

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНЖЕНЕРНИЙ ІНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра фінансів, банківської справи та страхування
(повна назва кафедри)

Кваліфікаційна робота / проект

другий (магістерський)
(рівень вищої освіти)

на тему Формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища

Виконав: студент 2 курсу, групи ФБС-18-мз
спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та
(код і назва спеціальності)
страхування»

освітньої програми фінанси, банківська справа та
(код і назва освітньої програми)
страхування

спеціалізації _____
(код і назва спеціалізації)

Д.К Єрмак

(ініціали та прізвище)

Керівник доцент кафедри фінансів, банківської справи
та страхування, доцент, к.е.н.Яришко О.В..

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Рецензент доцент кафедри фінансів, банківської
справи та страхування, доцент, к.е.н. Шапуров О.О.

(посада, вчене звання, науковий ступінь, прізвище та ініціали)

Запоріжжя
2020

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНЖЕНЕРНИЙ ІНСТИТУТ

Факультет економіки та менеджменту

Кафедра фінансів, банківської справи та страхування

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

(код та назва)

Освітня програма Фінанси, банківська справа та страхування

(код та назва)

Спеціалізація _____

(код та назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____ Метеленко Н.Г.

« ____ » _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ / ПРОЕКТ СТУДЕНТЦІ

Єрмак Дар'ї Костянтинівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи (проекту) Формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища

керівник роботи Яришко Олена Володимирівна, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від «10» вересня 2019 року № 1539-с

2. Строк подання студентом роботи _____

3. Вихідні дані до роботи Законодавча нормативна база. Публічна фінансова звітність підприємства), що розглядається в роботі. Літературні джерела. Фахові періодичні видання

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити

Теоретична частина. Теоретичні та методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища

Аналітична частина. Дослідження фінансового стану ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в аспекті формування фінансової стратегії

Проектна частина. Удосконалення формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1. Існуючі підходи з позиції різних авторів щодо визначення категорії «фінансова стратегія підприємства» 2. Модель формування фінансової стратегії підприємства 3. Сплита податкових платежів суб'єктами

туристичної діяльності до зведеного бюджету 4. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон у I півріччі 2016-2019 рр.5. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон у I півріччі 2016-2019 рр 6. Динаміка показників фінансової стійкості ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» 7. Динаміка показників ліквідності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» 8. Графічна модель оцінки стратегії на ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» 9. Матриця визначення стадії фінансового розвитку підприємства

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	<i>Яришко О.В., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування</i>	18.09	18.10
2	<i>Яришко О.В., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування</i>	18.10	19.11
3	<i>Яришко О.В., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування</i>	19.11	12.12

7. Дата видачі завдання 10.09.2019 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	<i>Дослідження теоретико-методологічних засад з теми, що досліджується</i>	25.09.2019	<i>виконано</i>
2	<i>Огляд літературних джерел з теми, що досліджується</i>	01.10.2019	<i>виконано</i>
3	<i>Збір даних та дослідження звітної документації підприємства, на прикладі якого проводиться дослідження</i>	08.10.2019	<i>виконано</i>
4	<i>Аналіз фінансової діяльності підприємства, на прикладі якого проводиться дослідження</i>	18.10.2019	<i>виконано</i>
5	<i>Розробка практичних рекомендацій щодо оптимізації діяльності підприємства), на прикладі якого проводиться дослідження</i>	19.11.2019	<i>виконано</i>

Студент _____
(підпис)

Єрмак Д.К.
(ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту) _____
(підпис)

Яришко О.В.
(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис)

Шапуров О.О.
(ініціали та прізвище)

АНОТАЦІЯ

Єрмак Д.К. Формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища

Кваліфікаційна випускна робота для здобуття ступеня вищої освіти магістра за спеціальністю 072 – Фінанси, банківська справа та страхування, науковий керівник Яришко О.В. Інженерний інститут Запорізького національного університету. Факультет економіки та менеджменту, кафедра фінансів, банківської справи та страхування, 2020.

Розглянуто теоретичні та методичні основи формування фінансової стратегії. Проаналізовано сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Досліджено фінансовий стан підприємства в аспекті формування фінансової стратегії. Удосконалено формування фінансової стратегії в умовах нестабільного економічного середовища.

Ключові слова: СТРАТЕГІЯ, ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ, ЕКОНОМІЧНЕ СЕРЕДОВИЩЕ, ТУРИЗМ, АНАЛІЗ, МЕХАНІЗМ, СВОТ –АНАЛІЗ, МАТРИЦЯ ФІНАНСОВОЇ РІВНОВАГИ

ABSTRACT

Iermak D.K. Formation of business' financial strategy amid unstable economic environment

Qualifying final work for obtaining a master's degree in higher education by specialty 072 - Finance, Banking and Insurance, scientific supervisor – Yaryshko O. V. Engineering Institute of Zaporizhzhya National University. Faculty of Economics and Management, Department of Finance, Banking and Insurance, 2020.

The theoretical and methodological foundations of financial strategy formation are considered. The present state, problems and prospects of development of tourist industry in Ukraine are analyzed. The financial state of the enterprise in the aspect of financial strategy formation is investigated. The

formation of financial strategy in the conditions of unstable economic environment has been improved.

Keywords: STRATEGY, FINANCIAL STRATEGY, ECONOMIC ENVIRONMENT, TOURISM, ANALYSIS, MECHANISM, SWOT ANALYSIS, FINANCIAL BALANCE MATRIX

АННОТАЦИЯ

Ермак Д.К. Формирование финансовой стратегии предприятия в условиях нестабильной экономической среды

Квалификационная выпускная работа для получения степени высшего образования магистра по специальности 072 - Финансы, банковское дело и страхование, научный руководитель - Ярышко Е.В. Инженерный институт Запорожского национального университета. Факультет экономики и менеджмента, кафедра финансов, банковского дела и страхования, 2020.

Рассмотрены теоретические и методические основы формирования финансовой стратегии. Проанализировано современное состояние, проблемы и перспективы развития туристической отрасли в Украине. Исследовано финансовое состояние предприятия в аспекте формирования финансовой стратегии. Усовершенствовано формирование финансовой стратегии в условиях нестабильной экономической среды.

Ключевые слова: СТРАТЕГИЯ, ФИНАНСОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА, ТУРИЗМ, АНАЛИЗ, МЕХАНИЗМ, СВOT-АНАЛИЗ, МАТРИЦА ФИНАНСОВОГО РАВНОВЕСИЯ

ЗМІСТ

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОСИЛАНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ	8
ВСТУП	10
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	14
1.1. Економічна категорія «фінансова стратегія» та еволюція її розвитку	14
1.2. Методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища	20
1.3. Стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні	34
Висновки до розділу 1	42
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ» В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ	47
2.1. Організаційно – економічна характеристика ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»	47
2.2. Аналіз динаміки і структури майна ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» і джерел його фінансування	51
2.3. Аналіз фінансових результатів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»	64
2.4. Аналіз фінансового стану ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» на основі аналітичних показників	74
Висновки до розділу 2	94
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ» В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА	99

3.1. Шляхи удосконалення механізму формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища	99
3.2. Формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища	113
Висновки до розділу 3	119
ВИСНОВКИ	125
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	134
ДОДАТКИ	139

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОСИЛАНЬ, СИМВОЛІВ, ОДИНИЦЬ,
СКОРОЧЕНЬ ТА ТЕРМІНІВ

Слово / словосполучення	Скорочення	Умови використання
А		
Автор	авт.	
Автореферат	автореф.	
В		
Вулиця	вул.	
Вищий навчальний заклад	ВУЗ	
Верховна Рада України	ВРУ	
Г		
Гривня	грн.	біля цифр
Д		
Додаток	дод.	
Директор	дир.	біля прізвища
Дисертація	дис.	
Доклад	докл.	
Доктор	д-р	у назві вченій ступіні
Документ	док.	
Доцент	доц.	біля прізвища
Ж		
Жінок	жін.	
З		
Завідуючий	зав.	при назві посади
Завод	з-д	
Значення	знач.	
І		
Імені	ім	біля прізвища
Інше	ін.	
К		
Кандидат	канд.	в назві вченій ступіні
Кафедра	каф.	
Кабінет міністрів України	КМУ	
Кілограм	кг.	біля цифр
Л		
Літр	л.	біля цифр
М		
Максимальний	макс.	
Мінімальний	мин.	
Місто	м.	
Н		
Науково дослідницький інститут	НДІ	

Слово / словосполучення	Скорочення	Умови використання
Номер	№	біля цифр
О		
Область, обласний	обл.	
Організація	орг.	
Одиниця виміру	од. вим	
П		
Публічне акціонерне товариство	ПАТ	
Приватне акціонерне товариство	ПрАТ	
Примітка	прим.	
Промисловість	пром-сть	
Положення (стандарт) бухгалтерського обліку	П(с)БО	
Р		
Рік	р.	біля цифр
Роки	р.р.	біля цифр
Розділ	розд.	
Район	р-н	
Редакція, редактор	ред.	
Реферат	реф.	
Рецензія	рец.	
Рисунок	рис.	
С		
Середній	сер.	
Старший	ст.	
Сторінка	с.	біля цифр
Т		
Таблиця	табл.	
Таке інше	т.і.	
Так далі	т.д.	
Товариство з обмеженою відповідальністю	ТОВ	
Тисяч одиниць	тис. од.	біля цифр
Тисяч гривень	тис. грн.	біля цифр
Тисяч тон	тис. т.	біля цифр
Тисяч кілограм	тис. кг.	
Ф		
Факультет	фак.	
Фінансовий потенціал підприємства	ФПП	
Ч		
Чоловік	чол.	

ВСТУП

Економічні процеси, які відбуваються у державі в цілому та на окремих підприємствах зокрема, диктують нові вимоги до управління підприємством як відкритої системи, яка, враховуючи внутрішні можливості, повинна постійно пристосовуватися та швидко реагувати на потенційні загрози зовнішнього середовища.

Динаміка ринкових процесів, загострення конкуренції суттєво знижують ефективність стратегій, які не містять в собі гнучкого механізму реагування на постійні зміни середовища. Тому на сучасному етапі актуальним питанням є розроблення ефективної моделі стратегічного розвитку підприємства. Застосовуючи сучасні методи стратегічного управління, підприємства повинні змінювати існуючий фінансово-господарський механізм, який не відповідає вимогам ринкової економіки. Доцільно науково та виважено підійти не тільки до розроблення та реалізації стратегії розвитку підприємства, а й до однієї з її головних складових – фінансової стратегії.

Окремі теоретичні та методичні питання, пов'язані із проблемою стратегічного розвитку підприємств, досліджено такими українськими та зарубіжними вченими як І. Адізес, І. Ансофф, І. Бажин, О. Ветлужських, Х. Віссема, О. Віханський, Р. Джой Кобс, Дж. Джонсон, Р. Каплан, Г. Клейнер, М. Ковені, Д. Колліс, Дж. Куїнн, С. Левіцькі, А. Мазаракі, Г. Мінцберг, С. Монтгомері, Д. Нортон, С. Оборська, І. Смолін, А. Стрікленд, А. Томпсон, З. Шершньова та ін. Питання обґрунтування фінансової стратегії підприємств висвітлено у працях науковців серед яких І. Бланк, З. Галушка, Л. Довгань, М. Доннелан, А. Єгоров, Є. Єгорова, В. Ковальов, Л. Лігоненко, В. Немцов, М. Савруков, В. Савчук, М. Саткліфф, Дж. Фіннерті та ін.

У більшості наукових праць учених питання фінансової стратегії підприємства розглядається в контексті стратегічного управління або фінансового менеджменту і носить загальний характер. Проте не чітко

визначено питання розробки фінансової стратегії туристичного підприємства, не приділено уваги механізму оцінювання фінансової стратегії підприємства та її адаптації до динамічних сучасних умов та особливостей економіки України. Актуальність і недостатня розробленість цих питань є об'єктивною необхідністю наукового дослідження.

Мета роботи – розробка методичних основ формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища для підвищення стратегічної обґрунтованості управління підприємством.

Для досягнення поставленої мети в роботі було вирішено такі взаєпов'язані завдання:

- уточнено економічна категорія «фінансова стратегія» та розглянуто еволюцію її розвитку;
- визначено методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища;
- досліджено стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні;
- досліджено фінансовий стан ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в аспекті формування фінансової стратегії;
- запропоновано шляхи удосконалення механізму формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища;
- сформувано фінансову стратегію ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища.

Об'єктом дослідження є процес побудови механізму стратегічного фінансового управління діяльністю підприємства.

Предметом дослідження є методи і моделі розроблення фінансової стратегії підприємства.

Теоретичною основою дослідження є наукові роботи вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів з питань стратегічного управління,

фінансового менеджменту, економіки, інноваційного та конкурентного розвитку підприємства.

Для досягнення поставленої мети використано системний аналіз як загальний метод дослідження: логічний та аналітичний при удосконаленні теоретичних положень розроблення фінансової стратегії підприємства; економіко-статистичний при аналізі сучасного розвитку підприємств туристичної галузі; метод моделювання при удосконаленні методичних підходів до розроблення фінансової стратегії підприємства зокрема, для розроблення методичних основ побудови механізму вибору альтернативних варіантів фінансової стратегії підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в такому:

удосконалено:

- концепцію розроблення фінансової стратегії підприємства, в якій враховано особливості туристичного підприємства. Використання такого підходу дозволяє розширити елементи механізму розроблення фінансової стратегії під час її формування на туристичних підприємствах;

отримало подальший розвиток :

- механізм формування фінансової стратегії для підприємства туристичної галузі в умовах нестабільного економічного середовища.

Практична значущість отриманих результатів роботи полягає в тому, що запропоновані методичні рекомендації щодо розроблення методичного апарату побудови фінансової стратегії туристичного підприємства на основі впровадження методики та моделі вибору ефективної фінансової стратегії можуть бути використані на кожному туристичному підприємстві. Використання зазначених методичних рекомендацій забезпечує ефективність розроблення фінансової стратегії підприємства та дає змогу вибирати найкращий її варіант з урахуванням впливу зовнішніх та внутрішніх факторів середовища.

За результатами дослідження за темою роботи опубліковано тези на конференції: «Вплив цифрової освіти на розвиток людського капіталу»

Міжнародна науково-практична інтернет-конференція (20-21 листопада 2019 року, м. Запоріжжя)

Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (51 найменування), додатків. Основний зміст роботи викладено на 138 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 25 таблиць, 25 рисунків. Додаткову інформацію наведено у додатках.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

1.1. Економічна категорія «фінансова стратегія» та еволюція її розвитку

Управління господарською діяльністю не може зводитися до ухвалення поточних управлінських рішень із окремих її аспектів.

За словами І.О. Бланка, „...на сучасному етапі все більше число підприємств усвідомлює необхідність перспективного управління господарською діяльністю на основі наукової методології передбачення її напрямів і форм, адаптації до загальних цілей розвитку підприємства і вимогам зовнішнього середовища, що змінюються” [1].

Поняття „фінансова стратегія”, Макаренко А.П. визначає як довготерміновий фінансовий план (програму) розвитку діяльності підприємства для досягнення певної мети. Вона окреслює основні шляхи, за якими потрібно рухатися суб'єкту господарювання для забезпечення поставленої мети[2].

На сучасному етапі розвитку економіки науковці та практики у своїх дослідженнях все більше уваги звертають на проблему формування фінансової стратегії підприємств, як складової загальної стратегії. Такий підхід пов'язаний з тим, що фінансова діяльність суб'єктів господарювання вже не може бути звуженою до оперативного управління окремими складовими фінансових ресурсів: джерелами та напрямками їх використання.

Сьогодні існують різні підходи до формування поняття «фінансова стратегія».

Розглянемо існуючі підходи з позиції різних авторів щодо визначення категорії «фінансова стратегія підприємства».

Таблиця 1.1

Існуючі підходи з позиції різних авторів щодо визначення категорії
«фінансова стратегія підприємства»

Автор визначення, джерело	Визначення з позиції автора	Ключове поняття з визначення
1	2	3
Дикань Л. В. [3]	Фінансова стратегія підприємства – стратегія, що спрямована на управління його фінансовими ресурсами	Управління фінансовими ресурсами підприємства
Лукіна Ю. В. [4]	Фінансова стратегія – стратегія, метою якої є підвищення багатства власника підприємства	Підвищення багатства власника підприємства
Станіславчик Е. Н. [5]	Фінансова стратегія – стратегія, метою якої виступає підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги	Підвищення вартості підприємства
Чандлер А. Д. [6]	Фінансова стратегія – визначення основних довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства й утримання курсу дій, розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цих цілей	Визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства
Поддєрьогін А. М [7]	Фінансова стратегія – стратегія, що включає методи та практику формування фінансових ресурсів, їх планування та забезпечення фінансової стійкості підприємства за ринкових умов господарювання.	Методи та практика формування та планування фінансових ресурсів підприємства
Янковська В.А. [8]	Фінансова стратегія підприємства – це визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства, що включають в себе формування, управління та планування його фінансових ресурсів з метою підвищення вартості підприємства за умови забезпечення фінансової рівноваги	Визначення довгострокових фінансових цілей та завдань підприємства
Власова К.Е., Кирова О.В. [10]	Фінансова стратегія – довготривалий курс цілеспрямованого управління фінансами для досягнення загальноорганізаційних стратегічних цілей	Довготривалий курс
Плікус І.Й. [11, с 91]	Фінансова стратегія – спосіб реалізації підприємством цілей фінансової діяльності, спрямований на розв’язання основного протиріччя між потребою у фінансових ресурсах і можливістю їх використання	Спосіб реалізації

Продовження таблиці 1.1

1	2	3
Шевченко Т.Є., Лозовська О.І. [12, с. 227]	фінансова програма розвитку Фінансова стратегія – діяльності підприємства, що включає методи формування фінансових ресурсів та забезпечення фінансової стійкості підприємства в ринкових конкурентних умовах функ- ціонування	Фінансова програма

Таким чином серед науковців, які досліджують сутність поняття «фінансова стратегія» в рамках стратегічного управління, відсутній єдиний загальноприйнятий підхід до його трактування.

Необхідно відзначити, що фінансова стратегія – це відносно нове поняття у вітчизняній науці та практиці менеджменту. Водночас слід відзначити, що в зарубіжній літературі (зокрема, американській та європейській) з фінансового менеджменту поняття «фінансова стратегія» практично відсутнє, науковці оперують такими термінами, як, наприклад, «фінансове планування», «довгострокові інвестиційні рішення», «управління структурою капіталу». В стратегічному менеджменті вона розглядається виключно як різновид функціональних стратегій [13].

Загалом фінансова стратегія підприємства[13]:

- охоплює всі основні аспекти управління фінансовими ресурсами підприємства та розвитку його фінансових відносин з партнерами;
- забезпечує коригування джерел формування, напрямів розміщення та використання фінансових ресурсів залежно від змін чинників внутрішнього фінансового середовища підприємства;
- сприяє швидкій адаптації до змін, які відбуваються у зовнішньому фінансовому середовищі підприємства;
- обґрунтовує стратегічні орієнтири фінансової діяльності підприємства; – є основою для прийняття стратегічних рішень щодо підвищення ефективності управління фінансовими ресурсами підприємства.

Фінансова стратегія, включаючи різноманітні методи та інструменти формування фінансових ресурсів, їх розподілу та використання, орієнтована на збільшення ринкової вартості підприємства, а також добробуту його власників в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища.

Основними завданнями фінансової стратегії є [14, с. 63]:

- 1) визначення способів проведення успішної фінансової стратегії та використання фінансових можливостей;
- 2) визначення перспективних фінансових взаємин із суб'єктами господарювання, бюджетом, банками та іншими фінансовими інститутами;
- 3) фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;
- 4) вивчення економічних та фінансових можливостей імовірних конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- 5) розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємства.

Сьогодні в економічній літературі однозначно не визначені не лише сутність фінансової стратегії, але й її місце в системі менеджменту підприємства.

Зокрема, Г.В. Даценко пропонує розглядати фінансову стратегію як органічний елемент фінансового регулювання підприємства [15, с. 163]:

– у методологічному плані сутність і механізм формування фінансової стратегії необхідно аналізувати як одну з проблем фінансових відносин, фінансової оцінки реалізації стратегічних цілей підприємства;

– у схемі економічного регулювання фінансову стратегію необхідно розглядати як компонент загальної стратегії підприємства разом з товарними, інвестиційними, марке- тинговими та іншими видами стратегічних рішень

У рамках такого підходу чітко простежується взаємозв'язок фінансового та стратегічного менеджменту

Розробка фінансової стратегії підприємства на сучасному етапі базується на методологічних засадах нової концепції управління – «стратегічного управління», яка активно впроваджується з початку 70-х років в корпораціях США і більшості країн Західної Європи [8]. Концепція стратегічного управління відображає чітке стратегічне позиціонування підприємства (включаючи і фінансову його позицію), представлене в системі принципів і цілей його функціонування, механізмі взаємодії між елементами господарської та організаційної структури і формах їх адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища.

Стратегічне управління виникло на основі розвитку методології стратегічного планування, яке складає його сутнісну основу. На відміну від звичайного довгострокового планування, заснованого на концепції екстраполяції сформованих тенденцій розвитку, стратегічне планування враховувало не тільки ці тенденції, але і систему можливостей і небезпек розвитку підприємства, виникнення надзвичайних ситуацій, здатних змінити сформовані тенденції в майбутньому періоді. Підприємство як об'єкт стратегічного управління – це відкрита комплексна система, яка інтегрує всі напрями та форми господарської діяльності різних структурних його підрозділів [8,9].

Варто погодитись з тим, що фінансова стратегія є базовою серед інших функціональних стратегій (маркетингової, виробничої, кадрової тощо), оскільки створює передумови для їхньої реалізації. Вона тісно переплітається з ними і орієнтована на досягнення місії підприємства. Водночас фінансова стратегія є важливою складовою загальнокорпоративної стратегії підприємства. Її виокремлення в окрему підсистему насамперед обумовлене необхідністю пошуку джерел фінансування стратегічних заходів щодо реалізації місії підприємства, а також забезпечення досягнення бажаного фінансового ефекту (максимізації прибутку, зростання ринкової вартості підприємства, покращення добробуту його власників тощо)[13].

Як складова загальнокорпоративної стратегії фінансова стратегія підприємства охоплює всі стратегічні рішення щодо його фінансової діяльності та розвитку фінансових відносин з контрагентами, що забезпечують досягнення основних стратегічних цілей. Незважаючи на те, що фінансова стратегія підпорядковується загальній стратегії і узгоджена з її цілями, вона здійснює суттєвий вплив на формування загальнокорпоративної стратегії. Загалом фінансова стратегія відіграє важливу роль в стратегічному наборі підприємства. Це обумовлено тим, що вона забезпечує, з одного боку, залучення фінансових ресурсів, необхідних для реалізації стратегій всіх рівнів, а з іншого – ефективне їх використання. Тобто фінансову стратегію слід розглядати як єдність двох складових: забезпечувальної (ресурсної) та основної (цільової). Забезпечувальна (ресурсна) стратегія охоплює різні стратегічні заходи щодо формування необхідного обсягу фінансових ресурсів для забезпечення реалізації усіх стратегічних рішень керівництва підприємства. Основна (цільова) складова охоплює різні стратегічні рішення щодо раціонального розподілу та використання фінансових ресурсів з метою досягнення фінансових цілей, зокрема може передбачати заходи щодо підвищення фінансової стійкості, платоспроможності, максимізації фінансових результатів діяльності підприємства[13]. Відповідно, її складовими є стратегія забезпечення фінансової стійкості, податкова стратегія, структурна стратегія, стратегія зменшення фінансових ризиків тощо.

Фінансова стратегія підприємства сприятиме збільшенню його ринкової вартості, нарощенню конкурентних переваг за умови, якщо вона[13]:

- обґрунтовує оптимальний напрям фінансового розвитку;
- охоплює всі основні напрями розвитку фінансової діяльності та фінансових відносин підприємства;
- є гнучкою і може легко адаптуватись до змін у внутрішньому та зовнішньому середовищах підприємства;

– скоординована зі стратегічними рішеннями керівництва підприємства та іншими функціональними стратегіями.

В умовах мінливого зовнішнього середовища фінансова стратегія є потужним інструментом забезпечення фінансової стійкості підприємства та досягнення стратегічних фінансових цілей його керівництва і власників, оскільки реалізація будь-якого рішення, як правило, пов'язана із його фінансовим забезпеченням. Фінансова стратегія посідає особливе місце в системі менеджменту підприємства, тому що визначає його фінансово-економічну політику, забезпечує інвесторів та кредиторів достовірною інформацією про його фінансово-економічний стан

Отже, фінансова стратегія підприємства є невід'ємною складовою частиною та важливим елементом системи менеджменту підприємства, посідаючи центральне місце серед його функціональних стратегій, визначає основні напрями підвищення ефективності управління його фінансовою діяльністю та розвитку фінансових відносин з контрагентами.

1.2. Методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища

Трансформаційні процеси, що відбуваються у вітчизняних підприємствах, багато в чому пов'язані з фінансами. Аналіз грошових потоків, пошук ефективних джерел фінансування, вигідних інвестиційних рішень, розробка облікової і податкової політики – усе це виходить на перші місця в діяльності сучасних підприємств. Особливо важливим є розробка фінансової стратегії для забезпечення стійкого розвитку підприємств в сучасних умовах, що обумовлює необхідність серйозного аналізу проблем і вироблення практичних рекомендацій у цій сфері діяльності.

Модель фінансової стратегії має включати наступні взаємозалежні блоки: мету і завдання; рівні реалізації; зовнішні і внутрішні фактори формування; інструменти і методи реалізації; результативність (рис. 2.1).

Модель фінансової стратегії підприємства показує, через систему яких інструментів (програми, проекти, реструктуризація, глобалізація, диверсифікація тощо) і методів (моделювання, планування, аналіз, прогнозування тощо) вона реалізується [16].

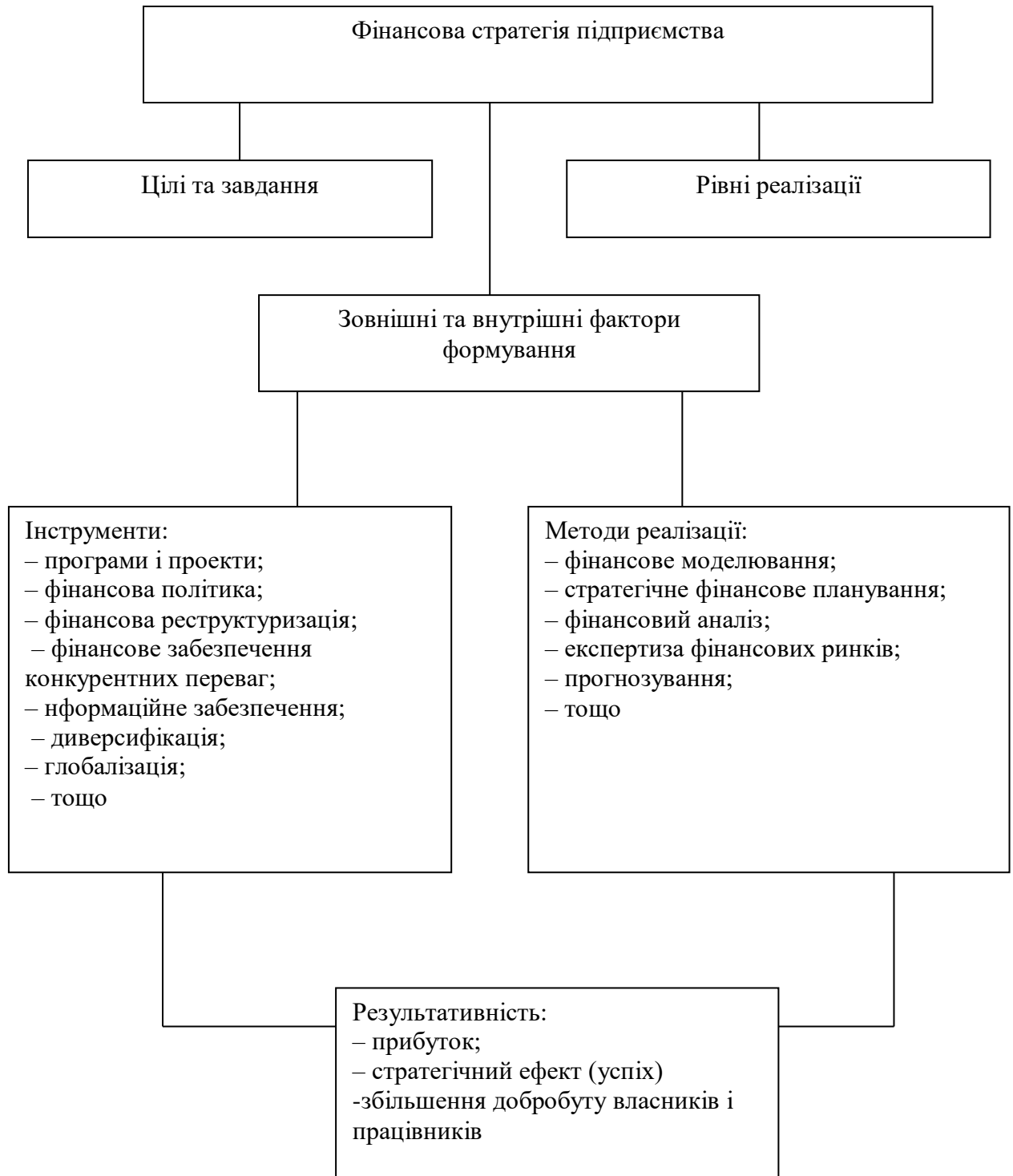


Рис. 1.1. Модель формування фінансової стратегії підприємства

Вважаємо необхідним введення в модель запропоновану Ткачук І.Г. [16] таку складову результативності як збільшення добробуту власників і працівників.

Загальна схема формування фінансової стратегії включає наступні етапи [16]:

- 1) характеристика підприємства як відкритої системи;
- 2) розробка стратегічних цілей;
- 3) розробка варіантів стратегії;
- 4) визначення критеріїв вибору варіантів;
- 5) конкретизація обраного варіанту фінансової стратегії;
- 6) оформлення фінансової стратегії, її прийняття і доведення до виконавця;
- 7) організація контролю за реалізацією стратегії.

У системі розробки фінансової стратегії одне з важливих місць посідає фінансове планування, що реалізується шляхом планування виробництва і реалізації, а також контролю за витратами коштів.

Фінансове планування забезпечує необхідний контроль за залученням і використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, створює необхідні умови для покращення фінансового стану підприємства. Воно безпосередньо пов'язане з плануванням господарської діяльності і будується на основі інших показників плану (обсягу виробництва і реалізації, кошторисі витрат на виробництво, плану капітальних вкладень тощо).

Однак, розробка фінансового плану не є простим арифметичним перерахуванням показників виробництва у фінансові показники [17].

У процесі розробки проекту фінансового плану необхідно застосовувати творчий підхід до показників виробничого плану, виявляти і використовувати не враховані внутрішньогосподарські резерви, знаходити методи більш ефективного використання виробничого потенціалу підприємства, більш раціональної витрати матеріальних і фінансових

ресурсів, підвищення споживчих властивостей продукції, що випускається тощо.

Розробка фінансового плану пов'язана з визначенням: витрат на реалізовану продукцію; виручки від реалізації; грошових нагромаджень; амортизації; обсягу і джерел фінансування; намічених на плановий період інвестицій; потреби в оборотних коштах і джерелах їх покриття; розподілі і використанні прибутку; взаємовідносин з бюджетом і банками. Зазначимо, що фінансове планування на підприємстві має наступну цільову спрямованість[16]:

- забезпечення фінансовими ресурсами і коштами діяльності підприємства;
- збільшення прибутку від основної діяльності й інших видів діяльності, якщо вони мають місце;
- організацію фінансових взаємовідносин з бюджетом, позабюджетними фондами, банками, кредиторами і дебіторами;
- забезпечення реальної збалансованості планованих доходів і витрат;
- забезпечення платоспроможності і фінансової стійкості підприємства.

У процесі розробки проекту фінансового плану доцільно використовувати наступні методи: економічного аналізу і синтезу; екстраполяції; прямого рахунку; нормативний; багатоваріантності; балансовий. Укрупнена схема процедури планування включає: план продажу; план відвантаження; узгодження плану випуску з можливостями виробництва; коректування надходжень за планом випуску; розрахунок витрат по постачанню, енергетиці та інших; зведення фінансових даних у документах по фінансових потоках і оборотному капіталу; коректування планів при незадовільному результаті; прийняття плану. Так, сутність фінансового планування проявляється в тому, що одночасно плануються прибутки і рух капіталу, особливо грошових коштів (рис. 1.2)

Реальність системи фінансового планування підприємства визначається наявністю схеми координації всіх його планів і наявністю

системи відповідальності за виконання кожного плану. Система відповідальності реалізується шляхом введення центрів фінансової відповідальності, зокрема, центрів витрат, прибутків і інвестицій

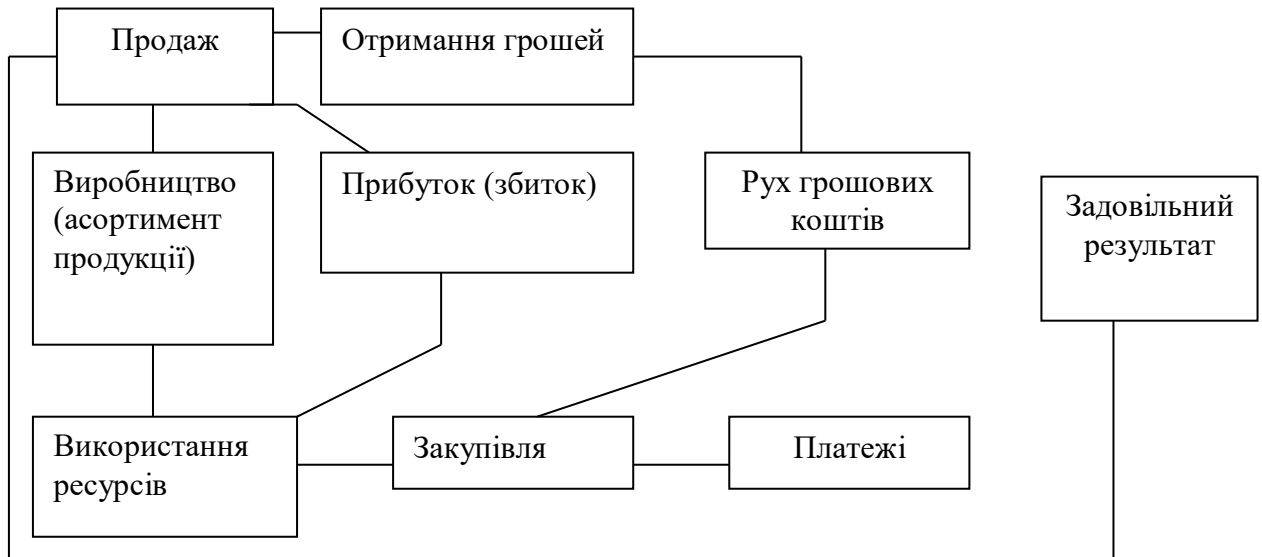


Рис.1.2. Послідовність планування: від витрат до руху грошових коштів

Таким чином, практичне використання фінансового планування на підприємстві дасть змогу керівництву одержувати оперативну інформацію про стан фінансів підприємства, напрямків використання коштів, що значно підвищить ефективність прийняття управлінських рішень.

Формування стратегічних цілей фінансової діяльності підприємства - це наступний етап стратегічного планування, в основі якого використовуються відповідні нормативи: середньорічний темп зростання власних фінансових ресурсів, що формуються з внутрішніх джерел; мінімальна частка власного капіталу; рентабельність власного капіталу; співвідношення оборотних і необоротних активів підприємства тощо.

З урахуванням фінансової стратегії формується фінансова політика підприємства за конкретними напрямками фінансової діяльності: податкової, амортизаційної, дивідендної і т. ін.

У результаті розробки системи заходів, які забезпечують реалізацію фінансової стратегії, на підприємстві формуються служби, відповідальні за результати її реалізації.

Цільова орієнтація підприємства визначає спрямованість і специфіку фінансової діяльності. Якщо загальним напрямком діяльності є обраний розвиток, особливу увагу слід звернути на фінансування нових об'єктів і отримання високого прибутку для забезпечення інвестиційних процесів, спрямованих на досягнення або підтримку позицій лідера (конкурентних переваг). У випадку, коли показники фінансового становища свідчать про вірогідне банкрутство, а підприємство прагне до виживання, необхідно зосередитися на збереженні припустимого рівня ліквідності і платоспроможності. Фінансова стратегія розробляється у формі програми фінансування розвитку та конкретизуються у фінансовому плані (бюджеті) організації з урахуванням необхідних змін у структурі капіталу та фондів для досягнення розроблених стратегій зростання та підвищення конкурентних переваг підприємства [18, с.15].

Огляд та узагальнення сучасних підходів до послідовності розробки фінансової стратегії підприємства свідчить про відсутність єдиної структурної побудови цього процесу, що дозволяє зробити висновок про необхідність його впорядкування. Запропонований алгоритм побудови фінансової стратегії подано на рис.1.3.

Всі етапи процесу формування фінансової стратегії повинні виконуватися один за одним, згідно з запропонованим алгоритмом [19, с. 132]. Створення фінансової стратегії неможливе без збирання інформації про ринкове середовище функціонування підприємства (конкурентів, постачальників, клієнтів, посередників, державні органи та служби, банківські установи) та її детального аналізу. На цьому етапі фінансові менеджери повинні застосовувати відповідний фінансовий інструментарій:

мікроекономічне фінансове планування,

прогнозування, стратегічний і фінансовий аналіз (зокрема SWOT-аналіз, що охоплює аналіз слабких і сильних сторін підприємства, ризиків і додаткових можливостей), статистичні методи та економіко-математичне моделювання.

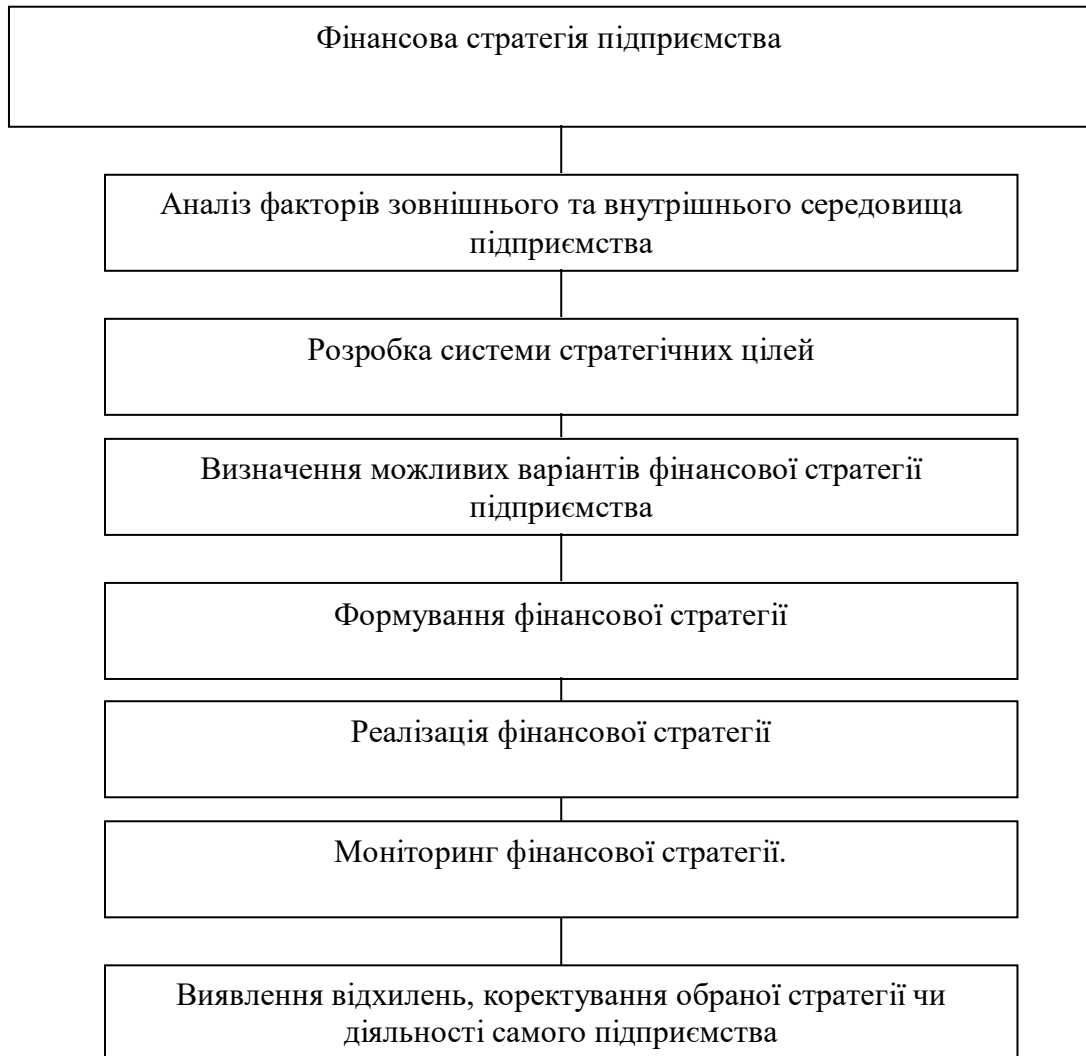


Рис. 1. 3. Алгоритм побудови фінансової стратегії підприємства [20]

Визначення сукупності факторів, які впливають на розробку фінансової стратегії, дає змогу відповісти на питання: чи призведе розроблена фінансова стратегія до досягнення підприємством своєї фінансової мети в умовах змін факторів зовнішнього фінансового становища. Підприємство повинне частіше за своїх конкурентів складати прогнози, це дасть йому змогу

контролювати майбутню ситуацію, на відміну від конкурентів, які зможуть лише реагувати на неї [19, с. 133].

В основу класифікації факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, покладено різні види ризику і ступінь впливу на них менеджерів. У зовнішньому оточенні виділяють макро- і мікросередовище. Макросередовище містить фактори, які опосередковано впливають на діяльність підприємства і визначають його довгострокові рішення. До факторів макросередовища слід зарахувати (табл. 1.2) [20].

Таблиця 1.2

Фактори макросередовища[20]

Група факторів	Вияв
Економічні	Зміна економічного потенціалу країни, стадія ділового циклу, відсоткова ставка і курс національної валюти, грошова маса в обігу, інфляція та темпи її зростання, контроль за цінами та заробітною платою, ціни на всі види ресурсів, інвестиційна політику
Політичні	Податкове законодавство і політика уряду, антимонопольне, природоохоронне та зовнішньоекономічне законодавство
Технологічні	Витрати на НДДКР з різних джерел, захист інтелектуальної власності, державна політику в галузі НТП
Соціальні	Демографічна структура населення і його платоспроможність, соціальна мобільність та активність населення, релігійні та національні традиції

У межах мікросередовища виділяють галузеве і ближнє оточення. Перше характеризується реальним і потенційним розміром галузі, її перспективами та стадіями життєвого циклу, структурою і масштабами конкуренції, структурою галузевих витрат, системою збуту продукції, тенденціями розвитку галузі [21, с. 115].

Аналіз галузі, в якій функціонує підприємство, дозволяє оцінити ефективність перспективних фінансових та інвестиційних заходів, що передбачені його фінансовою стратегією. Ближнє оточення складають конкуренти – аналіз їхніх дій, оцінка поточної стратегії і реальних можливостей, вивчення сильних і слабких сторін дозволить підприємству визначити конкурентну позицію; постачальники і покупці, фінансове становище яких визначає рух фінансових ресурсів, можливість їх

використання для короткострокового фінансування; банки та інші фінансові організації, політика та інтереси яких впливають на вид і розмір джерела фінансування. Щоб ефективно впливати на зовнішні фактори, необхідно задіяти внутрішні можливості підприємства.

Найбільш важливими внутрішніми факторами є розміри підприємства, характер діяльності, цільові стратегічні орієнтири [22, с. 288].

Вони істотно впливають на організацію фінансових потоків, тому мають бути враховані в процесі формування фінансової стратегії [23, с. 261]. На цьому етапі фінансові менеджери повинні застосовувати відповідний фінансовий інструментарій: мікроекономічне фінансове планування, прогнозування, стратегічний і фінансовий аналіз (зокрема SWOT-аналіз, що охоплює аналіз слабких і сильних сторін підприємства, ризиків та додаткових шансів), статистичні методи та економіко-математичне моделювання. Подальшим етапом формування фінансової стратегії має бути формування стратегічних цілей фінансової діяльності підприємства. Цілі фінансової стратегії мають підпорядковуватися загальній стратегії економічного розвитку та спрямовуватися на максимізацію прибутку та ринкової вартості підприємства [24].

Визначення бажаного рівня загальної цілі фінансової стратегії є основою для побудови ієрархії цілей нижчих рівнів [25, с. 261].

Сформована ціль повинна відповідати рівню забезпечення ресурсами. Вибрана загальна фінансова ціль визначає період її досягнення. Період вважається похідною величиною від цілі, сформульованої в результаті внутрішньої та зовнішньої синхронізації нормативів фінансової діяльності в часі. Зовнішня синхронізація передбачає узгодження в часі цілей фінансової стратегії з цілями загальної стратегії організації, а також зі змінами кон'юнктури фінансового ринку. Умовами визначення періоду досягнення цілей є галузева належність організації, її розмір, стадії життєвого циклу товарів тощо. Зрозуміло, що фінансова стратегія фірми, якій загрожує банкрутство, відрізнятиметься від стратегії здорової фірми [26, с. 261].

Після виконання аналітичної роботи, здійснення відповідних розрахунків, обговорення альтернативних варіантів розвитку подій приймається управлінське рішення щодо вибору фінансової стратегії, яку надалі деталізують за напрямками фінансової політики та реалізують згідно з планом [27, с. 134]. Наступною стадією є формування сукупності можливих варіантів фінансової стратегії підприємства. Наявність портфеля фінансових стратегій знижує рівень ризику прийняття неправильного рішення у виборі оптимального варіанта [28]. Найчастіше першочерговими критеріями відбору є: забезпечення мети моделювання і наявність найменших трансакційних витрат для його здійснення. Деталізація обраного варіанта моделі фінансової стратегії здійснюється шляхом доведення загальної моделі до рівня наповнення її суб'єктами виконавцями, розробки конкретних програм і проектів. Важливо визначити пріоритетну задачу в межах загальних стратегічних цілей розвитку. На цій фазі підприємство реалізує стратегію, досягає бажаних результатів в удосконаленні організаційної структури, управлінні персоналом і загальним менеджментом [19, с. 134]. Для полегшення реалізації фінансової стратегії доцільно проводити її деталізацію шляхом складання тактичних планів. Тактичне планування покликане формувати механізми реалізації обраної стратегії. Тактичне планування має два різновиди: оперативне та поточне. Поточне планування – це різновид управлінської діяльності, який спрямований на розроблення параметрів, заходів, бюджетів та адміністративно-фінансових важелів з метою формування поточних планів функціонування конкретних сфер діяльності організації чи її діяльності загалом на річний період у напрямку досягнення завдань обраної фінансової стратегії. Оперативне планування спрямоване на формування вузьких, деталізованих, короткотермінових планів з конкретних питань діяльності підприємства, які формуються шляхом розвитку поточних планів. Оперативні і поточні плани не повинні відхилятися від фінансової стратегії підприємства, а навпаки – деталізувати і доповнювати її (рис. 1.4).



Рис. 1.4. Методи реалізації фінансової стратегії [20]

У ході реалізації стратегії досить важливо визначити відповідальних за цей процес та строки її реалізації. Але вона повинна коригуватися і бути гнучкою залежно від ситуації з метою отримання найбільш позитивного результату. Обов'язково повинні контролюватися всі етапи реалізації відповідної стратегії, особливо в умовах кризи та постійної нестачі фінансових ресурсів. Для складання прогнозних показників можна використовувати комп'ютерні програми [26, с. 261]. Ще одним етапом є проведення моніторингу, що становить процес постійного відстеження

фактичних проміжних і кінцевих результатів за показниками, які характеризують фінансову діяльність підприємства із запланованими. Якщо в процесі формування і реалізації фінансової стратегії виявлено певні відхилення фактичних значень показників від планових і від визначених умов діяльності підприємства, то відбувається коригування стратегії на тому етапі, де виявлено відхилення. З огляду на вищенаведені факти є цілком зрозумілим те, що ключовим етапом формування фінансової стратегії підприємства є вибір найбільш якісного з «Гнучкого бюджету» Визначення капітальних витрат за проектами програми розвитку не у вигляді фіксованих сум, а у вигляді нормативів витрат, що використовуються як база визначення показників діяльності. Методи реалізації фінансової стратегії Відсотка від продажів Використовується для отримання по кожному елементу прогнозованого бюджету рівня прибутку із запланованих обсягів продажів. Безбитковості Визначення обсягів виробництва і продажу, які задовольняють умови безбитковості, а також дозволяють отримати інформацію для визначення розміру прибутку, забезпечувати гнучкість довгострокових фінансових планів Управління витратами Використовується для постійної номенклатури підприємства і може використовуватися для управління витратами за значними контрактами альтернативних варіантів [29, с. 50]. Важливим моментом формування фінансової стратегії є врахування, окрім стадії життєвого циклу підприємства і продукції, яку воно виробляє, також обраної фінансової та маркетингової політики. Тому можна виділити окремі типи фінансових стратегій (рис. 1.5)

Експансійну стратегію (стратегія розширення) – обирають у тому випадку, коли підприємство веде так звану агресивну політику: планує придбання (поглинання) інших підприємств, розширення виробництва, захоплення значної частки ринку, вихід на нові ринки збуту; її застосування є доцільним, якщо продукція суб'єкта господарювання перебуває на стадії запровадження, становлення чи піднесення і підприємство має достатній трудовий та фінансовий потенціали для здійснення перелічених вище

заходів. Стратегія поступового розвитку – характерна для більшості промислових підприємств. Такий тип стратегії передбачає спрямування суб'єкта господарювання на поступове нарощення обсягів діяльності, зростання прибутковості та покращення його основних фінансових і виробничо-економічних показників й характеристик, забезпечення стабільного фінансового стану [30, с. 26].

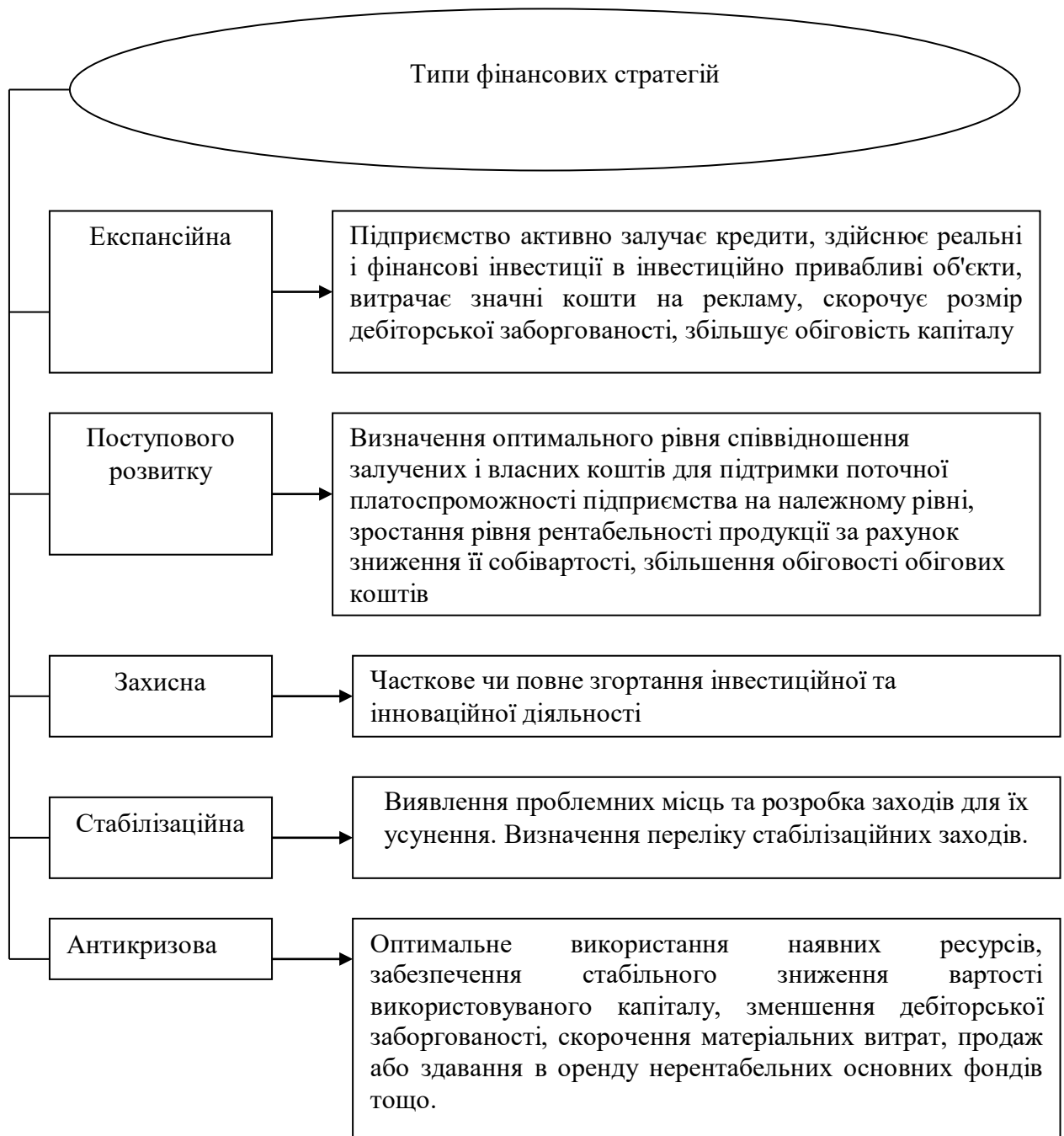


Рис. 1.5. Типи фінансових стратегій

Захисна стратегія – передбачає незначне зменшення робничих потужностей, часткове чи повне згорання інвестиційної та інноваційної діяльності задля збереження певного рівня прибутковості і фінансової стійкості підприємства при негативному впливі на його діяльність ендогенних та екзогенних факторів.

Стабілізаційна стратегія – виникає у разі тимчасової втрати підприємством платоспроможності, порушення структури балансу, погіршення показників діяльності. Фінансовим менеджерам чи аналітикам у такому разі потрібно проаналізувати виробничо-господарську діяльність суб'єкта господарювання за декілька попередніх періодів, виявити проблемні місця і причини їх виникнення, окреслити основні шляхи їх вирішення й визначити перелік стабілізаційних заходів [31, с. 36].

Антикризову стратегію реалізують у випадках, коли підприємство перебуває у кризовому стані і потребує санації. Передбачає комплекс заходів, спрямованих на відновлення платоспроможності (ліквідності), кредитоспроможності, стабілізацію його фінансового стану.

Шляхами виходу підприємства з кризового стану можуть також бути повна реорганізація виробництва або злиття з іншим, фінансово стійкішим, підприємством. Загалом фінансову стратегію можна визначити як одну з найважливіших функціональних стратегій підприємства, що забезпечує усі основні напрямки розвитку його фінансової діяльності і фінансових відносин шляхом формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних шляхів їх досягнення, адекватного корегування напрямів формування і використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища. Найважливішим завданням розробки фінансової стратегії є визначення обсягів, джерел та форм залучення фінансових ресурсів для здійснення господарської діяльності підприємства.

Розробка фінансової стратегії на підприємстві має здійснюватися за визначеною методикою, яка містить низку визначених етапів: аналіз середовища існування підприємства, розробка системи стратегічних цілей,

визначення можливих варіантів, формування фінансової стратегії, реалізація, моніторинг та коректування фінансової стратегії.

Розробка фінансової стратегії базується на конкретних принципах: збалансованості матеріальних і фінансових потоків, фінансового контролю та аналізу діяльності підприємства, прогнозування альтернативних варіантів розвитку.

1.3. Стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні

За даними Мінекономрозвитку, уже в 2016-му Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію.. А в 2017-му, за даними Світового банку, Україна успішно перемістилася на 25 позицію. В 2018-му цю позицію зберегла[32].

У 2018 року Держприкордонслужба зафіксувала зростання кількості туристів із неприкордонних країн, зокрема Європи: Іспанії - на 68%, Великобританії - 47,3%, Литви - 23,4%, Італії - 15,4%, Німеччини - 13,3 %, Франції - 9,2%, а також Індії - на 57,4 %, Китаю - на 38,8%, Японії - на 38,3%, Ізраїлю - на 21,7% та США - на 19%.

Згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів туроператорської діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, станом на 01.01.2019 видано 2 737 ліцензій підприємствам, що здійснюють туристичну діяльність.

З них, за видами туризму[34]:

- внутрішній, в'їзний та виїзний – 2 262 ліцензії;
- внутрішній та в'їзний – 391 ліцензія;
- виїзний та в'їзний – 9 ліцензій;
- виїзний та внутрішній – 6 ліцензій;
- внутрішній – 4 ліцензій;
- виїзний – 57 ліцензій;
- в'їзний – 8 ліцензій.

В Україні діє туристичний збір. Конкретну ставку туристичного збору повинна визначити кожна окрема сільська, селищна, міська рада або рада об'єднаної територіальної громади для свого населеного пункту.

З початку 2019 року в Україні почали діяти нові ставки у Києві та Львові. Раніше їх розмір встановлювався у відсотках до вартості номеру, а з 1 січня 2019 року у відсотках від мінімальної зарплати: до 0,5% для українських туристів та до 5% для іноземних туристів[33].

Обсяг надходжень від сплати туристичного збору у I півріччі 2019 року склав 57,9 млн грн, що на 71,2 % більше, ніж у I півріччі 2018 року (у I півріччі 2018 року – 33,8 млн грн) [34].

Таблиця 1.3

Інформація щодо сплати туристичного збору до місцевих бюджетів у 2017-2018 роках та I півріччі 2017-2019 років, тис. грн. [34]

Назва області	2017р.	2018р.	6'2017	6'2018	6'2019	6'2019/ 6'2020,%
Вінницька	394,7	483,8	163,5	209,3	767,4	266,6
Волинська	491,8	584,6	157,4	192,1	340,9	77,5
Дніпропетровська	2084,9	2523,5	813,1	1099,4	3099,5	181,9
Донецька	837,3	1 224,4	237,0	345,1	710,7	106,0
Житомирська	452,2	544,8	215,9	246,9	776,9	214,7
Закарпатська	2901,6	3802,0	1179,3	1605,2	2766,0	72,3
Запорізька	2711,6	3 665,9	449,4	528,7	1466,1	177,3
Івано-Франківська	3021,6	3699,4	1886,7	2359,9	2881,9	22,1
Київська	1560,0	2326,9	637,7	1026,8	2561,2	149,4
Кіровоградська	203,3	259,3	98,4	110,6	178,9	61,8
Луганська	119,0	143,9	55,0	65,0	272,6	319,3
Львівська	10733,1	13417,6	4681,4	6068,8	7743,6	27,6
Миколаївська	1429,1	1832,6	220,8	373,0	678,0	81,8
Одеська	9064,0	11550,7	1668,2	2070,7	3387,2	63,6
Полтавська	1076,7	1341,0	432,1	532,7	1100,0	106,5
Рівненська	308,7	355,7	128,2	139,8	356,2	154,8
Сумська	289,2	332,2	128,5	154,9	435,8	181,5
Тернопільська	292,5	402,0	120,4	165,2	269,6	63,2
Харківська	2495,6	2979,6	1118,6	1405,1	1990,3	41,7
Херсонська	2702,9	3690,4	169,1	270,0	876,6	224,7
Хмельницька	508,8	731,5	197,2	273,8	710,2	159,5
Черкаська	545,5	724,1	159,7	231,6	850,8	267,4
Чернівецька	418,8	527,2	177,0	218,4	363,3	66,4
Чернігівська	444,5	599,4	160,5	232,9	567,3	143,6
м. Київ	25147,1	32983,6	10947,1	13900,1	22763,4	63,8
Всього по Україні	70 234,5	90 725,8	26 201,8	33 825,8	57 914,7	71,2

Зростання обсягів надходжень від сплати турзбору відбулось, зокрема за рахунок зміни підходу до його нарахування на підставі Закону України від 23.11.2018 № 2628 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо покращення адміністрування та перегляду ставок окремих податків і зборів». Відповідно до зазначеного Закону України з 1 січня 2019 року граничні ставки збору встановлюються місцевими радами у розмірі до 0,5% (для внутрішнього туризму) та до 5% (для в'їзного туризму) від розміру мінімальної заробітної плати, встановленої на 1 січня звітного (податкового) року для однієї особи за одну добу тимчасового розміщення.

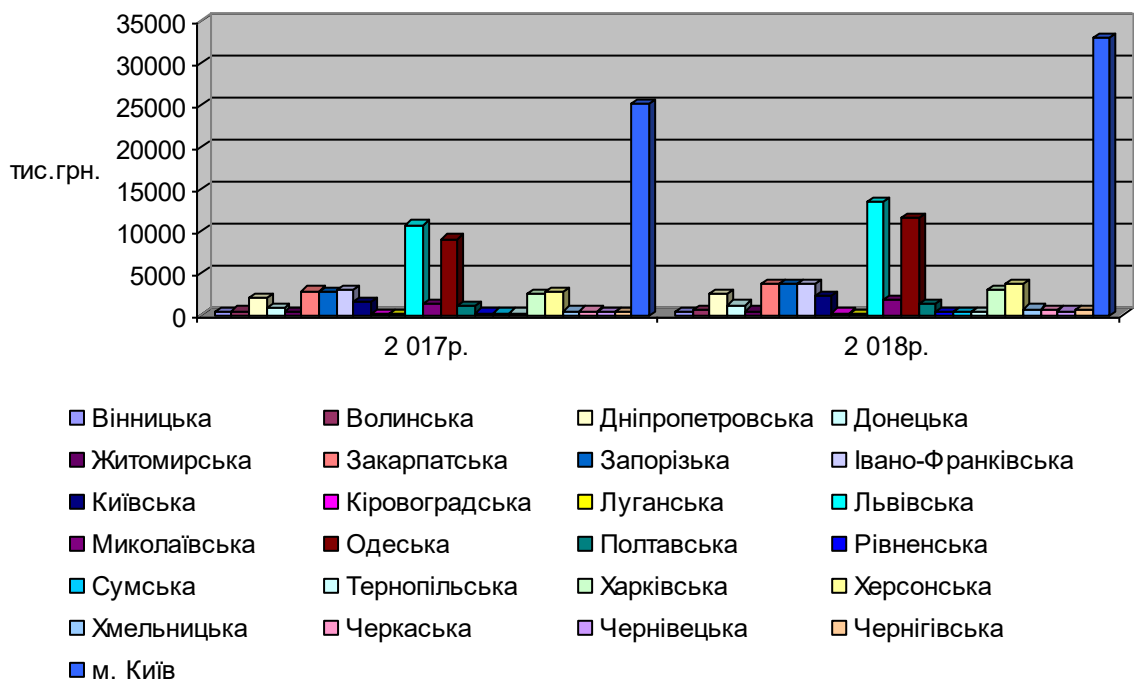


Рис.1.6. Інформація щодо сплати туристичного збору до місцевих бюджетів у 2017-2018 роках

Найбільше зростання обсягів надходжень від сплати туристичного збору у I півріччі 2019 року у порівнянні з аналогічним періодом 2018 року відбулося у Луганській (у 3,2 рази), Черкаській (у 2,7 рази), Вінницькій (у 2,7 рази), Херсонській (у 2,2 рази) та Житомирській (у 2,1 рази) областях. ТОП-5

областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати туристичного збору, що надійшли до місцевих бюджетів, у I півріччі 2019 року: м. Київ – 22,8 млн грн (39,3 % загальної суми); Львівська обл. – 7,7 млн грн (13,4 % загальної суми); Одеська обл. – 3,4 млн грн (5,8 % загальної суми); Дніпропетровська обл. – 3,1 млн грн (5,4 % загальної суми); Івано-Франківська обл. – 2,9 млн гривень (5,0 % загальної суми) [34].

У I півріччі 2019 року сума податкових платежів від юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців, які здійснюють туристичну діяльність, склала 2 194,5 млн грн, що на 15,4% більше, ніж у I півріччі 2018 року (у I півріччі 2018 року – 1 902,0 млн грн).

Таблиця 1.4

Сплата суб'єктами туристичної діяльності податкових платежів до зведеного бюджету, млн.грн. [34]

	2017р.	2018р.	6'2017	6'2018	6'2019	6'2019/ 6'2020,%
Юридичні особи	3225,7	3845,1	1454,9	1748,8	1982,3	13,4
Фізичні особи - підприємці	273,1	377,1	107,5	153,2	212,2	38,5
Всього	3498,8	4222,2	1562,3	1902,0	2194,5	15,4

Відобразимо графічно на рис.1.7

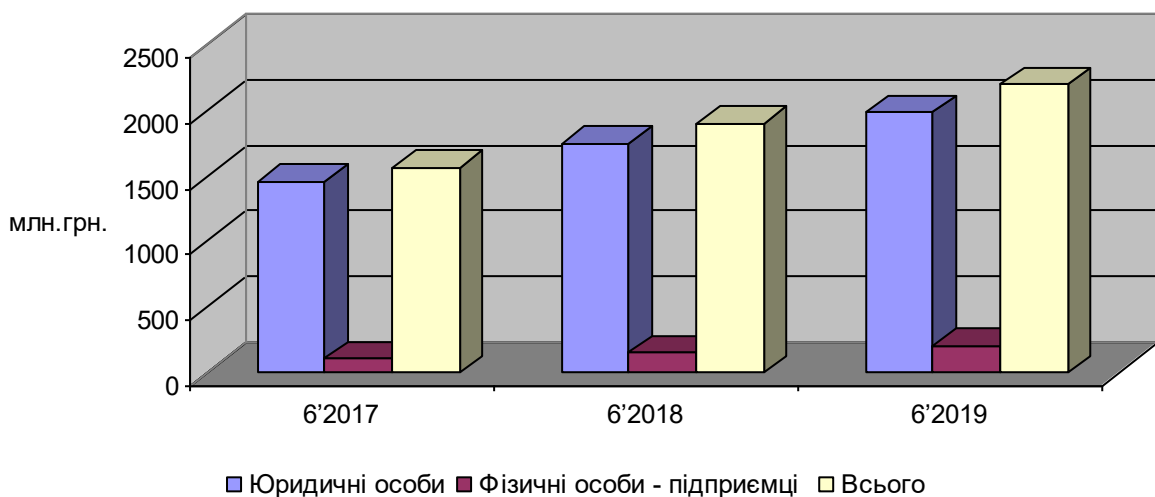


Рис.1.7. Сплата податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності до зведеного бюджету

Найбільше зростання обсягів надходжень від сплати податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності до зведеного бюджету у I півріччі 2019 року у порівнянні з I півріччям 2018 року відбулось у: Івано-Франківській (на 45,7%), Закарпатській (на 27,6%), Луганській (на 27,6%), Харківській (на 23,8%) та Донецькій (на 22,0%) областях. ТОП-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності у I півріччі 2019 року: м. Київ – 686,8 млн грн (31,3% загальної суми); Львівська обл. – 223,7 млн грн (10,2 % загальної суми); Дніпропетровська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної суми); Одеська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної суми); Харківська обл. – 110,5 млн грн (5,0 % загальної суми) [34].

За прогнозами експертів, протягом наступних п'яти років рівень щорічного приросту в туристичній галузі складе не менше 10% на рік. В Україні у сфері туризму працюють близько 4000 компаній і ФОП, і цей досить насичений ринок буде зростати й надалі. Як бути успішним на висококонкурентному ринку, розповідають експерти туристичної галузі[33].

Потенціал для розвитку туристичної галузі в Україні величезний. За даними ООН, щороку в світі здійснюється близько 1 млрд подорожей за кордон (не рахуючи внутрішнього туризму). На частку туризму припадає 10% глобального ВВП і 6% - загального світового експорту. У розвинених країнах цей показник сягає 8%. Для порівняння: в українському ВВП частка туризму становить лише 2%. Але навіть за таких низьких показників туризм в Україні задіює 10% населення, забезпечуючи діяльність 40 сфер економіки. Туристичний ринок відноситься до напрямків, які поліпшать економічні і соціальні показники країни в найближчій перспективі[35].

Протягом 2018 року послугами туристичних операторів, що відзвітували, скористалися 3376,4 тис. туристів, у тому числі[34]:

- 3334,4 тис. громадян України (з них 571,8 тис. - діти віком до 17 років);

- 42,0 тис. іноземних громадян.

Із загальної кількості обслугованих громадян України:

- здійснили подорож за кордон – 3 148,2 тис. осіб;
- подорожували в межах території України – 186,2 тис. осіб.

За 2018 рік реалізовано 1 560,7 тис. путівок (організаціям та безпосередньо населенню) на 18 325,1 тис. днів загальною вартістю близько 37 766,0 млн гривень.

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис. путівок на 9 492,1 тис. днів загальною вартістю 21 914,9 млн гривень. Зокрема[34]:

- громадянам України для подорожі в межах країни – 28,8 тис. путівок;
- громадянам України для подорожі за кордон – 789,0 тис. путівок;
- іноземцям для подорожі в межах України – 11,4 тис. путівок.

За метою поїздки найбільша кількість туристів здійснювала подорожі:

- з культурно-пізнавальною метою – 1 731,1 тис. осіб;
- службовою – 110,1 тис. осіб;
- лікувально-оздоровчою – 17,2 тис. осіб;
- круїзний – 11,0 тис. осіб;
- міський туризм – 10,7 тис. осіб;
- гірський курорт – 8,9 тис. осіб;
- пригодницький – 6,5 тис. осіб;
- екологічний – 4,4 тис. осіб
- інші – 1 476,15 тис. осіб.

Розглянемо ТОП-10 туроператорів за кількістю обслугованих туристів (табл.1.5).

Таблиця 1.5

ТОП-10 туроператорів за кількістю обслугованих туристів[34]

№	Найменування	Кількість туристів, осіб
1	2	3
1	ТОВ "ДЖОІН АП!"	902600
2	ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР"	515582
3	ТОВ "АККОРД-ТУР"	297744
4	ТОВ "ТЕЗ ТУР"	284956

Продовження таблиці 1.5

1	2	3
5	ТОВ "КОРАЛ ТРЕВЕЛ"	243729
6	ТОВ "ТТВК"	230462
7	ТОВ "ТРЕВЕЛ ПРОФЕШНЛ ГРУП"	229484
8	ТОВ "ПЕГАС ТУРИСТИК"	115887
9	ТОВ "ГТО"	66400
10	ПАТ "ОБРІЙ ІНК."	41576
	Всього за даними туроператорів	3376350

Таким чином, найбільше обслуговували туристів ТОВ "ДЖОІН АП!" та ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ "АНЕКС ТУР".

У 2018 році загальний дохід від надання туристичних послуг (без ПДВ, акцизного податку і аналогічних обов'язкових платежів) склав 16 935,3 млн грн, у тому числі сума комісійних, агентських та інших винагород – 384,2 млн гривень. При цьому операційні витрати, зроблені суб'єктами туристичної діяльності склали 12 408,1 млн гривень. Обов'язкові платежі суб'єктами туристичної діяльності в бюджет та позабюджетні фонди склали 127,2 млн гривень. Витрати на послуги сторонніх організацій, що використовуються під час виробництва туристичного продукту, відповідно до наданих статистичних даних, склали 26 078,1 млн грн, з них [34]:

- на розміщення і проживання – 20 580,9 млн грн;
- на транспортне обслуговування – 5 176,2 млн грн;
- на харчування – 82,7 млн грн;
- на медичне обслуговування – 30,4 млн грн;
- на екскурсійне обслуговування – 23,9 млн грн;
- інше – 184 млн гривень.

Розглянемо туристичні потоки .

Незначне зменшення кількості в'їздів іноземних громадян до України у І півріччі 2019 року, у порівнянні з аналогічним періодом минулого року (- 5,6 %), зумовлено зменшенням туристичного потоку з прикордонних країн.

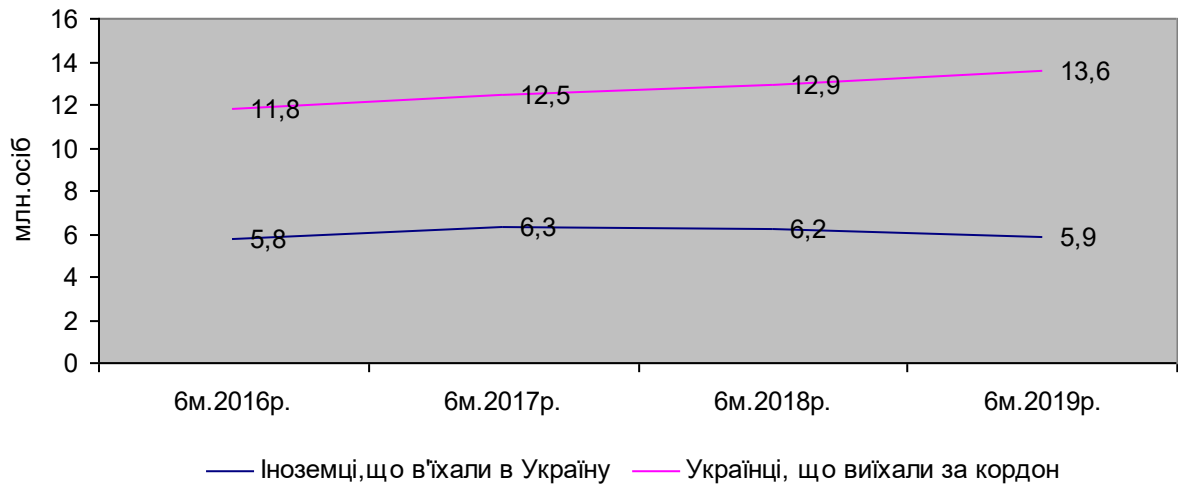


Рис.1.8. В'їзд іноземців в Україну та виїзд українців за кордон у I півріччі 2016-2019 рр

Лідерами за кількістю в'їздів іноземців до України історично залишаються прикордонні країни, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 85,5% до 80,7 %, що, серед іншого, пояснюється введенням з 01.01.2018 року змін до Митного кодексу України, що значно обмежують безмитний перетин товарів через кордон. На фоні зменшення у I півріччі 2019 року прикордонного обміну у порівнянні з I півріччям 2018 року, спостерігаються якісні зміни в структурі в'їзного туристичного потоку з неприкордонних країн. Так досягнуто суттєвого зростання потоків з: Литви – на 32,0%, Латвії – 18,1%, Німеччини – 17,5%, Канади – 11,4%, Китаю – 11,1%, а також продовжується тенденція зростання потоків туристів з: Франції – 6,0%, США – 5,6%, Чехії – 5,6%, Італії – 3,9%, Великобританії – 2,7%, Болгарії – 2,4% та відновився потік туристів з Грузії – 4,5% [34].

Протягом 2017-2019 років виїзний туристичний потік зберігає стабільну тенденцію до зростання, у зв'язку із введенням з 11 червня 2017 року безвізового режиму з країнами ЄС. За підсумками I півріччя 2019 року приріст виїзного потоку українських туристів порівняно з аналогічним періодом 2018 року становить 5,6% (у I півріччі 2018 р. приріст становив 3,3%) [34].

Переважно громадяни України виїжджають до прикордонних країн, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 88% до 77,7% туристичного потоку. Перерозподіл туристичних потоків пояснюється запровадженням безвізового режиму з країнами ЄС, введенням з 01.01.2018 року змін до Митного кодексу України, що значно обмежують безмитний перетин товарів через кордон, розширенням лоукост авіап перевезень та відкриттям прямих авіарейсів. При цьому спостерігаються якісні зміни в структурі виїзного туристичного потоку до неприкордонних країн. Так зафіксовано суттєве зростання потоків до: Австрії – на 157%, Німеччини – 60,9%, Іспанії – 50,1%, Єгипту – 46,0%, Болгарії – 42,4%, Греції – 43,8%, Італії – 30,5%, Кіпру – 23,6%, Грузії – 18,4%, Туреччини – 14,6% та ОАЕ – 13,9% [34].

Висновки до розділу 1

На підставі аналізу літературних джерел та статистичної звітності можливо зробити наступні висновки:

1. Досліджено економічну категорію «фінансова стратегія» та еволюція її розвитку

На сучасному етапі розвитку економіки науковці та практики у своїх дослідженнях все більше уваги звертають на проблему формування фінансової стратегії підприємств, як складової загальної стратегії. Такий підхід пов'язаний з тим, що фінансова діяльність суб'єктів господарювання вже не може бути звуженою до оперативного управління окремими складовими фінансових ресурсів: джерелами та напрямками їх використання.

Сьогодні існують різні підходи до формування поняття «фінансова стратегія».

Необхідно відзначити, що фінансова стратегія – це відносно нове поняття у вітчизняній науці та практиці менеджменту. Водночас слід відзначити, що в зарубіжній літературі (зокрема, американській та

європейській) з фінансового менеджменту поняття «фінансова стратегія» практично відсутнє, науковці оперують такими термінами, як, наприклад, «фінансове планування», «довгострокові інвестиційні рішення», «управління структурою капіталу». В стратегічному менеджменті вона розглядається виключно як різновид функціональних стратегій.

Фінансова стратегія, включаючи різноманітні методи та інструменти формування фінансових ресурсів, їх розподілу та використання, орієнтована на збільшення ринкової вартості підприємства, а також добробуту його власників в умовах швидкозмінного зовнішнього середовища.

Сьогодні в економічній літературі однозначно не визначені не лише сутність фінансової стратегії, але й її місце в системі менеджменту підприємства.

Зокрема, Г.В. Даценко пропонує розглядати фінансову стратегію як органічний елемент фінансового регулювання підприємства:

– у методологічному плані сутність і механізм формування фінансової стратегії необхідно аналізувати як одну з проблем фінансових відносин, фінансової оцінки реалізації стратегічних цілей підприємства;

– у схемі економічного регулювання фінансову стратегію необхідно розглядати як компонент загальної стратегії підприємства разом з товарними, інвестиційними, маркетинговими та іншими видами стратегічних рішень

У рамках такого підходу чітко простежується взаємозв'язок фінансового та стратегічного менеджменту.

Варто погодитись з тим, що фінансова стратегія є базовою серед інших функціональних стратегій (маркетингової, виробничої, кадрової тощо), оскільки створює передумови для їхньої реалізації. Вона тісно переплітається з ними і орієнтована на досягнення місії підприємства. Водночас фінансова стратегія є важливою складовою загальнокорпоративної стратегії підприємства. Її виокремлення в окрему підсистему насамперед обумовлене необхідністю пошуку джерел фінансування стратегічних заходів щодо реалізації місії підприємства, а також забезпечення досягнення бажаного

фінансового ефекту (максимізації прибутку, зростання ринкової вартості підприємства, покращення добробуту його власників тощо).

Отже, фінансова стратегія підприємства є невід'ємною складовою частиною та важливим елементом системи менеджменту підприємства, посідаючи центральне місце серед його функціональних стратегій, визначає основні напрями підвищення ефективності управління його фінансовою діяльністю та розвитку фінансових відносин з контрагентами.

2. Розглянуто методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища.

Модель фінансової стратегії має включати наступні взаємозалежні блоки: мету і завдання; рівні реалізації; зовнішні і внутрішні фактори формування; інструменти і методи реалізації; результативність.

Модель фінансової стратегії підприємства показує, через систему яких інструментів (програми, проекти, реструктуризація, глобалізація, диверсифікація тощо) і методів (моделювання, планування, аналіз, прогнозування тощо) вона реалізується

Вважаємо необхідним введення в модель запропоновану Ткачук І.Г. таку складову результативності як збільшення добробуту власників і працівників.

Визначення сукупності факторів, які впливають на розробку фінансової стратегії, дає змогу відповісти на питання: чи призведе розроблена фінансова стратегія до досягнення підприємством своєї фінансової мети в умовах змін факторів зовнішнього фінансового становища. Підприємство повинне частіше за своїх конкурентів складати прогнози, це дасть йому змогу контролювати майбутню ситуацію, на відміну від конкурентів, які зможуть лише реагувати на неї.

В основу класифікації факторів зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства, покладено різні види ризику і ступінь впливу на них менеджерів.

Важливим моментом формування фінансової стратегії є врахування, окрім стадії життєвого циклу підприємства і продукції, яку воно виробляє, також обраної фінансової та маркетингової політики. Тому можна виділяють окремі типи фінансових стратегій.

Розробка фінансової стратегії базується на конкретних принципах: збалансованості матеріальних і фінансових потоків, фінансового контролю та аналізу діяльності підприємства, прогнозування альтернативних варіантів розвитку.

3. Розглянуто стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні.

За даними Мінекономрозвитку, уже в 2016-му Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію.. А в 2017-му, за даними Світового банку, Україна успішно перемістилися на 25 позицію. В 2018-му цю позицію зберегла

Згідно з Ліцензійним реєстром суб'єктів тулоператорської діяльності Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, станом на 01.01.2019 видано 2 737 ліцензій підприємствам, що здійснюють туристичну діяльність.

В Україні діє туристичний збір. Конкретну ставку туристичного збору повинна визначити кожна окрема сільська, селищна, міська рада або рада об'єднаної територіальної громади для свого населеного пункту.

З початку 2019 року в Україні почали діяти нові ставки у Києві та Львові. Раніше їх розмір встановлювався у відсотках до вартості номеру, а з 1 січня 2019 року у відсотках від мінімальної зарплати: до 0,5% для українських туристів та до 5% для іноземних туристів.

Найбільше зростання обсягів надходжень від сплати податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності до зведеного бюджету у I півріччі 2019 року у порівнянні з I півріччям 2018 року відбулось у: Івано-Франківській (на 45,7%), Закарпатській (на 27,6%), Луганській (на 27,6%), Харківській (на 23,8%) та Донецькій (на 22,0%) областях. ТОП-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати податкових

платежів суб'єктами туристичної діяльності у I півріччі 2019 року: м. Київ – 686,8 млн грн (31,3% загальної суми); Львівська обл. – 223,7 млн грн (10,2 % загальної суми); Дніпропетровська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної суми); Одеська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної суми); Харківська обл. – 110,5 млн грн (5,0 % загальної суми).

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис. путівок на 9 492,1 тис. днів загальною вартістю 21 914,9 млн гривень.

Лідерами за кількістю в'їздів іноземців до України історично залишаються прикордонні країни, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 85,5% до 80,7 %, що, серед іншого, пояснюється введенням з 01.01.2018 року змін до Митного кодексу України, що значно обмежують безмитний перетин товарів через кордон. На фоні зменшення у I півріччі 2019 року прикордонного обміну у порівнянні з I півріччям 2018 року, спостерігаються якісні зміни в структурі в'їзного туристичного потоку з неприкордонних країн. Так досягнуто суттєвого зростання потоків з: Литви – на 32,0%, Латвії – 18,1%, Німеччини – 17,5%, Канади – 11,4%, Китаю – 11,1%, а також продовжується тенденція зростання потоків туристів з: Франції – 6,0%, США – 5,6%, Чехії – 5,6%, Італії – 3,9%, Великобританії – 2,7%, Болгарії – 2,4% та відновився потік туристів з Грузії – 4,5%

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ» В АСПЕКТІ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ

2.1. Організаційно – економічна характеристика ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Туризм , вельми перспективна сфера економічної діяльності в усьому світі, останнім часом активно набирає обертів і в Україні . Про це свідчить, зокрема, швидке зростання чисельності туристичних агенцій.

Туристична компанія «Тревел Січ» створена у 2005р. і успішно зарекомендовала себе на міжнародному туристичному ринку. «Тревел Січ» є акредитованим агенством IATA в Україні, що вказує на компанія є надійною, перевіреним партнером, відповідає всім вимогам міжнародного рівня.

«Тревел Січ» пропонує широкий перелік послуг. Це подорожі на будь-який смак і грошові можливості, візова підтримка, допомога в оформленні паспортів, бронування і продаж білетів. Компанія надає послуги і корпоративним клієнтам.

Усю діяльність компанії у загальному вигляді можна звести до виконання трьох основних функцій:

організаційної (формування комплексних маршрутів для туристських груп та туристів-індивідуалів на основі договорів між підприємствами туристичної індустрії);

посередницької (комплектування і продаж послуг та товарів туристського призначення за дорученням підприємств-постачальників туристичних послуг);

торговельно-банківської (операції з обміну валют, страхування майна та життя туристів).

Основною функцією компанії як складової туристичної індустрії є виробництво (комплектування), надання та реалізація комплексного турпродукту.

Основною метою функціонування компанії є задоволення потреб споживачів у туристичних послугах. Основним видом діяльності є комплектування та реалізація туристичного продукту - комплексу туристичних послуг, що задовольняють потреби туриста під час його подорожі.

Важливим етапом управління компанією є організація взаємодії «Тревел Січ». Вона дає можливість персоналу ефективно працювати для досягнення визначених цілей. Організація взаємодії персоналу передбачає формування системи управління між підрозділами компанії «Тревел Січ», включаючи розподіл між ними функцій, прав і відповідальності, взаємозв'язок між елементами керуючої і керованої підсистем. У свою чергу, організація діяльності базується на прийнятті управлінських рішень стосовно кожного напрямку роботи туристичної компанії «Тревел Січ».

Туристична компанія має в своєму арсеналі регулярні екскурсійні програми. Якщо влітку туристів цікавить відпочинок на морі (Туреччина, Болгарія, Чорногорія, тощо), а взимку – катання на лижах (Карпати, Польща, Словаччина, Австрія), то екскурсійні тури користуються популярністю протягом усього року. Турфірми вважають, що літній сезон триває всього три місяці, а зимовий (за наявності снігу) – два місяці. Отже, у туристичному році залишається майже сім місяців, які спеціалісти цієї сфери називають міжсезоном чи несезоном.

Розглянемо аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

На підставі проведених даних в табл.2.1 можливо зробити ряд висновків:

чистий дохід від реалізації продукції за 2017р. збільшився на 798,1 тис.грн., а за 2018р. на 461 тис. грн.

Таблиця 2.1

Аналіз основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»
за 2016-2018рр.

№ п.п.	Показники	Од. ви	2016 рік	2017рік	2018 рік	Відхилен ня 2017р. до 2016р.	Темп росту 2017р. до 2016р.	Відхилен ня 2018р. до 2017р.	Темп росту 2017р. до 2016р.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Чистий дохід від реалізації продукції	тис.грн.	2053,7	2851,8	3312,8	798,1	138,86	461	116,17
2.	Чисельність штатних працівників	чол.	7	8	10	1	114,29	2	125,00
3.	Чистий дохід від реалізації продукції на одного працівника	тис.грн./особу	293,39	356,48	331,28	63,09	121,50	-25,2	92,93
4.	Фонд оплати праці	тис. грн.	365030	610329,6	854820	245299,2	167,20	244490,4	140,06
5.	Середньомісячна заробітна плата на одну особу	грн/особу	4345,6	6357,6	7123,5	2012	146,30	765,9	112,05
6.	Собівартість реалізованої продукції	тис. грн.	0	0	0	0	-	0	-
7.	Валовий прибуток	тис.грн.	2053,7	2851,8	3312,8	798,1	138,86	461	116,17
8.	Операційні витрати	тис.грн.	1953	2734,6	3204,4	781,6	140,02	469,8	117,18
9.	Фінансовий результат від операційної діяльності	тис.грн.	100,7	117,2	108,4	16,5	116,39	-8,8	92,49
10.	Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності	%	4,90	4,11	3,27	-0,79	83,81	-0,83753	79,62
11.	Рентабельність капіталу (виробництва)	%	1,40	1,49	1,42	0,088	106,26	-0,06843	95,41

чисельність штатних працівників має стійку тенденцію до зростання , так за 2017р. чисельність працівників збільшилась на 1 особу і 2018р. ще на 2 особи;

чистий дохід від реалізації продукції на одного працівника за 2017р. зросла на 63,09 тис.грн/особу, в той час як у 2018р. відбулось зменшення на 25,12тис. грн./особу, що вказує на те що темпи зростання обсягу виробництва є меншими ніж теми зростання кількості працівників;

фонд оплати праці має стіку тенденцію до зростання, що пов'язане як зі зростанням чисельності так і з тенденціями збільшення середньої заробітної плати в регіоні;

середньомісячна заробітна плата на одну особу відповідно зростає, що відповідає зростанню фонд оплати праці, що пов'язане як зі зростанням чисельності так і з тенденціями збільшення середньої заробітної плати в регіоні;

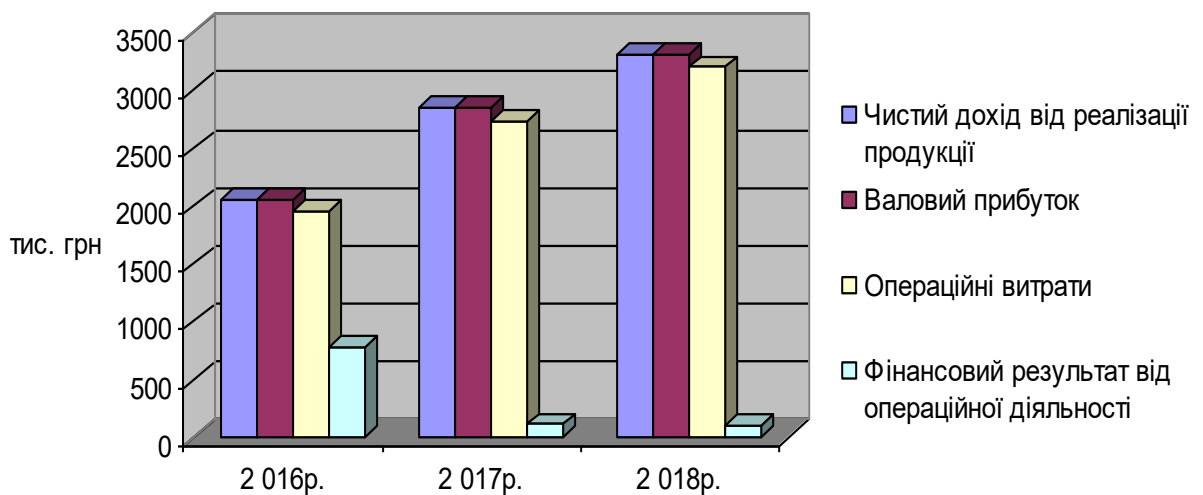


Рис.2.1. Динаміка основних фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

собівартість реалізованої продукції дорівнює нулю, що пов'язано з особливостями діяльності підприємства;

валовий прибуток за 2017р. збільшився на 798,1 тис. грн., а у 2018р. 461 тис. грн.;

операційні витрати мають тенденцію до постійного зростання: темп росту у 2017р. склав 140,02%, а у 2018р. -117,18%;

фінансовий результат від операційної діяльності є позитивним, але в абсолютному вираженні у 2018р. зменшується на 8,8 тис. грн.;

рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності у 2017р. зменшується на 0,79 пунктів, а у 2018р. на 0,84 пунктів;

рентабельність капіталу (виробництва) за 2017р. збільшується на 0,088 пунктів, а у 2018р. зменшується на 0,06843 пунктів.

2.2. Аналіз динаміки і структури майна ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» і джерел його фінансування

Майновий стан - одна з найбільш важливих характеристик основної діяльності підприємства. Дана сторона економічної діяльності підприємства зазнає впливу з боку багатьох факторів, у числі яких знаходиться і такий, що визначається співвідношенням між необоротними і оборотними активами підприємства. У економічній літературі немає однозначного визначення, яким повинно бути це співвідношення, оскільки воно формується залежно від галузі, в якій функціонує підприємство, від стану ринку в країні загалом і конкретного ринку продукції, яку виготовляє підприємство, та деяких інших факторів.

Співвідношення у складі майна підприємства і джерел його утворення на певний момент часу характеризує "Баланс" підприємства. У балансах показані розмір та структура майна підприємства, тобто дослівно "того, що діє", чим розпоряджається і що використовує підприємство у своїй операційній діяльності.

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Інші оборотні активи	1190	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Усього за розділом II	1195	1304,30	89,72	1498,80	92,28	194,50	2,56	114,91
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Баланс	1300	1453,70	100,00	1624,20	100,00	170,50	0,00	111,73
Пасив								
I. Власний капітал								
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,00	20,64	300,00	18,47	0,00	-2,17	100,00
Додатковий капітал	1410	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Резервний капітал	1415	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	212,60	14,62	298,90	18,40	86,30	3,78	140,59
Неоплачений капітал	1425	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Усього за розділом I	1495	512,60	35,26	598,90	36,87	86,30	1,61	116,84
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансове та забезпечення	1595	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	
III. Поточні зобов'язання								
Короткострокові кредити банків	1600	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Поточна кредиторська заборгованість за:		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
довгостроковими зобов'язаннями	1610	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
товари, роботи, послуги	1615	37,90	2,61	31,70	1,95	-6,20	-0,66	83,64
розрахунками з бюджетом	1620	18,80	1,29	16,90	1,04	-1,90	-0,25	89,89
у тому числі з податку на прибуток	1621	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
розрахунками зі страхування	1625	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
розрахунками з оплати праці	1630	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Доходи майбутніх періодів	1665	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Інші поточні зобов'язання	1690	884,40	60,84	976,70	60,13	92,30	-0,70	110,44

Продовження таблиці 2.2

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Усього за розділом III	1695	941,10	64,74	1025,30	63,13	84,20	-1,61	108,95
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-
Баланс	1900	1453,70	100,00	1624,20	100,00	170,50	0,00	111,73

Показники порівняльного балансу можна розділити на три групи: показники структури балансу; показники динаміки балансу; показники структурної динаміки балансу.

На підставі проведеного аналізу таблиці 2.2 можливо зробити ряд висновків.

Якщо питома вага необоротних активів (НА) вище за 50% в їх загальній структурі, то в такому разі підприємство має важку структуру активів, якщо менше 50% - легку (мобільну). На даному підприємстві як на початок так і на кінець спостерігаємо легку (мобільну) структуру активів.

Темп росту необоротних активів на 31.12.2016р. склало 83,94%, в структурі активів спостерегається зменшення на 2,56 пунктів. Єдиною складовою необоротних активів є основні засоби, в даній групі активів вони складають 100%. Це пояснюється особливостями діяльності підприємства.

Темп росту оборотних активів складає 114,91%.

В складі оборотних активів можливо відмітити наступні складові:

дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – темп зростання складає 178,70%;

гроші та їх еквіваленти значно зменшуються і темп росту відповідно склав 14,77%.

інша поточна дебіторська заборгованість- темп росту склав 40,98%.

На підприємстві відсутні запаси, що обумовлено специфікою діяльності сфери послуг.

Розглянемо структуру пасивів. В структурі пасивів найбільшу питому вагу займають зобов'язання -64,74% на 01.01.2016р. і 63,13% на 31.12.2016р.

Відповідно власний капітал складає 35,26% на 01.01.2016р. і 36,87% на 31.12.2016р.

Зареєстрований (пайовий) капітал за аналізований період не змінюється і складає 300,00 тис.грн.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) збільшується і темп росту склав відповідно 140,59%.

Загальний темп росту пасивів склав 111,73%

На підставі проведеного аналізу таблиці 2.3 можливо зробити ряд висновків.

Якщо питома вага необоротних активів (НА) вище за 50% в їх загальній структурі, то в такому разі підприємство має важку структуру активів, якщо менше 50% - легку (мобільну). На даному підприємстві як на початок так і на кінець спостерігаємо легку (мобільну) структуру активів.

Темп росту необоротних активів на 31.12.2017р. склало 122,49%, в структурі активів спостерегається зменшення на 1,04 пунктів. Єдиною складовою необоротних активів є основні засоби, в даній групі активів вони складають 100%. Це пояснюється особливостями діяльності підприємства.

Темп росту оборотних активів складає 143,16%.

В складі оборотних активів можливо відмітити наступні складові:

дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – темп зростання складає 108,50%;

гроші та їх еквіваленти значно збільшуються і темп росту відповідно склав 1027,69%.;

інша поточна дебіторська заборгованість- темп росту склав 132,14%.

На підприємстві відсутні запаси і на 31.12.2017р., що обумовлено специфікою діяльності сфери послуг.

Розглянемо структуру пасивів. В структурі пасивів найбільшу питому вагу займають зобов'язання -63,13% на 01.01.2017р. і 68,87% на 31.12.2017р.

Відповідно власний капітал складає 35,26% на 01.01.2017р. і 36,87% на 31.12.2017р.

Зареєстрований (пайовий) капітал за аналізований період не змінюється і складає 300,00 тис.грн.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) збільшується і темп росту склав відповідно 139,11 %.

Загальний темп росту пасивів склав 141,57%

Аналіз динаміки і структури майна ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» на 31.12. 2017р.

	Код рядка	На початок звітнього періоду		На кінець звітнього періоду		Відхилення		
		тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	в структурі	Гр
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Актив								
I. Необоротні активи			0,00		0,00	0,00	0,00	-
Незавершені капітальні інвестиції	1005		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Основні засоби	1010	125,40	7,72	153,60	6,68	28,20	-1,04	122,49
первісна вартість	1011	385,10	23,71	456,90	19,87	71,80	-3,84	118,64
знос	1012	259,70	15,99	303,30	13,19	43,60	-2,80	116,79
Довгострокові біологічні активи	1020		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Інші необоротні активи	1090		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Усього за розділом I	1095	125,40	7,72	153,60	6,68	28,20	-1,04	122,49
II. Оборотні активи			0,00		0,00	0,00	0,00	-
Запаси	1100		0,00		0,00	0,00	0,00	-
у тому числі готова продукція	1103		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Поточні біологічні активи	1110		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1379,60	84,94	1496,80	65,10	117,20	-19,84	108,50
Днбіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0,20	0,01		0,00	-0,20	-0,01	0,00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0,20	0,01		0,00	-0,20	-0,01	0,00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	64,10	3,95	84,70	3,68	20,60	-0,26	132,14
Поточні фінансові інвестиції	1160		0,00		0,00	0,00	0,00	-

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Гроші та їх еквіваленти	1165	54,90	3,38	564,20	24,54	509,30	21,16	1027,69
Витрати майбутніх періодів	1170		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Інші оборотні активи	1190		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Усього за розділом II	1195	1498,80	92,28	2145,70	93,32	646,90	1,04	143,16
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Баланс	1300	1624,20	100,00	2299,30	100,00	675,10	0,00	141,57
Пасив			0,00		0,00	0,00	0,00	-
I. Власний капітал			0,00		0,00	0,00	0,00	-
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,00	18,47	300,00	13,05	0,00	-5,42	100,00
Додатковий капітал	1410		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Резервний капітал	1415		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	298,90	18,40	415,80	18,08	116,90	-0,32	139,11
Неоплачений капітал	1425		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Усього за розділом I	1495	598,90	36,87	715,80	31,13	116,90	-5,74	119,52
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансове та забезпечення	1595		0,00		0,00	0,00	0,00	-
III. Поточні зобов'язання			0,00		0,00	0,00	0,00	-
Короткострокові кредити банків	1600		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			0,00		0,00	0,00	0,00	-
довгостроковими зобов'язаннями	1610		0,00		0,00	0,00	0,00	-
товари, роботи, послуги	1615	31,70	1,95	74,90	3,26	43,20	1,31	236,28
розрахунками з бюджетом	1620	16,90	1,04	49,50	2,15	32,60	1,11	292,90
у тому числі з податку на прибуток	1621		0,00	21,40	0,93	21,40	0,93	-
розрахунками зі страхування	1625		0,00	11,10	0,48	11,10	0,48	-
розрахунками з оплати праці	1630		0,00	39,50	1,72	39,50	1,72	-

Продовження таблиці 2.3

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Доходи майбутніх періодів	1665		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Інші поточні зобов'язання	1690	976,70	60,13	1408,50	61,26	431,80	1,12	144,21
Усього за розділом III	1695	1025,30	63,13	1583,50	68,87	558,20	5,74	154,44
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		0,00		0,00	0,00	0,00	-
Баланс	1900	1624,20	100,00	2299,30	100,00	675,10	0,00	141,57

На підставі проведеного аналізу таблиці 2.4 можливо зробити ряд висновків.

Якщо питома вага необоротних активів (НА) вище за 50% в їх загальній структурі, то в такому разі підприємство має важку структуру активів, якщо менше 50% - легку (мобільну). На даному підприємстві як на початок так і на кінець спостерігаємо легку (мобільну) структуру активів.

Темп росту необоротних активів на 31.12.2018р. склало 77,47%, в структурі активів спостерегається зменшення на 2,9768 пунктів. Єдиною складовою необоротних активів є основні засоби, в даній групі активів вони складають 100%. Це пояснюється особливостями діяльності підприємства.

Темп росту оборотних активів складає 144,20%.

В складі оборотних активів можливо відмітити наступні складові:

дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги – темп зростання складає 111,31%;

гроші та їх еквіваленти значно збільшуються і темп росту відповідно склав 246,30%.;

інша поточна дебіторська заборгованість- темп росту склав 45,45 %.

На підприємстві відсутні запаси і на 31.12.2018р., що обумовлено специфікою діяльності сфери послуг.

Розглянемо структуру пасивів. В структурі пасивів найбільшу питому вагу займають зобов'язання -68,87% на 01.01.2018р. і 72,85% на 31.12.2018р.

Відповідно власний капітал складає 31,13% на 01.01.2018р. і 27,15% на 31.12.2018р.

Зареєстрований (пайовий) капітал за аналізований період не змінюється і складає 300,00 тис.грн.

Нерозподілений прибуток (непокритий збиток) збільшується і темп росту склав відповідно 137,69 %.

Загальний темп росту пасивів склав 139,75 %

Аналіз динаміки і структури майна ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» на 31.12. 2018р.

	Код рядка	На початок звітнього періоду		На кінець звітнього періоду		Відхилення		
		тис.грн	%	тис.грн	%	тис.грн	В структурі	Тр
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Актив								
I. Необоротні активи								
Незавершені капітальні інвестиції	1005		0	0	0	0	0	-
Основні засоби	1010	153,6	6,680294	119	3,703473	-34,6	-2,976820	77,47
первісна вартість	1011	456,9	19,87127	464,1	14,44355	7,2	-5,427719	101,58
знос	1012	303,3	13,19097	345,1	10,74007	41,8	-2,450898	113,78
Довгострокові біологічні активи	1020		0	0	0	0	0	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030		0	0	0	0	0	-
Інші необоротні активи	1090		0	0	0	0	0	-
Усього за розділом I	1095	153,6	6,680294	119	3,703473	-34,6	-2,9768	77,47
II. Оборотні активи								
Запаси	1100		0	0	0	0	0	-
у тому числі готова продукція	1103		0	0	0	0	0	-
Поточні біологічні активи	1110		0	0	0	0	0	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1496,8	65,09807	1666,1	51,85174	169,3	13,2463367	111,31
Днбіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135		0	0	0	0	0	-
у тому числі з податку на прибуток	1136		0	0	0	0	0	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	84,7	3,68373	38,5	1,198182	-46,2	-2,48554	45,45455

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9
Поточні фінансові інвестиції	1160		0	0	0	0	0	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	564,2	24,5379	1389,6	43,24661	825,4	18,7087049	246,30
Витрати майбутніх періодів	1170		0	0	0	0	0	-
Інші оборотні активи	1190		0	0	0	0	0	-
Усього за розділом II	1195	2145,7	93,31971	3094,2	96,29653	948,5	2,97682083	144,2047
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200		0	0	0	0	0	-
Баланс	1300	2299,3	100	3213,2	100	913,9	0	139,7469
Пасив			0	0	0	0	0	-
I. Власний капітал			0	0	0	0	0	-
								-
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300	13,04745	300	9,336487	0	3,71096223	100
Додатковий капітал	1410		0	0	0	0	0	-
Резервний капітал	1415		0	0	0	0	0	-
								-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	415,8	18,08376	572,5	17,81713	156,7	0,26663528	137,6864
Неоплачений капітал	1425		0	0	0	0	0	-
								-
Усього за розділом I	1495	715,8	31,13121	872,5	27,15362	156,7	3,97759752	121,8916
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансове та забезпечення	1595		0	0	0	0	0	-
III. Поточні зобов'язання			0	0	0	0	0	-
Короткострокові кредити банків	1600		0	0	0	0	0	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			0	0	0	0	0	-
довгостроковими зобов'язаннями	1610		0	0	0	0	0	-
товари, роботи, послуги	1615	74,9	3,257513	19,6	0,609984	-55,3	-2,647	26,16822
розрахунками з бюджетом	1620	49,5	2,152829	54,7	1,702353	5,2	-0,450476	110,5051

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8	9
у тому числі з податку на прибуток	1621	21,4	0,930718	30,2	0,939873	8,8	0,00915498	141,1215
розрахунками зі страхування	1625	11,1	0,482756	10,3	0,320553	-0,8	-0,1622029	92,79279
розрахунками з оплати праці	1630	39,5	1,717914	36,4	1,132827	-3,1	-0,5850870	92,1519
Доходи майбутніх періодів	1665		0	0	0	0	0	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1408,5	61,25777	2219,7	69,08067	811,2	7,82289314	157,5932
Усього за розділом III	1695	1583,5	68,86879	2340,7	72,84638	757,2	3,97759752	147,8181
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу та групами вибуття	1700		0	0	0	0	0	-
Баланс	1900	2299,3	100	3213,2	100	913,9	0	139,7469

На підставі проведеного аналізу за період на 01.01.2016р. -31.12.2018р. можливо зробити висновок про постійно зростання валюти балансу:

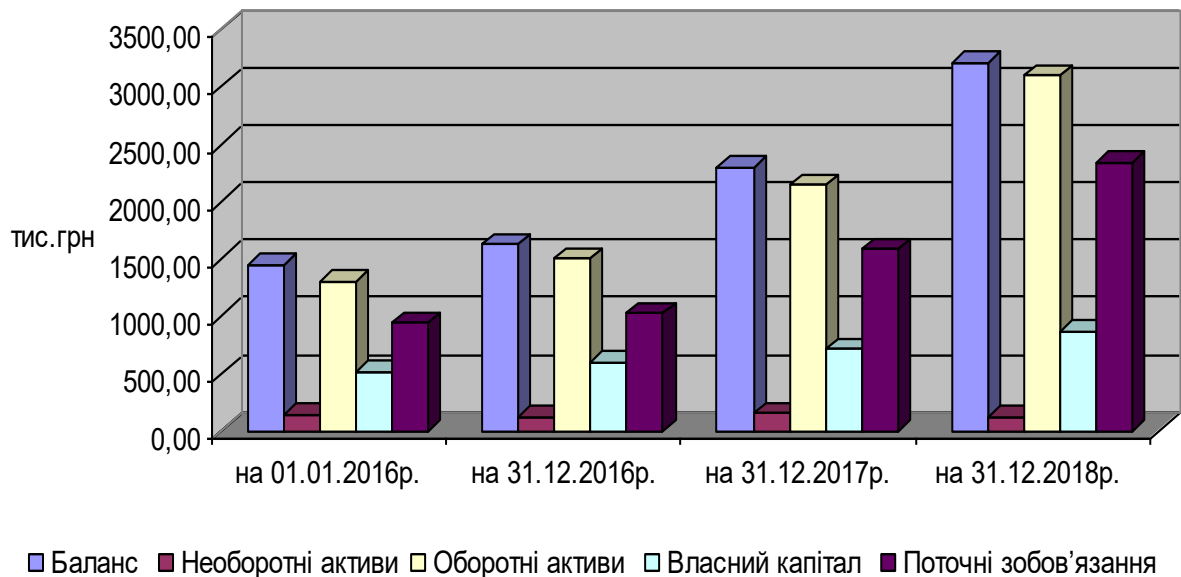


Рис.2.2. Динаміка статей балансу
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Аналіз всіх наведених на рис.2.2 складових балансу вказує на стійку тенденцію зростання як загальної суми так і окремих складових, так на 31.12.2018р. порівняно з даними на 01.01.2016р. загальна сума балансу зросла на 1759,50 тис. грн., оборотні активи на 1789,90 тис.грн., власний капітал на 359,90 тис. грн., поточні зобов'язання на 1399,60 тис.грн. і тільки необоротні активи зменшилися на 30,40 тис. грн.

2.3. Аналіз фінансових результатів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Фінансові результати займають центральне місце в системі управління підприємством. Це важлива й водночас дуже складна як економічна, так і обліково-аналітична категорія. Зміст поняття «фінансовий результат» виражається в категоріях «прибуток» і «збиток», які є протилежними за змістом, але порядок їх формування єдиний. Застосування принципу

нарахування та відповідності доходів і витрат передбачає формування фінансових результатів методом їх порівняння[36].

Доходи та витрати – економічні категорії, рівень яких визначає величину прибутку й рентабельності підприємства. Доходи та витрати визначають згідно з П(С)БО та відображаються у Звіті про фінансові результати в момент їх виникнення, незалежно від часу надходження й сплати грошей. Отже, прибуток (збиток) – це умовний розрахунковий показник, а не реальні грошові кошти, які можна використовувати в операціях купівлі-продажу. Прибуток може відрізнятися від реальної величини грошових коштів на величину несплаченої дебіторської заборгованості, кредитів, амортизаційних нарахувань і т. ін. У зв'язку з цим у фінансовій звітності може бути завищена величина прибутку й, відповідно, оцінка рентабельності буде висока, але підприємство при цьому може відчувати гострий дефіцит грошових коштів. І навпаки, величина прибутку може бути незначною, а фінансовий стан – цілком стійким. Крім того, на практиці більшість вітчизняних підприємств використовують схеми «оптимізації оподаткування», що призводить до спотворення прибутку з метою зниження бази оподаткування [36].

Господарський кодекс України (ст. 142) трактує наступне визначення: «прибуток (доход) суб'єкта господарювання є показником фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань» [37].

Найголовнішими завданнями аналізу фінансових результатів діяльності підприємства є [38]:

- оцінка динаміки, якості, обсягів та структури фінансових результатів;
- розкриття факторів і кількісна оцінка їх впливу на фінансові результати;
- встановлення доцільності та ефективності використання прибутку;

– визначення резервів зростання прибутку та рентабельності, розробка рекомендацій щодо їх впровадження.

На підставі аналізу табл.2.5 можливо зробити наступні висновки:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2017р. збільшився на 798,10 тис. грн., за 2018р. на 461,00 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшився 1259,10 тис.грн.;

- інші операційні доходи за 2017р. збільшилися на 20,90 тис. грн., за 2018р. на 56,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 77,20 тис.грн.;

- інші доходи збільшилися тільки у 2018р. до 1 тис. грн., у 2016-2017р. дорівнювали 0 тис. грн.;

- разом доходи за 2017р. збільшилися на 819,00 тис. грн., за 2018р. на 518,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1337,30тис.грн.;

- собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) дорівнює нулю, що пов'язано зі специфікою діяльності;

- інші операційні витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1251,40 тис.грн.;

- інші витрати залишаються без змін і дорівнюють нулю;

- разом витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на1251,40 тис.грн.;

- фінансовий результат до оподаткування за 2017р. збільшився на 37,40 тис. грн., за 2018р. на 48,50 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 85,90 тис.грн.;

- податок на прибуток за 2017р. збільшився на 6,80тис. грн., за 2018р. на 8,70тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на15,50 тис.грн.;

- чистий прибуток (збиток) за 2017р. збільшився на 30,60тис. грн., за 2018р. на 39,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 70,40тис.грн.;

Аналіз фінансових результатів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Стаття	Рік			2017р./2016р.		2018р./2017р.		2018р./2016р.	
	2016р.	2017р.	2018р.	відхилення тис. грн	Тр.	відхилення тис. грн	Тр.	відхилення тис. грн	Тр.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2053,70	2851,80	3312,80	798,10	138,86	461,00	116,17	1259,10	161,31
Інші операційні доходи	4,50	25,40	81,70	20,90	564,44	56,30	321,65	77,20	1815,56
Інші доходи	0,00	0,00	1,00	0,00	-	1,00	-	1,00	-
Разом доходи	2058,20	2877,20	3395,50	819,00	139,79	518,30	118,01	1337,30	164,97
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00	-	0,00	-
Інші операційні витрати	1953,00	2734,60	3204,40	781,60	140,02	469,80	117,18	1251,40	164,08
Інші витрати	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00	-	0,00	-
Разом витрати	1953,00	2734,60	3204,40	781,60	140,02	469,80	117,18	1251,40	164,08
Фінансовий результат до оподаткування	105,20	142,60	191,10	37,40	135,55	48,50	134,01	85,90	181,65
Податок на прибуток	18,90	25,70	34,40	6,80	135,98	8,70	133,85	15,50	182,01
Чистий прибуток (збиток)	86,30	116,90	156,70	30,60	135,46	39,80	134,05	70,40	181,58

На підставі аналізу доходів (табл.2.6) можливо зробити наступні висновки:

найбільшу питому вагу в структури доходів складає чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): за 2016р.- 99,78%, за 2017р. - 99,12%, за 2018р. - 97,56% . Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам (принципалам тощо), та податків і зборів;

інші операційні доход: за 2016р.- 0,22 %, за 2017р. - 0,88%, за 2018р. - 2,41%. До складу інших операційних доходів включаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), зокрема: дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від роялті, відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках в банках, дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття тощо.

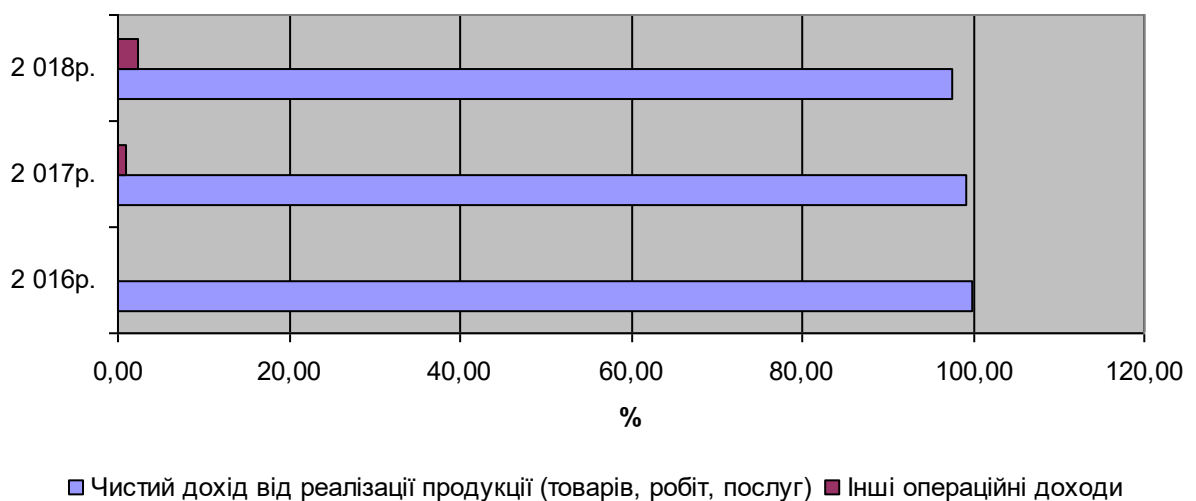


Рис.2.3. Динаміка питомої ваги окремих складових доходів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Аналіз доходів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Стаття	2016р.		2017р.		2018р.		2017р./2016р.			2018р./2017р.		
	тис.грн	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	В структурі	Тр.	тис.грн.	В структурі	Тр.
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2053,70	99,78	2851,80	99,12	3312,80	97,56	798,10	-0,66	138,86	461,00	-1,55	116,17
Інші операційні доходи	4,50	0,22	25,40	0,88	81,70	2,41	20,90	0,66	564,44	56,30	1,52	321,65
Інші доходи	0,00	0,00	0,00	0,00	1,00	0,03	0,00	0,00	-	1,00	0,03	-
Разом доходи	2058,20	100,00	2877,20	100,00	3395,50	100,00	819,00	0,00	139,79	518,30	0,00	118,01

Аналіз витрат ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр

Стаття	2 016р.		2 017р.		2 018р.		2017р./2016р.			2018р./2017р.		
	тис.грн	%	тис.грн.	%	тис.грн.	%	тис.грн.	В структурі	Тр.	тис.грн.	В структурі	Тр.
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	-	0,00	0	-
Інші операційні витрати	1953,00	100	2734,60	100	3204,40	100	781,60	0	140,0205	469,80	0	117,1798
Інші витрати	0,00	0	0,00	0	0,00	0	0,00	0	-	0,00	0	-
Разом витрати	1953,00	100	2734,60	100	3204,40	100	781,60	0	140,0205	469,80	0	117,1798

Єдиною складовою витрат ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр є інші операційні витрати.

В статті «Інші операційні витрати» відображаються У цьому рядку відображають:

- собівартість реалізованих виробничих запасів, необоротних активів, утримуваних для продажу, і груп вибуття;
- відрахування на створення резерву сумнівних боргів і суми списаної понад резерв безнадійної дебіторської заборгованості;
- втрати від операційних курсових різниць;
- втрати від знецінення запасів;
- визнані економічні (фінансові) санкції;
- відрахування на забезпечення майбутніх операційних витрат;
- інші витрати, що виникають у процесі операційної діяльності підприємства (крім витрат, які включають до собівартості продукції, товарів, робіт, послуг).

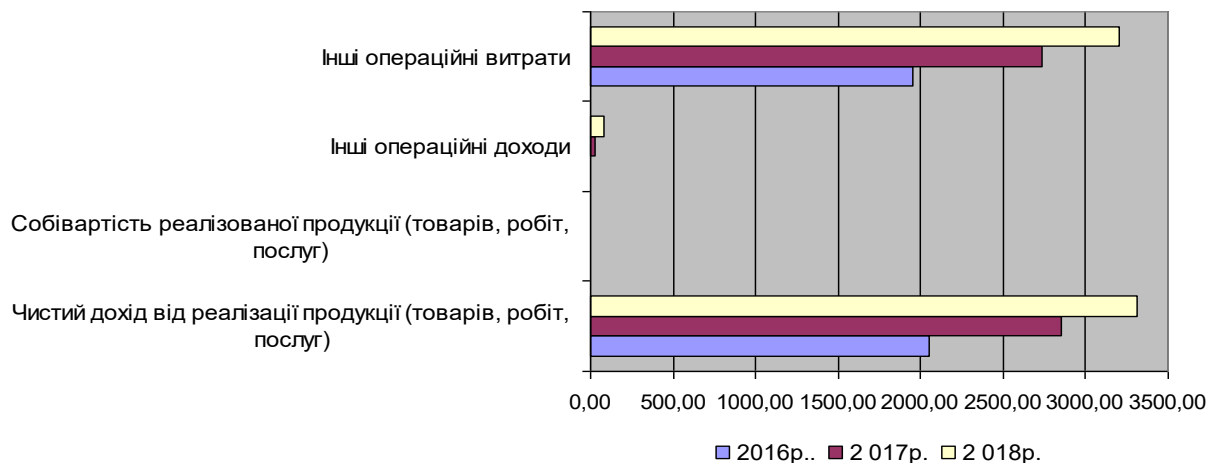


Рис.2.4 Динаміка складових доходів і витрат

ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр., тис.грн.

Таким чином, аналіз вказує фактично на підвищення всіх складових доходів і витрат.

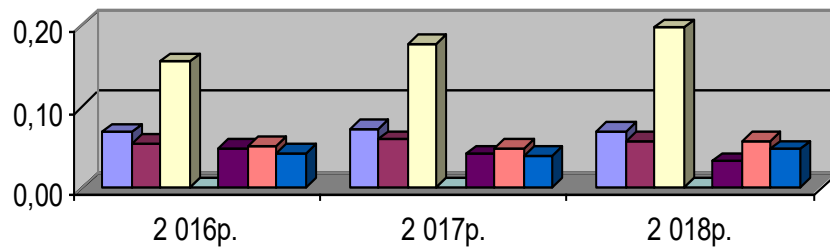
Проведемо аналіз рентабельності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Аналіз рентабельності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Показник	2016р.	2017р.	2018р.	2017р./2016р.		2018р./2017р.	
				Відхилення	Тр	Відхилення	Тр
Рентабельність активів за прибутком до оподаткування	0,07	0,07	0,07	0,00	106,34	0,00	95,38
Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком	0,06	0,06	0,06	0,00	106,26	0,00	95,41
Рентабельність власного капіталу	0,16	0,18	0,20	0,02	114,52	0,02	110,96
Рентабельність виробничих фондів	0,63	0,84	1,15	0,21	133,42	0,31	137,19
Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації	0,05	0,04	0,03	-0,01	83,81	-0,01	79,62
Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності	0,05	0,05	0,06	0,00	97,62	0,01	114,76
Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком	0,04	0,04	0,05	0,00	97,55	0,01	115,39
Період окупності капіталу	17,83	16,78	17,59	-1,05	94,11	0,81	104,81
Період окупності власного капіталу	6,44	5,62	5,07	-0,82	87,32	-0,56	90,13

Рентабельність активів за прибутком до оподаткування показує скільки прибутку до оподаткування припадає на одиницю коштів, інвестованих в активи. Показник є стабільним і складає 0,07 або 7%.

Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю інвестованих в активи коштів. Показник є стабільним і складає 0,06 або 6%.



- Рентабельність активів за прибутком до оподаткування
- Рентабельність капіталу (активів) за чистим прибутком
- Рентабельність власного капіталу
- Рентабельність виробничих фондів
- Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації
- Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності

Рис.2.5. Динаміка рентабельності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Рентабельність власного капіталу показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю власного капіталу. Показник має стабільну динаміку до збільшення. Показник за 2017р. збільшується на 0,02, темп росту склав 114,52%, за 2018р. збільшується також на 0,02, темп росту склав 110,96%.

Рентабельність виробничих фондів показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю вартості виробничих фондів. Показник має стабільну динаміку до збільшення. Показник за 2017р. збільшується на 0,21, темп росту склав 133,42 %, за 2018р. збільшується також на 0,31, темп росту склав 137,19%.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки. Зміну показника вказує на тенденцію до зменшення. Показник зменшується за 2017р. на 0,01, а за 2018р. ще на 0,01. Така тенденція пов'язана з тим, що темпи зростання прибутку значно менше темпів росту виручку.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності не мав змін за 2017р. і складав як у 2016р. так і 2017р. 0,05, але у 2018р. збільшився на 0,01.

Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю виручки. Показник не мав змін за 2017р. і складав як у 2016р. так і 2017р. 0,05, але у 2018р. збільшився на 0,01.

Період окупності капіталу показує за який період кошти, що інвестовані в активи, будуть компенсовані чистим прибутком. Показник зменшується за 2017р. на 1,05, а за 2018р. збільшується на 0,81.

Період окупності власного капіталу показує за який період власний капітал буде компенсований чистим прибутком. Показник має стійку тенденцію до зменшення, що є позитивним явищем: за 2017р. зменшився на 0,82, за 2018р. зменшився на 0,56.

2.4. Аналіз фінансового стану ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» на основі аналітичних показників

Фінансова звітність представляє собою комплекс показників, яким притаманні як логічний, так і інформаційний взаємозв'язок. Логічний взаємозв'язок полягає у взаємодоповненні та взаємній кореспонденції розділів та статей звітних форм.

Регулярність формування на підприємствах стандартної звітності дає змогу проводити аналіз оперативно, без витрачання додаткових зусиль на

пошук інформації. Крім цього можна говорити про динаміку показників, про визначення загальних тенденцій розвитку підприємства.

Окрім перерахованих форм, необхідно мати додаткову інформацію про підприємство, яку не завжди можна виділити з фінансових звітів.

Зміст та обсяг інформації визначається характерними особливостями галузі або конкретного підприємства.

Слід врахувати, що вплив бухгалтерської фінансової звітності на ефективність прийняття рішень визначається тим, наскільки об'єктивно вона відповідає запитам користувачів[40].

Коефіцієнтний метод передбачає розрахунок системи коефіцієнтів, що висвітлюють різні боки господарювання підприємства і враховують вплив як внутрішнього, так і зовнішнього середовищ на фінансовий стан підприємства[41].

Майновий стан підприємства характеризується використанням засобів (активів) і джерелами їх формування (пасивів).

Джерелом інформації для оцінки майнового стану є баланс підприємства. В процесі аналізу активу й пасиву балансу визначаються показники структури, динаміки балансу, структурної динаміки балансу, а саме:

абсолютні величини по статтям активу і пасиву балансу на початок і кінець періоду та зміни абсолютних величин;

питома вага окремих статей у валюті балансу на початок і кінець періоду та зміни у питомій вазі;

зміни статей балансу на кінець періоду у порівнянні із відповідними значеннями на початок періоду (абсолютні прирости і темпи росту).

У вітчизняній і світовій практиці розроблено ряд показників, які характеризують фінансовий стан підприємства за різними аспектами.

Для характеристики фінансової діяльності підприємства в першу чергу необхідно провести оцінку майнового стану підприємства.

Таблиця 2.9

Аналіз показників майнового стану ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Показник	На початок періоду	На кінець періоду	Відхилення	Темп росту
2016р.				
Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах	0	0	0,00	-
Частка основних засобів в активах	0,10	0,08	-0,03	75,12461
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,60	0,67	0,08	112,8203
Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах	0,00	0,00	0,00	-
Частка оборотних виробничих активів в активах	0,00	0,00	0,00	-
Коефіцієнт мобільності активів	8,73	11,95	3,22	136,905
2017р				
Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах	0,00	0,00	0,00	-
Частка основних засобів в активах	0,08	0,07	-0,01	86,52419
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,67	0,66	-0,01	98,43574
Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах	0,00	0,00	0,00	-
Частка оборотних виробничих активів в активах	0,00	0,00	0,00	-
Коефіцієнт мобільності активів	11,95	13,97	2,02	116,8777
2 018р.				
Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах	0,00	0,00	0,00	-
Частка основних засобів в активах	0,07	0,04	-0,03	55,43878
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,66	0,74	0,08	112,0165
Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах	0,00	0,00	0,00	-
Частка оборотних виробничих активів в активах	0,00	0,00	0,00	-
Коефіцієнт мобільності активів	13,97	26,00	12,03	186,1331

Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах – це показник, що показує частку обігових коштів у виробничій сфері, у зв'язку з відсутністю процесу виробництва цей показник дорівнює нулю.

Частка основних засобів в активах показує частку коштів, інвестованих в основні засоби, у валюті балансу. На 31.12.2016 показник зменшився на 0,03; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. зменшився на 0,03.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує рівень фізичного і морального зносу основних фондів. Підприємство застосовує обмежену

кількість основних фондів і головна маса це комп'ютерна техніка та меблі. Показник має значні значення, що вказує на велику міру зносу. На 31.12.2016 показник збільшився на 0,08; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. збільшився на 0,08.

Частка довгострокових фінансових інвестицій в активах показує частку фінансових (портфельних) інвестицій у валюті балансу, зменшення диверсифікацій-ного ризику. На даному підприємстві показник відсутній.

Частка оборотних виробничих активів в активах показує частку мобільних виробничих фондів у валюті балансу. У зв'язку з відсутністю процесу виробництва цей показник дорівнює нулю.

Коефіцієнт мобільності активів показує скільки обігових коштів припадає на одиницю необігових коштів, потенційна можливість перетворення активів у ліквідні кошти. Показник значно перебільшує норматив, що вказує на перевищення кількості обігових коштів над необіговими. На 31.12.2016 показник збільшився на 3,22; на 31.12.2017р. зменшився на 2,02; на 31.12.2018р. збільшився на 12,03.

Ділова активність підприємства проявляється через розширення ринків збуту продукції, підтримання ділової репутації (іміджу), вихід на ринок праці і капіталу тощо.

Ділова активність оцінюється системою показників (коефіцієнтів), які характеризують найважливіші сторони діяльності підприємства.

Досліджуючи динаміку абсолютних показників, необхідно виявити, на скільки вона відповідає їх оптимальному співвідношенню, яке дістало назву "золоте правило економіки підприємства":

$$\text{Трп} > \text{Трв} > \text{Тра} > 100\% \quad (2.1)$$

де Трп, Трв, Тра – темп зростання відповідно чистого прибутку, чистого доходу, активів.

Аналіз виконання «золотого правила»

ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Рік	Трп	>	Трв	>	Тра	>	100%
2 016р.	68,71	<	98,47	<	111,73	>	100
2 017р.	135,46	<	138,86	<	141,57	>	100
2 018р.	134,05	>	116,17	<	139,75	>	100

Таким чином, для даного підприємства правило не виконується. Але у всіх роках темп росту активів більше 100%, таке співвідношення вказує про недостатню ефективність використання активів. Стосовно темпів зростання чистого прибутку і чистої виручки від реалізації продукції, то у 2018р. другий показник зростав повільніше у порівнянні з першим, тобто $Трв < Трп$, що свідчить про інтенсивний шлях нарощування прибутку у 2018р., чого не спостеригалось в інших періодах.

Ділову активність підприємства характеризують показники ефективності використання робочої сили, основних виробничих фондів, оборотного капіталу, фінансових ресурсів тощо.

Коефіцієнт трансформації показує скільки отримано чистої виручки від реалізації продукції на одиницю коштів, інвестованих в активи. Темп приросту за 2017р. склав 108,93%, за 2018р. склав 82,68%. Зменшення показника за 2018р. є явищем негативним.

Фондовіддача показує скільки виручки припадає на одиницю основних виробничих фондів. Темп приросту за 2017р. склав 95,92%, за 2018р. склав 169,53%. Збільшення показника за 2018р. є явищем позитивним і показує збільшення віддачі.

Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороту) показує кількість оборотів обігових коштів за період; скільки виручки припадає на одиницю обігових коштів. За 2017р. показник збільшився на 0,10, але за 2018р. зменшився на 0,30. Така змінна вказує на уповільнення обігових коштів і є негативною.

Аналіз показників ділової активності

ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» за 2016-2018рр.

Показник	2016р.	2017р.	2018р.	2017р./2016р.		2018р./2017р.	
				Відхилення	Тр	Відхилення	Тр
Коефіцієнт трансформації	1,33	1,45	1,20	0,12	108,93	-0,25	82,68
Фондовіддача	14,95	14,34	24,31	-0,61	95,92	9,97	169,53
Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороті)	1,47	1,56	1,26	0,10	106,80	-0,30	80,80
Період одного обороту обігових коштів (днів)	245,68	230,03	284,71	-15,65	93,63	54,67	123,77
Коефіцієнт оборотності запасів (обороті)	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00	-
Період одного обороту запасів (днів)	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00	-
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	1,73	1,89	2,02	0,16	109,07	0,13	106,95
Період погашення дебіторської заборгованості (днів)	208,28	190,96	178,55	-17,33	91,68	-12,41	93,50
Коефіцієнт оборотності готової продукції (оборотів)	0,00	0,00	0,00	0,00	-	0,00	-
Період погашення кредиторської заборгованості (днів)	9,23	14,11	16,08	4,88	152,92	1,97	113,96
Період операційного циклу (днів)	208,28	190,96	178,55	-17,33	91,68	-12,41	93,50
Період фінансового циклу (днів)	199,05	176,84	162,47	-22,21	88,84	-14,38	91,87
Коефіцієнт оборотності власного капіталу (оборотність)	3,70	4,34	4,17	0,64	117,40	-0,17	96,15

Період одного обороту обігових коштів (днів) показує, який середній період від витрачання коштів для виробництва продукції до отримання коштів за реалізовану продукцію. За 2017р. показник зменшився на 15,65 днів, але за 2018р. збільшився на 54,67 днів.

Коефіцієнт оборотності запасів (обороті) показує кількість оборотів коштів, інвестованих у запаси. Показник дорівнює нулю, у зв'язку з відсутністю запасів.

Період одного обороту запасів (днів) показує період, протягом якого запаси трансформуються в кошти. Показник дорівнює нулю, у зв'язку з відсутністю запасів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості показує у скільки разів виручка перевищує середню дебіторську заборгованість. За 2017р. показник збільшився на 0,16, але за 2018р. збільшився на 0,13.

Період погашення дебіторської заборгованості (днів) показує середній період інкасації дебіторської заборгованості, тобто період її погашення. За 2017р. показник зменшився на 17,33 днів, але за 2018р. зменшився на 17,33 днів.

Коефіцієнт оборотності готової продукції (оборотів) показує у скільки разів виручка перевищує середні запаси готової продукції. Показник дорівнює нулю, у зв'язку з відсутністю готової продукції.

Період погашення кредиторської заборгованості (днів) показує середній період сплати підприємством короткострокової заборгованості. За 2017р. показник збільшився на 4,88 днів, але за 2018р. збільшився на 1,97днів.

Період операційного циклу (днів) показує тривалість перетворення придбаних матеріальних ресурсів на грошові кошти. Показник зменшується що є позитивним явищем. За 2017р. показник зменшився на 17,33 днів, за 2018р. зменшився ще на 12,41 днів. Зменшення показника свідчить вже про нестачу коштів (підприємство живе "вборг").

Період фінансового циклу (днів) показує період обороту коштів. За 2017р. показник зменшився на 22,21 днів, за 2018р. зменшився ще на 14,38 днів.

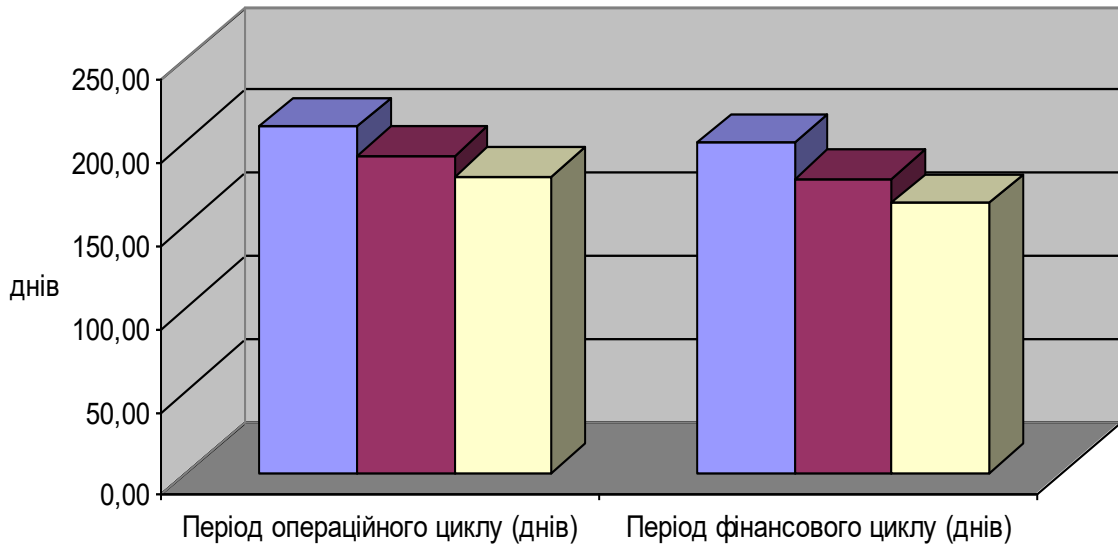


Рис.2.6. Динаміка періоду операційного і фінансового циклу

Коефіцієнт оборотності власного капіталу (оборотність) показує скільки чистої виручки від реалізації продукції припадає на одиницю власного капіталу. За 2017р. показник збільшується на 0,64, за 2018р. показник зменшується на 0,17.

Однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства є його фінансова стійкість(стабільність).

Фінансова стійкість — це надійно гарантована платоспроможність, рівновага між власними та залученими засобами, незалежність від випадковостей ринкової кон'юнктури і партнерів, довіра кредиторів і інвесторів та рівень залежності від них, наявність такої величини прибутку, який би забезпечив самофінансування.

Розроблена система показників, які у вітчизняній і світовій практиці використовуються для оцінки фінансової стійкості підприємства. Основними із них є:

— коефіцієнт концентрації власного капіталу(коефіцієнт автономії);

- коефіцієнт фінансової залежності;
- коефіцієнт маневреності власного капіталу;
- коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів власними оборотними коштами;
- коефіцієнт співвідношення власного і залученого капіталу (коефіцієнт фінансової стійкості);
- коефіцієнт співвідношення залученого і власного капіталу;
- коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами;
- коефіцієнт відношення реальних активів і вартості майна;
- коефіцієнт поточних зобов'язань;
- коефіцієнт довгострокових зобов'язань та ін.

Таблиця 2.12

Аналіз показників фінансової стійкості
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Показник	На початок періоду	На кінець періоду	Відхилення	Темп росту
1	2	3	4	5
2016р.				
Власні обігові кошти	363,2	473,5	110,3	130,3689
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,278464	0,315919	0,037456	113,4509
Маневреність робочого капіталу	0	0	0	-
Маневреність власних обігових коштів	1,023678	0,115945	-0,90773	11,32632
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт покриття запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,352617	0,368735	0,016118	104,5709
Коефіцієнт фінансової залежності	2,835934	2,711972	-0,12396	95,62887
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,708545	0,790616	0,082071	111,5831
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,647383	0,631265	-0,01612	97,51029
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	0,544682	0,584122	0,03944	107,2409
Показник фінансового ліверіджу	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,352617	0,368735	0,016118	104,5709

Продовження таблиці 2.12

1	2	3	4	5
2017р.				
Власні обігові кошти	473,5	562,2	88,7	118,73284
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,315919	0,262012	-0,05391	82,93647
Маневреність робочого капіталу	0	0	0	-
Маневреність власних обігових коштів	0,115945	1,003557	0,887612	865,5455
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт покриття запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,368735	0,311312	-0,05742	84,42698
Коефіцієнт фінансової залежності	2,711972	3,21221	0,500238	118,4456
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,790616	0,644355	-0,14626	81,5004
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,631265	0,688688	0,057423	109,0965
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	0,584122	0,452037	-0,13209	77,3874
Показник фінансового ліверіджу	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,368735	0,311312	-0,05742	84,42698
2018р.				
Власні обігові кошти	562,2	753,5	191,3	134,027
Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами	0,262012	0,24352	-0,01849	92,94222
Маневреність робочого капіталу	0	0	0	-
Маневреність власних обігових коштів	1,003557	1,844194	0,840636	183,7656
Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт покриття запасів	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії)	0,311312	0,271536	-0,03978	87,22312
Коефіцієнт фінансової залежності	3,21221	3,682751	0,470541	114,6485
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,644355	0,86361	0,219255	134,027
Коефіцієнт концентрації позикового капіталу	0,688688	0,728464	0,039776	105,7756
Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування)	0,452037	0,372752	-0,07928	82,46052
Показник фінансового ліверіджу	0	0	0	-
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,311312	0,271536	-0,03978	87,22312

Розглянемо отриманні в табл.2.12 результати.

Власні обігові кошти (робочий, функціонуючий капітал) показує оборотні активи, які фінансуються за рахунок власного капіталу і довго

строкових зобов'язань. Наявність позитивного значення означає не лише здатність платити поточні борги, а й можливість розширити виробництво.

Оптимальна сума чистого оборотного капіталу залежить від особливостей діяльності компанії, зокрема від її масштабів, обсягів реалізації, швидкості оборотності матеріальних запасів і дебіторської заборгованості. Недолік оборотного капіталу свідчить про нездатність підприємства вчасно погасити короткострокові зобов'язання.

Значне перевищення чистого оборотного капіталу над оптимальною потребою свідчить про нераціональне використання ресурсів підприємства. Важливе аналітичне значення має розгляд темпів росту власного оборотного Темп росту показника за 2016р. - 130,37%, за 2017р. - 118,73%, за 2018р. - 134,03%.

Коефіцієнт забезпечення оборотних активів власними коштами показує Абсолютну можливість перетворення активів у ліквідні кошти. Темп росту показника за 2016р. - 113,45%, за 2017р. - 82,94 %, за 2018р. - 92,94%.

Маневреність робочого капіталу показує частка запасів, тобто матеріальних, виробничих активів у власних обігових коштах; обмежує свободу маневру власними коштами. У зв'язку з відсутністю запасів показник дорівнює нулю.

Маневреність власних обігових коштів показує частку абсолютно ліквідних активів у власних обігових коштах; забезпечує свободу фінансового маневру. Темп росту показника за 2016р. - 11,33%, за 2017р. - 865,55%, за 2018р. - 183,76%. Як бачемо показник значно збільшився, що є позитивним явищем.

Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів показує наскільки запаси, що мають найменшу ліквідність у складі оборотних активів, забезпечені довгостроковими стабільними джерелами фінансування. У зв'язку з відсутністю запасів показник дорівнює нулю.

Коефіцієнт покриття запасів показує скільки на одиницю коштів, що вкладені в запаси, припадає у сукупності власних коштів, довго- та

короткострокових зобов'язань. У зв'язку з відсутністю запасів показник дорівнює нулю.

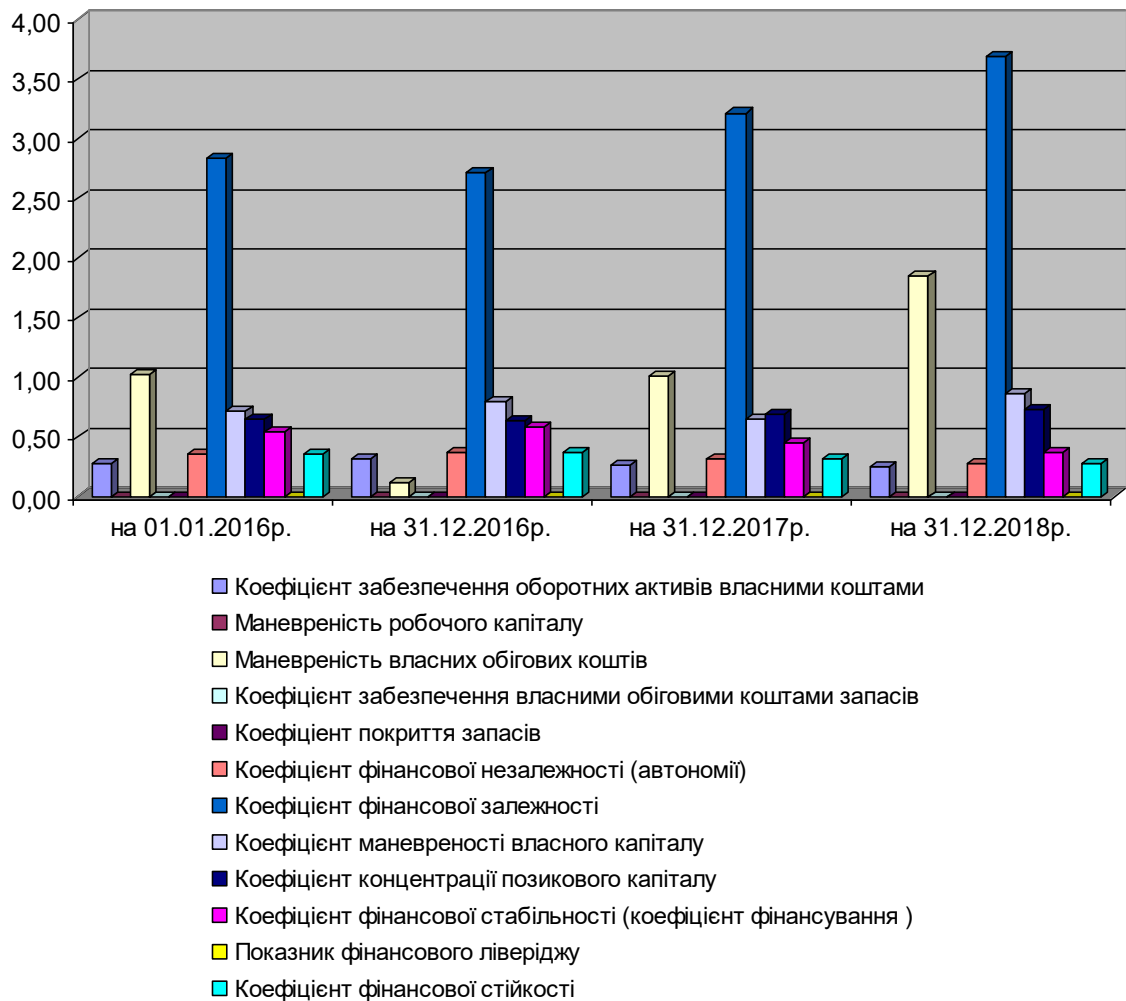


Рис.2.7. Динаміка показників фінансової стійкості
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Коефіцієнт фінансової незалежності (автономії) арактеризує можливість підприємства виконати зовнішні зобов'язання за рахунок власних активів; його незалежність від позикових джерел. Темп росту показника за 2016р. - 104,57%, за 2017р. -84,43%, за 2018р. - 87,22%. Коефіцієнт менше 0,5 що є негативним явищем.

Коефіцієнт фінансової залежності показує скільки одиниць сукупних джерел припадає на одиницю власного капіталу. Показник, обернений до

переднього; нормативне значення 2. Темп росту показника за 2016р. - 95,63%, за 2017р. -118,45%, за 2018р. - 114,65%. Показник збільшується і значно перевищує норматив, що є явищем негативним.

Коефіцієнт маневреності власного капіталу показує частку власних обігових коштів у власному капіталі. Темп росту показника за 2016р. -111,58 %, за 2017р. -81,50%, за 2018р. -134,03 %.

Коефіцієнт концентрації позикового капіталу показує скільки припадає позикового капіталу на одиницю сукупних джерел. Темп росту показника за 2016р. - 97,51%, за 2017р. -109,10%, за 2018р. - 105,78 %.

Коефіцієнт фінансової стабільності (коефіцієнт фінансування) показує забезпеченість заборгованості власними коштами; перевищення власних коштів над позиковими свідчить про фінансову стійкість підприємства. Темп росту показника за 2016р. - 107,24%, за 2017р. -77,39%, за 2018р. - 82,46 %. Показники за всі періоди значно менше нормативного значення $K_{ф.с.} > 1$

Показник фінансового ліверіджу характеризує залежність підприємства від довго строкових зобов'язань. Збільшення Фд свідчить про підвищення фінансового ризику. Показник дорівнює нулю, так як відсутні довгострокові зобов'язання.

Коефіцієнт фінансової стійкості показує частка стабільних джерел фінансування у їх загальному обсязі. Темп росту показника за 2016р. - 104,57%, за 2017р. -84,43%, за 2018р. - 87,22%. Має бути $K_{ф.с.} = 0.85-0.90$. На даному підприємстві значно нижче.

Ліквідність підприємства — це його здатність швидко продати активи й одержати гроші для оплати своїх зобов'язань. Вона характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості.

Результат розраховується як коефіцієнт ліквідності за інформацією з відповідної фінансової звітності.

У короткостроковій перспективі критерієм оцінки фінансового стану підприємства виступає його ліквідність і платоспроможність. Термін «ліквідний» передбачає безперешкодне перетворення майна в кошти платежу. Чим менше час, необхідний для перетворення окремого виду активів, тим вища його ліквідність. Таким чином, ліквідність підприємства-це його здатність перетворити свої активи в кошти платежу для погашення короткострокових зобов'язань.

Оцінку ліквідності підприємства виконують за допомогою системи фінансових коефіцієнтів, які дозволяють зіставити вартість поточних активів, що мають різний ступінь ліквідності, із сумою поточних зобов'язань. До них належать:

- коефіцієнт загальної ліквідності (коефіцієнт покриття);
- коефіцієнт поточної ліквідності (коефіцієнт швидкої ліквідності);
- коефіцієнт абсолютної ліквідності.

Таблиця 2.13

Динаміка показників ліквідності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Показник	На початок періоду	На кінець періоду	Відхилення	Темп росту
1	2	3	4	5
2016р.				
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	1,39	1,46	0,08	105,48
Коефіцієнт ліквідності швидкої	1,39	1,46	0,08	105,48
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,40	0,05	-0,34	13,55
Співвідношення короткострокової дебеторської і кредиторської заборгованості	16,45	29,71	13,26	180,65
2017р.				
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	1,46	1,36	-0,11	92,70
Коефіцієнт ліквідності швидкої	1,46	1,36	-0,11	92,70
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,05	0,36	0,30	665,42
Співвідношення короткострокової дебеторської і кредиторської заборгованості	29,71	9,04	-20,67	30,42
2018р.				
Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття)	1,36	1,32	-0,03	97,56
Коефіцієнт ліквідності швидкої	1,36	1,32	-0,03	97,56
Коефіцієнт ліквідності абсолютної	0,36	0,59	0,24	166,62
Співвідношення короткострокової дебеторської і кредиторської заборгованості	9,04	14,09	5,05	155,89

Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття) характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів. Цей коефіцієнт дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів. Оскільки поточні зобов'язання підприємства погашаються в основному за рахунок поточних активів, для забезпечення нормального рівня ліквідності необхідно, щоб вартість поточних активів перевищувала суму поточних зобов'язань (ця вимога також впливає з “модифікованого золотого фінансового правила”).

Нормальним значенням даного коефіцієнта вважається 1,5...2,5, але не менше 1. Однак на його рівень впливає галузева належність підприємства, структура запасів, стан дебіторської заборгованості, тривалість виробничого циклу й інші фактори.

Значення коефіцієнта, рівне 1, припускає рівність поточних активів і пасивів. Однак якщо взяти до уваги, що ступінь ліквідності різних елементів поточних активів істотно відрізняється, можна допустити, що не всі активи будуть негайно реалізовані або ж реалізовані по повній вартості, у результаті чого можлива загроза поліпшення фінансового стану підприємства. Крім того, у підприємства повинен бути деякий обсяг виробничих запасів для продовження виробничо-господарської діяльності після погашення всіх поточних зобов'язань. Однак дане підприємство немає запасів, що є специфікою діяльності.

Що стосується дебіторської заборгованості, то, по-перше, можлива наявність сумнівної й навіть безнадійної заборгованості, по-друге, при необхідності термінової інкасації дебіторської заборгованості підприємство може вдатися до обліку векселів або факторингових операцій, що веде до втрати частини її суми як оплати відповідних послуг.

Якщо ж значення коефіцієнта значно перевищує 1, як в даному випадку, то можна зробити висновок про те, що підприємство володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. З позиції кредиторів підприємства такий варіант формування

оборотних коштів є найбільш прийнятним. У той же час підприємство, можливо, не повністю використовує свої можливості з одержання кредитів.

Коефіцієнт ліквідності швидкої показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості.

Цей показник показує платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,6. В данному випадку показник значно перевищує 0,6.

Коефіцієнт ліквідності абсолютної дозволяє визначити частку короткострокових зобов'язань, що підприємство може погасити найближчим часом, не чекаючи оплати дебіторської заборгованості й реалізації інших активів.

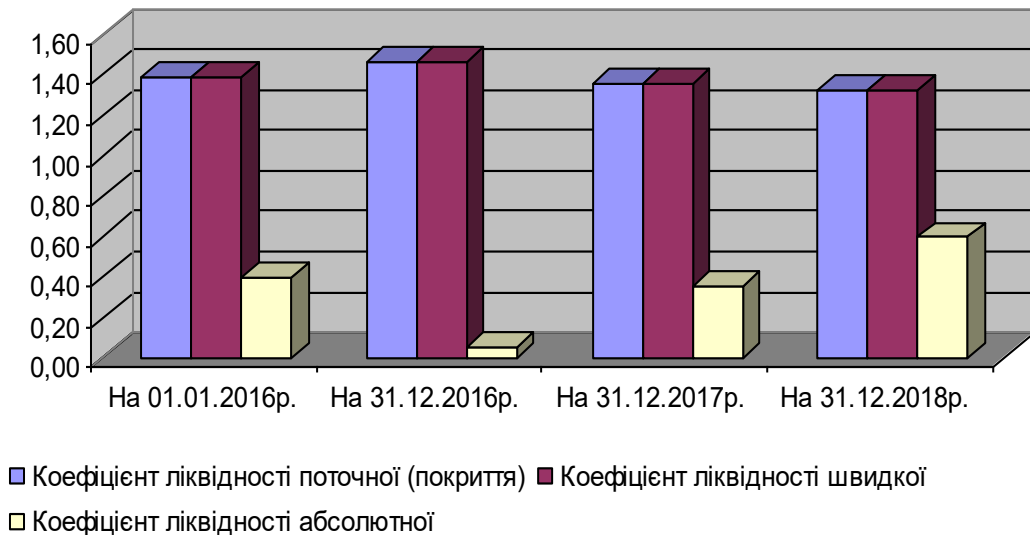


Рис.2.8. Динаміка показників ліквідності
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,2...0,3. На практиці ж значення бувають значно нижчі, як на

31.12.2016р. коли показник дорівнював 0,05 і за цим показником не можна відразу робити негативні висновки про можливість підприємства негайно погасити свої борги, тому що мало ймовірно, щоб всі кредитори підприємства одночасно пред'явили б йому свої вимоги.

У той же час, занадто високе значення показника абсолютної ліквідності свідчить про нераціональне використання фінансових ресурсів. На даному підприємстві найбільше значення маємо 0,59 на 31.12.2018р.

Співвідношення короткострокової дебиторської і кредиторської заборгованості показує Здатність розрахуватися з кредиторами за рахунок дебіторів протягом одного року.

Спостерігається значне перевищення нормативу за рахунок значного перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською.

Ліквідність балансу - це ступінь покриття зобов'язань підприємства активами, строк перетворення яких у грошові кошти відповідає терміну погашення зобов'язань.

Від ступеня ліквідності балансу залежить платоспроможність установи.

Основною ознакою ліквідності - формальне перевищення вартості оборотних активів над короткостроковими пасивами. І чим більше це перевищення, тим сприятливіший фінансовий стан має заклад з позиції ліквідності.

Для оцінки ліквідності балансу з урахуванням фактора часу необхідно провести зіставлення кожної групи активу з відповідною групою пасиву:

1. Якщо виконується нерівність $A1 > П1$, то це свідчить про платоспроможність організації на момент складання балансу. У організації достатньо для покриття найбільш термінових зобов'язань абсолютно і найбільш ліквідних активів.

2. Якщо виконується нерівність $A2 > П2$, то швидко реалізовані активи перевищують короткострокові пасиви та організація може бути платоспроможною в недалекому майбутньому з урахуванням своєчасних

розрахунків з кредиторами, отримання коштів від продажу продукції в кредит.

3. Якщо виконується нерівність $A3 > П3$, то в майбутньому при своєчасному надходженні грошових коштів від продажу та платежів організація може бути платоспроможною на період, рівний середньої тривалості одного обороту оборотних коштів після дати складання балансу.

4. Виконання перших трьох нерівностей приводить автоматично до виконання умови $A4 < П4$. Воно свідчить про дотримання мінімального умови фінансової стійкості організації, наявність у неї власних оборотних коштів.

На основі зіставлення груп активів з відповідними групами пасивів вноситься судження:

о про поточну ліквідність, яка свідчить про платоспроможності (при виконанні нерівностей) або неплатоспроможності (при їх невиконанні) організації на найближчий

Таблиця 2.15

Співвідношення активів і пасивів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

На 01.01.2016р.			На 31.12.2016р.		
371,8	>	56,7	54,9	>	48,6
932,5	>	884,4	1443,9	>	976,7
0	=	0	0	=	0
149,4	<	512,6	125,4	<	598,9
На 31.12.2017р.			На 31.12.2018р.		
564,2	>	175	1389,6	>	121
1581,5	>	1408,5	1704,6	<	2219,7
0	=	0	0	=	0
153,6	<	715,8	119	<	872,5

Таким чином, на 01.01.2016р, на 31.12.2016р. , на 31.12.2017р. $A3 = П3$, на 31.12.2018р. $A2 < П2$, $A3 = П3$.

Таким чином на 01.01.2016р, на 31.12.2016р. , на 31.12.2017р баланс є ліквідним, на 31.12.2018р. не ліквідним.

Аналіз ліквідності балансу ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Актив	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	Пасив	На початок звітного періоду	На кінець звітного періоду	Платіжний надлишек (нестача)	Платіжний надлишек (нестача)
1	2	3	4	5	6	7	8
2016р.							
Високоліквідні активи	371,8	54,9	Термінові пасиви	56,7	48,6	315,1	6,3
Швидколіквідні активи	932,5	1443,9	Короткострокові пасиви	884,4	976,7	48,1	467,2
Повільноліквідні активи	0	0	Довгострокові пасиви	0	0	0	0
Важколіквідні активи	149,4	125,4	Постійні пасиви	512,6	598,9	363,2	473,5
Баланс	1453,7	1624,2	Баланс	1453,7	1624,2		
2017р.							
Високоліквідні активи	54,9	564,2	Термінові пасиви	48,6	175	6,3	389,2
Швидколіквідні активи	1443,9	1581,5	Короткострокові пасиви	976,7	1408,5	467,2	173
Повільноліквідні активи	0	0	Довгострокові пасиви	0	0	0	0
Важколіквідні активи	125,4	153,6	Постійні пасиви	598,9	715,8	473,5	562,2
Баланс	1624,2	2299,3	Баланс	1624,2	2299,3		
2018р.							
Високоліквідні активи	564,2	1389,6	Термінові пасиви	175	121	389,2	1268,6

Продовження таблиці 2.14

1	2	3	4	5	6	7	8
Швидколіквідні активи	1581,5	1704,6	Короткострокові пасиви	1408,5	2219,7	173	-515,1
Повільноліквідні активи	0	0	Довгострокові пасиви	0	0	0	0
Важколіквідні активи	153,6	119	Постійні пасиви	715,8	872,5	562,2	753,5
Баланс	2299,3	3213,2		2299,3	3213,2		

Висновки до розділу 2

Таким чином, на підставі проведеного аналізу можливо зробити наступні висновки:

1. Надано організаційно – економічна характеристика ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Туристична компанія «Тревел Січ» створена у 2005р. і успішно зарекомендовала себе на міжнародному туристичному ринку. «Тревел Січ» є акредитованим агенством IATA в Україні, що вказує на компанія є надійною, перевіреним партнером, відповідає всім вимогам міжнародного рівня.

Чисельність штатних працівників має стійку тенденцію до зростання , так за 2017р. чисельність працівників збільшилась на 1 особу і 2018р. ще на 2 особи.

Чистий дохід від реалізації продукції на одного працівника за 2017р. зросла на 63,09 тис.грн/особу, в той час як у 2018р. відбулось зменшення на 25,12тис. грн./особу, що вказує на те що темпи зростання обсягу виробництва є меншими ніж теми зростання кількості працівників.

Фонд оплати праці має стіку тенденцію до зростання, що пов'язане як зі зростанням чисельності так і з тенденціями збільшення середньої заробітної плати в регіоні.

2. Здійснено аналіз динаміки і структури майна ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» і джерел його фінансування.

Аналіз всіх складових балансу вказує на стійку тенденцію зростання як загальної суми так і окремих складових, так на 31.12.2018р. порівняно з даними на 01.01.2016р. загальна сума балансу зросла на 1759,50 тис. грн., оборотні активи на 1789,90 тис.грн., власний капітал на 359,90 тис. грн., поточні зобов'язання на 1399,60 тис.грн. і тільки необоротні активи зменшилися на 30,40 тис. грн.

3. Здійснено аналіз фінансових результатів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» і зроблено наступні висновки:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2017р. збільшився на 798,10 тис. грн., за 2018р. на 461,00 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшився 1259,10 тис.грн.;

- інші операційні доходи за 2017р. збільшилися на 20,90 тис. грн., за 2018р. на 56,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 77,20 тис.грн.;

- інші доходи збільшилися тільки у 2018р. до 1 тис. грн., у 2016-2017р. дорівнювали 0 тис. грн.;

- разом доходи за 2017р. збільшилися на 819,00 тис. грн., за 2018р. на 518,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1337,30тис.грн.;

- собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) дорівнює нулю, що пов'язано зі специфікою діяльності;

- інші операційні витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1251,40 тис.грн.;

- інші витрати залишаються без змін і дорівнюють нулю;

- разом витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на1251,40 тис.грн.;

- фінансовий результат до оподаткування за 2017р. збільшився на 37,40 тис. грн., за 2018р. на 48,50 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 85,90 тис.грн.;

- податок на прибуток за 2017р. збільшився на 6,80тис. грн., за 2018р. на 8,70тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на15,50 тис.грн.;

- чистий прибуток (збиток) за 2017р. збільшився на 30,60тис. грн., за 2018р. на 39,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 70,40тис.грн.;

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки. Зміну

показника вказує на тенденцію до зменшення. Показник зменшується за 2017р. на 0,01, а за 2018р. ще на 0,01. Така тенденція пов'язана з тим, що темпи зростання прибутку значно менше темпів росту виручки.

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від операційної діяльності не мав змін за 2017р. і складав як у 2016р. так і 2017р. 0,05, але у 2018р. збільшився на 0,01.

Рентабельність реалізованої продукції за чистим прибутком показує скільки припадає чистого прибутку на одиницю виручки. Показник не мав змін за 2017р. і складав як у 2016р. так і 2017р. 0,05, але у 2018р. збільшився на 0,01.

4. Здійснено аналіз фінансового стану ТОВ «Туристична компанія тревел січ» на основі аналітичних показників

Частка оборотних виробничих фондів в обігових коштах – це показник, що показує частку обігових коштів у виробничій сфері, у зв'язку з відсутністю процесу виробництва цей показник дорівнює нулю.

Частка основних засобів в активах показує частку коштів, інвестованих в основні засоби, у валюті балансу. На 31.12.2016 показник зменшився на 0,03; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. зменшився на 0,03.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує рівень фізичного і морального зносу основних фондів. Підприємство застосовує обмежену кількість основних фондів і головна маса це комп'ютерна техніка та меблі. Показник має значні значення, що вказує на велику міру зносу. На 31.12.2016 показник збільшився на 0,08; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. збільшився на 0,08.

Коефіцієнт трансформації показує скільки отримано чистої виручки від реалізації продукції на одиницю коштів, інвестованих в активи. Темп приросту за 2017р. склав 108,93%, за 2018р. склав 82,68%. Зменшення показника за 2018р. є явищем негативним.

Фондовіддача показує скільки виручки припадає на одиницю основних виробничих фондів. Темп приросту за 2017р. склав 95,92%, за 2018р.

склав 169,53%. Збільшення показника за 2018р. є явищем позитивним і показує збільшення віддачі.

Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороті) показує кількість оборотів обігових коштів за період; скільки виручки припадає на одиницю обігових коштів. За 2017р. показник збільшився на 0,10, але за 2018р. зменшився на 0,30. Така зміна вказує на уповільнення обігових коштів і є негативною.

Власні обігові кошти (робочий, функціонуючий капітал) показує оборотні активи, які фінансуються за рахунок власного капіталу і довго строків зобов'язань. Наявність позитивного значення означає не лише здатність платити поточні борги, а й можливість розширити виробництво.

Оптимальна сума чистого оборотного капіталу залежить від особливостей діяльності компанії, зокрема від її масштабів, обсягів реалізації, швидкості оборотності матеріальних запасів і дебіторської заборгованості. Недолік оборотного капіталу свідчить про нездатність підприємства вчасно погасити короткострокові зобов'язання.

Значне перевищення чистого оборотного капіталу над оптимальною потребою свідчить про нераціональне використання ресурсів підприємства. Важливе аналітичне значення має розгляд темпів росту власного оборотного Темп росту показника за 2016р. - 130,37%, за 2017р. - 118,73%, за 2018р. - 134,03%.

Маневреність власних обігових коштів показує частку абсолютно ліквідних активів у власних обігових коштах; забезпечує свободу фінансового маневру. Темп росту показника за 2016р. - 11,33%, за 2017р. - 865,55%, за 2018р. - 183,76%. Як бачимо показник значно збільшився, що є позитивним явищем.

Коефіцієнт забезпечення власними обіговими коштами запасів показує наскільки запаси, що мають найменшу ліквідність у складі оборотних активів, забезпечені довгостроковими стабільними джерелами фінансування. У зв'язку з відсутністю запасів показник дорівнює нулю.

Коефіцієнт ліквідності поточної (покриття) характеризує здатність підприємства забезпечити свої короткострокові зобов'язання з найбільше легко реалізованої частини активів – оборотних коштів. Цей коефіцієнт дає найбільш загальну оцінку ліквідності активів

Якщо ж значення коефіцієнта значно перевищує 1, як в даному випадку, то можна зробити висновок про те, що підприємство володіє значним обсягом вільних ресурсів, які сформувалися завдяки власним джерелам. З позиції кредиторів підприємства такий варіант формування оборотних коштів є найбільш прийнятним. У той же час підприємство, можливо, не повністю використовує свої можливості з одержання кредитів

Коефіцієнт ліквідності швидкої показує, яку частину поточних зобов'язань підприємство спроможне погасити за рахунок найбільш ліквідних оборотних коштів – грошових коштів та їх еквівалентів, фінансових інвестицій та дебіторської заборгованості.

Цей показник показує платіжні можливості підприємства щодо погашення поточних зобов'язань за умови своєчасного здійснення розрахунків з дебіторами. Теоретично значення коефіцієнта вважається достатнім, якщо воно перевищує 0,6. В данному випадку показник значно перевищує 0,6.

Співвідношення короткострокової дебіторської і кредиторської заборгованості показує здатність розрахуватися з кредиторами за рахунок дебіторів протягом одного року.

Спостерігається значне перевищення нормативу за рахунок значного перевищення дебіторської заборгованості над кредиторською.

РОЗДІЛ 3.

УДОСКОНАЛЕННЯ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ ТОВ «ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ» В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

3.1. Шляхи удосконалення механізму формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища

На формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» впливають такі основні чинники: узгодженості стратегії із загальною стратегією, передбачуваними змінами зовнішнього середовища та внутрішнім потенціалом, внутрішньої збалансованості параметрів фінансової стратегії, реалізованості фінансової стратегії, прийнятності рівня ризиків, пов'язаних із реалізацією фінансової стратегії, ефективності реалізації фінансової стратегії.

Вихідним початком формування механізму фінансової стратегії є дослідження таких аспектів:

- 1) розкриття концептуальних положень фінансової стратегії компанії в умовах невизначеності ринкового середовища;
- 2) обґрунтування адаптивних механізмів стратегічного фінансового управління;
- 3) оцінка відповідності фінансової стратегії завданням стійкого розвитку компанії

Функціонування туристичних підприємств в сучасних умовах ґрунтується на підтримці відповідної державної політики в галузі туризму щодо[42]:

- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих об'єктів туризму;

організація виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів і відпочиваючих у високоякісних продуктах харчування;

забезпечення внутрішньої конвертованості туристичних послуг шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення умов обслуговування туристів;

залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристичної діяльності для розвитку інфраструктури (шляхи, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу);

проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристичних господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу України, формування геоінформаційної системи «Туризм в Україні»;

вирішення питання щодо відкриття представництв із туризму за кордоном;

проведення до початку туристичного сезону обстеження існуючих об'єктів дорожнього сервісу на туристичних маршрутах із метою створення безпечних умов щодо транспортного обслуговування туристів;

удосконалення організації страхування співвітчизників, які подорожують територією України та за її межами;

формування наукового центру розвитку туризму.

Успішне запобігання настанню загроз (ризиків), вдала протидія негативним обставинам забезпечує стійкість діяльності туристичних підприємств.

На розвиток діяльності туристичних підприємств України негативний вплив справляють такі організаційно-правові чинники:

перманентне реформування інституційно-організаційної структури управління туристичної галузю в Україні;

відсутність домовленостей з окремими країнами;

недосконалість визначення правового статусу іноземних туристів на території України;

наявність значної кількості візових, митних, прикордонних формальностей; недосконалість фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі.

Розглянемо SWOT-аналіз туристичної галузі України з метою визначення стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Таблиця 3.1

SWOT-аналіз туристичної галузі України

Strength – сильні сторони:	Weakness – слабкі сторони
<ul style="list-style-type: none"> – Не потребує надмірних капіталовкладень; – сприяє значному припливу іноземного капіталу; – зростання ваги туристичної галузі в економіці регіону та держави в цілому; – висока рентабельність порівняно із здійсненими витратами; – стає зростання кількості туристів (іноземний та внутрішній туризм); – постійний і зростаючий попит на туристичні послуги; – розвиток інформаційних технологій у галузі туризму; – кваліфіковані кадри 	<ul style="list-style-type: none"> -Залежність від екологічного стану; – не якісна робота та недостатній розвиток інфраструктури; – недостатність конкурентних переваг туризму в Україні порівняно з туризмом у розвинених країнах; – недостатня підтримка зі сторони держави.
Opportunity – шанси	Threats- ризики
<ul style="list-style-type: none"> – Розвиток туристичної галузі економіки держави; – розвиток інших галузей, який приводить може привести до росту ділового туризму, підприємницької активності; розвиток інноваційних видів туризму; – удосконалення законодавчої бази туристичної галузі; – швидке збільшення попиту на окремі туристичні послуги; – запровадження нових послуг; завоювання нових ринків. 	<ul style="list-style-type: none"> – Нестійка економічна ситуація, загроза економічних криз; – погіршення екологічної ситуації в регіоні та державі ; – негативні демографічні тенденції в регіоні та державі ; – сповільнені темпи розвитку галузі; – недостатня увага розвитку туризму з боку держави.

Для визначення стратегічних пріоритетів розвитку туристичних підприємств Запорізької області керівництву підприємств було запропоновано відповісти на питання стосовно основних напрямів своєї підприємницької стратегії (відповісти пропонували, навіть якщо

підприємство не має чітко сформульованої стратегії). Результати такого дослідження наведено в табл. 3.2 [43].

Для дослідження стратегічної орієнтації туристичних підприємств було проведено анкетне опитування керівників 20 туристичних підприємств щодо їх ставлення до місії, її значущості та розуміння стратегічного управління, якщо такий вид управління є в організації. Респондентами були працівники підприємств обох статей віком від 25 до 55 років.

Таблиця 3.2

Результати дослідження підприємств на предмет стратегічних пріоритетів[43].

Стратегічні цілі розвитку	Частка відповідей керівників туристичних компаній
Авторитет та репутація торгової марки (бренду)	53%
Досягнення високої якості послуг і обслуговування	37%
Досягнення високого рівня професіоналізму та компетенції за вибраними напрямками розвитку	33%
Досягнення стабільного рівня прибутків	61%
Розширення кола клієнтів	39%
Досягнення позицій лідера на вибраному сегменті ринку	29%
Розробка нового конкурентоспроможного турпродукту	21%

Хоча в умовах сучасних реалій ринку поки що переважають усе ж таки одноцільові стратегії, який базується на виборі єдиного головного стратегічного напрямку розвитку. Можна виділити наступні типи стратегій, притаманні сучасному туристичному бізнесові України: сегментна, орієнтована на технології, стратегія професіоналів, стратегія репутації, мікс-стратегія. Сегментна стратегія – стратегія «знайти свою нішу» характерна розвитком фірми, спрямованим на певний сегмент ринку, тобто фірма розвивається з вузькою спеціалізацією. Основна ціль даної стратегії – завоювання позиції лідера (згідно з Ф. Котлером – 40% ринку) на обраному

сегменті ринку, тобто максимально можливе розширення аудиторії клієнтів. Суттєвою перевагою даної стратегії є те, що менеджерам у такому випадку, стають відомі всі сприятливі можливості й загрози «свого» сегмента [44]. Іншим аргументом на користь даної стратегії є високий рівень організації процесів комунікації в межах обраного сегмента. Тобто, технологія процесу реалізації відпочинку, в т.ч. інфраструктура і взаємовідносини з вітчизняними та іноземними субагентами, практично незмінна, їх розробляють «раз і назавжди», й майже не видозмінюють. Якщо ж компанія перестас змінюватися, ринок починає змінювати її, і це – перші кроки до провалу. Згідно з опитуванням керівників згаданих туристичних підприємств, даної стратегії поки що дотримується більше третини фірм.

Стратегія, орієнтована на технології, на відміну від попередньої, застосовується на меншій кількості фірм, бо вона є порівняно витратною. І доволі часто інвестиції в технології розвитку турпродукту потребують пролонгованого періоду окупності, що відштовхує багатьох керівників [45]. Фірми, які дотримуються даної стратегії, обирають кілька найпопулярніших нині напрямів (два – три), не пов'язаних між собою, з метою диверсифікувати ризик втрати; якщо на котромусь із них виникне спад, то інший приверне більше туристів. Основою даної стратегії є система обслуговування клієнтів, спрямована на постійне підвищення зручності взаємодії клієнта і компанії, рівня фізичного, емоційного та психологічного комфорту відпочиваючих. Такі фірми приділяють увагу мережі Internet, за допомогою якої знаходять контакти з клієнтами та реалізують різні аспекти турпропозиції, а також тісно співпрацюють із телекомунікаційними фірмами, завдяки посередницьким послугам яких інформують потенційних туристів про свій турпродукт і послуги. Такі «технологічні» компанії левову частку своїх коштів витрачають на розвиток та просування організаційних, інформаційних і технічних ресурсів. Даної стратегії дотримуються приблизно 15% анкетованих компаній [45].

Стратегія професіоналів – основну увагу акцентує на своїх спеціалістах. Вона близька до технологічної стратегії, але якщо перша базована на професійних технологіях, то друга – на професійних навичках та здібностях працівників. Основну частку витрат спрямовують на навчання та підвищення кваліфікації працівників. Керівник такої фірми зацікавлений, насамперед, у збереженні постійної високопрофесійної команди працівників, що є найважливішим стратегічним ресурсом компанії. У такій компанії увагу зосереджують абсолютно на всьому – від одягу та поведінки працівника в спілкуванні з клієнтом і до маркетингового та рекламного планування. Успіх реалізації даної стратегії прямопропорційно залежить від ступеня професійної вмотивованості працівників [46]. Частка компаній унаслідок великих витрат на підвищення професійності працівників незначна і тому зниження рентабельності турпродукту теж невисоке (17–18%) [47]. Але їх кількість упевнено зростатиме під впливом загострення конкурентної боротьби на ринку, в майбутньому технологічна стратегія об'єднається з професійною, і отримаємо щонайменше 30% високопрофесійних технологічних турпідприємств, які стануть лідерами на всьому ринку туристичних послуг

Стратегія репутації. Прихильники даної стратегії вважають, що в сучасних реаліях усі організаційні, технологічні та фінансові ресурси необхідно спрямовувати на просування бренду, закріплення в свідомості споживачів авторитету та репутації компанії, підвищення ступеня визнання торгової марки серед масових туристів. Ця стратегія є найвитратнішою і доступна лише великим фірмам, які мають достатньо обігових коштів для організації широкомасштабної рекламної кампанії. Крім очевидних позитивних сторін, робота компаній єдиного бренду має суттєві недоліки. Першим є те, що орієнтація лише на авторитет та репутацію на практиці стикається з кадровими проблемами відтоку спеціалістів-професіоналів і складністю побудови чіткої уніфікованої системи управління. По-друге, нерідко виникають проблеми створення та підтримки з боку усіх учасників

мережі єдиного фірмового стилю. Якщо хоча б один з підрозділів порушить спільну мережеву етику та естетику, то це може привести до суттєвих втрат репутації, а отже, переваг, що завоювали всі компанії бренду [47].

Таблиця 3.3

Стратегічна орієнтація ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Типи стратегій			
Стратегія «знайти свою нішу»	Стратегія «нових технологій»	Стратегія професіоналів	Стратегія репутації
Виїзний туризм – «економ клас»	Зручні відносно недорогі технології – «економ клас»	Вибірково-професійний підбір обслуговуючого персоналу	Не підтримують, імідж виникає інерційно

Отже, за результатами табл.3.3 можна зробити висновок про те, що підприємство не дотримується одноцільової стратегії, а, як правило поєднує різні стратегічні елементи.

Тому можна запропонувати «Мікс-стратегію», або об'єднану стратегію, що усуває недоліки всіх перерахованих стратегій, оскільки передбачає об'єднання стратегічних пріоритетів та системний підхід до побудови єдиної стратегії фірми з відокремленням тих чи інших стратегічних орієнтирів залежно від кон'юнктури туристичного ринку.

Використовуємо SPACE- аналіз функціонування ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» для визначення стратегій (табл. 3.4). Можемо визначити за допомогою SPACE-матриці стратегію, яку навіть не підозрюючи використовує ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Таблиця 3.4

Групування факторів для SPACE-матриці
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Внутрішня стратегічна позиція		Зовнішня стратегічна позиція	
1	2	3	4
Фінансова сила (FS)	Оцінка, бал	Стабільність середовища (ES)	Оцінка, бал
1. Можливість отримання кредитів	2	1. Стабільні зв'язки з партнерами	3

Продовження таблиці 3.4

1	2	3	4
2. Платоспроможність ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»	4	2. Стабільність сезонного впливу	-5
3. Державна підтримка	-1	3. Стабільність законодавства	1
4. Наявність власних фінансових ресурсів	3	4. Стабільність цін на ринку	-1
5. Структура обігових коштів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»	-2	5. Стабільність попиту на ринку	5
6. Можливість залучення інвестицій	-1	6. Стабільність пропозиції на ринку	2
Середня оцінка	0,83	Середня оцінка	0,25
Конкурентна перевага (СА)	Оцінка, бал	Виробнича сила (IS)	Оцінка, бал
1. Імідж підприємства	4	1. Можливість розширення асортименту	1
2. Цінова політика ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»	-2	2. Можливість зниження собівартості	2
3. Наявність кваліфікованих менеджерів та їх мотивація	2	3. Застосування нових технологій	6
4. Внутрішня інфраструктура	2	4. Досвід організації туристичного відпочинку	4
5. Наявність зовнішньої конкурентної переваги	1	5. Кваліфікація основного персоналу	4
6. Наявність внутрішньої конкурентної переваги	1	6. Кваліфікація працівників, які безпосередньо працюють із клієнтом	4
7. Задоволення потреб	1	7. Стан виробничих ресурсів (природно-рекреаційних), екологія	8
Середня оцінка	1,28	Середня оцінка	4,83
Оцінка за позицією	2,11	Оцінка за позицією	4,78

Безумовною перевагою методології є завдання параметрів оцінки фінансової стратегії, що дозволяють відповісти на питання про те, чи призведе фінансова стратегія до досягнення цілей в умовах можливих змін факторів зовнішнього фінансового середовища.

На основі отриманих в табл.3.4 оцінок можна побудувати модель стратегії на підприємстві (рис. 3.1).

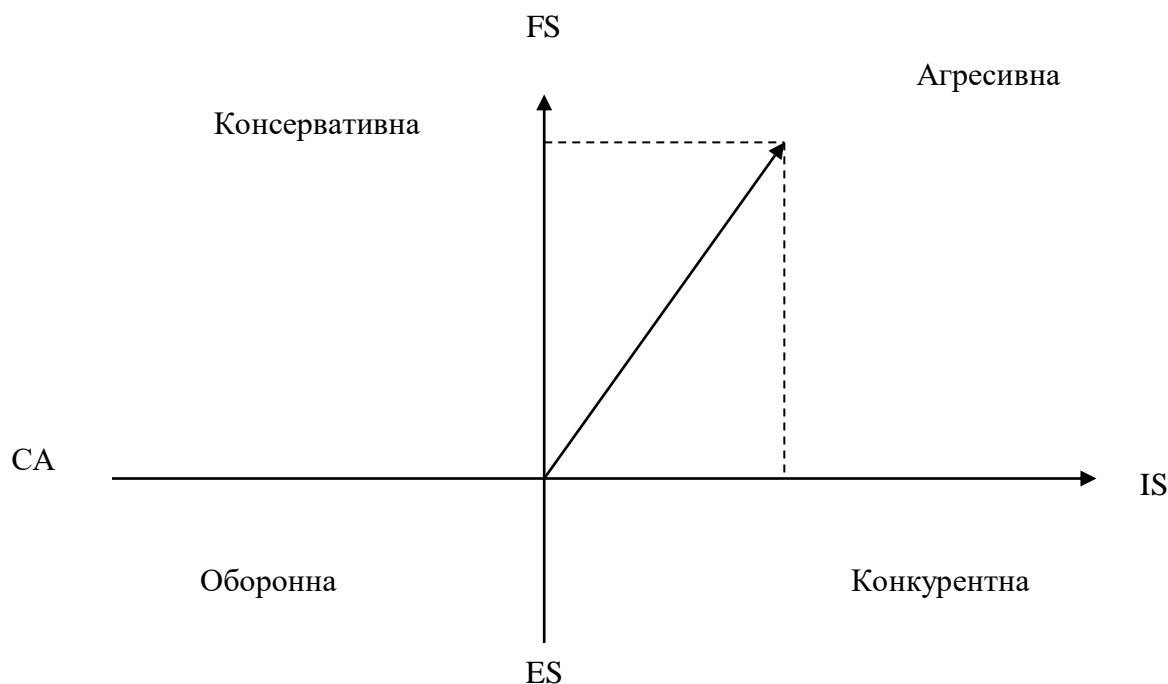


Рис. 3.1. Графічна модель оцінки стратегії на ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Система параметрів включає наступні характеристики:

- узгодженість фінансової стратегії з базовою корпоративною стратегією;
- узгодженість фінансової стратегії із змінами зовнішнього фінансового середовища;
- узгодженість фінансової стратегії з внутрішнім потенціалом;
- внутрішня збалансованість параметрів фінансової стратегії;
- реалізація фінансової стратегії;
- прийнятність рівня ризиків, пов'язаних з реалізацією фінансової стратегії;
- економічна ефективність фінансової стратегії;
- позаекономічна ефективність (зростання ділової репутації, підвищення рівня керованості і т.п.)

Для туризму поняття ризику найчастіше розглядається як відносна безпека туристичних маршрутів залежно від їх складності або травматизм екстремальних видів туризму – гірського, водного та лижного. Проте у сфері туристичного бізнесу ризики пов'язані, насамперед, з наданням нових видів послуг, сприятливими погодними умовами для зимового та літнього відпочинку, розвитком інфраструктури, економічною невизначеністю та кризами, політичними негараздами тощо, які в сукупності безпосередньо чи опосередковано впливають на обсяги отриманих прибутків.

У процесі діяльності будь-яких туристичних фірм і організацій завжди існує небезпека втрат, пов'язаних із специфікою ведення господарських операцій.

Небезпека таких втрат, як вже зазначалось, називається ризиком, який характеризується ймовірністю появи негативних чинників, що перешкоджатимуть веденню господарських операцій, та обсягом збитків від їх негативної дії.

Аналіз стану міжнародного туризму, дозволив зробити висновок, що глобалізація ринку туристичних послуг має як позитивні, так і негативні наслідки.

До позитивних наслідків глобалізації можливо віднести: економічне зростання та соціальний прогрес, що сприяють збільшенню ділових поїздок; глобальну інформатизацію, що привела до зростання інформованості населення про світові туристичні маршрути і, як наслідок, до розширення обсягів пізнавальних та рекреаційних поїздок; технологічний прогрес у сфері телекомунікацій, засобів зв'язку; відкритість кордонів і спрощення процедури перетинання кордонів тощо. Серед негативних наслідків глобалізації ринку туристичних послуг називають: несталість економіки, що пов'язана з непередбачуваністю коливань макроекономічних параметрів; збільшення кількості “бідних” країн, що практично виключає цілі регіони світу з індустрії туризму; руйнівний вплив глобальних туристичних компаній

на розвиток національного туризму; міжнародний тероризм, що обмежує можливості туристичної діяльності тощо

На сьогодні ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» наслідуює агресивну стратегію в поєднанні з елементами консервативно-оборонної, які полягають у захисті існуючих конкурентних позицій традиційними методами, акцентуючи при цьому увагу на вузькій ринковій ніші, частково на впровадженні нових технологій та професійному підході до надання туристичних послуг.

Для реалізації загальної мети ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» система стратегічного фінансового управління має бути орієнтована на створення умов ефективного використання ресурсів і ринкового зростання за рахунок адаптації до змін зовнішнього середовища. Система стратегічного фінансового управління включає такі механізми адаптації (рис. 3.2):

1. Механізми пасивної адаптації до зовнішнього середовища – забезпечують функціонування системи в стабільному середовищі та реалізацію стратегії пасивного розвитку компанії шляхом вибору сприятливих умов діяльності.

2. Механізми активної адаптації до зовнішнього середовища – направлені на пошук сприятливих умов для реалізації стратегії активного розвитку компанії. Адаптаційна реакція на зміни в зовнішньому середовищі проявляється в швидкій перебудові внутрішніх структур і у використанні складних форм стратегічної поведінки.

3. Механізми, направлені на формування сприятливих зовнішніх умов функціонування компанії та реалізацію стратегії активної дії на зовнішнє середовищ

Адаптивна система – це система, в якій регулярно і ефективно здійснюються процеси адаптації (параметричної, структурної і цільової), направлені на зростання її впорядкованості та організованості відповідно до вибраного критерію розвитку. Цільова адаптація першого рівня орієнтована на досягнення сформульованої детермінованої мети.

Цільова адаптація другого рівня передбачає наявність у системі управління другого контура цільової адаптації, який досліджує соціально–економічне середовище на предмет виявлення сфери допустимих цільових рішень.



Рис. 3.2. Система адаптивних механізмів стратегічного фінансового управління ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Адаптивність забезпечується, по–перше, здатністю ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» до оновлення технологій, асортименту, структури управління, тобто всіх складових системи стратегічного фінансового управління і, по–друге, мінімізацією числа випадкових і неконтрольованих чинників шляхом підвищення інформованості щодо наявної і майбутньої ситуації.

Динамічність факторів зовнішнього середовища спричиняє зміну й внутрішнього середовища компанії. Це відображається на фінансовому механізмі управління ТОВ «Туристична компанія Тревел січ». Тому в процесі діяльності ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» необхідно корегувати параметри складових фінансової стратегії: стратегії формування фінансових ресурсів, інвестиційної стратегії, стратегії забезпечення фінансової безпеки, структурної стратегії, податкової стратегії, кредитної стратегії. Ці стратегії є основними компонентами фінансової стратегії.

Розвиток туристичного бізнесу в Україні відбувається на ринкових засадах, але не знаходиться у «вільному плаванні», бо регулюється державою на основі законодавства України, національної політики та індикативного планування всіх видів туризму.

Економічна наука до факторів розвитку бізнесу відносить не тільки землю та її багатства, працю та капітал, а й підприємницькі здібності, що утворюють особливий ресурс – інтелект.

Це дає підставу стверджувати: для підприємця в туристичному бізнесі, тоб то для ТОВ «Туристична компанія Тревел січ», головним ресурсом є не гроші, не знаряддя чи предмети праці, а його уміння господарювати (талант господарника), знання психології споживача туристичного продукту та суспільних потреб у туристичному бізнесі. Виникнення туристичного підприємництва пов'язане з переходом туризму на комерційну основу, тобто з появою організації платних подорожей різної спрямованості як основи ринкових відносин.

Ефективність фінансової стратегії досягається за умови[48]: 1) відповідності розробленої фінансової стратегії загальній стратегії підприємства – ступеню узгодженості цілей, напрямків і етапів реалізації цих стратегій; 2) узгодженості фінансової стратегії підприємства з прогнозованими змінами у зовнішньому підприємницькому середовищі; 3) реалізації розробленої підприємством фінансової стратегії щодо формування власних і залучених зовнішніх фінансових ресурсів тощо.

Ефективність фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» гарантується, коли стратегічні цілі відповідають реальним фінансовим можливостям підприємства, коли чітко централізоване фінансове управління, а методи його втілення є гнучкими й адекватними змінам фінансово-економічних параметрів розвитку підприємства. Під час розроблення фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» повинні злагоджено діяти всі його управлінські ланки. Особливу увагу необхідно приділяти фінансовій службі, адже саме завдяки її компетенції будується ефективна фінансова стратегія, яка повинна містити повну, всебічно обґрунтовану інформацію щодо вхідних та вихідних грошових потоків підприємства, стану капіталу підприємства, його рентабельності та фінансової безпеки. На основі результатів такого дослідження можливо створити ефективну загальну стратегію з огляду на фінансовий стан підприємства і тенденції його результатів.

В підсумку необхідно зазначити, що в системі стратегічного управління ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» фінансова стратегія займає найважливіше місце, оскільки з її реалізацією пов'язана довгострокова фінансова і економічна політика підприємства. Практично фінансова стратегія є ключовим носієм інформації про майбутній розвиток ТОВ «Туристична компанія Тревел січ», на основі якої формується його імідж, залучаються інвестори, підвищується довіра кредиторів. Формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має здійснюватися з урахуванням: впливу факторів зовнішнього та внутрішнього

середовища на діяльність підприємства; наявності виробничого, фінансового, маркетингового та кадрового ресурсу. Залежно від цього, підприємства можуть формувати такі фінансові стратегії, які дозволять досягти позитивного результату, зокрема, стабілізувати їх фінансову стійкість, прибутковість, конкурентоспроможність, зберегти певні позиції на ринку. Адже правильний вибір фінансової стратегії є необхідною умовою вдосконалення управління діяльністю ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» та підвищення ефективності їх діяльності в сучасному глобалізованому, динамічному і конкурентному ринковому середовищі.

3.2. Формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища

Фінансова стратегія – різновид функціональної стратегії, що направлена на визначення фінансових показників стратегічного плану.

Для ідентифікації стратегії та визначення перспектив розвитку підприємства широко застосовуються спеціальні матриці – моделі, що побудовані у вигляді прямокутних таблиць, в квадрантах яких показуються залежності між досліджуваними величинами. Проведемо розрахунок показників для визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Туристична компанія Тревел Січ».

Таблиця 3.5

Розрахунок показників для визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» (тис. грн)

№ п/п	Показник і алгоритм розрахунку	Значення
1	2	3
1	НРЕІ – нетто результат експлуатації інвестицій (фінансовий результат діяльності до оподаткування, збільшений на вартість позикових ресурсів, що залучатимуться для здійснення виробничої діяльності)	2430,4
2	А-амортизаційні відрахування	456,9
3	ΔФЕП – приріст фінансово-експлуатаційних потреб (різниця між потребою підприємства на початок і кінець планового періоду)	-518,4

Продовження таблиці 3.5

1	2	3
4	ВІ – виробничі інвестиції (вкладення коштів в поповнення основних засобів, їх модернізацію, технічне переоснащення, реконструкцію тощо)	
5	РМ – поповнення власних фінансових ресурсів за рахунок реалізації майна, що не було задіяне у виробництві	0
6	РГД – результат господарської діяльності РГД= $HPEI+A-\Delta FEП-ВІ-РМ$	3398,5
7	$ЗЗ$ – зміна заборгованості	757,2
8	Впоз – сума відсотків за користування позиковими ресурсами	0
9	Д – сума сплачених дивідендів власникам підприємства	0
10	Пп – сума податку на прибуток	34,4
11	РФД – результат фінансової діяльності РФД = $ЗЗ - Впоз - Д - Пп$	722,8
12	РГФД – результат господарсько-фінансової діяльності $РГФД = РГД + РФД$	4121,3
13	Рентабельність продажів	0,05
14	Обіговість активів	1,2

Матриця фінансових стратегій дає змогу визначити поточне положення компанії стосовно фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці та прогнозувати зміни фінансової стратегії планувати майбутнє положення компанії, цілеспрямовано змінюючи найбільш важливі показники діяльності підприємства та знижуючи рівень фінансового ризику.

Матриця фінансової рівноваги наведена на рис. 3.3

Стадія фінансового розвитку	$РФД < 0$ (гальмування)	$РФД \approx 0$ (стабілізація)	$РФД > 0$ (прискорення)
$РГД > 0$ (повільне зростання)	1. «Батько родини» $РГФД = 0$	4. «Ранг'є» $РГФД > 0$	6. «Холдінг» $РГФД \gg 0$
$РГД \approx 0$ (оптимальне зростання)	7. «Епізодичний дефіцит» $РГФД < 0$	2. «Стійка рівновага» $РГФД \approx 0$	5. «Атака» $РГФД > 0$
$РГД < 0$ (форсоване зростання)	9. «Криза» $РГФД \ll 0$	8. «Ділема» $РГФД < 0$	3. «Нестійка рівновага» $РГФД \approx 0$
Стадія фінансового розвитку	$Рп < 0$	$Рп \in [0; 0,1)$	$Рп \geq 0,1$

Рис. 3.3. Матриця фінансової рівноваги

Доповнемо матрицю фінансових стратегій Франсона і Романа матрицею стадії фінансового розвитку, розробленою на основі моделі фірми

Дюпон.

Стадія фінансового розвитку	$РФД < 0$ (гальмування)	$РФД \approx 0$ (стабілізація)	$РФД > 0$ (прискорення)
$РГД > 0$ (повільне зростання)	1. «Батько родини» $РГФД = 0$	4. «Рант'є» $РГФД > 0$	6. «Дилема» $РГФД \gg 0$
$РГД \approx 0$ (оптимальне зростання)	7. «Епізодичний дефіцит» $РГФД < 0$	2. «Стійка рівновага» $РГФД \approx 0$	5. «Атака» $РГФД > 0$
$РГД < 0$ (форсоване зростання)	9. «Криза» $РГФД \ll 0$	8. «Ділема» $РГФД < 0$	3. «Нестійка рівновага» $РГФД \approx 0$
Стадія фінансового розвитку	$Рп < 0$	$Рп \in [0;0,1)$	$Рп \geq 0,1$
$ОА \uparrow$	12 Кризовий фінансовий стан $ROA \approx 0$	11 Середній фінансовий стан $ROA > 0$	10 Стійкий фінансовий стан $ROA \gg 0$
$\Delta OA = 0$	18 Посткризовий фінансовий стан $ROA < 0$	17 Порухнення рівноваги $ROA \approx 0$	16. Стабілізація на досягнутому рівні $ROA > 0$
$ОА \downarrow$	15. Критичний фінансовий стан $ROA \ll 0$	14. Нестійкий фінансовий стан $ROA < 0$	13. Допустимий фінансовий стан $ROA \approx 0$

Рис. 3.4 Матриця визначення стадії фінансового розвитку підприємства

Стадія фінансового розвитку	$РФД < 0$ (гальмування)	$РФД \approx 0$ (стабілізація)	$РФД > 0$ (прискорення)
$РГД > 0$ (повільне зростання)	1.	4.	6.
$РГД \approx 0$ (оптимальне зростання)	7.	2.	5.
$РГД < 0$ (форсоване зростання)	9.	8.	3.
Стадія фінансового розвитку	$Рп < 0$	$Рп \in [0;0,1)$	$Рп \geq 0,1$
$ОА \uparrow$	12	11	10
$\Delta OA = 0$	18	17	16.
$ОА \downarrow$	15.	14.	13.

Рис. 3.5. Комплексна матриця визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Туристична компанія тревел».

У ситуації, що відповідає квадрату 6 спостерігається яскраво виражений надлишок ліквідних засобів. Якщо підприємство з найбільшою ефективністю ними розпорядиться, то положення може стати стабільним. Підприємство має вичерпати всі позикові можливості за рахунок залучення кредитних ресурсів в намаганні максимізувати рентабельність власних ресурсів із використанням ефекту фінансового важеля. Тоді є можливість переходу у квадрат 4 при скороченні величини РФД.

Друга можливість полягає у переміщенні у квадрант 5.

Розглянемо область доповнення.

Квадрат 11- середній фінансовий стан. Підприємство знаходиться у стані фінансової рівноваги і має найбільшу можливість зміни фінансового положення.

Запропоновуємо наступну структурно-логічну схему процесу розроблення фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел Січ». наведено на рис. 3.6.

Серед основних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі в цілому слід визнати наступні:

– розробка на рівні місцевої влади, у тому числі і Запорізького регіону, механізмів залучення приватного капіталу для модернізації об'єктів туристичної інфраструктури;

— передача в контексті децентралізації місцевим органам певних функцій з ліцензування суб'єктів господарювання у сфері туризму;

– стимулювання розвитку середнього і малого бізнесу, що сприятиме зростанню конкуренції і у сфері туристичних послуг.

Особливістю фінансової стратегії є те, що вона передбачає розроблення комплексу дій на довгострокову перспективу, тому процес моделювання фінансової стратегії є складним і трудомістким та складається з певної кількості послідовних взаємопов'язаних етапів, сутність яких залежить від цілей підприємства, його фінансових показників та виду фінансової стратегії, на який спрямований процес моделювання [49,50].



Рис. 3.6. Структурно-логічна схема процесу розроблення фінансової стратегії
ТОВ «Туристична компанія Тревел січ»

Моделювання фінансової стратегії має базуватись саме на вдосконаленні управління діяльністю підприємств шляхом вирішення завдань

за визначеними етапами. Тому першим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має бути забезпечення ефективності формування фінансових результатів. На цьому етапі підприємству потрібно досягнути оптимальних темпів зростання чистого доходу, оптимальних темпів зростання чистого прибутку та оптимальних темпів зниження показника витрат від операційної діяльності на 1 грн. реалізованої продукції, а також забезпечити потрібну величину чистого прибутку та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу, собівартості та сукупних витрат.

Зазначимо, що під оптимальним темпом зростання певного показника ми розуміємо мінімальний темп зростання, при якому буде досягнуто підвищення прибутковості та фінансової стійкості, а також ефективності фінансової стратегії (або має спостерігатись тенденція до покращення діяльності за вказаними напрямками), але який є реальним під впливом зовнішніх факторів[50]

Другим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління елементами операційних витрат. На цьому етапі на підприємстві потрібно забезпечити оптимальний темп зростання витрат на оплату праці, оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу і елементів операційних витрат та оптимальну структуру елементів операційних витрат. Одними з найголовніших показників, які характеризують діяльність підприємства в цілому є показники рентабельності. Тому оптимізація цих показників відіграє вирішальну роль в процесі моделювання фінансової стратегії.

Тому третім етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення оптимального рівня рентабельності.

Четвертий етап моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління фінансовою стійкістю. На цьому етапі потрібно досягнути нормативного значення

коефіцієнту автономії, коефіцієнту мобільності та коефіцієнту виробничих фондів ($\geq 0,5$).

П'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективності управління платоспроможністю, на якому потрібно забезпечити досягнення нормативних значень коефіцієнту поточної ліквідності (≥ 2).

Шостим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління діловою активністю поліграфічного підприємства. На цьому етапі підприємство має забезпечити підвищення показників оборотності та оптимального співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості та їх темпів зростання.

Сьомим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є досягнення «золотого правила економіки». На цьому етапі потрібно досягнути оптимального співвідношення темпів зростання чистого прибутку та чистого доходу та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу та активів підприємства.

Дев'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є максимізація його ринкової вартості. Тобто на цьому етапі має бути виконане одне з найголовніших завдань фінансової стратегії підприємства – забезпечення оптимальної величини ринкової вартості підприємства.

Висновки до розділу 3

1. Заропоновано шляхи удосконалення механізму формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища.

На формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» впливають такі основні чинники: узгодженості стратегії із загальною

стратегією, передбачуваними змінами зовнішнього середовища та внутрішнім потенціалом, внутрішньої збалансованості параметрів фінансової стратегії, реалізованості фінансової стратегії, прийнятності рівня ризиків, пов'язаних із реалізацією фінансової стратегії, ефективності реалізації фінансової стратегії.

Розглянуто SWOT-аналіз туристичної галузі України з метою визначення стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Хоча в умовах сучасних реалій ринку поки що переважають усе ж таки одноцільові стратегії, який базується на виборі єдиного головного стратегічного напрямку розвитку. Можна виділити наступні типи стратегій, притаманні сучасному туристичному бізнесові України: сегментна, орієнтована на технології, стратегія професіоналів, стратегія репутації, мікс-стратегія.

Використано SPACE-аналіз функціонування ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» для визначення стратегій. Можемо визначити за допомогою SPACE-матриці стратегію, яку навіть не підозрюючи використовує ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Безумовною перевагою методології є завдання параметрів оцінки фінансової стратегії, що дозволяють відповісти на питання про те, чи призведе фінансова стратегія до досягнення цілей в умовах можливих змін факторів зовнішнього фінансового середовища

На сьогодні ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» наслідує агресивну стратегію в поєднанні з елементами консервативно-оборонної, які полягають у захисті існуючих конкурентних позицій традиційними методами, акцентуючи при цьому увагу на вузькій ринковій ніші, частково на впровадженні нових технологій та професійному підході до надання туристичних послуг.

Для реалізації загальної мети ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» система стратегічного фінансового управління має бути орієнтована на створення умов ефективного використання ресурсів і ринкового зростання за

рахунок адаптації до змін зовнішнього середовища. Система стратегічного фінансового управління включає такі механізми адаптації:

1. Механізми пасивної адаптації до зовнішнього середовища – забезпечують функціонування системи в стабільному середовищі та реалізацію стратегії пасивного розвитку компанії шляхом вибору сприятливих умов діяльності.

2. Механізми активної адаптації до зовнішнього середовища – направлені на пошук сприятливих умов для реалізації стратегії активного розвитку компанії. Адаптаційна реакція на зміни в зовнішньому середовищі проявляється в швидкій перебудові внутрішніх структур і у використанні складних форм стратегічної поведінки.

3. Механізми, направлені на формування сприятливих зовнішніх умов функціонування компанії та реалізацію стратегії активної дії на зовнішнє середовищ

Адаптивна система – це система, в якій регулярно і ефективно здійснюються процеси адаптації (параметричної, структурної і цільової), направлені на зростання її впорядкованості та організованості відповідно до вибраного критерію розвитку. Цільова адаптація першого рівня орієнтована на досягнення сформульованої детермінованої мети.

В підсумку зазначено, що в системі стратегічного управління ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» фінансова стратегія займає найважливіше місце, оскільки з її реалізацією пов'язана довгострокова фінансова і економічна політика підприємства. Практично фінансова стратегія є ключовим носієм інформації про майбутній розвиток ТОВ «Туристична компанія Тревел січ», на основі якої формується його імідж, залучаються інвестори, підвищується довіра кредиторів. Формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має здійснюватися з урахуванням: впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства; наявності виробничого, фінансового, маркетингового та кадрового ресурсу. Залежно від цього, підприємства можуть формувати такі

фінансові стратегії, які дозволять досягти позитивного результату, зокрема, стабілізувати їх фінансову стійкість, прибутковість, конкурентоспроможність, зберегти певні позиції на ринку. Адже правильний вибір фінансової стратегії є необхідною умовою вдосконалення управління діяльністю ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» та підвищення ефективності їх діяльності в сучасному глобалізованому, динамічному і конкурентному ринковому середовищі.

2. Сформовано фінансову стратегію ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища

Проведено розрахунок показників для визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Туристична компанія тревел».

Матриця фінансових стратегій дає змогу визначити поточне положення компанії стосовно фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці та прогнозувати зміни фінансової стратегії планувати майбутнє положення компанії, цілеспрямовано змінюючи найбільш важливі показники діяльності підприємства та знижуючи рівень фінансового ризику.

У ситуації, що відповідає квадрату 6 спостерігається яскраво виражений надлишок ліквідних засобів. Якщо підприємство з найбільшою ефективністю ними розпорядиться, то положення може стати стабільним. Підприємство має вичерпати всі позикові можливості за рахунок залучення кредитних ресурсів в намаганні максимізувати рентабельність власних ресурсів із використанням ефекту фінансового важеля. Тоді є можливість переходу у квадрат 4 при скороченні величини РФД.

Друга можливість полягає у переміщенні у квадрант 5.

Розглянемо область доповнення.

Квадрат 11- середній фінансовий стан. Підприємство знаходиться у стані фінансової рівноваги і має найбільшу можливість зміни фінансового положення.

Серед основних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі слід визнати наступні:

- розробка на рівні місцевої влади механізмів залучення приватного капіталу для модернізації об'єктів туристичної інфраструктури;
- передача в контексті децентралізації місцевим органам функцій з ліцензування суб'єктів господарювання у сфері туризму;
- стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, що сприятиме зрост

Моделювання фінансової стратегії має базуватись саме на вдосконаленні управління діяльністю підприємств шляхом вирішення завдань за визначеними етапами. Тому першим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має бути забезпечення ефективності формування фінансових результатів. На цьому етапі підприємству потрібно досягнути оптимальних темпів зростання чистого доходу, оптимальних темпів зростання чистого прибутку та оптимальних темпів зниження показника витрат від операційної діяльності на 1 грн. реалізованої продукції, а також забезпечити потрібну величину чистого прибутку та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу, собівартості та сукупних витрат.

Другим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління елементами операційних витрат. На цьому етапі на підприємстві потрібно забезпечити оптимальний темп зростання витрат на оплату праці, оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу і елементів операційних витрат та оптимальну структуру елементів операційних витрат. Одними з найголовніших показників, які характеризують діяльність підприємства в цілому є показники рентабельності. Тому оптимізація цих показників відіграє вирішальну роль в процесі моделювання фінансової стратегії.

Тому третім етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення оптимального рівня рентабельності.

Четвертий етап моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління фінансовою стійкістю. На цьому етапі потрібно досягнути нормативного значення коефіцієнту автономії, коефіцієнту мобільності та коефіцієнту виробничих фондів ($\geq 0,5$).

П'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективності управління платоспроможністю, на якому потрібно забезпечити досягнення нормативних значень коефіцієнту поточної ліквідності (≥ 2).

Шостим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління діловою активністю поліграфічного підприємства. На цьому етапі підприємство має забезпечити підвищення показників оборотності та оптимального співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості та їх темпів зростання.

Сьомим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є досягнення «золотого правила економіки». На цьому етапі потрібно досягнути оптимального співвідношення темпів зростання чистого прибутку та чистого доходу та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу та активів підприємства.

Дев'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є максимізація його ринкової вартості. Тобто на цьому етапі має бути виконане одне з найголовніших завдань фінансової стратегії підприємства – забезпечення оптимальної конкуренції у сфері туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

На підставі аналізу літературних джерел, оцінки фінансового стану підприємства і запропонованих заходів можливо зробити наступні висновки:

1. Уточнено економічна категорія «фінансова стратегія» та розглянуто еволюцію її розвитку

Сьогодні існують різні підходи до формування поняття «фінансова стратегія».

Необхідно відзначити, що фінансова стратегія – це відносно нове поняття у вітчизняній науці та практиці менеджменту. Водночас слід відзначити, що в зарубіжній літературі (зокрема, американській та європейській) з фінансового менеджменту поняття «фінансова стратегія» практично відсутнє, науковці оперують такими термінами, як, наприклад, «фінансове планування», «довгострокові інвестиційні рішення», «управління структурою капіталу». В стратегічному менеджменті вона розглядається виключно як різновид функціональних стратегій.

Отже, фінансова стратегія підприємства є невід'ємною складовою частиною та важливим елементом системи менеджменту підприємства, посідаючи центральне місце серед його функціональних стратегій, визначає основні напрями підвищення ефективності управління його фінансовою діяльністю та розвитку фінансових відносин з контрагентами.

2. Визначено методичні аспекти формування фінансової стратегії підприємства в умовах нестабільного економічного середовища.

Модель фінансової стратегії має включати наступні взаємозалежні блоки: мету і завдання; рівні реалізації; зовнішні і внутрішні фактори формування; інструменти і методи реалізації; результативність.

Модель фінансової стратегії підприємства показує, через систему яких інструментів (програми, проекти, реструктуризація, глобалізація, диверсифікація тощо) і методів (моделювання, планування, аналіз, прогнозування тощо) вона реалізується

Вважаємо необхідним введення в модель запропоновану Ткачук І.Г. таку складову результативності як збільшення добробуту власників і працівників.

Важливим моментом формування фінансової стратегії є врахування, окрім стадії життєвого циклу підприємства і продукції, яку воно виробляє, також обраної фінансової та маркетингової політики. Тому можна виділяють окремі типи фінансових стратегій.

Розробка фінансової стратегії базується на конкретних принципах: збалансованості матеріальних і фінансових потоків, фінансового контролю та аналізу діяльності підприємства, прогнозування альтернативних варіантів розвитку.

3. Досліджено стан, проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні

За даними Мінекономрозвитку, уже в 2016-му Україна потрапила до 30-ки країн, найпривабливіших для іноземних туристів, зайнявши 27 позицію.. А в 2017-му, за даними Світового банку, Україна успішно перемістилися на 25 позицію. В 2018-му цю позицію зберегла

З початку 2019 року в Україні почали діяти нові ставки у Києві та Львові. Раніше їх розмір встановлювався у відсотках до вартості номеру, а з 1 січня 2019 року у відсотках від мінімальної зарплати: до 0,5% для українських туристів та до 5% для іноземних туристів.

Найбільше зростання обсягів надходжень від сплати податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності до зведеного бюджету у I півріччі 2019 року у порівнянні з I півріччям 2018 року відбулось у: Івано-Франківській (на 45,7%), Закарпатській (на 27,6%), Луганській (на 27,6%), Харківській (на 23,8%) та Донецькій (на 22,0%) областях. ТОП-5 областей України за найбільшими обсягами надходжень від сплати податкових платежів суб'єктами туристичної діяльності у I півріччі 2019 року: м. Київ – 686,8 млн грн (31,3% загальної суми); Львівська обл. – 223,7 млн грн (10,2 % загальної суми); Дніпропетровська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної

суми); Одеська обл. – 128,7 млн грн (5,9 % загальної суми); Харківська обл. – 110,5 млн грн (5,0 % загальної суми).

Безпосередньо населенню у 2018 році було реалізовано 815,7 тис. путівок на 9 492,1 тис. днів загальною вартістю 21 914,9 млн гривень.

Лідерами за кількістю в'їздів іноземців до України історично залишаються прикордонні країни, частка яких з 2016 року поступово зменшується з 85,5% до 80,7 %, що, серед іншого, пояснюється введенням з 01.01.2018 року змін до Митного кодексу України, що значно обмежують безмитний перетин товарів через кордон. На фоні зменшення у I півріччі 2019 року прикордонного обміну у порівнянні з I півріччям 2018 року, спостерігаються якісні зміни в структурі в'їзного туристичного потоку з неприкордонних країн. Так досягнуто суттєвого зростання потоків з: Литви – на 32,0%, Латвії – 18,1%, Німеччини – 17,5%, Канади – 11,4%, Китаю – 11,1%, а також продовжується тенденція зростання потоків туристів з: Франції – 6,0%, США – 5,6%, Чехії – 5,6%, Італії – 3,9%, Великобританії – 2,7%, Болгарії – 2,4% та відновився потік туристів з Грузії – 4,5%

4. Досліджено фінансовий стан ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в аспекті формування фінансової стратегії.

Аналіз всіх складових балансу вказує на стійку тенденцію зростання як загальної суми так і окремих складових, так на 31.12.2018р. порівняно з даними на 01.01.2016р. загальна сума балансу зросла на 1759,50 тис. грн., оборотні активи на 1789,90 тис. грн., власний капітал на 359,90 тис. грн., поточні зобов'язання на 1399,60 тис. грн. і тільки необоротні активи зменшилися на 30,40 тис. грн.

Здійснено аналіз фінансових результатів ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» і зроблено наступні висновки:

- чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2017р. збільшився на 798,10 тис. грн., за 2018р. на 461,00 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшився 1259,10 тис. грн.;

- інші операційні доходи за 2017р. збільшилися на 20,90 тис. грн., за 2018р. на 56,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 77,20 тис.грн.;

- інші доходи збільшилися тільки у 2018р. до 1 тис. грн., у 2016-2017р. дорівнювали 0 тис. грн.;

- разом доходи за 2017р. збільшилися на 819,00 тис. грн., за 2018р. на 518,30тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1337,30тис.грн.;

- собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг) дорівнює нулю, що пов'язано зі специфікою діяльності;

- інші операційні витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 1251,40 тис.грн.;

- інші витрати залишаються без змін і дорівнюють нулю;

- разом витрати за 2017р. збільшилися на 781,60 тис. грн., за 2018р. на 469,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на1251,40 тис.грн.;

- фінансовий результат до оподаткування за 2017р. збільшився на 37,40 тис. грн., за 2018р. на 48,50 тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 85,90 тис.грн.;

- податок на прибуток за 2017р. збільшився на 6,80тис. грн., за 2018р. на 8,70тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на15,50 тис.грн.;

- чистий прибуток (збиток) за 2017р. збільшився на 30,60тис. грн., за 2018р. на 39,80тис. грн., а за період з 2016р. по 2018р. збільшилися на 70,40тис.грн.;

Рентабельність реалізованої продукції за прибутком від реалізації показує скільки припадає прибутку від реалізації на одиницю виручки. Зміну показника вказує на тенденцію до зменшення. Показник зменшується за 2017р. на 0,01, а за 2018р. ще на 0,01. Така тенденція пов'язана з тим, що темпи зростання прибутку значно менше темпів росту виручку.

Частка основних засобів в активах показує частку коштів, інвестованих в основні засоби, у валюті балансу. На 31.12.2016 показник зменшився на 0,03; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. зменшився на 0,03.

Коефіцієнт зносу основних засобів показує рівень фізичного і морального зносу основних фондів. Підприємство застосовує обмежену кількість основних фондів і головна маса це комп'ютерна техніка та меблі. Показник має значні значення, що вказує на велику міру зносу. На 31.12.2016 показник збільшився на 0,08; на 31.12.2017р. зменшився на 0,01; на 31.12.2018р. збільшився на 0,08.

Коефіцієнт трансформації показує скільки отримано чистої виручки від реалізації продукції на одиницю коштів, інвестованих в активи. Темп приросту за 2017р. склав 108,93%, за 2018р. склав 82,68%. Зменшення показника за 2018р. є явищем негативним.

Фондовіддача показує скільки виручки припадає на одиницю основних виробничих фондів. Темп приросту за 2017р. склав 95,92%, за 2018р. склав 169,53%. Збільшення показника за 2018р. є явищем позитивним і показує збільшення віддачі.

Коефіцієнт оборотності обігових коштів (обороту) показує кількість оборотів обігових коштів за період; скільки виручки припадає на одиницю обігових коштів. За 2017р. показник збільшився на 0,10, але за 2018р. зменшився на 0,30. Така змінна вказує на уповільнення обігових коштів і є негативною.

5. Запропоновано шляхи удосконалення механізму формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища.

На формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» впливають такі основні чинники: узгодженості стратегії із загальною стратегією, передбачуваними змінами зовнішнього середовища та внутрішнім потенціалом, внутрішньої збалансованості параметрів фінансової стратегії, реалізованості фінансової стратегії, прийнятності рівня ризиків,

пов'язаних із реалізацією фінансової стратегії, ефективності реалізації фінансової стратегії.

Розглянуто SWOT-аналіз туристичної галузі України з метою визначення стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Хоча в умовах сучасних реалій ринку поки що переважають усе ж таки одноцільові стратегії, який базується на виборі єдиного головного стратегічного напрямку розвитку. Можна виділити наступні типи стратегій, притаманні сучасному туристичному бізнесові України: сегментна, орієнтована на технології, стратегія професіоналів, стратегія репутації, мікс-стратегія.

Використано SPACE-аналіз функціонування ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» для визначення стратегій. Можемо визначити за допомогою SPACE-матриці стратегію, яку навіть не підозрюючи використовує ТОВ «Туристична компанія Тревел січ».

Безумовною перевагою методології є завдання параметрів оцінки фінансової стратегії, що дозволяють відповісти на питання про те, чи призведе фінансова стратегія до досягнення цілей в умовах можливих змін факторів зовнішнього фінансового середовища

На сьогодні ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» наслідують агресивну стратегію в поєднанні з елементами консервативно-оборонної, які полягають у захисті існуючих конкурентних позицій традиційними методами, акцентуючи при цьому увагу на вузькій ринковій ніші, частково на впровадженні нових технологій та професійному підході до надання туристичних послуг.

В підсумку зазначено, що в системі стратегічного управління ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» фінансова стратегія займає найважливіше місце, оскільки з її реалізацією пов'язана довгострокова фінансова і економічна політика підприємства. Практично фінансова стратегія є ключовим носієм інформації про майбутній розвиток ТОВ «Туристична компанія Тревел січ», на основі якої формується його імідж, залучаються

інвестори, підвищується довіра кредиторів. Формування фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має здійснюватися з урахуванням: впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства; наявності виробничого, фінансового, маркетингового та кадрового ресурсу. Залежно від цього, підприємства можуть формувати такі фінансові стратегії, які дозволять досягти позитивного результату, зокрема, стабілізувати їх фінансову стійкість, прибутковість, конкурентоспроможність, зберегти певні позиції на ринку. Адже правильний вибір фінансової стратегії є необхідною умовою вдосконалення управління діяльністю ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» та підвищення ефективності їх діяльності в сучасному глобалізованому, динамічному і конкурентному ринковому середовищі.

6. Сформувано фінансову стратегію ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» в умовах нестабільного економічного середовища.

Проведено розрахунок показників для визначення стадії фінансового розвитку ТОВ «Туристична компанія тревел».

Матриця фінансових стратегій дає змогу визначити поточне положення компанії стосовно фінансового ризику, розглядати ситуацію в динаміці та прогнозувати зміни фінансової стратегії планувати майбутнє положення компанії, цілеспрямовано змінюючи найбільш важливі показники діяльності підприємства та знижуючи рівень фінансового ризику.

У ситуації, що відповідає квадрату 6 спостерігається яскраво виражений надлишок ліквідних засобів. Якщо підприємство з найбільшою ефективністю ними розпорядиться, то положення може стати стабільним. Підприємство має вичерпати всі позикові можливості за рахунок залучення кредитних ресурсів в намаганні максимізувати рентабельність власних ресурсів із використанням ефекту фінансового важеля. Тоді є можливість переходу у квадрат 4 при скорочені величини РФД.

Друга можливість полягає у переміщенні у квадрант 5.

Розглянемо область доповнення.

Квадрат 11- середній фінансовий стан. Підприємство знаходиться у стані фінансової рівноваги і має найбільшу можливість зміни фінансового положення.

Серед основних заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі слід визнати наступні:

- розробка на рівні місцевої влади механізмів залучення приватного капіталу для модернізації об'єктів туристичної інфраструктури;
- передача в контексті децентралізації місцевим органам функцій з ліцензування суб'єктів господарювання у сфері туризму;
- стимулювання розвитку малого і середнього бізнесу, що сприятиме зрост

Моделювання фінансової стратегії має базуватись саме на вдосконаленні управління діяльністю підприємств шляхом вирішення завдань за визначеними етапами. Тому першим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» має бути забезпечення ефективності формування фінансових результатів. На цьому етапі підприємству потрібно досягнути оптимальних темпів зростання чистого доходу, оптимальних темпів зростання чистого прибутку та оптимальних темпів зниження показника витрат від операційної діяльності на 1 грн. реалізованої продукції, а також забезпечити потрібну величину чистого прибутку та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу, собівартості та сукупних витрат.

Другим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління елементами операційних витрат. На цьому етапі на підприємстві потрібно забезпечити оптимальний темп зростання витрат на оплату праці, оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу і елементів операційних витрат та оптимальну структуру елементів операційних витрат. Одними з найголовніших показників, які характеризують діяльність підприємства в

цілому є показники рентабельності. Тому оптимізація цих показників відіграє вирішальну роль в процесі моделювання фінансової стратегії.

Тому третім етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення оптимального рівня рентабельності.

Четвертий етап моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління фінансовою стійкістю. На цьому етапі потрібно досягнути нормативного значення коефіцієнту автономії, коефіцієнту мобільності та коефіцієнту виробничих фондів ($\geq 0,5$).

П'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективності управління платоспроможністю, на якому потрібно забезпечити досягнення нормативних значень коефіцієнту поточної ліквідності (≥ 2).

Шостим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є забезпечення ефективного управління діловою активністю поліграфічного підприємства. На цьому етапі підприємство має забезпечити підвищення показників оборотності та оптимального співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості та їх темпів зростання.

Сьомим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є досягнення «золотого правила економіки». На цьому етапі потрібно досягнути оптимального співвідношення темпів зростання чистого прибутку та чистого доходу та оптимальне співвідношення темпів зростання чистого доходу та активів підприємства.

Дев'ятим етапом моделювання фінансової стратегії ТОВ «Туристична компанія Тревел січ» є максимізація його ринкової вартості. Тобто на цьому етапі має бути виконане одне з найголовніших завдань фінансової стратегії підприємства – забезпечення оптимальної анно конкуренції у сфері туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАННИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк И.А. Финансовая стратегия предприятия: Київ: Ника-Центр: Эльга, 2004. 720 с.
2. Макаренко А.П. Формування фінансової стратегії підприємства та її значення у конкурентному ринковому середовищі URL: <https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.1/003.pdf> (дата звернення: 25.10.2019)
3. Дикань Л. В. Стратегічне управління фінансовими ресурсами промислового підприємства Фінанси України. 2008. № 3. С. 12-18.
4. Лукіна Ю. В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства Фінанси України. 2008. № 3 С. 113.
5. Станіславик Є. Н. Основи фінансового менеджменту Москва: Ось – 89, 2008. 128 с.
6. Бланк І. А. Фінансова стратегія підприємства Київ: Ніка – Центр, 2008. 520с.
7. Поддєрьогін А. М. Буряк Л. Д. Фінанси підприємств: підручник Київ: КНЕУ, 2010. 384с.
8. Янковська В.А. Фінансова стратегія та її роль у розвитку підприємства URL:http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/7724/1/vestnik_NPI_2013_50_Yankovska_Finansova.pdf(дата звернення: 25.10.2019)
9. Бараннікова Н. П. Фінансовий менеджмент: підручник 2-ге вид. перероб. і доп.. Москва: ЮНИТИ. 2011. 415.с.
10. Власова К.Э., Кырова Е.В. Финансовая стратегия: теоретические основы и методика разработки Современный менеджмент: проблемы и решения: материалы Международной заочной научно-практической конференции (1 февраля 2010 года). Новосибирск, 2010. – С. 62–71. URL: <https://sibac.info/conf/manag/ia/51429>.

11. Плікус І.Й. Методичні підходи щодо розробки фінансової стратегії розвитку підприємства Економіка: проблеми теорії та практики. 2002. Вип. 159. С. 90–99.
12. Шевченко Т.Є. Методичні підходи до управління фінансовою стратегією Сучасні проблеми економіки та підприємництво. 2014. Вип. 14. С. 225–230.
13. Буняк Н.М Курдельчук Р.І Фінансова стратегія в системі менеджменту підприємства URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/8_ukr/34.pdf(дата звернення: 29.10.2019)
14. Гончаренко О.М. Фінансова стратегія: теоретичні питання розробки та реалізації Вісник соціально-економічних досліджень. 2015. Вип. 1. № 56. С. 35–40.
15. Даценко Г.В. Теоретичні аспекти формування фінансової стратегії в системі регулювання діяльності підприємства Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 5. Т. 2. С. 162–165
- 16.Ткачук І.Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємством ВІСНИК ЖДТУ № 2 (44) С.301-305
17. Фатхутдинов Р.А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. Москва: ИНФРА-М, 2011. – 360 с.
- 18.Баринов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент / В. А. Баринов, Москва : ИНФРА-М, 2006.237 с.
19. Леспух О. В., Передерієнко Н. І. Фінансова стратегія в системі управління підприємством Менеджмент виробництва. 2011. №8. С131 – 136.
20. Щербань О. Методичний підхід до розробки фінансової стратегії підприємства URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua> › irbis_nbuv › cgiirbis_64 › es.
21. Лукіна Ю. В. Формування та реалізація стратегії управління фінансами підприємства Фінанси України. 2006. № 3. С. 113—118.
22. Иванищева, А. В. Разработка финансовой стратегии предприятия Економіка. Фінанси. Право. 2010. № 10. С. 14–21.

23. Масленніков О. Ю. Шпачук А. Я. Фінансова стратегія та планування в умовах становлення ринку Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. праць. Л. : НЛТУ України. 2009. Вип. 17.3. С. 260–262.

24. Веснин В. Р. Менеджмент: учебник 3-еизд. Москва : ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. 512 с.

25. Минцберг Г., . Куинн Дж. Б Стратегический процессе: концепции, проблемы, решения -СПб.: Питер, 2001. 684 с.

26. Наливайко А. П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку Київ : КНЕУ, 2010. 227 с.

27. Панченко А. І. Узагальнення моделі статистичної оцінки основних показників діяльності підприємства Фінанси України. 2005. № 3. С. 133—137

28. Галушкіна Т. П. Економіка природокористування: навч. пос. Харків: Бурун Книга, 2009. 480 с.

29. Хрущ Н. А. Стратегії компанії: механізми формування та адаптації в сучасному інвестиційному середовищі Фінанси України. 2010. № 8. С. 45—52.

30. Барінов В. А., Харченко В. Л. Стратегический менеджмент— Москва : ИНФРА-М, 2006.237 с.

31. Цигилик І. І., Бойчук О. М. Роль аналізу фінансової діяльності в системі стратегічного управління Економіка. Фінанси. Право. 2010. № 7. — С. 9-14. (дата звернення: 02.11.2019)

32. До речі в туризмі Україна не пасе задніх URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/2664756-do-reci-v-turizmi-ukraina-ne-pase-zadnih.html>(дата звернення: 09.11.2019)

33. Цьогоріч на розвиток туризму України в бюджеті передбачено 17 млн грн. URL:<https://tsn.ua/tourism/ukrayinu-torik-vidvidalo-ponad-14-milyoniv-inozemnih-turistiv-1316523.html>(дата звернення: 09.11.2019)

34. Офіційний сайт Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України URL:

<http://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=be44a1a7-69b3-4a77-a86a-447499abcd6&tag=Analitika&isSpecial=true>(дата звернення: 09.11.2019)

35. Туристичний бізнес – у тренді URL: <https://msb.aval.ua/news/?id=27663> (дата звернення: 09.11.2019)

36. Стаднюк Т. Особливості методики аналізу фінансових результатів діяльності підприємств URL: <https://echas.eenu.edu.ua> > echas > article > view(дата звернення: 12.11.2019)

37. Господарський кодекс України від від 16.01.2003 № 436-IV URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>(дата звернення: 12.11.2019)

38. Христюк Д.П. Аналіз фінансових результатів діяльності сільськогосподарських підприємств URL: <http://global-national.in.ua/archive/15-2017/120.pdf> (дата звернення: 11.11.2019)

40. Зигрій О. В. Комплексна оцінка фінансового стану підприємства на основі показників звітності: теоретичний підхід URL: http://dspace.tneu.edu.ua/bitstream/316497/2221/1/Комплексна%20оцінка%20фінансового%20стану%20підприємства%20на%20основі%20показників%20звітності_теорет.підхід.pdf (дата звернення: 11.11.2019)

41. Мосьондз О. Б. Аналіз фінансового стану: сутність і необхідність URL: www.irbis-nbuv.gov.ua > irbis_nbuv > cgiirbis_64(дата звернення: 12.11.2019)

42. Іванюк У.В. Особливості функціонування туристичних підприємств в сучасних економічних умовах URL: www.irbis-nbuv.gov.ua > irbis_nbuv > cgiirbis_64(дата звернення: 12.11.2019)

43. Корнієнко О. М. Стратегічні пріоретити розвитку туристичних підприємств URL: irbis-nbuv.gov.ua > irbis_nbuv > cgiirbis_64 > eu (дата звернення: 12.11.2019)

44. Канькало В. С. Исходные концепции стратегического управления и их современная оценка Журнал менеджмента. 2003. № 1. С. 7 – 30.

45. Котлер Ф. Маркетинг: Гостерпийство и туризм. Москва: ЮНИТИ, 1998. 787 с.

46. Мних Є. В. Економічний аналіз. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 472 с.

47. Моисеева М. М. Стратегическое управление туристской фирмой. Москва: Финансы и статистика, 2010. 202 с

48. Назарова Т.Ю., Мілентьєва Ю.В. Формування фінансової стратегії: теоретичний аспект URL: <https://er.knutd.edu.ua/bitstream/NRMSE2019>. (дата звернення: 13.11.2019)

49. Передерієнко Н.І., Котляревський Я.В., Дем'яненко О.М. Фінансовий менеджмент: підруч.для студ.вищ.навч. закл.: рек. Міністерства України Л.: УАД, 2010.199с.

50. Дем'яненко О.М. Основи моделювання стратегії поліграфічних підприємств URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/19926/1/SWJ13_Демьяненко_О.М.PDF(дата звернення: 13.11.2019)

51. Яришко О.В., Єрмак Д.К., Хортецька Н.В. Формування фінансової стратегії в умовах відкритої конкуренції. Вплив цифрової освіти на розвиток людського капіталу : матеріали Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (20-21 листопада 2019 року, м. Запоріжжя). Запоріжжя : Наук. ред. Н.Г. Метеленко. ЗНУ Інженерний інститут, 2019. С.81-83.

ДОДАТКИ

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємства"

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємства

Підприємство	ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ"	Дата (рік, місяць, число)	2017	01	01
Територія	ЗАПОРІЗЬКА	за ЄДРПОУ	33795893		
Організаційно-правова форма господарювання	Товариство з обмеженою відповідальністю	за КОАТУУ	2310137500		
Вид економічної діяльності	Діяльність туристичних операторів	за КОПФГ	240		
Середня кількість працівників, осіб	7	за КВЕД	79.12		
Одиниця виміру:	тис. грн. з одним десятковим знаком				
Адреса, телефон	вулиця КОПЬОНКІНА, буд. 54, м. ЗАПОРІЖЖЯ, ЗАПОРІЗЬКА обл., 69068		2173031		

1. Баланс на 31 грудня 2016 р.

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	149,4	125,4
первісна вартість	1011	371,4	385,1
знос	1012	(222,0)	(259,7)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	149,4	125,4
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	772,0	1 379,6
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	4,1	0,2
у тому числі з податку на прибуток	1136	3,7	0,2
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	156,4	64,1
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	371,8	54,9
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	1 304,3	1 498,8
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	1 453,7	1 624,2

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	212,6	298,9
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	512,6	598,9
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	37,9	31,7
розрахунками з бюджетом	1620	18,8	16,9
у тому числі з податку на прибуток	1621	-	-
розрахунками зі страхування	1625	-	-
розрахунками з оплати праці	1630	-	-
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	884,4	976,7
Усього за розділом III	1695	941,1	1 025,3
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	1 453,7	1 624,2

2. Звіт про фінансові результати
за _____ Рік 2016

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	2 053,7	2 085,6
Інші операційні доходи	2120	4,5	1,7
Інші доходи	2240	-	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	2 058,2	2 087,3
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(-)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(1 953,0)	(1 934,1)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(1 953,0)	(1 934,1)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	105,2	153,2
Податок на прибуток	2300	(18,9)	(27,6)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	86,3	125,6



_____ (підпис)

_____ (підпис)

ЕЦП Дмитренко
В.М.

Дмитренко Вікторія Миколаївна
(ініціали, прізвище)

ЕЦП Моїна Н.О.
Моїна Надія Олександрівна
(ініціали, прізвище)

Додаток 1
до положення (стандарту) бухгалтерського обліку 25
"Фінансовий звіт суб'єкта малого підприємництва"

ФІНАНСОВИЙ ЗВІТ
суб'єкта малого підприємництва

ДОКУМЕНТ ПРИЙНЯТО

Підприємство	Дата(рік,місяць,число)	Коди		
ТОВ "ТУРИСТИЧНА КОМПАНІЯ ТРЕВЕЛ СІЧ"		2019	01	01
Територія <u>ЗАПОРІЗЬКА</u>	за ЄДРПОУ	33795893		
Організаційно-правова форма господарювання <u>Товариство з обмеженою відповідальністю</u>	за КОАТУУ	2310137500		
Вид економічної діяльності <u>Діяльність туристичних операторів</u>	за КОПФГ	240		
Середня кількість працівників, осіб <u>10</u>	за КВЕД	79.12		
Одиниця виміру: <u>тис. грн. з одним десятковим знаком</u>				
Адреса, телефон <u>вулиця КОПЬОНКІНА, буд. 54, м. ЗАПОРІЖЖЯ, ЗАПОРІЗЬКА обл., 69068</u>		2173031		

1.Баланс на 31 грудня 2018 р.

Актив	Код рядка	Форма № 1-м Код за ДКУД 1801006	
		На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Необоротні активи			
Незавершені капітальні інвестиції	1005	-	-
Основні засоби	1010	153,6	119,0
первісна вартість	1011	456,9	464,1
знос	1012	(303,3)	(345,1)
Довгострокові біологічні активи	1020	-	-
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	-	-
Інші необоротні активи	1090	-	-
Усього за розділом I	1095	153,6	119,0
II. Оборотні активи			
Запаси	1100	-	-
у тому числі готова продукція	1103	-	-
Поточні біологічні активи	1110	-	-
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	1125	1 496,8	1 666,1
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	-	-
у тому числі з податку на прибуток	1136	-	-
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	84,7	38,5
Поточні фінансові інвестиції	1160	-	-
Гроші та їх еквіваленти	1165	564,2	1 389,6
Витрати майбутніх періодів	1170	-	-
Інші оборотні активи	1190	-	-
Усього за розділом II	1195	2 145,7	3 094,2
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	-	-
Баланс	1300	2 299,3	3 213,2

Пасив	Код рядка	На початок звітного року	На кінець звітного періоду
1	2	3	4
I. Власний капітал			
Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	300,0	300,0
Додатковий капітал	1410	-	-
Резервний капітал	1415	-	-
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	415,8	572,5
Неоплачений капітал	1425	(-)	(-)
Усього за розділом I	1495	715,8	872,5
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення			
III. Поточні зобов'язання			
Короткострокові кредити банків	1600	-	-
Поточна кредиторська заборгованість за:			
довгостроковими зобов'язаннями	1610	-	-
товари, роботи, послуги	1615	74,9	19,6
розрахунками з бюджетом	1620	49,5	54,7
у тому числі з податку на прибуток	1621	21,4	30,2
розрахунками зі страхування	1625	11,1	10,3
розрахунками з оплати праці	1630	39,5	36,4
Доходи майбутніх періодів	1665	-	-
Інші поточні зобов'язання	1690	1 408,5	2 219,7
Усього за розділом III	1695	1 583,5	2 340,7
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття			
Баланс	1900	2 299,3	3 213,2

2. Звіт про фінансові результати
за Рік 2018

Стаття	Код рядка	Форма № 2-м Код за ДКУД 1801007	
		За звітний період	За аналогічний період попереднього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	3 312,8	2 851,7
Інші операційні доходи	2120	81,7	25,4
Інші доходи	2240	1,0	-
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	3 395,5	2 877,1
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	(-)	(-)
Інші операційні витрати	2180	(3 204,4)	(2 734,6)
Інші витрати	2270	(-)	(-)
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	(3 204,4)	(2 734,6)
Фінансовий результат до оподаткування (2280 – 2285)	2290	191,1	142,5
Податок на прибуток	2300	(34,4)	(25,7)
Чистий прибуток (збиток) (2290 – 2300)	2350	156,7	116,8



(підпис)

(підпис)

ЕП Левшина
Анастасія
Юрївна

Левшина Анастасія Юрївна

(ініціали, прізвище)

ЕП Моїна Н.О.

Моїна Надія Олександрівна

(ініціали, прізвище)

