
- оборотність оборотних активів і їх окремих елементів;
- тривалість фінансового циклу;
- рентабельність оборотних активів.

8.3. Методика аналізу ринкової активності підприємства

Готельні і санаторно-курортні підприємства сфери туризму, окрім операційної, все частіше здійснюють фінансову та інвестиційну діяльність.

Ці види діяльності дозволяють вкладати вільні грошові кошти в обіг за межами свого підприємства, тим самим нарощувати капітал, створюючи грошовий резерв. В той же час на території України широкого поширення набули підприємства сфери туризму з правовим положенням «відкрите акціонерне товариство», які здійснюють емісію цінних паперів і мають потребу в постійному моніторингу здійснюваної діяльності. Таку форму власності частіше обирають крупні підприємства, які потребують істотного притоку грошових коштів.

Слід зазначити, що туристські фірми (агенти, оператори) згідно Закону України «Про внесення змін в Закон України «Про туризм» від 18.11.2003 №1282– IV мають право здійснювати лише основний вид діяльності, тобто надання туристсько-екскурсійних, а також додаткових послуг, безпосередньо пов'язаних з туристсько-екскурсійними. Тому в туристських фірмах аналіз ринкової активності не виконують.

В умовах нестабільної економічної кон'юнктури і браку достовірної інформації про діяльність акціонерних товариств в Україні ухвалення правильного рішення про інвестування вимагає від вкладника уміння правильно оцінити якість емісійних цінних паперів, що обертаються на фондовому ринку. Під інвестиційною привабливістю розуміють наявність економічного ефекту (доходу) від вкладення грошових коштів в цінні папери (акції і корпоративні облигації) конкретного акціонерного товариства (емітента) при мінімальному рівні фінансового ризику. Її оцінюють за допомогою показників ринкової активності.

Показники інвестиційної привабливості емітента поділяють на дві групи:

- 1) акції, що пропонуються вперше;
- 2) акції, що тривалий час обертаються на фондовому ринку.

У першому випадку оцінку інвестиційної привабливості акціонерного товариства здійснюють за допомогою традиційних параметрів: фінансовій стійкості, платоспроможності й ліквідності активів, оборотності активів і власного капіталу, прибутковості капіталу.

Для власників підприємств (акціонерів) важливе значення має дивідендна політика, як показник спроможності цього підприємства приносити дохід власникам. У свою чергу, підприємство повинно зберігати баланс між сплатою достатніх дивідендів власникам (для підтримки їх прихильності) та реінвестуванням доходів (для забезпечення розвитку в майбутньому і максимізування власного капіталу і вартості підприємства).

Дивіденди – це платіж, який здійснюється юридичною особою на користь власників корпоративних прав, емітованих такою юридичною особою, у зв'язку з розподілом частини її прибутку. Для власників дивіденди – це дохід, який можна порівняти з іншими можливими доходами від використання майна.

Дивідендна політика – сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються власниками підприємства для нарахування та виплати собі доходу за рахунок чистого прибутку. Відповідно з метою дивідендної політики є оптимізація пропорцій щодо розподілу чистого прибутку між поточними виплатами дивідендів (споживанням прибутку власниками) і реінвестуванням в господарську діяльність (виробничим споживанням прибутку з метою зростання активів, балансової та ринкової вартості акцій).

Ринкова активність підприємства залежить також від його інвестиційної політики.

Інвестиція – господарська операція, яка передбачає придбання основних засобів, нематеріальних активів, корпоративних прав та цінних паперів в обмін на кошти або майно. Інвестиції поділяються на капітальні, фінансові та реінвестиції.

Капітальна інвестиція – господарська операція, яка передбачає придбання будинків, споруд, інших об'єктів нерухомої власності, інших основних засобів та нематеріальних активів, які підлягають амортизації.

Під фінансовою інвестицією слід розуміти господарську операцію, яка передбачає придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та інших фінансових інструментів. Фінансові інвестиції поділяються на прямі та портфельні.

Пряма інвестиція – господарська операція, яка передбачає внесення коштів або майна до статутного фонду юридичної особи в обмін на корпоративні права, емітовані такою юридичною особою.

Портфельна інвестиція – господарська операція, яка передбачає придбання цінних паперів, деривативів та інших фінансових активів за кошти на фондовому ринку (за винятком операцій із закупівлі акцій як безпосередньо платником податку, так і пов'язаними з ним особами, в обсягах, що перевищують 50% загальної суми акцій, емітованих іншою юридичною особою, які належать до прямих інвестицій).

Під реінвестицією слід розуміти господарську операцію, яка передбачає здійснення капітальних або фінансових інвестицій за рахунок доходу (прибутку), отриманого від інвестиційних операцій.

Контрольні запитання:

1. Розкрийте сутність поняття «ділова активність».
2. Охарактеризуйте кількісні і якісні критерії ділової активності.
3. У чому полягає мета аналізу ділової активності підприємства?

4. Розкрийте економічну сутність коефіцієнтів оборотності майна підприємства.
5. Які параметри дозволяють здійснювати вивчення стану і ефективності використання оборотних активів?
6. Назвіть особливості в інтерпретації показників оборотності для підприємств туризму.
7. Обґрунтуйте необхідність розрахунку коефіцієнтів оборотності для окремих груп активів підприємства.
8. Поясніть ефект уповільнення обертання активів. Які фактори впливають на уповільнення і прискорення обертання активів підприємств туризму?
9. Назвіть складові елементи оборотного капіталу.

Домашнє завдання:

1. Охарактеризуйте додатково залучені джерела покриття оборотних активів.
2. Який показник відображує ефективність використання оборотних активів?
3. Охарактеризуйте поняття «ринкова активність» і обґрунтуйте необхідність її аналізу в сучасних економічних умовах господарювання.
4. Розкрийте економічну сутність категорії «інвестиційна привабливість».
5. Які показники характеризують інвестиційну привабливість емітента?
6. Поясніть різницю між первинним і вторинним фондовим ринком.
7. Охарактеризуйте основні показники для оцінки ринкової активності акціонерного товариства.
8. Охарактеризуйте поняття «дивідендна політика» і методи формування фонду дивідендів.
9. Назвіть основні форми виплати дивідендів.