

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет
імені Василя Стефаника»

Інститут туризму

Мендела І.Я.

АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ

Навчально-методичний посібник

Івано-Франківськ – 2014

УДК [338.48.003:640.41.003:005](075.8)

ББК 65.43я73-1+65.053я73-1

М 50

Рекомендовано до друку Вченою Радою Інституту туризму Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Рецензенти:

І.Ф.Баланюк, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри обліку і аудиту економічного факультету Прикарпатського національного університету ім.В.Стефаника, заслужений діяч науки і техніки України,

В.Ф.Семенов, доктор економічних наук, професор кафедри економіки та управління туризмом Одеського національного економічного університету

Мендела І.Я. Аналіз діяльності підприємств туризму: навчально-методичний посібник / Укладач: І.Я.Мендела. – Івано-Франківськ: Вид-во «Фоліант», 2014. – 192 с.

М 50

В підручнику систематизовано і викладено основні положення теорії економічного аналізу. Для самодіагностики самостійної роботи складено тестові завдання і контрольні запитання й аналітично-розрахункові завдання. В основу посібника покладено програму навчальної дисципліни «Аналіз діяльності підприємств туризму».

Підручник розраховано на студентів, викладачів, фахівців сфери туризму і гостинності, а також усіх, кого цікавлять теорія, методика і організація економічного аналізу підприємств туризму.

© Мендела І.Я., 2014

© «Фоліант», 2014

ЗМІСТ

Вступ	4
Лекція 1. Економічний аналіз: поняття, завдання, види...	6
Лекція 2. Аналіз обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму	12
Лекція 3. Аналіз стану і використання основних засобів..	23
Лекція 4. Аналіз використання трудових ресурсів.....	27
Лекція 5. Аналіз собівартості продукції (робіт, послуг)...	38
Лекція 6. Аналіз фінансових результатів діяльності підприємств туризму.....	50
Лекція 7. Аналіз ліквідності та платоспроможності.....	59
Лекція 8. Аналіз ділової і ринкової активності підприємства.....	71
Самостійна робота студентів	79
Індивідуальна робота студентів	82
Тестові завдання	86
Глосарій	117
Контрольна робота	149
Контрольна робота для студентів заочної форми навчання	162
Типові задачі	172
Програмові вимоги	182
Рекомендована література	189

Вступ

Дисципліна «Аналіз діяльності підприємств туризму» у навчальному процесі по підготовці бакалаврів зі спеціальності «Туризм» займає провідне місце. Воно зумовлене значенням економічного аналізу в управлінні діяльністю різних за формою суб'єктів підприємницької діяльності та характером знань, що становлять його зміст.

Мета викладання курсу «Аналіз діяльності підприємств туризму» – допомогти студентам здобути ґрунтовні знання з методики вивчення наслідків діяльності туристичних підприємств з метою оцінки їх рівня діяльності, доцільності використання ресурсів, досягнутого рівня ефективності й пошуку резервів її підвищення, а також виробити вміння використовувати ці знання в управлінні господарською діяльністю.

Аналіз діяльності туристичних підприємств є конкретною методологічною дисципліною. Ґрунтуючись на матеріалах інших економічних дисциплін і значною мірою узагальнюючи здобуті студентами знання, він допоможе майбутнім фахівцям оцінювати окремі господарські ситуації і вирішувати комплексні економічні проблеми на туристичному підприємстві.

Вивчення даної дисципліни починається з теоретичних основ економічного аналізу. В наступних темах наводиться методика аналізу фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства, звертається увага студентів на особливості вивчення окремих тем і питань аналізу, зміни традиційних підходів і методик з урахуванням сучасних ринкових умов.

У пропонованому навчально-методичному посібнику робиться акцент на методичне забезпечення їх проведення, визначені обов'язкові задачі, які розглядаються на семінарських заняттях і самостійно. З метою найкращого використання часу,

передбаченого навчальним планом, розроблений комплекс завдань і наведені необхідна для аналізу вихідна інформація і таблиці. В деяких випадках вони повністю заповнені і треба лише проаналізувати економічне явище або процес, розрахувати вплив чинників і визначити резерви.

Для перевірки ступеня засвоєння матеріалу передбачені контрольні запитання, контрольні роботи та самостійна робота студентів.

В посібнику наведений також лекційний матеріал, глосарій та тестові завдання з дисципліни.

Програма курсу орієнтована на ринкові умови господарювання туристичних підприємств. При її підготовці використано досвід навчання спеціалістів у вищих навчальних закладах України та зарубіжних держав з економічних спеціальностей.

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 *synhesis* 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.

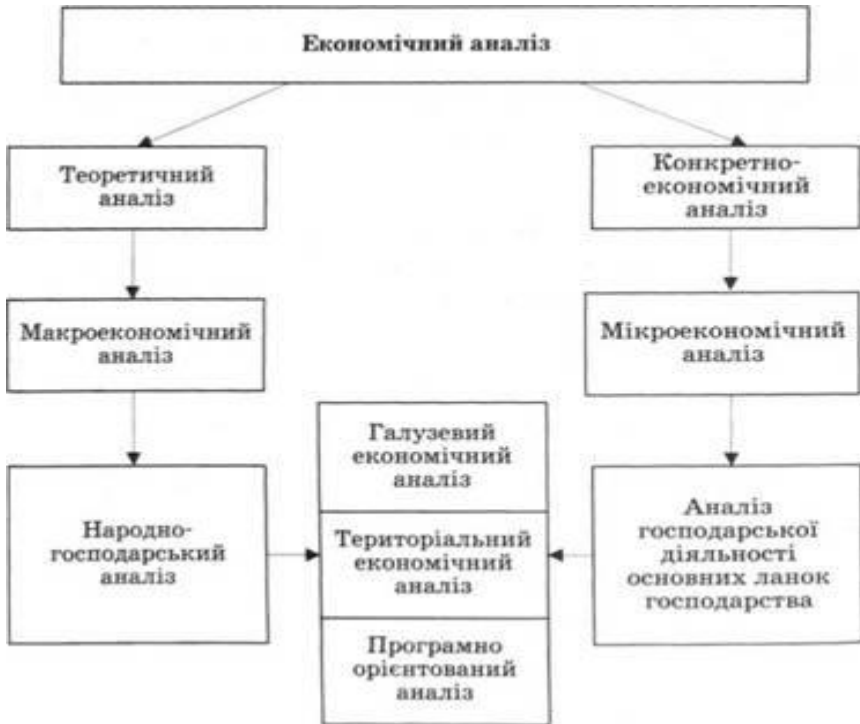


Рис. 1.1. Види економічного аналізу

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 маються 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, перевернути 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 переверчень. Показники звітності повинні бути об’єктивними, обґрунтовані перевіреними даними поточного обліку і підтвержені 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 тuro-днів 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 тuro-днів 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 туро-днів, 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 турпоточку, надати пропозиції щодо перспектив розвитку в'їзного туризму.

6) 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 фондівдачі (відношення вартості продукції, створеної на підприємстві за певний період до вартості застосованих у виробництві цієї продукції основних засобів за той же період), фондомісткості (зворотний показнику фондівдачі) 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 фондівдачі, 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 фондвіддача 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, завідувачих 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 (відпустки, хвороба, відрадження, 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:

$$K_{пл} = Чзв.пор / Чоб \quad (4.4)$$

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

$$K_{від} = Ч_{пр} / Чзв \quad (4.5)$$

Коефіцієнт постійності кадрів (постійності складу персоналу підприємства) ($K_{пс}$) характеризується співвідношенням кількості персоналу, що працював весь період до середньооблікової чисельності персоналу:

$$K_{пс} = Чзв.пор / Чоб \quad (4.6)$$

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:

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

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 туристської;
- 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 прогностичний (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:

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

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

ЧП – чистий прибуток підприємства за аналізований період;

$\text{ЧП}_{\text{К}}$ – сума капіталізованого чистого прибутку.

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

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

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

$\text{ЧП}_{\text{С}}$ – сума чистого прибутку, яка використовується для споживання.

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

$$K_{\text{ІП}} = \text{ЧП}_{\text{І}} / \text{ЧП}_{\text{К}} \quad (6.3)$$

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

$\text{ЧП}_{\text{І}}$ – сума капіталізованого чистого прибутку, яка використовується для інвестування приросту активів в аналізованому періоді;

ЧП_к – 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:

$$КРЗП = ЧП_{рз} / ЧП_{к} \quad (6.4)$$

КРЗП – коефіцієнт резервування прибутку;

ЧП_{рз} – сума капіталізованого чистого прибутку, яка направляється 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:

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

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

Часто використовується 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 прогностичний 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.

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 (формувані) 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 убування 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:

P1 – найбільш термінові зобов'язання – поточні зобов'язання за розрахунками;

P2 – короткострокові пасиви – позикові кошти короткострокового характеру;

P3 – довгострокові пасиви – позикові кошти довгострокового характеру;

P4 – 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 звітнього 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 $Z < 0$, ймовірність банкрутства буде більше 50%, якщо $Z > 0$, вона становитиме менше 50% і в разі, коли $Z = 0$, ймовірність 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. Ймовірність 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, матеріалоємність) 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 прями 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.

Самостійна робота студентів

Реферування (від лат. *refero* – повідомляю) – це письмовий огляд наукових та інших джерел з обраної теми або стислий виклад у письмовому вигляді змісту наукової праці. Студентам слід пояснити, що у рефераті необхідно не лише висвітлити необхідну наукову інформацію, а й продемонструвати своє відношення до неї. Реферат має засвідчити ерудицію дослідника, його вміння самостійно аналізувати, класифікувати та узагальнювати. Реферат може містити аналіз і критику відповідних теорій, тобто реферат – це самостійна творча робота студента, що засвідчує його знання з певної теми, розуміння основних підходів до вирішення конкретної проблеми, а також відображає власні погляди майбутнього фахівця та демонструє його вміння аналізувати і осмислювати явища і процеси на основі теоретичних знань.

Тематика рефератів:

1. Інформаційне забезпечення діяльності туристичного підприємства
2. Аналіз впливу факторів зовнішнього середовища на діяльність туристичного підприємства.
3. Аналіз впливу факторів внутрішнього середовища на діяльність туристичного підприємства.
4. Загальний аналіз господарської діяльності туристичного підприємства.
5. Аналіз фінансової діяльності туристичного підприємства.
6. Аналіз структури балансу та обігових коштів туристичного підприємства.
7. Аналіз ліквідності і фінансової стійкості туристичного підприємства.
8. Аналіз грошових потоків туристичного підприємства.

9. Аналіз ділової активності (оборотності ресурсів) туристичного підприємства.
10. Аналіз структури витрат туристичного підприємства.
11. Аналіз прибутковості (збитковості) туристичного підприємства.
12. Сутнісна характеристика та вимірювання ефективності господарської діяльності туристичного підприємства.
13. Принципи та методи аналізу ефективності господарської діяльності туристичного підприємства.
14. Фінансово-економічні показники оцінки господарської діяльності туристичного підприємства.
15. Система показників, які використовуються для оцінки ефективності фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства.
16. Аналіз рентабельності фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства.
17. Методичні принципи розрахунку обсягів діяльності туристичного підприємства.
18. Формування витрат при використанні необоротних та оборотних активів туристичного підприємства.
19. Формування витрат на оплату праці та соціальні заходи туристичного підприємства.
20. Механізм ціноутворення на туристичному підприємстві.
21. Формування підприємницької ідеї та її первинна оцінка туристичного підприємства.
22. Технологія створення туристичного підприємства.
23. Теоретичні аспекти припинення господарської діяльності туристичного підприємства.
24. Планування діяльності та стратегія економічного розвитку підприємств туризму.

25. Стратегія розвитку туристичного підприємства та бізнес-планування.
26. Планування діяльності туристичного підприємства.
27. Обґрунтування статутного капіталу туристичного підприємства.
28. Основні техніко-економічні показники ефективності реалізації проекту.
29. Організація та планування діяльності туристичних підприємств.
30. Організація економічної діяльності туристичного підприємства.
31. Аналіз прибутку від реалізації послуг туристичного підприємства.
32. Аналіз взаємозв'язку активу та пасиву балансу. Оцінка фінансової стійкості туристичного підприємства.
33. Аналіз витрат за елементами та статтями витрат туристичного підприємства.
34. Загальний та факторний аналіз собівартості окремих видів продукції туристичного підприємства.
35. Проблеми процесів планування діяльності туристичного підприємства.

Індивідуальна робота студентів

Організація індивідуальної роботи студента повинна відбуватися з урахуванням рівня професійної підготовки, що має сприяти більш глибокому та якісному засвоєнню навчального матеріалу. Розрахувати основні показники діяльності туристичного підприємства.

Варіант №1

На підставі даних статистичної звітності за формою №1-ТУР проаналізуйте динаміку обсягу наданих послуг туристського підприємства.

Економічний аналіз діяльності туристичного підприємства:

1. Характеристика підприємства:
 - Загальна площа;
 - Середньооблікова чисельність штатних працівників облікового складу;
 - Структурні підрозділи;
 -
2. Діяльність підприємства:
 - Обслуговувано осіб (в тому числі іноземців та дітей);
 - Країни, які користуються попитом;
 - Мета подорожі (по групах туристів);
 - Термін перебування в країні чи за кордоном;
 -
3. Основні фінансові показники:
 - Доходи від діяльності (з них ПДВ);
 - Операційні витрати (матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні заходи, відрахування на амортизацію, інші операційні витрати);
 - Інші витрати;
 - Фінансовий результат;

- Балансова вартість основних засобів (залишкова);
-

Звести у таблицю наступні дані:

Таблиця 1

Звіт про фінансові результати туристичного підприємства

Стаття	Сума
Дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	
Податок на додану вартість	
Акцизний збір	
Інші відрахування з доходу	
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	
Валовий прибуток	
збиток	
Інші операційні доходи	
Адміністративні витрати	
Витрати на збут	
Інші операційні витрати	
Фінансові результати від операційної діяльності:	
прибуток	
збиток	
Дохід від участі в капіталі	
Інші фінансові доходи	
Інші доходи	
Фінансові витрати	
Втрати від участі в капіталі	
Інші витрати	
Фінансові результати від звичайної діяльності до оподаткування:	

прибуток	
збиток	
Податок на прибуток від звичайної діяльності	
Фінансові результати від звичайної діяльності:	
прибуток	
збиток	
Надзвичайні:	
доходи	
витрати	
Податки з надзвичайного прибутку	
Чистий:	
прибуток	
збиток	

Варіант №2

На підставі даних статистичної звітності за формою №1 – курорт проаналізувати діяльність санаторно-курортного (оздоровчого) закладу.

Необхідно:

1) охарактеризувати санаторно-курортний (оздоровчий) заклад за довідковими даними (характеристика закладу станом на 01.10.20__ р.);

2) проаналізувати ліжковий фонд і його використання за три роки;

3) розрахувати основні показники діяльності й проаналізувати їх динаміку;

4) проілюструвати наочно динаміку основних показників діяльності санаторно-курортного (оздоровчого) закладу за допомогою різних типів діаграм;

5) скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; виявити фактори, що впливають на фінансові результати діяльності закладу; надати

пропозиції щодо активізації роботи підприємства.

Варіант №3

На підставі даних статистичної звітності умовного підприємства за формою №1–готель проаналізувати діяльність готельного підприємства.

Необхідно:

1) охарактеризувати готельне підприємство за довідковими даними (характеристика підприємства) і (структурні підрозділи сфери сервісу);

2) проаналізувати номерний фонд готелю (зміни місткості і структури номерного фонду за три роки);

3) розрахувати основні показники діяльності готельного підприємства, проаналізувати їх динаміку;

4) проілюструвати наочно динаміку основних показників діяльності готельного підприємства за допомогою різних типів діаграм;

5) скласти пояснювальну аналітичну записку, в якій: прокоментувати результати розрахунків; виявити фактори, що впливають на фінансові результати діяльності готельного підприємства.

Надати пропозиції щодо активізації роботи готельного підприємства.

Обґрунтування власної позиції, яка може співпадати чи не співпадати з думками авторів реферованих наукових джерел, але має бути обов'язково аргументованою.

Тестові завдання

1. Економічний аналіз проводиться на рівні:
 - а) держави;
 - б) галузей;
 - в) регіонів;
 - г) підприємств і організацій;
 - д) всі відповіді правильні.
2. Залежно від суб'єктів (користувачів) виділяють аналіз:
 - а) внутрішній і зовнішній;
 - б) галузевий і регіональний.
3. За змістом програми виділяють аналіз:
 - а) суцільний, вибірковий;
 - б) комплексний, тематичний;
 - в) внутрішній, зовнішній.
4. Аналіз економічних показників доповнюється протилежним заходом:
 - а) індукцією;
 - б) дедукцією;
 - в) синтезом;
 - г) систематизацією.
5. За ступенем охоплення об'єктів аналіз поділяють на:
 - а) суцільний, вибірковий;
 - б) комплексний, тематичний;
 - в) внутрішній, зовнішній.
6. Абсолютні величини вимірюють в:
 - а) шт., грн., днях;
 - б) процентах, коефіцієнтах;
 - в) вірні обидва варіанти.
7. Метод, за допомогою якого предмет (явище) характеризується через співвідношення, вимірювання, зіставлення з іншими одноякісними предметами або явищами:
 - а) порівняння;

- б) деталізація;
- в) абстрагування;
- г) абсолютизація.

8. Метод, суть якого полягає в тому, що, абстрагуючись від взаємовпливу факторів, послідовно розглядається вплив кожного фактора на результативний показник при незмінності інших факторів:

- а) порівняння;
- б) елімінування;
- в) балансовий;
- г) моделювання.

9. В якому статистичному методі аналізу таблиці служать накопиченню, опрацюванню і зберіганню цифрової інформації:

- а) табличний;
- б) динамічні ряди;
- в) кореляційний;
- г) балансовий.

10. Прийом, який використовують для визначення тісноти зв'язку між факторами, що вивчаються, – це:

- а) елімінування;
- б) кореляція;
- в) порівняння;
- г) моделювання.

11. Якими показниками характеризується технічний стан основних засобів?

- а) коефіцієнтом вибуття;
- б) коефіцієнтом відновлення;
- в) фондоємністю;
- г) коефіцієнтом зносу;
- д) терміном використання машин та обладнання.

12. Рух основних засобів аналізують за допомогою показників:

- а) надходження, вибуття, оновлення;

- б) зносу, придатності;
- в) фондівддачі, фондоемності.

13. Ефективність використання основних засобів характеризується показниками:

- а) надходження, вибуття, оновлення;
- б) фондівддачі, фондоемності, коефіцієнтами екстенсивного, інтенсивного, інтегрального використання основних засобів;
- в) коефіцієнтами зносу й придатності основних засобів.

14. Величину основних засобів, що приходиться на 1 грн. продукції (послуг), яка випускається (надається), характеризує показник:

- а) фондівддачі;
- б) фондоемності;
- в) фондоозброєності.

15. Як визначають коефіцієнт зносу основних засобів?

- а) відношенням вартості основних засобів на кінець року до їх вартості на початок року;
- б) відношенням зносу основних засобів на кінець року до зносу на початок року;
- в) відношенням зносу основних засобів до їх середньої вартості;
- г) відношенням зносу основних засобів до їх початкової вартості відповідно на початок і кінець року.

16. Коефіцієнти придатності і зносу основних засобів в сукупності повинні:

- а) дорівнювати 1;
- б) бути більше 1;
- в) бути менше 1.

17. За функціональним призначенням основні засоби класифікують на:

- а) власні, орендовані;
- б) виробничі, невиробничі;

в) активні, пасивні.

18. Визначте чинники, що характеризують стан використання трудових ресурсів на підприємстві:

- а) коефіцієнт прийому кадрів;
- б) коефіцієнт вибуття кадрів;
- в) коефіцієнт плинності кадрів;
- г) коефіцієнт продуктивності праці;
- д) коефіцієнт фондоозброєності праці.

19. За допомогою яких показників аналізують продуктивність праці:

- а) відпрацьовано людино-днів, людино-годин;
- б) обсяг товарної, реалізованої продукції;
- в) середньогодинний, денний, місячний (річний) виробіток на одного робітника і середньомісячний (річний) виробіток на одного працюючого;
- г) виконання норм виробітку і зниження трудомісткості продукції.

20. Рух чисельності працівників характеризують за допомогою:

- а) середньорічної чисельності працівників;
- б) коефіцієнта плинності;
- в) продуктивності праці.

21. Які чинники впливають на продуктивність одного працюючого?

- а) обсяг виробництва продукції і чисельність працюючих;
- б) чисельність робітників і відпрацьований ними час;
- в) зміна питомої ваги працюючих у загальній чисельності персоналу і їх продуктивність;
- г) співвідношення між основними й допоміжними робітниками.

22. Тарифна система оплати праці – це:

- а) тарифні ставки, тарифні сітки;
- б) тарифні ставки, тарифно-кваліфікаційний довідник;

- в) тарифні ставки, тарифні сітки, тарифно-кваліфікаційний довідник, районний коефіцієнт;
- г) тарифні ставки, тарифні сітки, посадові оклади;
- д) посадові оклади, преміальні положення, тарифно-кваліфікаційний довідник;
- є) тарифні ставки, тарифні сітки, схема посадових окладів і тарифно-кваліфікаційні характеристики (довідники).

23. Визначте, які чинники впливають на дену продуктивність праці робітників:

- а) обсяг виробництва продукції і загальна чисельність відпрацьованих людино-годин;
- б) зміна тривалості робочого дня і годинної продуктивності праці;
- в) зміна чисельності робітників і їх продуктивності;
- г) виконання норм виробітку та трудомісткості продукції.

24. Трудомісткість продукції – це:

- а) кількість часу, необхідна для виробництва продукції;
- б) показник рівня продуктивності праці, що характеризує витрати робочого часу на виробництво одиниці продукції;
- в) обернений показник продуктивності праці;
- г) всі відповіді правильні.

25. Визначте показники, що характеризують рівень продуктивності праці:

- а) фондвіддача, фондоємність;
- б) виробіток на одного працюючого (робітника);
- в) трудомісткість продукції;
- г) фондоозброєність праці;
- д) прибуток.

26. Як визначити коефіцієнт плинності робочої сили:

- а) відношенням числа прийнятих робітників до їх середньооблікової чисельності;
- б) відношенням числа звільнених робітників до середньооблікової чисельності;

в) відношенням необхідного обігу робітників до середньооблікової чисельності;

г) відношенням зайвого обігу робітників до середньооблікової чисельності.

27. Залежно від впливу обсягу виробництва на рівень витрат виділяють:

а) основні й накладні витрати;

б) умовно-постійні й умовно-змінні витрати;

в) прямі й непрямі витрати;

г) прості й комплексні витрати.

28. Матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні заходи, амортизація, інші операційні витрати – це:

а) економічні елементи;

б) статті калькуляції;

в) всі варіанти правильні.

29. Як змінюються умовно-постійні витрати готелю при збільшенні обсягів діяльності за інших рівних умов?

а) залишаються незмінними;

б) зменшуються;

в) збільшуються.

30. Який з факторів, що впливає на собівартість послуг готелю, залежить від підприємства:

а) темп інфляції;

б) система оподаткування підприємств;

в) форми і системи оплати праці працівників підприємства.

31. Загальногосподарські витрати відносять до:

а) прямих витрат;

б) комплексних витрат;

в) основних витрат.

32. Зміни питомої ваги амортизації в собівартості продукції характеризують зміни:

- а) трудомісткості;
- б) продуктивності праці;
- в) технічної озброєності.

33. Амортизацію, орендну плату, заробітну плату персоналу, витрати, пов'язані з управлінням і організацією виробництва відносять до:

- а) постійних витрат;
- б) змінних витрат;
- в) постійно-змінних витрат.

34. Для того, щоб визначити матеріаломісткість, енергоємність, трудомісткість, фондомісткість виробництва застосовують:

- а) групування витрат за призначенням (за статтями калькуляції);
- б) групування витрат за елементами;
- в) групування витрат за доходами.

35. Різниця між сумою чистого доходу від реалізації послуг і собівартістю реалізованих послуг – це:

- а) валовий прибуток;
- б) фінансовий результат від операційної діяльності;
- в) фінансовий результат від звичайної діяльності;
- г) чистий прибуток або збиток.

36. Розрізняють наступні види аналізу прибутку підприємства:

- а) підсумковий, прогнозний;
- б) ретроспективний, перспективний;
- в) плановий, середньообліковий;
- г) фактичний, середньостатистичний;
- д) вірні відповіді а і б;
- е) всі відповіді вірні;
- ж) немає вірної відповіді.

37. Операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою

створення підприємства і забезпечують основну частку його доходу, це:

- а) інвестиційна діяльність;
- б) основна діяльність;
- в) фінансова діяльність;
- г) надзвичайна подія.

38. До складу валового доходу готельних підприємств, розташованих в курортних місцевостях, входять наступні податки (відрахування):

- а) податок на додану вартість, акцизний збір;
- б) податок на додану вартість, готельний збір;
- в) податок на додану вартість, курортний збір;
- г) податок на додану вартість, курортний збір;
- д) інші відрахування з доходу.

39. Рішення про напрями розподілення прибутку підприємства приймають:

- а) керівники підприємства;
- б) власники підприємства;
- в) співробітники підприємства;
- г) державна податкова адміністрація.

40. До складу якого фонду спеціального призначення відноситься фонд матеріального заохочення?

- а) фонду споживання;
- б) фонду сплати дивідендів;
- в) фонду соціальної сфери;
- г) фонду накопичення.

51. Яка частина чистого прибутку використовується для збільшення власного капіталу підприємства?

- а) частина чистого прибутку, яка акумулюється у складі фонду накопичення;
- б) частина чистого прибутку, яка акумулюється у складі фонду соціальної сфери;

в) частина чистого прибутку, яка акумулюється у складі фонду споживання;

г) частина чистого прибутку, яка спрямовується на капіталізацію.

52. Економічний ефект є показником, яких характеризує:

а) процес господарської діяльності підприємства;

б) обертання активів підприємства;

в) результат господарської діяльності підприємства;

г) технологічні особливості діяльності підприємства.

53. Основним абсолютним показником, який характеризує ефективність роботи підприємства, є:

а) робочий капітал;

б) прибуток;

в) залишкова вартість основних засобів;

г) валовий дохід;

д) чистий дохід.

54. Дайте визначення економічної сутності рентабельності підприємств туризму:

а) абсолютна сума отриманого прибутку підприємства;

б) абсолютна сума прибутку, отриманого від операційної діяльності;

в) рівень доходності підприємства;

г) прибутковість реалізації послуг.

55. Група коефіцієнтів рентабельності характеризує:

а) результативність діяльності;

б) систематичність діяльності;

в) ефективність діяльності;

г) всі відповіді вірні.

56. Відношення чистого прибутку до агентської комісії це:

а) рентабельність витрат туристського агента;

б) рентабельність витрат туристського оператора;

в) рентабельність продажів туристського агента;

г) рентабельність продажів туристського оператора.

57. Ключовими чинниками, які впливають на величину коефіцієнту рентабельності активів, є:

- а) чистий прибуток і валовий дохід;
- б) чистий прибуток і величина активів;
- в) чистий прибуток і величина оборотних активів;
- г) валовий прибуток і величина власного капіталу.

58. Рентабельність власного капіталу доцільно визначати, виходячи з:

- а) операційного прибутку;
- б) чистого прибутку;
- в) прибутку до оподаткування;
- г) прибутку до сплати відсотків та податків.

59. Рентабельність оборотного капіталу доцільно визначати, виходячи з:

- а) валового прибутку;
- б) операційного прибутку;
- в) чистого прибутку;
- г) прибутку до сплати відсотків та податків.

60. Якщо операційна рентабельність реалізації не змінюється, а чиста в динаміці зменшується, це свідчить про:

- а) підвищення податкових платежів;
- б) зниження податкових платежів;
- в) зменшення витрат на збут;
- г) збільшення адміністративних витрат.

61. Система показників ліквідності включає коефіцієнти:

а) абсолютної ліквідності, фінансової стійкості, платоспроможності;

б) абсолютної ліквідності, проміжної ліквідності, фінансової стійкості;

в) абсолютної, проміжної, середньорічної ліквідності;

г) абсолютної, проміжної, поточної ліквідності.

62. До довгострокових пасивів відносять:

а) довгострокові кредити банків, інші довгострокові фінансові зобов'язання;

б) довгострокові кредити банків, довгострокові фінансові інвестиції;

в) відстрочені податкові зобов'язання, інші довгострокові зобов'язання;

г) цільове фінансування, поточна заборгованість по довгострокових зобов'язаннях;

д) вірні відповіді а і в;

е) вірні відповіді б і г.

63. Короткострокові зобов'язання включають:

а) короткострокові кредити банків, цільове фінансування, векселі видані;

б) кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги, сума страхових резервів;

в) зобов'язання, пов'язані з необоротними активами і групами вибуття, сума часток перестраховиків у страхових резервах;

г) вірні відповіді а і в;

д) всі відповіді вірні;

е) немає вірної відповіді.

64. Який з елементів оборотних активів є найменш ліквідним?

а) виробничі запаси;

б) дебіторська заборгованість;

в) незавершене будівництво;

г) грошові кошти.

65. Підприємство вважається ліквідним, якщо реалізувавши поточні (оборотні) активи, погашає свої зобов'язання:

а) з оплати праці, перед бюджетом, постачальниками;

б) з оплати праці, перед бюджетом, позабюджетними фондами;

- в) всі короткострокові зобов'язання;
- г) всі довгострокові зобов'язання;
- д) всі короткострокові й довгострокові зобов'язання.

66. Коефіцієнт проміжної ліквідності визначається як відношення:

а) грошових коштів і цінних паперів, які швидко реалізуються до короткострокових зобов'язань;

б) поточних (оборотних) активів до короткострокових зобов'язань;

в) грошових коштів, цінних паперів і дебіторської заборгованості до короткострокових зобов'язань;

г) поточних (оборотних) активів до суми короткострокових і довгострокових зобов'язань.

67. Рекомендоване значення коефіцієнту поточної ліквідності є не нижчим за:

а) 0,2;

б) 0,7;

в) 1,0;

г) 2,0.

68. Рекомендоване значення коефіцієнту проміжної ліквідності складає:

а) менше 0,7;

б) 0,7 – 0,8;

в) 1,0 – 2,0;

г) більше 2,0.

69. Рекомендоване значення коефіцієнту абсолютної ліквідності складає:

а) 0,2;

б) 0,7;

в) 1,0;

г) 2,0.

70. Які активи відносять до необоротних:

а) нематеріальні активи, основні засоби, дебіторська

заборгованість;

б) основні засоби і довгострокові фінансові інвестиції, витрати майбутніх періодів;

в) нематеріальні активи, основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції;

г) основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції, дебіторська заборгованість.

71. До активів, що важко реалізуються відносяться:

а) запаси готової продукції, непридатної для вживання, незавершене будівництво, готова продукція;

б) продукція, яка не має попиту, сумнівна дебіторська заборгованість, довгострокова дебіторська заборгованість;

в) сумнівна дебіторська заборгованість, довгострокова дебіторська заборгованість, незавершене будівництво;

г) сумнівна дебіторська заборгованість, незавершене будівництво, запаси готової продукції, непридатної для вживання.

72. Який елемент оборотних активів володіє абсолютною ліквідністю?

а) цінні папери, короткострокові фінансові вкладення, грошові кошти;

б) дебіторська заборгованість;

в) готова продукція;

г) матеріальні запаси, які легко реалізуються.

73. Підприємство має оборотний капітал в тому випадку, якщо:

а) оборотні активи менше короткострокових зобов'язань;

б) оборотні активи більше короткострокових зобов'язань;

в) оборотні активи більше короткострокових і довгострокових зобов'язань;

г) оборотні і необоротні активи більше короткострокових і довгострокових зобов'язань.

74. Зобов'язання підприємства групують:

- а) за ступенем ліквідності;
- б) за ступенем терміновості їх покриття;
- в) за величиною зобов'язань у вартісному вираженні;
- г) за величиною зобов'язань у питомій вазі;
- д) всі відповіді вірні.

75. До групи показників оцінки структури балансу належать:

- а) коефіцієнт оборотності;
- б) коефіцієнт забезпеченості робочим капіталом;
- в) індекс рентабельності інвестицій;
- г) коефіцієнт закріплення оборотних активів.

76. Основною ознакою платоспроможності є:

- а) відсутність простроченої дебіторської заборгованості;
- б) наявність прибутку;
- в) відсутність простроченої кредиторської заборгованості;
- г) відсутність залучених активів у складі авансованого капіталу.

77. Підприємство вважається неплатоспроможним:

- а) у разі перевищення поточних активів над поточними зобов'язаннями;
- б) якщо коефіцієнт поточної ліквідності дорівнює одиниці;
- в) якщо коефіцієнт поточної ліквідності більший ніж 2,0;
- г) якщо коефіцієнт фінансового леверіджу надзвичайно низький.

78. Назвіть коефіцієнт, за допомогою якого оцінюється фінансова неспроможність підприємства:

- а) коефіцієнт мобільності;
- б) коефіцієнт зносу;
- в) коефіцієнт поточної ліквідності;
- г) коефіцієнт постійності.

79. Завданням прогнозування банкрутства підприємства

є:

а) інформаційне забезпечення процедури комплексного фінансового аналізу;

б) формування сценаріїв зміни у часі фінансового стану підприємства;

в) розрахунок абсолютних значень окремих цільових показників фінансового стану підприємства;

г) оцінка ймовірності оголошення підприємства банкрутом.

80. Ймовірність банкрутства підприємства згідно з моделлю Е. Альтмана є дуже низькою при значенні показника Z , що дорівнює:

а) до 1,8;

б) 1,81 – 2,70;

в) 2,71 – 2,99;

г) 3,0 та вище.

81. Ділова активність – це:

а) діяльність підприємства на ринку цінних паперів;

б) діяльність, спрямована на просування підприємства на ринках продукції (послуг), праці, капіталу;

в) фінансова діяльність підприємства;

г) інвестиційна діяльність підприємства.

82. Показниками ділової активності, які характеризують ефективність використання ресурсів (майна) підприємства, є:

а) якісні абсолютні показники;

б) якісні відносні показники;

в) кількісні абсолютні показники;

г) кількісні відносні показники.

83. Ділова активність підприємств туризму оцінюється на основі:

а) вартісних і натуральних показників;

б) середніх величин;

в) кількісних і якісних критеріїв;

г) оцінки динаміки зміни ринкової вартості акцій підприємства.

84. Одним з критеріїв оцінки ефективності використання ресурсів є:

- а) ліквідність активів;
- б) платоспроможність;
- в) оборотність активів;

г) величина абсолютного приросту короткострокових зобов'язань.

85. Який коефіцієнт показує скільки гривень чистого доходу припадає на 1 гривню основних засобів?

- а) фондоємність;
- б) фондівіддача;
- в) фондоозброєність;
- г) рентабельність необоротних активів.

86. Найбільш високий показник фондівіддачі притаманний:

а) готельним підприємствам та іншим засобам розміщення;

- б) санаторно-курортним підприємствам;
- в) підприємствам ресторанного господарства;
- г) туристським підприємствам.

87. Найбільша тривалість одного обороту активів притаманна:

- а) готельним і санаторно-курортним підприємствам;
- б) підприємствам ресторанного господарства;
- в) туристським підприємствам;

г) будь-якому підприємству, яке функціонує в сфері туризму.

88. Найбільш високий показник коефіцієнту оборотності запасів мають:

- а) готельні і санаторно-курортні підприємства;
- б) підприємства ресторанного господарства;

в) туристські підприємства;
г) будь-які підприємства, які функціонують в сфері туризму.

89. Позитивною тенденцією вважається:

- а) збільшення тривалості одного обороту активів;
- б) зниження тривалості одного обороту активів;
- в) стабільна тривалість одного обороту активів;
- г) розпродаж активів на кінець вітного періоду.

90. Найбільшу тривалість обороту мають:

- а) запаси;
- б) готова продукція;
- в) товари;
- г) основні засоби.

91. Позитивна динаміка показника, яких характеризує ефект від зміни оборотності оборотних активів, означає:

- а) вивільнення коштів з обігу;
- б) стабільність величини коштів в обігу;
- в) залучення додаткових коштів до обігу;
- г) зростання питомої ваги оборотних активів на кінець звітного періоду.

92. Причиною виникнення дебіторської заборгованості підприємства є:

- а) купівля товарів з відстрочкою платежу;
- б) реалізація товарів (послуг) з відстрочкою платежу;
- в) несвоєчасна сплата податків до бюджету;
- г) оренда основних засобів.

93. Який чинник визначає ефективність використання оборотних активів:

- а) зростання величини власних оборотних коштів;
- б) прискорення обертання оборотних активів;
- в) скорочення величини власних оборотних коштів;
- г) уповільнення обертання оборотних активів;
- д) вірна відповідь а і б;

- е) вірна відповідь в і г;
- ж) немає вірної відповіді.

94. Оцінку інвестиційної привабливості акціонерного товариства здійснюють за допомогою наступних параметрів:

- а) фінансовій стійкості, платоспроможності і ліквідності активів;
- б) оборотності активів і власного капіталу, прибутковості капіталу;
- в) рівня і динаміки чистого прибутку;
- г) рентабельності витрат і продажів підприємства;
- д) всі відповіді вірні;
- е) вірні відповіді а і б.

95. Який показник відображає величину акціонерного капіталу, що доводиться на одну звичайну акцію:

- а) балансова вартість однієї звичайної акції;
- б) балансова вартість однієї привілейованої акції;
- в) ринкова вартість однієї звичайної акції;
- г) номінальна ціна однієї звичайної акції.

96. Який показник характеризує можливість швидкого перетворення звичайних акцій в грошові кошти у разі потреби їх реалізації?

- а) коефіцієнт оборотності звичайних акцій;
- б) коефіцієнт ліквідності звичайних акцій;
- в) коефіцієнт чистого прибутку на одну звичайну акцію;
- г) рівень дивідендної віддачі звичайної акції.

97. До якої форми виплати дивідендів відноситься здійснення виплат акціями за номінальною вартістю?

- а) до грошової форми;
- б) до негрошової форми;
- в) до змішаної форми;
- г) можливо при будь-якій формі виплат.

98. Господарська операція, яка передбачає придбання будинків, споруд, інших об'єктів нерухомої власності, інших

основних засобів та нематеріальних активів, які підлягають амортизації, це:

- а) фінансова інвестиція;
- б) пряма інвестиція;
- в) портфельна інвестиція;
- г) капітальна інвестиція.

99. Господарська операція, яка передбачає здійснення капітальних або фінансових інвестицій за рахунок доходу (прибутку), отриманого від інвестиційних операцій, це:

- а) реінвестиція;
- б) фінансова інвестиція;
- в) пряма інвестиція;
- г) портфельна інвестиція;
- д) капітальна інвестиція.

100. Для розрахунку середньовиваженої кількості акцій використовують:

- а) кількість акцій на початок кожного року;
- б) кількість акцій на початок кожного кварталу;
- в) кількість акцій на початок кожного місяця;
- г) кількість акцій на початок кожного тижня.

101. Під «фінансовою стійкістю» розуміється:

а) здатність підприємства своєчасно відповідати за своїми короткостроковими і довгостроковими зобов'язаннями;

б) стан фінансових ресурсів підприємства, який забезпечує його розвиток на основі зростання прибутку і капіталу при збереженні платоспроможності і кредитоспроможності за умов допустимого рівня ризику;

в) перевага власного капіталу над залученим;

г) покриття короткострокових зобов'язань поточними пасивами.

102. Предметом аналізу фінансової стійкості підприємств туризму є:

а) стан економічних і фінансових ресурсів підприємств

туризму і їх потоків, ефективність ведення операційної, інвестиційної і фінансової діяльності;

б) стан запасів, їх структура і рух в процесі виробничо-господарської діяльності підприємства сфери туризму;

в) стан заборгованості підприємства, зміна його вартості, структури і питомої ваги в загальній вартості пасивів підприємства сфери туризму;

г) стан дебіторської заборгованості підприємства сфери туризму.

103. До основних коефіцієнтів фінансової стійкості не відносять:

а) коефіцієнт маневреності власного капіталу;

б) коефіцієнт забезпечення запасів власними оборотними коштами;

в) коефіцієнт забезпеченості за кредитами;

г) коефіцієнт оборотності активів.

104. При якому типі фінансової стійкості джерелами фінансування запасів є: власні оборотні кошти і довгострокові кредити і позики:

а) абсолютна фінансова стійкість;

б) нормальна фінансова стійкість;

в) нестійкий фінансовий стан;

г) кризовий (критичний) фінансовий стан.

105. Для абсолютної фінансової стійкості підприємства характерно, що:

а) власні кошти забезпечують запаси;

б) запаси забезпечуються сумою власних коштів і довгострокових позикових коштів;

в) запаси забезпечуються сумою власних коштів, довгострокових позикових джерел та короткострокових кредитів;

г) запаси не забезпечуються джерелами їх формування.

106. Який показник характеризує частку стійких пасивів

у валюті балансу:

- а) коефіцієнт фінансової автономії;
- б) коефіцієнт фінансової залежності;
- в) коефіцієнт фінансової стійкості;
- г) коефіцієнт маневреності власного капіталу.

107. Який показник визначає частку власного капіталу в формуванні необоротних активів підприємства:

- а) коефіцієнт інвестування;
- б) коефіцієнт фінансування;
- в) коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- г) коефіцієнт фінансової залежності.

108. Який показник характеризує частку власних оборотних коштів у власному капіталі підприємства:

- а) коефіцієнт інвестування;
- б) коефіцієнт фінансової стійкості;
- в) коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- г) коефіцієнт фінансової автономії.

109. Коефіцієнт фінансової залежності визначається як відношення:

- а) власного капіталу до валюти балансу;
- б) валюти балансу до власного капіталу;
- в) власних оборотних коштів до власного капіталу;
- г) суми власного капіталу і дебіторської заборгованості

до валюти балансу.

110. Коефіцієнт маневреності власного капіталу визначається як відношення:

- а) власного капіталу до валюти балансу;
- б) валюти балансу до власного капіталу;
- в) власних оборотних коштів до власного капіталу;
- г) суми власного капіталу і дебіторської заборгованості

до валюти балансу.

111. Коефіцієнт фінансової автономії свідчить про:

- а) рівень незалежності підприємства від залучених коштів

і забезпеченості власним капіталом;

б) рівень залежності підприємства від залучених коштів і незабезпеченості власним капіталом;

в) рівень потенційної платоспроможності підприємства в найближчому майбутньому;

г) рівень ефективності використання власного капіталу підприємства.

112. Показник маневреності власного капіталу належить до показників:

а) ліквідності;

б) ділової активності;

в) фінансової стійкості;

г) майнового стану.

113. Рекомендоване значення коефіцієнту фінансової автономії складає:

а) не більше 0,5;

б) не менше 0,5;

в) від 0,3 до 0,5;

г) від 1,5 до 1,2.

114. Рекомендоване значення коефіцієнту фінансової залежності складає:

а) 1,5;

б) 2,0;

в) 0,5;

г) не більше 1,0.

115. Коефіцієнт співвідношення мобільних та іммобілізованих активів має рекомендоване значення:

а) не більше 0,5;

б) не менше 0,5;

в) від 0,3 до 0,5;

г) є індивідуальним для кожного підприємства.

116. Що є основним джерелом формування залучених коштів підприємства:

а) позики банку і комерційний кредит;
б) позики банку, комерційний кредит, бюджетні кошти;
в) комерційний кредит, бюджетні кошти;
г) комерційний кредит, бюджетні кошти, дебіторська заборгованість.

117. Поріг рентабельності (точка критичного обсягу надання послуг) визначається відношенням:

а) постійних витрат до змінних;
б) постійних витрат до маржинального доходу на одиницю послуг;
в) змінних витрат до виручки від реалізації послуг;
г) змінних витрат до частки маржинального доходу в обсязі реалізації.

118. Який фактор збільшує змінні витрати готельного підприємства:

а) підвищення вартості прання білизни;
б) збільшення орендної плати за пляжну територію;
в) збільшення відсоткової ставки за банківські кредити;
г) збільшення місцевих податків.

119. Як впливає збільшення постійних витрат на запас фінансової стійкості:

а) запас фінансової стійкості збільшується;
б) запас фінансової стійкості зменшується;
в) запас фінансової стійкості залишається незмінним;
г) запас фінансової стійкості збільшується, якщо постійні витрати перевищують 50% загальних витрат підприємства.

120. Зниження порога рентабельності можна досягти за рахунок:

а) зменшення маржинального прибутку та (або) скорочення постійних витрат;
б) зменшення маржинального прибутку та (або) збільшення постійних витрат;
в) збільшення маржинального прибутку та (або)

збільшення постійних витрат;

г) збільшення маржинального прибутку та (або) скорочення постійних витрат.

121. До чинників, що стримують залучення інвестицій до підприємств сфери туризму, не відносяться:

а) наявність чинника сезонності попиту на відпочинок та коливання ділової активності протягом року в процесі здійснення підприємницької діяльності;

б) нестабільна політична обстановка;

в) зниження платоспроможного попиту населення;

г) послаблення конкуренції між підприємствами сфери туризму на регіональному рівні та конкуренції з боку закордонних курортів.

122. Комерційну норму дисконту визначають:

а) з урахуванням альтернативної (пов'язаної з іншими проектами) ефективності використання капіталу;

б) безпосередньо учасники проекту;

в) з урахуванням мінімальної вимоги суспільства до господарської ефективності проектів;

г) при розрахунку показників проектів, що фінансуються за рахунок державного і регіональних бюджетів.

123. Під інвестиційним проектом розуміють:

а) платіжний календар грошових потоків підприємства, які входять і виходять;

б) проект заходів з оздоровлення фінансового стану підприємства;

в) проект розвитку підприємства, пов'язаний із залученням інвестицій;

г) вкладення іноземного капіталу до об'єкта підприємницької діяльності на території України.

124. Фінансово-економічний аналіз інвестиційного проекту не передбачає:

а) аналіз потреб підприємства за проектом;

- б) аналіз поточного фінансового стану підприємства;
- в) пошук і вибір джерел фінансування проекту;
- г) аналіз можливостей виробничого менеджменту;
- д) аналіз показників ефективності проекту.

125. Дисконтування – це:

- а) процес визначення майбутньої вартості грошей, пов'язаний з їх нарощуванням;
- б) процес наведення майбутньої вартості грошей до теперішньої (поточної) вартості;
- в) процес коригування чистого доходу на рівень інфляції;
- г) процес коригування чистого прибутку на рівень інфляції.

126. Концепція часової вартості грошей означає:

- а) джерела фінансування не можуть бути безоплатними;
- б) купівельна вартість грошової одиниці сьогодні і грошової одиниці тієї ж номінальної вартості розрізняються в різні періоди часу;
- в) грошові кошти можуть інвестуватися тільки за ставкою складного відсотка;
- г) всі перелічені варіанти.

127. Дисконтований період окупності – це:

- а) період часу для покриття початкової вартості інвестицій за рахунок наведеної (поточної) вартості майбутніх грошових надходжень;
- б) період часу для покриття початкової вартості інвестицій за рахунок наведеної (поточної) вартості минулих грошових надходжень;
- в) період часу для покриття початкової вартості інвестицій за рахунок чистого прибутку від інвестиційної діяльності;
- г) тривалість життєвого циклу проекту.

128. Чиста наведена вартість проекту це:

- а) різниця величини початкових інвестицій і загальної

суми дисконтованих чистих грошових надходжень;

б) зіставлення величини початкових інвестицій з показниками ліквідності інвестиційного проекту;

в) розрахункова величина видатків на здійснення проекту;

г) вартість проекту за мінусом видатків інвесторів.

129. В якості множника дисконтування для визначення чистої наведеної вартості не використовують:

а) кредитну ставку банку;

б) процентну ставку податку на прибуток;

в) середньовиважену вартість капіталу;

г) альтернативну вартість капіталу.

130. Показник прибутковості інвестицій (PI) розраховують як:

а) відношення наведеної вартості майбутніх чистих грошових потоків до грошового потоку звітного періоду;

б) відношення наведеної вартості майбутніх чистих грошових потоків до початкової суми капіталовкладень;

в) відношення наведеної вартості майбутніх чистих грошових потоків до початкової суми капіталовкладень;

г) відношення наведеної вартості майбутніх чистих грошових потоків до чистого прибутку за перший рік реалізації проекту.

131. Внутрішня норма доходності (IRR) – це:

а) множник дисконтування, при якому чиста наведена вартість дорівнює нулю;

б) множник дисконтування, при якому чиста наведена вартість більше нуля;

в) множник дисконтування, при якому чиста наведена вартість менше нуля;

г) рентабельність основної діяльності в рамках інвестиційного проекту.

132. Капітальні інвестиції – це вкладення коштів у:

- а) грошові фонди;
- б) фондові інструменти;
- в) матеріальні активи;
- г) цінні папери.

133. Фінансові інвестиції – це вкладення коштів у:

- а) матеріальні активи;
- б) цінні папери;
- в) нематеріальні активи;
- г) оборотні фонди.

134. Надходження коштів від інвестиційної діяльності забезпечується за рахунок:

- а) дивідендів від довгострокових фінансових інвестицій;
- б) реалізації продукції;
- в) короткострокових кредитів;
- г) кредиторської заборгованості.

135. Ставка дисконту, за якої чиста теперішня вартість проекту дорівнює нулю, характеризує:

- а) індекс рентабельності інвестицій;
- б) ризик;
- в) внутрішню норму доходу;
- г) дисконтований період окупності.

136. Інвестиційний проект відхиляється, якщо:

а) індекс рентабельності інвестицій більший за одиницю;
б) внутрішня норма доходу більша за вартість капіталу, залученого для здійснення проекту;

- в) чиста теперішня вартість проекту позитивна;
- г) чиста теперішня вартість проекту від'ємна.

137. Отримання суб'єктом господарювання дивідендів належить до:

- а) інвестиційної діяльності;
- б) фінансової діяльності;
- в) операційної діяльності;
- г) надзвичайної діяльності.

138. Урахування інфляції при розрахунку показників ефективності інвестицій:

а) дозволяє передбачити можливий ризик скорочення прибутку;

б) дозволяє передбачити можливий ризик скорочення доходів;

в) не змінює результатів аналізу з використанням безризикової ставки;

г) не повинен враховуватися при обґрунтування цінової стратегії підприємства.

139. Аналіз ризиків передбачає:

а) можливість зміни прогнозу в гірший бік;

б) можливість зміни прогнозу в кращий бік;

в) можливість недоотримання частини запланованого прибутку або скорочення ринку збуту;

г) можливість скорочення розміру цільового сегменту, на який спрямований новий продукт (послуга).

140. Рівень відповідальності підприємств за результати своєї діяльності в ринковій економіці характеризується:

а) повною відповідальністю, аж до особистого майна;

б) розподілом відповідальності між підприємством і державою;

в) мінімальним ризиком господарської діяльності;

г) солідарною відповідальністю.

141. Критерієм оцінювання ефективності господарської і фінансової діяльності підприємств в ринковій економіці є:

а) міра виконання планових завдань;

б) рівень рентабельності капіталу;

в) міра досягнення конкурентної переваги;

г) рівень продуктивності праці.

142. Критерієм, який використовується у разі віднесення підприємства до виду «малого», є:

а) розмір господарської діяльності;

б) форма власності;
в) положення на споживчому ринку;
г) середня чисельність працівників за рік і річний дохід від будь-якої діяльності.

143. До результатів діяльності підприємства не слід відносити:

- а) прибуток;
- б) виготовлену продукцію;
- в) інформацію про ціни на продукцію;
- г) послуги споживачам.

144. Підприємства, що забезпечують усі організаційні форми господарювання на селі необхідними для них матеріальними ресурсами, – це:

- а) партнери;
- б) постачальники;
- в) посередники;
- г) агросервісні підприємства.

145. Головною умовою стратегічного управління підприємством в умовах ринку є:

- а) максимізація прибутку, який одержує підприємство;
- б) підвищення конкурентоспроможності підприємства;
- в) збільшення обсягу діяльності підприємства та його частки на ринку;
- г) створення умов для самофінансування.

146. Підприємство, яке ґрунтується на особистій власності фізичної особи і функціонує виключно за рахунок її власної праці називається:

- а) сімейне підприємство;
- б) приватне підприємство;
- в) індивідуальне підприємство;
- г) колективне підприємство.

147. До ринкової інфраструктури входять:

- а) оптові бази, ярмарки, аукціони, фірмові магазини,

комісійні магазини;

б) товарно-сировинні, товарні, фондові і валютні біржі, банківські структури, брокерські контори, маклерські структури, кредитні спілки;

в) ринок фінансів, ринок засобів виробництва, торгівля, ринок робочої сили;

г) ціна, попит, пропозиція, конкуренція.

148. Роздержавлення власності – це:

а) передача державної власності невеликим державним виробникам;

б) обмеження державного втручання в господарську діяльність державних підприємств;

в) відокремлення функцій господарювання від функцій адміністративного управління державними підприємствами;

г) система заходів, здійснюваних під час провадження справи про банкрутство, що спрямовані на запобігання визнання боржника банкрутом та його ліквідації.

149. Важелі, які використовує держава під час регулювання ринкових відносин, – це:

а) біржова діяльність, маркетинг;

б) зовнішньоекономічна діяльність, вивчення попиту і пропозицій;

в) державні програми, системи оподаткування, фінансово-кредитна і банківська, законодавство про працю, цінові обмеження, антимонопольні заходи, амортизаційна політика;

г) директивне управління виробничою і фінансовою діяльністю підприємств, монополізація виробництва, мінімальні умови для конкуренції.

150. Приватизація – це:

а) привласнення засобів виробництва новими державними структурами;

б) форма роздержавлення, під час якої державна

власність перетворюється на інші форми із повною або частковою заміною власника;

в) випуск акцій під вартість засобів виробництва і продаж їх всім бажаючим;

г) впровадження організаційно-економічних заходів, спрямованих на вдосконалення внутрішньогосподарського економічного механізму.

Глосарій

Акредитив – платіжний документ, за яким кредитна установа дає розпорядження іншій кредитній установі негайно сплатити пред'явникові акредитива певну суму грошей за рахунок спеціально заброньованих коштів шляхом заповнення акредитивного листа.

Актив балансу – перша частина бухгалтерського балансу підприємства, в якій відображено майно за складом і розміщенням.

Активи – все, чим володіє підприємство і що йому належить – оборотний капітал, основний капітал, нематеріальні активи.

Активи нематеріальні – засоби, що не мають фізичної, відчутної форми, але дають підприємству (фірмі і т. п.) дохід. Це, як правило, різні права підприємств (фірми і т. п.), наприклад, патенти, товарні знаки, торгові марки, авторські права, ліцензії тощо.

Акціонерне товариство – компанія, що є юридичною особою, капітал якої складається з внесків пайовиків — акціонерів і засновників. Це форма організації виробництва на основі залучення коштів шляхом продажу акцій. Існують закриті і відкриті акціонерні товариства.

Акціонерне товариство (приватне) – підприємство, створене приватними особами, заснована на приватній власності, і що оперує приватним капіталом. Приватна компанія має обмежене число членів з лімітованим правом на передачу своїх акцій і не має права повідомляти публічну підписку на свої акції.

Акціонерне товариство (публічне) – акціонерне товариство, акції якого: (А) можуть пропонуватися заздалегідь невизначеній кількості інвесторів (general public) шляхом публічного розміщення акцій або (Б) вільно обертаються на

фондовому ринку внаслідок проходження публічною компанією процедури лістингу.

Акції підприємства – акції, розповсюджені серед інших підприємств і організацій, кооперативів, банків, добровільних товариств.

Акціонер – власник акцій акціонерного товариства, компанії, підприємства.

Акція – цінний папір, що випускається акціонерним товариством, який дає право її власнику, члену акціонерного товариства, брати участь у його управлінні й одержувати дивіденди з прибутку. Грошова сума, позначена на акції, – номінальна вартість акції; ціна, по якій вона продається, – курс акцій. Акції бувають: привілейовані, іменні, на пред'явника та ін.

Акція звичайна – акція з нефіксованим дивідендом, розмір якого визначається загальними зборами акціонерів після сплати фіксованого відсотка власникам привілейованих акцій.

Акція іменна – акція з зазначенням її власника. Поширюється в порядку відкритої передплати. Може бути простою і привілейованою.

Акція на пред'явника – акція, яка не має імені її власника. Може бути простою і привілейованою.

Акція привілейована – акція, дивіденд якої фіксується у вигляді твердого відсотка, виплачуваного у першочерговому порядку, незалежно від величини прибутку компанії. Ця акція не дає права голосу, її власник не бере участь в управлінні компанією.

Акція трудового колективу – акція, власниками якої можуть бути тільки працівники даного колективу.

Амортизація – поступове перенесення вартості основних фондів на виготовлений з її допомогою продукт або послугу чи цільове нагромадження коштів і подальше використання їх для оновлення зношених основних фондів.

Анонімне акціонерне товариство – акціонерне товариство з акціями на пред'явника.

Асоціація (союз, спілка) – найпростіша форма договірною об'єднання підприємств та інших підприємницьких структур з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціації (союзи, спілки) не мають права втручатися у виробничу і комерційно-фінансову діяльність будь-яких їхніх учасників (членів).

Аудит – вид підприємницької діяльності, що являє собою систему послуг підприємствам для перевірки фінансової звітності і правильності відображення в ній результатів фінансово-господарської діяльності.

Аукціон – спосіб продажу товарів через прилюдний торг у заздалегідь визначений час у певному місці. До товарів, що виставляються на аукціонний продаж, належать конкретні товари, нерухомість, цінні папери, кредитні ресурси, валюта. Пропоновані на аукціон товари мають певну стартову ціну, а їх аукціонний продаж здійснюється партіями або лотами.

Баланс – система взаємопов'язаних показників, яка характеризує будь-яке явище або процес шляхом співставлення його окремих сторін; різниця між доходами і витратами.

Баланс-бруто – бухгалтерський баланс, який включає регулюючі статті.

Баланс-нетто – бухгалтерський баланс, який не включає регулюючі статті.

Балансовий прибуток – загальна сума прибутку підприємства за всіма видами діяльності, яка відображається в його балансі.

Баланс робочого часу – фактично відпрацьований час середньосписковим працівником підприємства за зміну, добу, місяць, рік.

Банки – фінансові підприємства, які здійснюють функції кредитування і розрахунків, залучення ресурсів на свої рахунки.

Банківський кредит – передача банками певним фізичним і юридичним особам на встановлений кредитним договором строк грошей з умовою їх повернення і сплатою певного процента за користування ними.

Банкрутство – поняття, що означає юридичне визначену неможливість підприємства (організації, банку) платити за боргами з причини браку засобів.

Бізнес (англ. — справа, заняття) – будь-яка економічна діяльність в умовах ринкової системи господарювання, що приносить власнику певний зиск (прибуток).

Бізнес-план підприємства – структурований план основних аспектів діяльності розвитку підприємства, розроблюваний на основі стратегії підприємства.

Біржа – організаційно оформлений, регулярно функціонуючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами (фондова біржа) або оптова торгівля товарами за стандартними зразками (товарна біржа).

Біржова ціна – ціна на товари, що реалізуються у порядку біржової торгівлі.

Валова виручка – повна сума грошових надходжень від реалізації товарної продукції, робіт, послуг і матеріальних цінностей.

Валова продукція – показник, що характеризує випуск підприємством (фірмою і т. п.) всієї продукції за певний період.

Валовий дохід – кінцевий результат діяльності підприємства, який є різницею між валовою виручкою та усіма витратами на виробництво та реалізацію продукції.

Валовий прибуток – частина валового доходу підприємства, яка залишається в нього після відрахування усіх обов'язкових платежів.

Виробіток – кількість продукції, що вироблена за одиницю часу.

Виробнича потужність – максимально можливий випуск

продукції підприємством за певний час (зміну, добу, місяць, рік) у встановленій номенклатурі і асортименті при повному завантаженні обладнання і виробничих площ.

Виробнича програма – система адресних завдань з виробництва і доставки продукції споживачам у розгорнутій номенклатурі, асортименті, відповідної якості і у встановлені терміни згідно з договорами поставок.

Виробничий процес – сукупність взаємопов'язаних процесів праці та природних процесів, у результаті яких вихідні матеріали та напівфабрикати перетворюються на готову продукцію.

Виробничі запаси – предмети праці, які ще не залучені у виробничий процес і знаходяться на складах підприємств у вигляді запасів.

Виробничі фонди – сукупність засобів виробництва, які має підприємство для здійснення процесу виробництва. До складу виробничих фондів входять основні та оборотні фонди.

Витрати майбутніх періодів – витрати на підготовку та освоєння нової продукції, що мають місце в даний період, але будуть погашені в майбутньому.

Внутрішня норма дохідності інвестицій – дисконтна ставка, за якої чистий приведений дохід дорівнює нулю.

Готова продукція – сукупність повністю виготовлених на підприємстві виробів і продуктів, які фактично відпущені або призначені для відпуску на сторону (реалізацію).

Гроші – активи, суспільні засоби платежу, які слугують засобом обігу, одиницею рахунку і засобом накопичення.

Державна інвестиційна політика – це комплекс економічних, адміністративних та правових заходів держави, спрямованих на активізацію інвестиційної діяльності.

Державне замовлення – це засіб державного регулювання економіки, який передбачає формування на договірній основі необхідних для задоволення державних

потреб обсягів і складу продукції та розміщення державних контрактів на поставку продукції серед підприємств.

Державне регулювання економіки – координація з боку держави всієї господарської структури країни з метою підтримання стійкості й макро-економічної рівноваги та забезпечення роботи механізму конкуренції; сукупність різноманітних методів, інструментів, за допомогою яких держава веде економічну діяльність.

Державний бюджет – це річний план державних доходів і видатків, затверджений у законодавчому порядку.

Державний контракт – письмовий документ, що засвідчує намір (бажання) держави в особі вповноважених Кабінетом Міністрів України галузевих і функціональних міністерств України, державних комітетів та прирівняних до них інших інституціональних утворень закупити на певних умовах конкретні обсяги продукції для поповнення державних резервів і забезпечення споживачів, потреби яких фінансуються за рахунок Державного бюджету.

Диверсифікація виробництва – перехід від однопрофільного до багатопро-фільного виробництва з широкою номенклатурою продукції, що випускається.

Дивіденд – частина прибутку акціонерного підприємства, що розподіляється між акціонерами після сплати податків та інших обов'язкових платежів.

Дисконтна ставка – ставка відсотка, за якою майбутня вартість грошей приводиться до теперішньої їхньої вартості, тобто відбувається процес дисконтування.

Дисконтування – метод приведення майбутньої вартості грошей до їхньої теперішньої вартості (вартості поточного періоду).

Договірна ціна – ціна, що встановлюється за згодою партнерів (продавців і покупців) з урахуванням основних ринкових чинників.

Дотація – державна виплата, яка надається в безповоротному порядку тій або іншій підприємницькій структурі, що зазнала економічної скрути за об'єктивних причин; найчастіше використовується для збалансування доходів і видатків місцевих бюджетів та покриття касових збитків окремих державних підприємств.

Дохід – це виручка від реалізації продукції, робіт, послуг без вирахування наданих знижок, повернення проданих товарів та податків з продажу (податку на додану вартість, акцизного збору тощо).

Економіка – народне господарство країни або його галузь; терміном «економіка» визначають науки, які вивчають специфіку виробничих процесів у певній галузі або сфері суспільного виробництва, наприклад, «економіка промисловості», «економіка підприємництва», «економіка праці» тощо.

Економіка підприємства – наука про ефективність виробництва, шляхи і методи досягнення підприємством найкращих результатів при найменших затратах.

Економічна безпека держави – такий стан економіки, який дозволяє гідно задовольняти суспільні потреби при ефективному використанні продуктивних сил, навколишнього середовища і світових господарських зв'язків.

Економічна безпека підприємства – стан найефективнішого використання корпоративних ресурсів і підприємницьких можливостей для запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам і загрозам, забезпечення стійкого функціонування.

Економічна ефективність – відносний показник, що є результатом співвідношення між отриманим ефектом та витратами.

Економічна ефективність виробництва – кількісне співвідношення результатів господарської діяльності і витрат.

Елементи витрат – це первинні однорідні витрати затрат на виробництво продукції; формуються відповідно до їх економічного змісту, є однаковими для всіх галузей і на їх основі складається кошторис витрат на виробництво.

Ефект – це результат будь-якого заходу, який найчастіше виражається певною грошовою сумою (чиста продукція, прибуток підприємства, національний дохід).

Ефективність – це відносна величина, що характеризує результативність будь-яких затрат.

Життєвий цикл підприємства (фірми, компанії) – загальний період часу від початку діяльності підприємства до природного припинення його існування або відродження на новій основі (з новим складом власників і керівного персоналу; з принципово новою продукцією, технологією та ін.). Життєвий цикл товару – певний період часу, протягом якого товар є життєздатним на ринку і забезпечує досягнення цілей продавця, рівень його прибутків; розрізняють стадії впровадження товару на ринок, зростання обсягу продажу внаслідок визнання товару покупцями, стадію зрілості (характеризується максимальною прибутковістю), насичення ринку товаром, спад обсягу продажу і прибутку.

Заробітна плата – сукупність виплат у грошовій формі, які отримує робітник за певний період часу.

Змінні витрати – витрати, що змінюються разом із зміною обсягу виробництва продукції; поділяються на пропорційні та непропорційні.

Знос основних фондів – поступова втрата основними фондами їх корисних властивостей.

Зовнішнє середовище – зовнішні умови та чинники здійснення підприємницької діяльності, що не залежать від підприємства, організації, але мають бути обов'язково враховані ними при розробці стратегії розвитку, бізнес-плану тощо.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства – це

сфера його господарської діяльності, пов'язана з виходом на зовнішні ринки та функціонуванням на них, створенням спільних підприємств, здійсненням валютно-фінансових та кредитних операцій.

Інвестиції – довгострокові вкладення з метою створення нових і модернізації діючих підприємств, освоєння новітніх технологій і техніки, збільшення виробництва і отримання прибутку.

Інвестор – фізична або юридична особа, яка здійснює вкладання капіталу в певний сектор економіки (промисловість, транспорт тощо) з метою одержання прибутку.

Індекс Альтмана – коефіцієнт, який відображає ймовірність банкрутства підприємства; його числове значення дозволяє віднести підприємство до групи потенційних банкрутів, відносно стабільних підприємств з невисоким ризиком банкрутства та підприємств, яким банкрутство практично не загрожує.

Індекс доходності інвестицій – співвідношення грошового потоку та інвестиційних коштів; один з основних показників, за якими визначається ефективність (доцільність) інвестицій.

Індекс рентабельності інвестицій – показник оцінки ефективності інвестицій, який визначається як відношення суми дисконтованих грошових потоків за весь інвестиційний період до суми дисконтованих інвестицій.

Інноваційні процеси – це сукупність якісно нових, прогресивних змін, що відбуваються у виробничо-господарській системі; результатом інноваційних процесів є новинки в техніці, організації виробництва і праці, управління, а їх впровадження у господарську практику є нововведеннями.

Інновація – використання результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на вдосконалення процесу виробничої діяльності, економічних, правових та соціальних

відносин у сфері науки, культури, освіти та інших сферах діяльності суспільства.

Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції – кількісна характеристика конкурентоспроможності товару, яка є відношенням групового показника за технічними параметрами продукції до групового показника за її економічними параметрами.

Інтелектуальна власність – продукт інтелектуальної творчої праці; об'єктами інтелектуальної власності є твори науки, літератури, мистецтва та інші види творчої діяльності у сфері виробництва, в тому числі відкриття, винаходи, промислові зразки, комп'ютерні програми, товарні знаки та ін.

Кадрова політика підприємства – система заходів, спрямованих на забезпечення кожного робочого місця і посади персоналом відповідної професії, спеціальності і кваліфікації.

Календарне планування – складник оперативно-виробничого планування, яке включає розробку конкретних виробничих завдань для підприємства в цілому та його структурних підрозділів на короткий проміжок часу.

Калькуляція собівартості продукції – документ, який відображає сукупність витрат на виробництво і реалізацію одиниці продукції; формується на основі калькуляційних статей витрат.

Капітал – сукупність матеріальних та грошових коштів, а також інтелектуальних здобутків, використовуваних у процесі виробництва та інших сферах діяльності з метою отримання прибутку. У більш вузькому значенні – активи фірми (підприємства) за мінусом її зобов'язань (заборгованості).

Капітал статутний – початкова сума капіталу підприємства, яка визначена його статутом і формується за рахунок внесків засновників та емісій акцій.

Капітальне будівництво – процес створення нових, технічного переоснащення, реконструкції, розширення діючих

об'єктів виробничої та соціальної інфраструктури.

Капітальні вкладення – інвестиції у відтворення основних фондів і на приріст матеріально-виробничих запасів; вони є реальними (виробничими) інвестиціями і здійснюються у формі нового капітального будівництва, технічного переозброєння, реконструкції та розширення діючих виробничих об'єктів і об'єктів соціальної інфраструктури фірми (підприємства, організації).

Кваліфікація – сукупність трудових навичок та знань, яка характеризує готовність працівника виконувати виробничі функції обумовленої складності.

Керівник – працівник, що обіймає посаду керівника підприємства або його структурного підрозділу.

Коефіцієнт змінності – показник використання обладнання на підприємстві, який свідчить про те, скільки змін відпрацювала в середньому кожна одиниця обладнання протягом дня, місяця.

Коефіцієнт оборотності оборотних коштів – відношення реалізованої продукції за певний проміжок часу до суми середнього залишку оборотних засобів за цей період.

Коллективний договір – це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником підприємства, яка регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини; щорічно переглядається і затверджується.

Команди і не товариство (франц. – товариство на вірі) – вид господарської організації, яка включає, поряд з учасниками, що несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном, одного або кількох учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

Комерційне підприємство – самостійна виокремлена господарська одиниця з правом юридичної особи, яка займається комерційною діяльністю і має за мету отримання максимального прибутку.

Комерційна таємниця – це сукупність науково-технічної, виробничо-господарської та фінансово-економічної інформації про діяльність підприємства; її розголошення може завдати шкоди його інтересам.

Комерційний економічний ефект – результат, який дає можливість оцінити ефективність впровадження технічних новинок із врахуванням економічних інтересів окремих проектно-конструкторських організацій, підприємств-виробників та підприємств-споживачів; обчислюється на окремих стадіях життєвого циклу нововведення.

Компанія – підприємство, капітал якого являє собою об'єднану власність декількох самостійних підприємств.

Конкурентоспроможність продукції – це сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу-конкурента за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і з урахуванням витрат на виготовлення цього виробу. Показник конкурентоспроможності продукції обчислюється як співвідношення її інтегрованого технічного вимірника та аналогічного параметра конкуруючого виробу; якщо це співвідношення є більшим за одиницю, то такий виріб має конкурентні переваги, тобто є конкурентоспроможним на ринку (вітчизняному чи світовому). Конкурентоспроможність товарів можна також визначати за ціновими показниками і прибутковістю.

Конкуренція – економічне суперництво між відокремленими виробниками продукції, робіт, послуг щодо задоволення інтересів, пов'язаних із продажем продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим же споживачем; боротьба між фірмами (підприємствами) за більш вигідні умови виробництва і збуту товарів тощо.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання промислового і банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї та досягнення загальної мети (здійснення

спільного інноваційно-інвестиційного чи іншого господарського проекту); консорціями можуть бути не лише національні (міжгалузеві), а й міжнародні.

Контрольний пакет акцій – частка акцій, що зосереджена в руках одного власника і дає можливість здійснювати фактичний контроль за діяльністю акціонерного товариства. Теоретично він має становити понад 50 % суми випущених акцій, але на практиці може бути меншим, оскільки не всі акціонери мають право голосу та можливість брати участь у загальних зборах.

Концерн – організаційна форма статутного об'єднання різногалузевих підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю з використанням (найчастіше) принципу диверсифікації виробництва; суб'єкти господарювання, що інтегруються в концерн, звичайно втрачають свою економічну самостійність. У сучасних умовах спостерігається тенденція до збільшення кількості міжнародних концернів.

Кон'юнктура ринку – визначене в часі та просторі певне співвідношення попиту і пропозиції, що формується як сукупність товарно-грошових пропорцій під впливом конкретної комбінації діючих чинників.

Кооператив – добровільне об'єднання людей, які на пайових засадах спільно займаються певним видом господарської діяльності.

Корпорація (лат. – об'єднання, співтовариство) – товариство, союз, група осіб, що об'єднуються добровільно за ознакою спільності (однаковості) професійних або групових інтересів; широко використовувана форма акціонерного товариства. В Україні корпораціями вважають договірні об'єднання, створювані за принципом суміщення виробничих, наукових і комерційних інтересів з делегуванням окремих повноважень кожним з його членів централізованому

керівництву.

Кошторис витрат – загальна сума витрат на виробництво і збут продукції в цілому по підприємству в певному розрахунковому періоді.

Кредит – позика на певний строк у грошовій або товарній формі на умовах повернення і сплати відсотка за користування. Існують три форми кредиту – банківський, державний, комерційний. Банківський кредит надається банками у грошовій формі підприємствам і організаціям, населенню (переважно індивідуальним підприємцям), державі. Особливою формою є державний кредит, коли позичальником виступає держава чи місцеві органи влади, а кредит полягає у випуску державних цінних паперів (облігацій) і використовується для покриття частки державних видатків. Комерційний кредит надається одним підприємством іншому у вигляді продажу товарів з відстрочкою платежу; він обслуговує лише обіг товарів і оформлюється векселем.

Кредитоспроможність підприємства – наявність у підприємства передумов для отримання кредиту та його повернення в строк.

Лізинг – довгострокова оренда машин, обладнання, транспортних засобів, споруд виробничого призначення, яка фіксується у відповідному договорі між орендодавцем (лессором) і орендарем (лізером); вартість лізингу формується за рахунок регулярних платежів, що охоплюють амортизаційні відрахування і проценти за кредит.

Ліквідаційна вартість основних фондів – вартість матеріальних цінностей, які ліквідовуються, за вирахуванням витрат, пов'язаних з їх ліквідацією.

Ліквідність активів – здатність активів фірми до використання їх як безпосередніх засобів платежу або до швидкого їх перетворення в грошову форму без втрати поточної (реальної) вартості.

Ліквідність підприємства – спроможність підприємства своєчасно розраховуватися за зобов'язаннями або можливість перетворення статей активу балансу в гроші для оплати зобов'язань.

Лістинг – сукупність процедур з включення цінних паперів до реєстру організатора торгівлі та здійснення контролю за відповідністю цінних паперів і емітента умовам та вимогам, установленим у правилах організатора торгівлі.

Ліцензія – дозвіл, який надається державними органами юридичним і фізичним особам на здійснення певних видів суспільно корисної діяльності, у тому числі зовнішньоекономічної, використання нематеріальних ресурсів протягом певного терміну за обумовлену винагороду.

Мале підприємство – підприємство (організація, фірма) будь-якої галузі народного господарства з невеликою чисельністю штатних працівників; є важливим елементом ринкової структури, найбільш гнучка і динамічна форма розвитку підприємницької діяльності.

Маркетинг – система організації діяльності сучасного підприємства, фірми, в процесі товарного відтворення, в якій в основі прийняття господарських рішень покладені вимоги ринку, реальні запити, потреби покупців у товарах і послугах та виробничо-збутові можливості даного підприємства, фірми.

Масове виробництво – тип виробництва, який характеризується вузькою номенклатурою і великим обсягом випуску продукції, яка безперервно виробляється протягом тривалого часу.

Матеріаломісткість продукції – показник, що відображає кількість спожитих матеріальних ресурсів у натуральному або грошовому виразі на одиницю продукції; поділяється на абсолютну, питому, загальну.

Метод Дельфі – анкетне опитування спеціалістів в певній галузі знань, на основі якого формується діапазон думок

експертів, що відображає їх колективну думку щодо вибраної проблеми.

Методи управління – способи, засоби управлінської діяльності, за допомогою яких робота персоналу спрямовується на досягнення цілей, які стоять перед об'єктом управління.

Мікроекономіка – галузь економічної науки, що вивчає певні економічні пропорції в межах окремої ланки виробництва чи окремого підприємства, господарства.

Мінімальний рівень заробітної плати – встановлена державою мінімальна величина оплати праці, розрахована на основі прожиткового мінімуму, рівня оподаткування доходів працівників, міжгалузевих співвідношень в оплаті праці, умов і розмірів оплати праці в бюджетних установах тощо.

Місія підприємства – комплексна мета, для якої підприємство створене і функціонує на ринку; включає як зовнішні (пов'язані з конкуренцією), так і внутрішні (підвищення продуктивності) орієнтири діяльності.

Моральне зношування основних фондів – це передчасне (до закінчення строку фізичної служби) обезцінення основних фондів, викликане або здешевленням відтворення основних фондів (моральне зношування першого роду), або використанням більш продуктивних засобів праці (моральне зношування другого роду).

Мотивація – спонукальна причина, привід до будь-якої дії.

Надзвичайний прибуток (збиток) підприємства – виникає внаслідок надзвичайної події (стихійного лиха, пожежі, техногенної аварії тощо) або події, яка періодично не повторюватиметься в кожному наступному періоді.

Науково-технічна революція (НТР) – стрибок у розвитку продуктивних сил суспільства, їх перехід у якісно новий стан на основі докорінних змін в системі наукових знань.

Науково-технічний прогрес (НТП) – неперервний процес

одержання і нагромадження наукових знань, їх матеріалізація в елементи техніки, впровадження останньої у виробництво і всі сфери життя.

Незавершене виробництво – продукція, яка перебуває в різних проміжних стадіях виробничого циклу; належать предмети праці, які знаходяться в процесі виробництва, очікують оброблення або перебувають на контролі, в процесі транспортування, а також напівфабрикати у цехових складах.

Нематеріальні активи – цінності, що не є фізичними об'єктами, але мають вартість, оцінку (патенти, ліцензії, ноу-хау, товарні знаки); права власності і захист доступу до нематеріальних ресурсів підприємства та їх використання в господарській діяльності з метою одержання прибутку.

Нематеріальні ресурси підприємства – це складова частина потенціалу підприємства, яка забезпечує економічну користь протягом тривалого періоду і має ту особливість, що в них відсутня матеріальна основа здобування доходів та не визначені майбутні розміри цих доходів.

Неплатоспроможність – неспроможність підприємства (фірми) своєчасно платити за своїми фінансовими зобов'язаннями.

Непрямі витрати – витрати, що пов'язані з виготовленням різних виробів і не можуть прямо відноситись на тон чи інший вид продукції; до них належить заробітна плата управлінського та обслуговуючого персоналу, витрати на утримання та експлуатацію основних фондів тощо.

Номенклатура виробів – перелік назв окремих видів продукції.

Номінальна заробітна плата – сума грошей, яку отримує працівник за виконану роботу.

Норма амортизації – встановлений у законодавчому порядку річний відсоток заміщення вартості зношеної частини основних фондів; встановлюється до балансової (первісної)

вартості основних фондів.

Норма виробітку – визначає кількість продукції в натуральному виразі або інших показників роботи, яку повинен виробити (виконати) працівник за певний відрізок часу при певних організаційно-технічних умовах.

Норма витрат матеріалів – це граничнодопустима кількість сировини, матеріалів, палива, енергії, яка може бути використана для виробництва одиниці продукції визначеної якості.

Норма обслуговування – це встановлена кількість одиниць обладнання (робочих місць, квадратних метрів площі), яка обслуговується одним робітником або бригадою протягом зміни.

Норма прибутку – відношення прибутку, одержаного за певний період часу (рік), до вкладеного капіталу.

Норма чисельності – це необхідна для виконання певної роботи чисельність персоналу.

Нормативний термін служби основних фондів – встановлений період, протягом якого засоби праці повинні перенести свою вартість на готовий продукт.

Ноу-хау – сукупність технічних, технологічних, комерційних та інших знань, оформлених у вигляді технічної документації, навичок і виробничого досвіду, які необхідні для організації того чи іншого виробництва, але не запатентованих.

Облігація – кредитний цінний папір, який випускається державою або підприємством як боргове зобов'язання; має строк погашення і фіксовані виплати за відсотками.

Оборотні кошти підприємства – сукупність грошових коштів підприємства, вкладених в оборотні фонди і фонди обігу.

Оборотні фонди – це частина виробничих фондів підприємства, які повністю споживаються в кожному технологічному циклі виготовлення продукції і повністю перекосять свою вартість на вартість цієї продукції.

Оборотність оборотних коштів – рух оборотних коштів, у якому грошові кошти авансуються на утворення виробничих запасів, незавершене виробництво, створення запасів готової продукції, для розрахунків з партнерами і заново повертаються на підприємство в початковій грошовій формі.

Одиничне виробництво – тип виробництва, який характеризується широкою номенклатурою продукції і малим обсягом її випуску.

Оперативно-виробниче планування – система розрахунків з регулювання процесу виробництва з метою ритмічної роботи.

Операційний прибуток – це балансовий прибуток, скоригований на різницю інших операційних доходів та операційних витрат; до інших операційних доходів належать доходи від оренди майна, реалізації оборотних активів, операційних курсових різниць, відшкодування раніше списаних активів тощо.

Операційні витрати – це витрати операційної діяльності підприємства, тобто його основної діяльності, пов'язаної з виробництвом та реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), яка забезпечує основну частку його доходу.

Оплата праці – це грошовий вираз вартості і ціни робочої сили, який виплачується працівникові за виконану роботу або надані послуги і спрямований на мотивацію досягнення бажаного рівня продуктивності праці.

Організаційна структура управління – це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів (виробничих і управлінських підрозділів); у практиці господарювання застосовують кілька типових структур управління: лінійну, функціональну, лінійно-штабну, дивізійну, матричну.

Організаційний прогрес – удосконалення існуючих і застосування нових методів і форм організації виробництва і

праці, елементів господарського механізму в усіх ланках управління економікою.

Оренда – передача майна в строкове володіння і користування за відповідну орендну плату з його відшкодуванням і поверненням.

Орендар – особа (юридична або фізична), яка бере в оренду майно для користування ним.

Орендна плата – регулярні платежі орендодавачу за здане в оренду майно, яке використовується протягом терміну оренди.

Орендне підприємство – вид підприємства, яке створюється після укладання договору оренди між державним органом і організацією орендарів.

Основна заробітна плата – частина загального заробітку працівника, розмір якої залежить від результатів його роботи і визначається тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками, а також доплатами в розмірах, установлених чинним законодавством.

Основні робітники – безпосередньо беруть участь у процесі виготовлення продукції.

Основні фонди – засоби праці виробничого і невиробничого призначення (будівлі, споруди, машини, передавальні пристрої, інвентар та ін.), які беруть участь у процесі виробництва протягом багатьох циклів, зберігаючи при цьому свою натуральну форму, і переносять свою вартість на вартість готової продукції частинами шляхом амортизаційних відрахувань.

Партнерські зв'язки – система договірних відносин, які встановлюються між підприємцями (партнерами) і дозволяють кожному з них досягти очікуваного результату за рахунок обміну плодами своєї діяльності.

Пасив – частина балансу підприємства, в якій відображаються джерела формування і нагромадження капіталу.

Пасив балансу – друга частина бухгалтерського балансу підприємства, в якій відображено джерела формування майна.

Патент – виданий державним органом (патентним відомством) охоронний документ, який підтверджує право власника на відповідний об'єкт промислової власності.

Пашуальна виплата – фактична ціна ліцензії, одноразова винагорода за право користуватись об'єктом ліцензійної угоди.

Первісна вартість основних фондів – це фактична вартість основних фондів на момент їх придбання і взяття на баланс.

Персонал підприємства – це сукупність постійних працівників, які отримали необхідну професійну підготовку та (або) мають практичний досвід і навички роботи.

Підприємець – особа, яка здійснює підприємницьку діяльність.

Підприємство – організаційно відокремлена і економічно самостійна ланка виробничої сфери народного господарства, що спеціалізується на виготовленні продукції, виконанні робіт і наданні послуг.

Підприємництво – самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, наданню послуг і заняттю торговельною діяльністю, з метою отримання прибутку.

Планування – процес установалення цілей підприємства і вибору оптимального шляху їх досягнення.

Плата за землю – вид податку, величина якого визначається на основі кадастрової оцінки землі, залежить від розміщення та якості земельної ділянки; стягується із суб'єктів господарювання у вигляді земельною податку або орендної плати.

Платоспроможність – здатність підприємства виконувати свої коротко- та довгострокові боргові зобов'язання за рахунок власних коштів.

Повна собівартість – всі затрати підприємства на виробництво і реалізацію продукції, виражені в грошовій формі.

Погодинна оплата праці – форма заробітної плати, при якій заробіток працівника визначається залежно від відпрацьованого ним часу і рівня кваліфікації.

Податки – обов'язкові нормовані платежі до державних або місцевих бюджетів, що їх вносять фізичні та юридичні особи.

Податок на додану вартість – є частиною новоствореної вартості, яка сплачується до Державного бюджету на кожному етапі виробництва продукції, виконання робіт і надання послуг.

Показник поточної ліквідності – основний показник ліквідності активів підприємства, який характеризує відношення всіх поточних активів до всіх поточних зобов'язань.

Попит – представлена на ринку потреба в життєвих засобах, що визначається кількістю тих чи інших товарів і послуг, які споживачі можуть придбати за цінами, що склалися на ринку.

Постачальник – підприємство (фірма), організація, установа або індивідуальний виробник, що відпускає свою продукцію покупцям.

Постійні витрати – витрати підприємства, які безпосередньо не залежать від обсягу виробництва продукції в певних межах; належать видатки на управління, страхування, охорону підприємства, утримання і експлуатацію будівель і споруд тощо.

Прибуток – кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, який визначається як різниця між виручкою і витратами.

Прискорена амортизація – метод визначення амортизації основних фондів за нормами, які перевищують офіційно затверджені норми амортизаційних відрахувань.

Прогнозування – це процес передбачення майбутнього

стану підприємства, його зовнішнього і внутрішнього середовища, а також можливих термінів і способів досягнення очікуваних кількісних і якісних результатів; прогнозування базується на наукових методах і на інтуїції.

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

Промисловий зразок – нове художньо-конструктивне вирішення виробу, в якому досягається єдність технічних та естетичних властивостей.

Професія – характеризує вид трудової діяльності працівника і вимагає спеціальних знань та практичних навичок роботи.

Прямі витрати – витрати, які відносяться безпосередньо на виробництво окремих (конкретних) видів продукції, тобто прямим способом включаються в собівартість виробів.

Реальні інвестиції – вкладення капіталу в різні сфери діяльності, галузі народного господарства з метою відтворення реальних матеріальних (будинки, споруди, обладнання, передавальні пристрої) і нематеріальних (технічна, технологічна, науково-практична документація, патенти, ліцензії тощо) активів підприємства.

Резервний фонд – джерело зарезервованих коштів як частини прибутку для покриття можливих збитків підприємства (фірми) в процесі фінансово-господарської діяльності.

Реінвестиції – повторні додаткові вкладення коштів, одержаних як дохід від інвестиційних операцій і основною метою яких є одержання підприємницького прибутку, дивіденду або відсотка; розрізняють фінансові реінвестиції (придбання цінних паперів) і реальні (вкладення в основний і оборотний капітал фірми) реінвестиції.

Реновація – економічний процес оновлення елементів основних виробничих фондів, що вибувають внаслідок

фізичного (матеріального) спрацьовування та техніко-економічного старіння; здійснюється заміною ліквідованих елементів основних фондів новими, технічно досконалішими; витрати на реновацію відшкодовуються за рахунок амортизаційних відрахувань.

Рентабельність – узагальнюючий показник економічної ефективності виробництва, що характеризує співвідношення між результатами виробничо-господарської діяльності і затратами на виробництво продукції, тобто показує доходність, прибутковість.

Рентабельність виробництва – показник, що характеризує ефективність використання виробничих фондів і визначається як відношення балансового прибутку до середньорічної вартості основних виробничих фондів і нормованих оборотних коштів.

Рентабельність капіталу (майна) – показник, що характеризує ефективність використання капіталу (майна) і обчислюється як відношення балансового прибутку до вартості капіталу (майна) підприємства.

Рентабельність продукції – показник ефективності виробництва. Його визначають зіставленням прибутку з витратами і ресурсами на виробництво продукції.

Реструктуризація підприємства – комплекс організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, що сприятиме його фінансовому оздоровленню, збільшенню обсягів випуску конкурентоспроможної продукції, підвищенню ефективності виробництва та задоволення вимог кредиторів.

Ринок – цілісна система економічних відносин і зв'язків між покупцями і продавцями, що будуються на основі ринкових цін.

Роялті – вид розрахунку за надану ліцензію, який виступає у формі періодичних відрахувань протягом терміну дії

ліцензійної угоди; встановлюються у вигляді фінансових ставок до обсягу чистого продажу, до собівартості виробництва, в розрахунку на одиницю ліцензійної продукції.

Санация – система організаційно-правових, фінансово-економічних заходів, що спрямовані на запобігання банкрутству підприємства в разі його неплатоспроможності.

Серійне виробництво – тип виробництва, який характеризується обмеженою номенклатурою і відносно великим обсягом випуску продукції, яка виробляється періодично повторюваними партіями.

Сертифікат – це документ, що засвідчує високий рівень якості продукції та її відповідність вимогам міжнародних стандартів ISO серії 9000.

Сертифікація продукції – важливий елемент системи управління якістю продукції, який передбачає оцінку відповідності продукції певним вимогам з обов'язковим документальним оформленням — видачею сертифіката.

Синдикат – одна із форм монопольного об'єднання підприємств з метою здійснення комерційної діяльності при одночасному зберіганні юридичної та виробничої самостійності.

Службовець – працівник, який виконує на підприємстві функції підготовки і оформлення документації, господарське обслуговування, облік і контроль та ін.

Собівартість продукції – сукупність витрат, виражених у грошовій формі, що йдуть на виробництво і збут продукції.

Соціальна ефективність діяльності підприємства – результативність роботи підприємства, яка виражається у вирішенні ряду соціальних проблем суспільства; може розглядатися на рівні окремо взятого підприємства, на муніципальному або загальнодержавному рівнях. Спеціаліст — працівник, який займається інженерно-технічними, економічними та іншими роботами; рівень їх кваліфікації повинен бути досить високим.

Спеціальність – виділяється в межах певної професії і характеризує відносно вузький вид робіт.

Спільне підприємство – форма співробітництва партнерів, які об'єднують капітал для здійснення спільної виробничої діяльності, управління і розподілу прибутку пропорційно вкладеному капіталу; створюється на основі договору кількома юридичними особами різних держав.

Споживна вартість – це здатність товару задовольняти певні потреби споживачів; корисність товару.

Стандарт – основний нормативно-технічний документ, в якому показники якості продукції встановлюються, виходячи із новітніх досягнень науки, техніки і попиту споживачів.

Стандартизація – комплекс норм, правил і вимог до якості продукції.

Статут підприємства – це зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність.

Статутний фонд – сукупність матеріальних ресурсів та коштів, що надаються засновником у постійне розпорядження підприємства чи організації; первісний розмір статутного фонду фіксується в статуті підприємства і використовується як основне джерело власних коштів для формування основних і оборотних фондів.

Стратегічне планування – процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптація компанії до умов зовнішнього середовища, внутрішньої організації.

Стратегія підприємства – це визначення довгострокового курсу розвитку підприємства, затвердження цього курсу та розподіл ресурсів для його реалізації.

Субсидія (лат. – допомога, підтримка) – допомога в грошовій чи натуральній формі, що надається державою фізичним чи юридичним особам за рахунок коштів Державного

або місцевих бюджетів.

Тарифна система – система регулювання оплати праці залежно від складності виконуваних робіт, інтенсивності та умов праці.

Тарифна сітка – це сукупність кваліфікаційних розрядів та відповідних їм тарифних коефіцієнтів.

Тарифна ставка – розмір оплати праці працівників за одиницю робочого часу при певному тарифному розряді.

Тарифна угода – це договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій; може бути генеральною та галузевою; регулює мінімальні тарифні ставки, визначає єдині умови праці та ін.

Тарифний коефіцієнт – співвідношення тарифної ставки вищого розряду і тарифної ставки першого розряду.

Тарифно-кваліфікаційний довідник – збірник вимог, що містить систему цenzів, яким повинні відповідати робітники певної професії і кваліфікації.

Термін окупності інвестицій – показник ефективності інвестицій, що характеризує термін, за який вони повністю окупаються.

Технічний розвиток підприємства – сукупність організаційно-технічних заходів, які виступають завершальним етапом певних науково-технічних програм, здійснюються у межах підприємства і виконують роль інтенсифікатора щодо певних ділянок виробничого процесу.

Товариство з обмеженою відповідальністю – організація, створювана на основі угоди між юридичними особами та (або) громадянами шляхом об'єднання їхніх внесків задля досягнення загальних цілей; таке товариство, статутний фонд якого формується лише за рахунок коштів пайовиків, несе відповідальність у межах власного майна, а його учасники – в межах їхніх внесків.

Товариство з повною відповідальністю – вид

господарської організації, статутний фонд якої розділений на частини, розмір яких визначається установчими документами; учасники такого товариства відповідають за його борги своїми внесками у статутний фонд, а за нестачі цих сум — додатково майном, що їм належить, в однаковому для всіх учасників розмірі, кратному внеску кожного з них.

Товарна біржа – організаційне утворення, яке спеціалізується на гуртовій торгівлі насамперед масовими товарами, що мають чіткі та стійкі якісні параметри; гуртова купівля-продаж здійснюється без попереднього огляду (лише за зразками і стандартами) і за заздалегідь встановленими розмірами мінімальних партій продукції; ринкові ціни формуються залежно від фактичного співвідношення попиту і пропозиції.

Товарна продукція – продукція підприємства, яка виготовлена за певний період і призначена для реалізації на сторону.

Товарний знак – оригінальне позначення, за допомогою якого товари і послуги одного виробника відрізняються від товарів і послуг інших виробників; головне завдання товарного знака полягає в ідентифікації товару та його виробника на ринку; має правовий захист.

Трудові ресурси – частина населення країни, яка здатна до трудової діяльності; до їх складу включається населення в працездатному віці.

Трудомісткість продукції – показник, обернений до показника виробітку; характеризується величиною затрат праці (часу) на виготовлення одиниці продукції.

Умовно чиста продукція – показник виробничої програми підприємства, який визначається сумуванням обсягу чистої продукції (новоствореної вартості) та амортизаційних відрахувань.

Управління – це особливий вид інтелектуальної

діяльності, що застосовує різноманітні засоби і методи впливу на процеси.

Управління персоналом – це частина кадрової політики підприємства, основними функціями якого є планування потреби в певних категоріях персоналу, його набір та відбір, забезпечення процесу навчання персоналу, визначення розмірів заробітної плати і пільг та ін.

Управління підприємством – цілеспрямоване керівництво усіма підрозділами і ланками підприємства для організації і координації їхньої діяльності в процесі постачання, виробництва і реалізації (збуту продукції).

Управління якістю продукції – це дії, спрямовані на встановлення, забезпечення і підтримку необхідного рівня якості продукції в процесі її проектування, виробництва та експлуатації.

Фізичне зношування – це втрата основними фондами своїх споживчих властивостей, внаслідок чого вони перестають задовольняти вимогам, які до них ставляться.

Фінансова діяльність підприємства – виникнення грошових відносин, пов'язаних з неперервним кругообігом коштів у формах витрачання ресурсів, одержання доходів, їх використання, а також із приводу відносин з постачальниками, покупцями продукції, працівниками підприємства, державними органами та ін.

Фінансовий план – план формування та розподілу фінансових ресурсів підприємства.

Фінансовий стан підприємства – система показників, які відображають наявність, розміщення і використання ресурсів, фінансову стійкість підприємства, ліквідність балансу. Характеризується платоспроможністю, прибутковістю, ефективністю використання активів і капіталу, ліквідністю.

Фінансові інвестиції – вкладення коштів у різноманітні фінансові інструменти (активи); використання капіталу для

придбання облігацій, акцій, інших цінних паперів, що випускаються державою або підприємствами.

Фонди обігу – це частина оборотних коштів підприємства, що обслуговують процес обігу (реалізації) продукції і вкладених у готову продукцію на складах підприємства, відвантаженої, але ще не оплаченої покупцем продукцію, грошові кошти на розрахунковому рахунку підприємства, грошові кошти в розрахунках, готівка в касі.

Фондовіддача – показник ефективності використання основних фондів, який визначається відношенням обсягу виготовленої продукції до середньорічної вартості основних фондів підприємства.

Фондомісткість – показник, обернений до показника фондовіддачі; показує, яка величина середньорічної вартості основних фондів підприємства припадає на одну гривню виготовленої продукції.

Фондоозброєність праці – показник, що характеризує рівень технічної оснащеності праці, величину основних виробничих фондів, які використовує один працівник; визначається відношенням середньорічної вартості основних фондів до середньорічної чисельності працівників.

Форми об'єднання підприємств – добровільні утворення, які виникають внаслідок об'єднання інноваційної, виробничої, маркетингової, постачальницько-збутової, фінансової та соціальної діяльності підприємств; найбільш поширеними є асоціації (союзи, спілки), корпорації, концерни, консорціуми, трести, холдинги, фінансові групи.

Франчайзинг – надання права на виробництво та (або) збут продукції (послуги) з практичною допомогою у справі організації та управління бізнесом.

Функції управління – певний вид діяльності людей з управління підприємством. Розрізняють такі функції: планування, організація, мотивація і контроль.

Холдинг (англ. – володіння, тримання) – різновид акціонерної компанії, характерною ознакою якої є володіння контрольним пакетом акцій інших фірм з метою контролю і управління їхньою діяльністю, виробничо-господарською діяльністю безпосередньо не займається.

Ціна – це грошовий вираз вартості товару; кількість грошей, що сплачується або одержується за одиницю товару або послуги; одночасно ціна відображає його споживчі властивості, купівельну спроможність грошової одиниці, силу конкуренції та ін.

Цінова зона – вузький діапазон коливання цін навколо середньої ціни.

Ціноутворення – процес обґрунтування, затвердження та перегляду цін і тарифів, визначення їх рівня, співвідношення та структури.

Чиста продукція – різниця між сумою товарної продукції та матеріальними затратами на її виробництво і сумою амортизаційних відрахувань.

Чиста теперішня вартість – показник оцінки економічної ефективності виробничих інвестицій, який визначається співставленням величини самих інвестицій та суми очікуваних дисконтованих грошових потоків протягом періоду реалізації інвестиційного проекту.

Чистий прибуток – це прибуток, що поступає в розпорядження підприємства після сплати податку на прибуток та інших обов'язкових платежів; використовується для формування фондів нагромадження і споживання підприємства.

Чистий приведений дохід – один з важливих показників оцінки ефективності реальних інвестицій; визначається як різниця між приведеним до теперішньої вартості грошовим потоком та сумою інвестованих коштів.

Юридична особа – суб'єкт цивільного права, що відповідає певним вимогам чинного законодавства; до ознак

юридичної особи належать: незалежність функціонування від окремих фізичних осіб, що входять до її складу; наявність власного майна, відокремленого від майна її учасників; право придбавати, користуватись і розпоряджатись власністю; здійснювати від свого імені інші дозволені законодавством дії; право від свого імені вирішувати спірні питання щодо діяльності та конфліктні ситуації у суді та арбітражі; самостійна майнова відповідальність; наявність розрахункового та інших рахунків у банках, самостійного балансу, печатки зі своїм найменуванням, товарного знака тощо.

Якість продукції – сукупність корисних споживчих властивостей продукту, що визначають його здатність задовольняти потреби людини та суспільства.

Контрольна робота №1

Варіант 1

1. Дати визначення: аналіз і синтез.

2. Теоретичне питання. Яка роль аналізу в управлінні підприємством і підвищенні ефективності його діяльності?

Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 2

1. Дати визначення: індукція і дедукція.

2. Теоретичне питання. За якими критеріями класифікують види економічного аналізу?

Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 3

1. Дати визначення: макроекономічний аналіз.

2. Теоретичне питання. Які завдання економічного аналізу діяльності підприємства?

Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 4

1. Дати визначення: мікроекономічний аналіз.

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

Якими є значення і завдання аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств туристської індустрії?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 5

1. Дати визначення: маржинальний аналіз.

2. Теоретичне питання. Охарактеризуйте сучасний стан аналітичної роботи на підприємствах туризму.

Якими є значення і завдання аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств туристської індустрії?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 6

1. Дати визначення: економіко-математичний аналіз.

2. Теоретичне питання. Охарактеризуйте основні етапи економічного аналізу.

Назвіть фактори, що впливають на зміни обсягу пропозиції і реалізації послуг (продукції).

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 7

1. Дати визначення: діагностичний аналіз.

2. Теоретичне питання. Охарактеризуйте основні типологічні види аналізу.

Назвіть фактори, що впливають на зміни обсягу пропозиції і реалізації послуг (продукції).

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення

структурно-динамічного аналізу.

Варіант 8

1. Дати визначення: оперативний і перспективний аналіз.
2. Теоретичне питання. Які перспективи розвитку економічного аналізу?

Система показників, що використовуються в економічному аналізі.

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 9

1. Дати визначення: фінансовий аналіз.
2. Теоретичне питання. Охарактеризуйте основні етапи економічного аналізу.

Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Варіант 10

1. Дати визначення: управлінський аналіз.
2. Теоретичне питання. Методика економічного аналізу. Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму?

3. Задача. Навести алгоритмічну модель проведення структурно-динамічного аналізу.

Контрольна робота №2

Варіант №1

1. Які завдання і джерела інформації аналізу стану і використання основних засобів?

2. Що таке основні засоби? Яка їх роль у роботі туристських підприємств?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від попер. року	Від плану	Від попер. року
1	Матеріальні витрати	43750	42470	43680				
2	Витрати на оплату праці	16300	13500	15850				
3	Амортизація	5240	4950	4920				
4	Інші витрати	2550	2320	2630				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №2

1. Як класифікуються основні засоби?
2. Охарактеризуйте види оцінки основних засобів. У зв'язку з чим використовують декілька оцінок вартості?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	44720	41460	42650				
2	Витрати на оплату праці	21200	20600	20950				
3	Амортизація	3240	3050	3040				
4	Інші витрати	2150	2020	1930				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №3

1. Які показники характеризують технічний стан основних засобів, як їх розраховують?

2. Які показники характеризують рух основних засобів, як їх розраховують?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	45750	40480	42650				
2	Витрати на оплату праці	14200	13200	13250				
3	Амортизація	2340	2250	2120				
4	Інші витрати	1850	1720	1730				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №4

1. Які показники характеризують ефективність використання основних засобів, як їх розраховують?
2. Які методи застосовують для аналізу стану і використання основних засобів?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	20720	21450	22050				
2	Витрати на оплату праці	10200	9600	8550				
3	Амортизація	2350	2450	2320				
4	Інші витрати	1550	1520	1530				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №5

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.

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	46720	45460	45650				
2	Витрати на оплату праці	10200	11600	11750				
3	Амортизація	4340	4350	4420				
4	Інші витрати	1350	1340	1400				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №6

1. Які завдання і джерела інформації для аналізу використання трудових ресурсів?
2. Як класифікують кадри підприємства?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	44750	42450	43750				
2	Витрати на оплату праці	12500	12600	12950				
3	Амортизація	4840	4850	4820				
4	Інші витрати	1850	1820	1730				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №7

1. Які методи застосовують для аналізу стану і використання основних засобів?

2. Від яких факторів залежить фондвіддача основних засобів? Охарактеризуйте алгоритм розрахунку впливу факторів.

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.	За поточний звітний період, тис.грн.		Абсолютне відхилення, тис.грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	55850	55460	55650				
2	Витрати на оплату праці	17400	16600	16450				
3	Амортизація	5920	5850	5820				
4	Інші витрати	2150	2120	2030				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №8

1. Як аналізують забезпеченість підприємства трудовими ресурсами за кількісними і якісними параметрами?
2. Назвіть особливості кадрового складу для підприємств сфери туризму.

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	45720	45460	45650				
2	Витрати на оплату праці	20300	20600	20050				
3	Амортизація	2140	2050	2020				
4	Інші витрати	1850	1920	1930				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №9

1. Охарактеризуйте узагальнюючі, окремі й допоміжні показники продуктивності праці та методикау їх розрахунку.
2. Назвіть форми оплати праці, особливості їх використання, переваги й недоліки?

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис. грн.	За поточний звітний період, тис. грн.		Абсолютне відхилення, тис. грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від попер. року	Від плану	Від попер. року
1	Матеріальні витрати	66750	66780	66850				
2	Витрати на оплату праці	21200	21500	21450				
3	Амортизація	5040	5050	5020				
4	Інші витрати	2350	2320	2330				
Всього витрат								

Контрольна робота
Варіант №10

1. Яка роль основних засобів у роботі готельних, курортних підприємств?
2. Охарактеризуйте особливості складу і структури основних засобів туристських підприємств.

Задача. Провести аналіз витрат діяльності туристичного підприємства за економічними елементами. Дані для розрахунків зведені в таблицю.

Таблиця 1

№	Економічні елементи витрат	За аналогічний період попереднього року, тис.грн.	За поточний звітний період, тис.грн.		Абсолютне відхилення, тис.грн, +, –		Відносне відхилення, %	
			план	факт	Від плану	Від поперед. року	Від плану	Від поперед. року
1	Матеріальні витрати	33720	32460	33650				
2	Витрати на оплату праці	15200	14600	14950				
3	Амортизація	4940	4850	4820				
4	Інші витрати	1650	1820	1730				
Всього витрат								

Контрольна робота для студентів заочної форми навчання

Для успішного опанування всіх тем курсу «Аналіз діяльності підприємств туризму» студенти отримують домашні завдання з вивчення рекомендованої літератури та рішення аналітичних задач. Студентам надаються поради, рекомендації та орієнтації що до організації самостійної їх роботи над освоєнням курсу в процесі читання лекцій, проведення семінарських та практичних завдань, під час проведення консультацій. Здійснюється контроль за індивідуальним виконанням студентами домашніх завдань.

Тематика контрольних робіт (теми рефератів):

1. Аналіз витрат від фінансової діяльності.
2. Аналіз витрат від інвестиційної діяльності.
3. Аналіз витрат і доходів від надзвичайних подій.
4. Аналіз доходів від інвестиційної та фінансової діяльності.
5. Аналіз складу оборотних коштів туристичного підприємства.
6. Шляхи вдосконалення економічного аналізу в умовах ринкової економіки.
7. Автоматизація аналітичних робіт під час аналізу господарської діяльності туристичного підприємства.
8. Аналіз забезпеченості туристичного підприємства робочою силою.
9. Аналіз використання робочого часу на туристичного підприємстві.
10. Аналіз продуктивності праці на туристичного підприємстві.
11. Аналіз затрат заробітної плати в собівартості продукції (послуг) туристичного підприємства.

12. Аналіз рівня середньої заробітної плати на туристичного підприємстві.
13. Аналіз співвідношення темпів росту продуктивності праці та середньої заробітної плати на туристичного підприємстві.
14. Аналіз стану виробничих запасів підприємства.
15. Аналіз використання матеріалів у наданні послуг на туристичному підприємстві.
16. Аналіз стану основних засобів туристичного підприємства.
17. Аналіз витрат на збут.
18. Аналіз використання робочої сили на туристичного підприємстві.
19. Аналіз основних засобів на туристичного підприємстві.
20. Аналіз затрат туристичного підприємства по економічних елементах і статтях собівартості.
21. Аналіз затрат на матеріали у собівартості продукції (послуг) туристичного підприємства.
22. Аналіз змінних затрат на у собівартості продукції (послуг) туристичного підприємства.
23. Метод економічного аналізу.
24. Прийоми економічного аналізу.
25. Узагальнення та оформлення наслідків економічного аналізу.
26. Економічний аналіз – важлива функція управління діяльністю туристичного підприємства.
27. Аналіз собівартості окремих видів продукції (послуг) туристичного підприємства.
28. Аналіз ліквідності туристичного підприємства.
29. Аналіз собівартості продукції (послуг) по статтях затрат.
30. Аналіз витрат на освоєння нових видів продукції

(послуг).

31. Аналіз загально виробничих витрат.

32. Аналіз загальногосподарських адміністративних витрат.

33. Аналіз фінансової стабільності туристичного підприємства.

34. Оперативний аналіз собівартості продукції (послуг) на туристичному підприємстві.

35. Загальні характеристики фінансового стану туристичного підприємства.

36. Загальна характеристика собівартості продукції (послуг) туристичного підприємства.

37. Аналіз надання послуг туристичного підприємства.

38. Аналіз дослідження номенклатури, асортименту і структури випуску продукції (послуг) на туристичному підприємстві.

39. Аналіз якості продукції (послуг) туристичного підприємства.

40. Аналіз рентабельності туристичного підприємства.

41. Аналіз рентабельності продукції (послуг) туристичного підприємства.

42. Аналіз розподілу прибутку (доходу) на туристичному підприємстві.

43. Аналіз стану розрахунків по платежах підприємств з бюджетом.

44. Аналіз власних оборотних засобів туристичного підприємства.

45. Аналіз оборотності оборотних засобів туристичного підприємства.

Задачі:

Задача 1. Дайте оцінку виконанню плану наданих послуг.

Таблиця 1

Показники	I варіант			II варіант			III варіант		
	за планом	фактично	%	за планом	фактично	%	за планом	фактично	%
1. Продукція:									
а) у порівняльних цінах, тис. грн.	60000	64800		32000	25600		120000	123 400	
б) у діючих цінах, тис. грн.	?	72000		?	40000		?	136 800	
в) у натуральних одиницях, тис. т	600	630		400	300		1200	1140	
2. Реалізація									
а) у порівняльних цінах, тис. грн.	60000	57000		34000	25160		122000	119 560	
б) у натуральних одиницях, тис. т	600	540		425	310		1220	1171,2	

Задача 2. Визначте ступінь виконання плану за асортиментом наданих послуг. Назвіть можливі причини відхилення від плану.

Таблиця 2
(тис. грн.)

Вид послуги	I варіант			II варіант			III варіант		
	за планом	звіт	відхилення	за планом	звіт	відхилення	за планом	звіт	відхилення
«А»	200	250		1000	1100		100	200	
«Б»	150	130		2500	2200		150	100	
«В»	550	632		—	400		250	150	
«Г»	300	200		500	200		—	120	
«Д»	400	404		200	—		50	—	
Разом	1600	1616		4200	3900		550	570	

Задача 3. Визначте, чи виконаний план по продажу послуг за звітний місяць.

Таблиця 3
(кількість продукції, штук)

Послуга	Ціна, грн.	I варіант			II варіант		
		за планом	факти- чно	відхи- лення	за планом	факти- чно	відхи- лення
I	20	800	1020		3000	2800	
II	18	150	60		2000	800	
III	16	50	120		—	400	
Разом	?	1000	1200		5000	4000	

Задача 4. Розрахуйте вплив факторів на обсяг реалізації послуг за місяць. Як треба назвати ці фактори в залежності від конкретних обставин роботи?

Таблиця 4

Показники	I варіант			II варіант		
	за планом	фактично	відхилення	за планом	фактично	відхилення
1. Послуги, тис. грн.	480	450		160	185	
2. Кількість послуг у натуральному вираженні, штук	12000	15000		800	740	

Задача 5. Проаналізуйте ритмічність надання послуг. Розрахуйте коефіцієнт ритмічності на підставі таких даних:

Таблиця 5
(тис. грн.)

Декада місяця	I варіант			II варіант		
	за планом	фактично	відхилення	за планом	фактично	відхилення
I	250	240		200	100	
II	350	360		280	250	
III	400	600		320	400	
Разом	1000	1200		800	750	

Задача 6. Дайте оцінку виконання плану за обсягом реалізації послуг і визначте вплив основних факторів.

Таблиця 6
(у тис. грн.)

Показники	I варіант			II варіант		
	за планом	фактично	відхилення	за планом	фактично	відхилення
1. Обсяг реалізації послуг	18500	16000		9600	7000	
2. Послуги	18000	18200		10000	8000	
3. Нереалізовані послуги						

а) на початок року	1000	1400		800	600	
б) на кінець року	500	3600		1200	1600	

Задача 7. Як виконано план реалізації послуг? Зробити належні висновки.

Таблиця 7
(тис. грн.)

Послуги	I варіант			II варіант		
	за планом	фактично	відхилення	за планом	фактично	відхилення
А	200	180		50	80	
Б	400	420		280	240	
В	300	350		300	310	
Г	100	70		170	160	
Разом	1000	1020		800	790	

Задача 8. Дайте оцінку виконання плану за обсягом реалізації послуг і визначте вплив основних факторів. Які резерви зростання обсягу реалізації послуг можна вказати?

Таблиця 8

Показники	I варіант			II варіант		
	за планом	за звітом	відхи- лення	за планом	за звітом	відхи- лення
1. Обсяг послуг за місяць, тис. грн.	528	571,9		195	196,8	
2. Середньооблікова чисельність працівників, чол.	100	94		250	200	
3. Відпрацьовано працівниками за місяць, людино-днів	2200	2021		4875	4000	
4. Відпрацьовано працівниками за місяць, людино-годин	17600	16340		39000	32800	

Задача 9. Визначте основні фактори, що вплинули на зміну обсягу реалізованих послуг. Розрахуйте їх вплив.

Таблиця 9
(тис. грн.)

Показники	I варіант			II варіант		
	за планом	фактично	відхи- лення	за планом	фактично	відхи- лення
1. Послуги	10000	9450		9000	10400	
2. Постійні витрати	4000	3500		6000	6500	

Задача 10. Визначте виконання плану за собівартістю і розрахуйте вплив факторів.

Таблиця 10

Показники	Варіант		
	I	II	відхи- лення
1. Затрати на 1 грн. послуг, грн.:			
за планом планового реалізації	75	52	
за планом фактично реалізованих послуг продукції	72	50	
фактично в цінах, що діяли у звітному періоді	70	55	
фактично в цінах плану	71	54	

Типові задачі

Задача 1. Зробити розрахунки факторів всіма способами на підставі даних табл. 1.

Таблиця 1

Показник	За планом	Фактично	Відхилення від плану	Процент виконання плану
1. Товарна продукція за місяць, тис. грн.	140,8	140,4	- 0,4	99,72
2. Середньоспискова чисельність робітників, чол.	200	180	+ 20	90,0
3. Загальне число відпрацьованих всіма робітниками людиноднів	4400	3600	- 800	81,82
4. Загальне число відпрацьованих всіма робітниками людиногодин	35200	28080	- 7120	79,77
5. Середнє число днів, відпрацьованих одним робітником	22	20	- 2,0	90,91
6. Середня тривалість робочого дня, годин	8	7,8	- 0,2	97,5
7. Середній виробіток робітника, грн.				
а) місячний	704	780	+ 76	110,8
б) денний	32	39	+ 7	121,88
в) годинний		5	+ 1	125

Задача 2. Розрахуйте вплив факторів на відхилення від плану фактичної суми транспортних затрат:

- способом ланцюгових підстановок;
- способом абсолютних різниць;
- способом відносних різниць.

Дані для розрахунків наведені в табл. 2.

Таблиця 2

Показник	За планом	Фактично	Відхилення від плану	Процент виконання плану
1. Транспортні затрати, тис. грн.	40	48		
2. Обсяг перевезених вантажів, т	2000	1600		
3. Середня дальність перевезень, км	100	120		
4. Середній транспортний тариф, грн. за 1 т/км	0,2	0,25		
5. Вантажобіг, тис. т/км	200	192		

Задача 3. Дайте оцінку виконання плану виробництва продукції (табл. 3) і напишіть свої висновки.

Таблиця 3

Показники	у минулому році	Звітний рік				Відхилення від даних минулого року
		за планом	фактично	відхилення від плану	% виконання плану	
1. Обсяг товарної продукції, тис. грн.						
а) у діючих цінах	49225	50200	50850			
б) у порівняльних цінах	53015?		55510			
2. Випуск продукції, тис. грн.	1257	1124	1124			

Задача 4. Проаналізуйте динаміку випуску продукції в натуральному вираженні (табл. 4). При цьому слід урахувати, що виробничі потужності даного підприємства за останні п'ять років суттєво не змінилися.

Таблиця 4

Показники	Роки п'ятиріччя				
	1-й	2-й	3-й	4-й	5-й
1. Випуск, тис. т	2254	1803	1532	1257	11254
2. Темпи росту, %	100	80	68	56	50
3. Темпи росту ланцюгові, %	100	80	85	82	89

Задача 5. Дати оцінку виробничої діяльності заводу за останні шість років на підставі даних табл. 5.

Таблиця 5
(млн шт.)

Показники	Роки					
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
1. Виробнича потужність	20	20	20	16	16	18
2. Фактичний випуск	16,0	14,0	10,0	8,8	9,6	9,2
3. Процент використання виробничих потужностей						

Задача 6. Дати оцінку виконання плану за асортиментом продукції на підставі даних табл.6. Як підприємство оновлює продукцію?

Таблиця 6
(тис. грн.)

Вид продукції	У минулому році	У звітному році		Зараховується виконання
		за планом	фактично	
А	60	70	80	
Б	30	30	30	
В	40	40	70	
Г	70	50	40	
Д	80	–	60	
Е	100	110	90	
Є	–	100	40	
Разом	380	400	410	

Задача 7. Дайте оцінку якості продукції на підставі одержаних рекламаций за даними табл. 7.

Таблиця 7

Показники	У	У	У
	позаминулому році	минулому році	звітному році
1. Кількість одержаних реклаमाцій	9	15	7
2. Загальна сума зарекламованої продукції, тис. грн.	210	340	150
3. Кількість рекламацій, визнаних підприємством як обгрунтовані	8	12	6
4. Те саме у вартісному вираженні	180	270	100

Задача 8. Визначте показники сортності продукції і зробіть висновок про виконання плану за якістю, використавши дані табл. 8.

Таблиця 8

Сорт	Умовний коефіцієнт якості	За планом		Фактично	
		кількість, шт.	питома вага, %	кількість, шт.	питома вага, %
А	1	2	3	5	6
I	1	630		730	
II	0,9	180		150	
III	0,8	90		120	
Разом	?	900	100	1000	100

Задача 9. Проаналізуйте ритмічність випуску продукції за місяць на підставі даних табл. 9. Розрахуйте коефіцієнт ритмічності.

Таблиця 9

Декади місяця	За планом		Фактично		Зараховується у плановий ритм
	сума, тис. грн.	питома вага, %	сума, тис. грн.	питома вага, %	
I	250		240		
II	350		420		
III	400		540		

Задача 10. Вивчити за даними табл. 10 динаміку браку і розрахувати резерви зростання обсягу продукції за умови недопущення браку.

Таблиця 10
(тис. грн.)

Показники	У минулому році	У звітному році
1. Випуск товарної продукції	2500	3000
2. Фактична виробнича собівартість продукції	2200	2600
3. у т. ч. загальнозаводські затрати	400	500
4. Величина остаточного браку продукції	70	75
5. Затрати на виправлення браку	11	9
6. Сума вирахувань із зарплати винуватців браку	4	2
7. Загальна величина браку	81	
8. Питома вага браку, %	4,5	
9. Резерв збільшення обсягу продукції	112,5	

Задача 11. Дайте оцінку виконання плану за обсягом реалізації у звітному році (табл. 11). Чи були якісь труднощі з реалізацією протягом року?

Таблиця 11
(тис. грн.)

Квартали року	За планом	Фактично	Абсолютне відхилення	Процент виконання
I	12000	10048		
II	12000	12400		
III	13000	10200		
IV	13000	13180		
Разом	50000	45828		

Задача 12. Які фактори впливали на обсяг реалізації у звітному періоді? Розрахуйте їх величину за даними табл. 12.

Таблиця 12
(тис. грн.)

Показники	За планом	Фактично	Відхилення	Вплив фактора
1. Реалізація продукції	50000	45828		?
2. Товарна продукція	50200	50850		
3. Залишки готової продукції на складі і в товарах відвантажених:				
на початок року	1000	800		
на кінець року	1200	5822		

Задача 13. За даними табл. 13 визначте забезпеченість підприємства робочою силою та розрахуйте коефіцієнт плинності кадрів.

Таблиця 13
(чоловік)

Показники	За минулий рік	За звітний рік		Відхилення		
		за планом	фактично	від даних минулого року	від планових даних	
					абсолютне	%
1. Чисельність всього персоналу підприємства	1878	1860	1821			
2. у т.ч. персоналу основної діяльності	1665	1660	1587			
3. із них робітників	1418	1400	1352			
4. інших категорій працюючих	247	260	235			
5. Прийнято працівників на роботу	300		226			
6. Звільнено всього	340		287			
у т.ч. за власним бажанням і через порушення дисципліни	290		211			

Задача 14. Проаналізуйте використання робочого часу робітників і їхню продуктивність праці, використовуючи дані табл. 14.

Таблиця 14

Показники	За минулий рік	За звітний рік	Відхилення
1. Товарна продукція, тис. грн.			
2. Чисельність робітників, чол.			
3. Відпрацьовано всіма робітниками:			
тис. людино-днів	329,92	330,4	
тис. людино-годин	2474,4	2445,0	

Задача 15. На підставі даних табл. 15 дайте оцінку рівня затрат на 1 грн. товарної продукції.

Таблиця 15

Показники	За минулий рік	За звітний рік	
		план	факт.
1. Товарна продукція, тис. грн.		50200	50850
2. Собівартість товарної продукції, тис. грн.		4166	42150
3. Затрати на 1 грн. продукції, коп.	80,0	83,0	82,89

Задача 16. Оцінити виконання плану за прибутком у поквартальному розрізі, використавши дані табл. 16.

Таблиця 16

	За планом	Фактично	Відхилення
Балансовий прибуток за даними звітів			
I квартал	—	200	
I півріччя	2000	1900	
9 місяців	5000	4700	
За рік	6000	5242	

Задача 17. Розрахуйте вплив факторів на прибуток від реалізації за запропонованими даними (табл. 17). Які резерви зростання прибутку?

Таблиця 17

Показники	За планом	Фактично	Відхилення
1. Реалізовано продукції, т	10000	8000	
2. Собівартість реалізованої тонни продукції, грн.	65	60	
3. Ціна за 1 т продукції, грн.	80	85	
4. Загальний прибуток від реалізації товарної продукції, грн.			

Програмові вимоги

- 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.
- 9) Фактори, що визначають результати господарської діяльності і їх класифікація.
- 10) Система показників, що використовуються в економічному аналізі.
- 11) Методика економічного аналізу.
- 12) Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств сфери туризму?
- 13) Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг туристського підприємства?
- 14) Якими є значення і завдання аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств туристської індустрії?
- 15) Які джерела інформації використовують для аналізу обсягу пропозиції і реалізації послуг підприємств готельного господарства, курортної сфери?
- 16) Які показники характеризують обсяг пропозиції і

реалізації послуг підприємств готельного господарства?

17) Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг підприємств курортної сфери?

18) Які показники характеризують обсяг пропозиції і реалізації послуг ресторанного підприємства?

19) Які завдання і джерела інформації аналізу стану і використання основних засобів?

20) Що таке основні засоби? Яка їх роль у роботі туристських підприємств?

21) Як класифікуються основні засоби?

22) Охарактеризуйте види оцінки основних засобів. У зв'язку з чим використовують декілька оцінок вартості?

23) Яка роль основних засобів у роботі готельних, курортних підприємств?

24) Охарактеризуйте особливості складу і структури основних засобів готельних, туристських, курортних підприємств.

25) Які показники характеризують технічний стан основних засобів, як їх розраховують?

26) Які показники характеризують рух основних засобів, як їх розраховують?

27) Які показники характеризують ефективність використання основних засобів, як їх розраховують?

28) Які методи застосовують для аналізу стану і використання основних засобів?

29) Від яких факторів залежить фондвіддача основних засобів? Охарактеризуйте алгоритм розрахунку впливу факторів.

30) Які завдання і джерела інформації для аналізу використання трудових ресурсів?

31) Як класифікують кадри підприємства?

32) Як аналізують забезпеченість підприємства трудовими ресурсами за кількісними і якісними параметрами?

33) Назвіть особливості кадрового складу для підприємств сфери туризму.

34) Які показники використовують для аналізу якісного складу трудових ресурсів підприємства?

35) Які показники характеризують рух трудових ресурсів на підприємстві, як визначають їх рівень?

36) За допомогою яких показників аналізують використання робочого часу і використання трудових ресурсів підприємства?

37) Які фактори впливають на продуктивність праці? Назвіть резерви зростання продуктивності праці.

38) Охарактеризуйте узагальнюючі, окремі й допоміжні показники продуктивності праці та методика їх розрахунку.

39) Назвіть форми оплати праці, особливості їх використання, переваги й недоліки?

40) Назвіть особливості кадрового складу для підприємств готельного і ресторанного господарства, курортної сфери.

41) Які завдання і джерела інформації для аналізу собівартості продукції (робіт, послуг)?

42) Що таке собівартість продукції (робіт, послуг)? Охарактеризуйте основні види собівартості.

43) За якими ознаками класифікують витрати на виробництво продукції (робіт, послуг)?

44) Назвіть і охарактеризуйте основні статті кошторису й основні статті калькуляції.

45) Розкрийте особливості структури собівартості послуг та продукції підприємств готельного і ресторанного господарства, курортної сфери і туризму.

46) Охарактеризуйте основні завдання аналізу фінансових результатів діяльності підприємства.

47) У чому полягає економічна сутність і функції прибутку підприємств?

- 48) За якими напрямками проводять аналіз прибутку?
- 49) Чим відрізняється підсумковий і прогнозний аналіз прибутку?
- 50) Який сенс має аналіз складу прибутку в динаміці?
- 51) Чим відрізняється основна діяльність від інвестиційної, фінансової і надзвичайної діяльності підприємств туризму?
- 52) Чим відрізняється валовий дохід підприємств туризму від чистого доходу та оподаткованого прибутку?
- 53) За якими ознаками класифікується прибуток (збиток) підприємств?
- 54) За яких умов туристська фірма може використовувати спрощену систему оподаткування, обліку і звітності?
- 55) За яким принципом встановлюється розмір єдиного податку для фізичної особи-підприємця, який здійснює діяльність в сфері туризму?
- 56) Яка різниця між економічним і бухгалтерським прибутком?
- 57) Охарактеризуйте механізм формування прибутку від фінансово-господарської діяльності.
- 58) Які фактори є ключовими при аналізі валового прибутку підприємств туризму?
- 59) Розкрийте сутність методики факторного аналізу валового прибутку.
- 60) Охарактеризуйте послідовність аналізу, розподілу і використання прибутку.
- 61) Які фактори впливають на зміну фондів споживання і накопичення?
- 62) Дайте визначення термінам «ліквідність» і «платоспроможність» і наведіть відмінності, які є між ними.
- 63) Назвіть основні завдання аналізу показників ліквідності підприємства.

64) З якою метою визначається поточна і перспективна платоспроможність підприємства?

65) Який документ є джерелом інформації для аналізу ліквідності і платоспроможності підприємств туризму?

66) За яких умов баланс підприємства є абсолютно ліквідним?

67) Охарактеризуйте основні коефіцієнти, які використовуються при аналізі ліквідності.

68) Дайте оцінку нормативним значенням коефіцієнтів ліквідності і платоспроможності.

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

70) З якою метою і за яким принципом складають групування оборотних активів за ступенем ризику?

71) З якою метою аналізують грошові потоки підприємства?

72) Який документ є джерелом інформації для аналізу грошових потоків підприємства?

73) Наведіть класифікацію грошових потоків підприємства.

74) Охарактеризуйте принципи аналізу грошових потоків підприємств туризму.

75) Дайте визначення поняття «банкрутство».

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

77) Охарактеризуйте методи діагностики ймовірності банкрутства підприємства.

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

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

80) Назвіть причини, які обмежують можливості

використання п'ятифакторної моделі Е. Альтмана в сучасних умовах.

81) Розкрийте сутність поняття «ділова активність».

82) Охарактеризуйте кількісні і якісні критерії ділової активності.

83) У чому полягає мета аналізу ділової активності підприємства?

84) Розкрийте економічну сутність коефіцієнтів оборотності майна підприємства.

85) Які параметри дозволяють здійснювати вивчення стану і ефективності використання оборотних активів?

86) Назвіть особливості в інтерпретації показників оборотності для підприємств туризму.

87) Обґрунтуйте необхідність розрахунку коефіцієнтів оборотності для окремих груп активів підприємства.

88) Поясніть ефект уповільнення обертання активів. Які фактори впливають на уповільнення і прискорення обертання активів підприємств туризму?

89) Назвіть складові елементи оборотного капіталу.

90) Охарактеризуйте додатково залучені джерела покриття оборотних активів.

91) Який показник відображує ефективність використання оборотних активів?

92) Охарактеризуйте поняття «ринкова активність» і обґрунтуйте необхідність її аналізу в сучасних економічних умовах господарювання.

93) Розкрийте економічну сутність категорії «інвестиційна привабливість».

94) Які показники характеризують інвестиційну привабливість емітента?

95) Поясніть різницю між первинним і вторинним фондовим ринком.

96) Охарактеризуйте основні показники для оцінки

ринкової активності акціонерного товариства.

97) Охарактеризуйте поняття «дивідендна політика» і методи формування фонду дивідендів.

98) Назвіть основні форми виплати дивідендів.

Рекомендована література

1. Андрєєва Г.І. Економічний аналіз: навч.-метод. посібник / Г.І.Андрєєва. – К. : Знання, 2008. – 263с.
2. Андренко І.Б. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму / І.Б.Андренко, Н.М.Влащенко. Підручник. – Х.: ХНАМГ, 2012. – 308 с.
3. Богатко Н.Г. Облік та аналіз фінансових інвестицій: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 [Текст] / Н.Г. Богатко; Харк. держ. акад. технології та орг. харчування. – Х., 1999. – 17 с.
4. Бутинець Ф.Ф. Економічний аналіз. Практикум: Навч. посіб. для студ. Вузів / Ф.Ф.Бутинець, Є.В.Мних, О.В.Олійник. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 416 с.
5. Ващенко Л. О. Інформаційне та методичне забезпечення аналізу фінансового стану підприємств: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.04 [Текст] / Л. О. Ващенко; Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України. – К., 2005. – 20с. : іл.
6. Економічний аналіз: Навч. посіб. – 3-тє вид., без змін / М.А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатюк та ін.; За ред.. акад. НАНУ, проф.. М.Г. Чумаченка. – К.: КНЕУ, 2007. – 560 с.
7. Економічний аналіз: навч. посіб. / Колектив авторів під керівництвом акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. – 2-ге вид. – К.: КНЕУ, 2003. – 556 с.
8. Єпіфанов А.О. Оцінка кредитоспроможності та інвестиційної привабливості суб'єктів господарювання: монографія / А.О. Єпіфанов, Н.А. Дехтяр, Т.М. Мельник, І.О. Школьник та ін. / За ред. доктора економічних наук А.О. Єпіфанова. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – 286 с.
9. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. [Текст] / К.В. Ізмайлова. – К.: МАУП, 2001. – 152 с.
10. Кіндрацька Г.І. Економічний аналіз: Підручник / За

ред.проф.А.Г.Загороднього / Г.І.Кіндрацька, М.С.Білик, А.Г.Загородній. – К.: Знання, 2008. – 487 с.

11. Ковальчук Т.М. Теорія економічного аналізу [Текст]: навч.-метод. посіб. / уклад. Т. М. Ковальчук; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. – Чернівці : Рута, 2008. – 392 с.

12. Козак І. І. Економічний аналіз [Текст]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / І. І. Козак; Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. – 2-ге вид. – Л. : ЛРІДУ НАДУ, 2010. – 217 с.

13. Кожанова Є. П. Економічний аналіз [Текст]: навч. посіб. / Є. П. Кожанова [и др.] ; Харківський національний економічний унт. - 3-є вид., допр. і доп. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2009. – 344 с.

14. Корінько М. Д. Контроль та аналіз діяльності суб'єктів господарювання в умовах її диверсифікації: теорія, методологія, організація : [моногр.] / М.Д. Корінько – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2007. – 429 с.

15. Купалова ГЛ. Теорія економічного аналізу [Текст]: навч. посібник / Г. І. Купалова. – К: Знання, 2008. – 639 с.

16. Лазаришина І. Д. Методологія та організація економічного аналізу: навчальний посібник. [Текст] / І.Д. Лазаришина. / Український держ. ун-т водного господарства та природокористування. – Рівне : УДУВГП, 2004. – 112 с.

17. Мних Є. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Підручник / Є.В.Мних. – К., 2008. – 513с.

18. Мних Є.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. /Є.В.Мних, Н.С. Барабаш // – Київ: КНТЕУ 2010. – 412с.

19. Мошенський С. З. Економічний аналіз: Підручник / Ф.Ф. Бутинець (відп.ред.) / С.З.Мошенський, О.В.Олійник. – 2-ге вид., доповн. і перероб. – Житомир : ПП «Рута», 2007. – 704с.

20. Організація і методика економічного аналізу : навч. посіб. / Т.Д.Косова, П.М.Сухарев, Л.О.Ващенко та ін. – К. :

ЦУЛ, 2012. – 528 с.

21. Петряєва З. Ф. Організація і методика економічного аналізу [Текст]: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни/ З. Ф. Петряєва, Г. Г. Хмеленко; Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ХНЕУ, 2009. – 236 с.

22. Попович В.Я. Економічний аналіз діяльності суб'єктів господарювання: Підручник / В.Я.Попович. – К.: Знання, 2008. – 630 с.

23. Прокопенко І.Ф. Методика і методологія економічного аналізу [Текст]: навч. посібник для студ. вищих навч. закл. / І. Ф. Прокопенко, В. І. Ганін. – К. : ПУЛ, 2008. – 430 с.

24. Савицька Г.В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст] : навч. посібник / Г.В. Савицька. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.

25. Тарасенко Н. В. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник для студ. вищ. закладів освіти / Н. В. Тарасенко. -ж 4-те вид., стер. – Л. : Новий Світ-2000, 2008. – 344 с.

26. Федорченко В.С. Теоретичні та методологічні засади підготовки фахівців для сфери туризму: монографія / В.С.Федорченко //за ред. Н.Г. Ничкало. – К.: Слово, 2004. – 472 с.

27. Черниш С.С. Економічний аналіз : навч. посіб. / С.С. Черниш //– К. : ЦУЛ, 2010. – 312 с.

28. Чумаченко М.Г. Економічний аналіз [Текст]: навч. посібник / М. А. Болюх [та ін.]; ред. М. Г. Чумаченко; Київський національний економічний ун-т. - 2.вид., перероб. і доп. – К.: КНЕУ, 2003. – 555 с.

29. Шкарабан С.І. Організація і методика економічного аналізу (Збірник задач) [Текст]: для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. / С. І. Шкарабан [та ін.]; Тернопільський національний економічний ун-т. Кафедра економічного аналізу. – Т. : ТНЕУ, 2009. – 176 с.

Видавництво «Фоліант»

Підписано до друку «__» _____ 2014 р.

Тираж 300 прим. Зам. № __ від «__» _____ 2014 р.

Видано друком

м. Івано-Франківськ, вул.