

Чернівецька обласна державна адміністрація
Чернівецька обласна рада
Чернівецька міська рада
Чернівецький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
Університет ім. Штефана чел Маре (м. Сучава, Румунія)

Сучасний стан та перспективи розвитку туризму

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ**

**Чернівці – Сучава
2–4 травня 2018 року**

**Чернівці
ПВКФ «Технодрук»
2018**

С 11 Сучасний стан та перспективи розвитку туризму : Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці, 2-4 травня 2018 р. – Чернівці : ПВКФ «Технодрук», 2018. – 287 с.

ISBN 978-617-7611-11-9

Сьогодні туризм залишається складним міжгалузевим комплексом, що потребує системного підходу до регулювання соціально-економічних взаємовідносин галузей національної економіки, як на державному, регіональному, так і на транскордонному рівні.

У збірнику розглянуто актуальні питання, що стосуються розвитку туризму як чинника євроінтеграції України. Визначено організаційно-правовий механізм функціонування підприємств туристичного бізнесу і сфери гостинності, розглянуто економічні та управлінські аспекти функціонування підприємств в галузі туризму, особливості розвитку різних видів туризму. Проаналізовано питання фінансового, облікового та інформаційного забезпечення розвитку туристичних підприємств, розглянуто маркетингові та інноваційні технології розвитку туризму, готельно-ресторанного бізнесу та ін.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів та студентів, які займаються проблемами туристичної галузі.

УДК 338.48

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Маначинська Юлія, Євдошак Володимир БАГАТОВИМІРНИЙ ПРОСТІР СУЧАСНОГО ОБЛІКОВОГО ВЧЕННЯ ЯК ЗАПОРУКА ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ КРАЇНИ	165
Мустеца Ірина УЗГОДЖЕНІСТЬ ПОДАТКОВОГО ТА БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА	168
Рилєєв Сергій ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ	171
Романчук Алла УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ УКРАЇНИ	174
Сусіденко Олексій ЛЕГАЛІЗАЦІЯ ТІНЬОВИХ ДОХОДІВ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ	176

ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Ватаманюк Ольга ФІНАНСУВАННЯ ОПТИМІЗАЦІЇ ТРАНСПОРТНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЯК ПЕРЕДУМОВА РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В ЧЕРНІВЕЦЬКІЙ ОБЛАСТІ	178
Марія Голик АКТИВІЗАЦІЯ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ НА БУКОВИНІ	180
Каспрук Антоніна ВПЛИВ БЕЗВІЗОВОГО РЕЖИМУ НА СТРАХУВАННЯ ТУРИСТІВ, ЩО ВИЇЗДЖАЮТЬ ЗА КОРДОН	182
Ковалевич Дарія ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	184
Лучик Василь, Руда Ангеліна ОЦІНКА ТА ПРОГНОЗИ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	186
Mitkov Milen PARTICULARITIES OF INSURANCE ANALYSIS	188
Москальов Анатолій ВПЛИВ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ФІНАНСОВО- ЕКОНОМІЧНИЙ СТАН СУСПІЛЬСТВА	191
Простебі Людмила БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УКРАЇНІ	194

Сергій Рилєєв, к.е.н., доцент,
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,
м. Чернівці

ГАЛУЗЕВІ ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ФІРМ

Світова економіка знаходиться під впливом глобалізаційних процесів, які виступають у ролі факторів стійкого розвитку пріоритетних сфер економіки, серед яких особливе значення має туризм. Розвиток туристичної діяльності, поява нових високоякісних послуг призводить до посилення конкуренції серед туристичних організацій. У зв'язку з цим особливо актуальним виступає аналітичне забезпечення інформаційних потреб фахівців та керівників підприємства в системі обґрунтування та прийняття ефективних рішень за допомогою управлінського аналізу (УА).

Важливість аналізу туристичної діяльності визначається зростаючою роллю туризму у всіх сферах суспільного життя. В економіці туризм сприяє оптимізації економічних процесів: розвиток підприємств туристичної індустрії, ресторанного господарства, транспорту, забезпечення зайнятості населення, збільшення валютних надходжень в країну тощо.

На макроекономічному, територіальному, галузевому рівнях, проблемно-орієнтованому напрямі та рівні окремих суб'єктів господарювання важливого значення має визначення системи показників у туристичній сфері, взаємозв'язків між ними та порядку їх розрахунку. На думку О. А. Мазуренко, О. С. Заворуєвої уся сукупність цих показників можна поділити на наступні групи: 1 – показники, які характеризують туристичні ресурси; 2 – показники фінансово-економічної діяльності суб'єктів у туризмі; 3 – показники моніторингу туристичного ринку; 4 – показники ефективності туристичної діяльності; 5 – показники впливу на національну економіку [1, с. 48].

Переважно показники макро-, територіального та галузевого рівнів зазначених груп знаходять своє відображення або розраховуються на основі:

1) офіційних даних державних структур – Державної служби статистики України (статистична звітність юридичних та фізичних осіб: Звіт про туристичну діяльність за 20__рік, форма 1-туризм; Звіт дитячого закладу оздоровлення та відпочинку за літо 20__ року, форма 1-от; Звіт про діяльність колективного засобу розміщування, форма 1-КЗР), Міністерства економічного розвитку та торгівлі України (Департаменту туризму та курортів), Міністерства культури України тощо, а також Всесвітньої туристичної організації, повноправним членом якої є Україна;

2) публічної інформації громадських організацій – Туристичної асоціації України, Асоціації журналістів «Туристичний прес-клуб України», Всеукраїнської громадської організації «Асоціація готелів та ресторанів України» тощо.

Аналітична оцінка фінансово-господарської діяльності туристичних фірм переважно здійснюється за допомогою фінансового та управлінського аналізів.

УА є частиною економічного аналізу, орієнтований на внутрішніх споживачів, характеризується своєю конфіденційністю, компенсує

обмеження фінансового аналізу, призначений для оцінки поточних та майбутніх результатів господарювання підприємства та його структурних підрозділів у системі прийняття та контролю за реалізацією обґрунтованих оперативних, тактичних та стратегічних управлінських рішень [2, с. 377-378] (рис. 1).

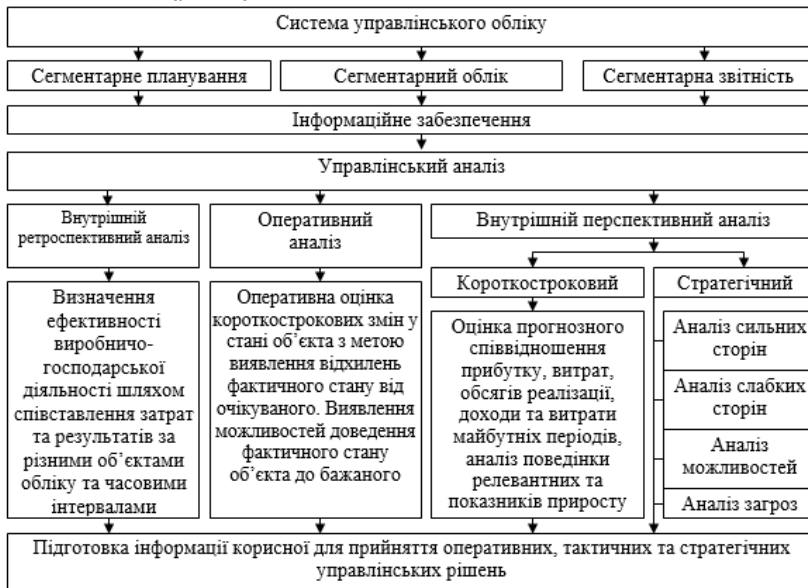


Рис. 1. Зміст УА та його зв'язок з управлінським обліком [3, с. 71-73]

Специфіка УА: результати аналізу, призначені для внутрішнього середовища, відсутність регламентації аналізу ззовні, комплексність аналізу (дослідження всіх сторін діяльності фірми), поєднання обліку, аналізу, планування, менеджменту та прийняття рішень, максимальна закритість результатів з метою збереження комерційної таємниці.

УА у туризмі за своїм змістом та завданнями багато у чому аналогічний аналізу в інших галузях. Проте методика має деякі відмінності, які, насамперед, обумовлені специфічними особливостями функціонування туристичних фірм (табл. 1).

Таблиця 1

Вплив галузевих особливостей туристичних фірм на напрями УА
[1, с. 47-48; 4, с. 10; 5, с. 22-23]

Специфіка діяльності	Напрямки УА
Підвищена роль «людського фактора» у ресурсному потенціалі підприємства	Аналіз трудових показників (розрахунків та моделювання продуктивності праці, коефіцієнт повернення клієнтів, працездатності, норми обслуговування одного клієнта, якість обслуговування тощо). Аналіз витрат на підвищення кваліфікації, відвідування туристичних форумів, семінарів, конференцій

Продовження табл.1

Туристичні ресурси виступають як додатковий «фактор виробництва», який дозволяє отримати додатковий дохід	Аналіз туристичної ренти, економічна оцінка рекреаційних ресурсів, еколого-економічний управлінський аналіз
Особливий склад і структура майнового потенціалу підприємства	Поглиблений аналіз капітальних інвестицій у формування нематеріальних активів (бренду, програм, патентів, інновацій). Порівняльний аналіз витрат на оренду офісу (операційна або фінансова оренда). Незначні обсяги або повна відсутність залишків дебіторської заборгованості за надані послуги
Туристичним фірмам притаманний характерний склад та структура фінансового потенціалу	Аналіз кредиторської заборгованості, міжгосподарський галузевий аналіз (розмір зареєстрованого капіталу в основному мінімальний, заборгованість з фінансової оренди нерухомості)
Туристичний продукт не є продуктом життєвої необхідності, він є відносно дорогим. Відповідно, обсяги туристичної діяльності фірми значною мірою залежать від рівня добробуту населення та конкуренції у галузі	Маркетинговий аналіз (дослідження платоспроможного попиту, оцінка задоволення споживачів ціною та якістю окремих етапів бізнес-процесів формування та реалізації туристичного продукту, аналіз ринку збуту, оцінка еластичності попиту, аналіз конкурентоспроможності туристичного продукту та фірми)
Значна залежність від зовнішніх факторів (політична ситуація, зміна курсів валют, сезонність тощо)	Оцінка політичної, економічної, екологічної, соціальної ситуації (застосування методики SWOT, PEST-аналізу в системі прогнозування обсягів інвестицій, витрат, втрат, доходів та прибутку). Аналіз сезонності попиту.
Диверсифікація туристичних послуг	Аналіз асортименту послуг, що надаються (оцінка витрат на створення нової послуги, витрат представницького характеру та на страхування). Обґрунтування доцільності диверсифікації туристичної фірми з врахуванням аналізу релевантних та нерелевантних витрат

Наведені галузеві особливості туристичних фірм підкреслюють необхідність адаптації інструментарію УА до специфіки таких бізнес-процесів, як: рівень дослідження та аналіз структури туристичного продукту; інтенсивність аналізу формування всього ланцюжка туристичного продукту; наявність на підприємстві системи моніторингу за появою нових послуг та контрагентів, а також контролю за якістю туристичного продукту тощо.

Список використаних джерел:

1. Мазуренко О. К. Інформаційно-методичне забезпечення діяльності туристичної галузі в сучасних умовах / О. К. Мазуренко, О. С. Заворуєва // Економ. аналіз : зб. наук. праць Терноп. нац. екон. ун-ту. – Тернопіль : Видав.-поліграф. центр ТНЕУ «Екон. думка», 2016. – Т. 25. – № 1. – С. 45-50.
2. Рилєєв С. В. Управлінський аналіз в обліково-аналітичному комплексі сільськогосподарських підприємств / С. В. Рилєєв // Вісн. Чернівецького торг.-екон. ін-ту. – Вип. I-II (65-66). Економ. науки. – Чернівці : ПВКФ «Технодрук», ЧТЕІ КНТЕУ, 2017. – С. 372-383.
3. Шарапова О. А. Управленческий анализ в системе комплексного анализа деятельности предприятия / О. А. Шарапова, Е. А. Тюхова // Российское предпринимательство. – 2011. – № 6 (1). – С. 70-76.
4. Бакиева Г. Ф. Управленческий анализ деятельности туристических фирм : автореф. дис. на соискание уч. степени канд. экон. наук. : спец. 08.00.12 «Бухгалтерский учет, статистика» / Г. Ф. Бакиева. – Орел, 2012. – 24 с.
5. Мануйло Н. М. Особенности постановки и ведения управленческого учета на предприятиях индустрии туризма / Н. М. Мануйло, Э. С. Матковская, Т. М. Одинцова // Вопросы экономики и управления. – 2016. – №4.1. – С. 21-24.