

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Бабій В. М.¹, Шинкаренко В. М.²

1 – студентка, факультет міжнародної економіки,
2 – канд. фіз.-мат. наук, доцент, кафедра статистики та ММЕ
Одеський національний економічний університет, м. Одеса

АНОТАЦІЇ

Бабій В. М., Шинкаренко В. М. Статистичний аналіз фінансової діяльності туристичних підприємств. Проведено аналіз фінансових результатів економічної діяльності підприємств туризму в Україні на підставі статистичних показників діяльності суб'єктів господарювання. Обчислено характеристики інвестиційної привабливості різних видів туристичної діяльності. Доведено, що найпривабливішим сектором для інвестування є діяльність туристичних агентств.

Ключові слова: туристичні агентства, інвестиційна привабливість, фінансові показники, чистий прибуток, обсяг продукції, прибутковість, ризик.

Babii V. M., Shinkarenko V. M. Statistical analysis of financial activity of tourist enterprises. An analysis of the financial results of the economic activity of tourism enterprises in Ukraine was carried out on the basis of statistical indicators of business entities. The characteristics of the investment attractiveness of various types of tourist activity have been calculated. It has been proven that the most attractive sector for investment is the activity of travel agencies.

Keywords: travel agencies, investment attractiveness, financial indicators, net profit, production volume, profitability, risk.

ПОСИЛАННЯ НА РЕСУРС

Бабій, В. М. Статистичний аналіз фінансової діяльності туристичних підприємств [Текст] / В. М. Бабій, В. М. Шинкаренко // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 9. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2023. – С. 5 – 10.

Початок повномасштабної війни в 2022 році негативно вплинув на українську сферу туризму. Туризм є однією з найважливіших галузей економіки України, проте його розвиток значно призупинився через війну. Зокрема, внаслідок російської агресії багато популярних туристичних місць в Криму вже 8 років є недоступними для більшості туристів, адже Росія анексувала Крим в 2014 році, а Україна ввела обмеження на в'їзд в Крим з материкової частини. Крім того, конфлікт на сході України дуже шкодить туристичним містам, зокрема на Донбасі та Чорноморському узбережжі, які

були популярні в минулому, але зараз не є безпечними для відвідувачів. Також війна відбила свій слід на загальному економічному становищі в Україні, і це, у свою чергу, призвело до зниження рівня життя в багатьох містах і регіонах країни. Зазначене може відлякувати туристів від відвідування України.

Після закінчення війни, шанси на те, що Україна знову стане привабливою для туристів, будуть залежати від багатьох факторів. Основним фактором буде те, як швидко і ефективно Україна зможе відновити свою інфраструктуру після війни та забезпечити безпеку для відвідувачів. Україна має потужний потенціал для розвитку туризму, зокрема з урахуванням багатой культурної спадщини, мальовничих краєвидів, історичних місць, курортів та інших привабливих місць. Крім того, Україна має потужний потенціал для розвитку морського, пляжного, еко-туризму, гірськолижних туристичних маршрутів та інших видів активного відпочинку. Післявоєнне відновлення держави неможливе без розвитку туристичної галузі. Для виходу з кризи та сталого розвитку буде потреба в інвестиційних надходженнях. Відповідно, кожний інвестиційний проект ґрунтується на повному аналізі усієї фінансової та господарської діяльності підприємства.

Інвестиційна привабливість туристичної галузі досліджувалась у роботах Л. Кондрацької, К. Малюти. Особливості дослідження розвитку туризму на підставі аналізу статистичних даних та звітів наведено у роботі [1] О. Милашко та А. Підгорним. Аналіз діяльності підприємств гостинності розглянуто у наукових дослідженнях Г. Бедрандіної, І. Давиденко, С. Нездоймінова, Н. Нечевої, О. Романухи, К. Хаврової, С. Хлопак. Управлінню розвитком підприємств туризму та готельно-ресторанного бізнесу в умовах війни та післявоєнний період присвячено статті Т. Деділової, О. Носирева, А. Романової, І. Токар. Враховуючи масштаб збитків, що завдані військовою агресією українській індустрії гостинності, проблема післявоєнного відновлення потребує різностороннього наукового аналізу.

У світовій науковій літературі існує досвід пошуку шляхів відновлення туристичної галузі після війни. Наприклад, дослідження Л.М. Франсіса та І. Річардсона присвячене відновленню туризму після війни в різних країнах світу. У цьому дослідженні вказується, що важливими факторами успішного відновлення туризму є наявність інфраструктури, розвинена транспортна система, безпека для туристів, якість туристичних послуг та маркетингові зусилля.

Також можна звернути увагу на праці С. Мошенберга та А. Гіденса. Автори описують досвід відновлення туристичної галузі після війни в Хорватії, Боснії та Герцеговині, Колумбії, Камбоджі та інших країнах. У дослідженні підкреслюється важливість співпраці між урядом, міжнародними організаціями та громадськістю для ефективного відновлення туристичної галузі.

Також варто звернути увагу на дослідження А. Стевенсона та Л. Краббе, в яких автори аналізують стратегії відновлення туризму в Камбоджі та В'єтнамі після війни. В дослідженнях наголошується на необхідності створення нових туристичних продуктів та розвитку еко-туризму, які можуть стати привабливими для туристів та сприяти відновленню туризму.

Відмітимо монографію заслуженого професора Університету Стратклайда (Глазго, Шотландія) Річарда Батлера та науковця з Інституту досліджень туризму (Макао, Китай) Вантані Сантикула «Туризм і війна» [2]. В книзі автори наголошують, що програма відновлення туристичної галузі у післявоєнний час повинна ґрунтуватись на аналізі розвитку у період до військової агресії.

Дослідження інвестиційної привабливості туристичної галузі у післявоєнному відновленні мають важливе значення для країни, оскільки можуть допомогти:

- зрозуміти наявні та потенційні можливості розвитку туризму в країні та визначити проблемні аспекти, що необхідно вирішувати;
- привернути потенційних інвесторів, які можуть бути зацікавлені в інвестуванні в туристичну галузь;
- підвищити конкурентоспроможність країни на міжнародному туристичному ринку, залучити нових іноземних туристів та збільшити обсяг туристичних послуг;
- поліпшити якість надання туристичних послуг, створити нові туристичні продукти та маршрути;
- розробити ефективні стратегії та програми з підтримки розвитку туризму, враховуючи регіональні особливості та потреби.

У міжнародному бізнесі є багато прикладів, коли після масштабних військових конфліктів країни швидко відновлювали туристичний потенціал, а частка іноземних туристів зростала. Сподіваємось, що до таких країн через деякий час приєднається і Україна. Післявоєнне відновлення держави неможливе без розвитку туристичної та готельно-ресторанної галузей. Для виходу з кризи та сталого розвитку, відновлення обсягів обслуговування постраждала від наслідків російської агресії індустрія туризму матиме потребу в інвестиційних надходженнях. Відповідно, кожний інвестиційний проект ґрунтується на прискіпливому аналізі фінансової та господарської діяльності підприємства.

Для дослідження інвестиційної привабливості галузей туризму взято за основу показники обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств за видами економічної діяльності у 2010 – 2021 роках та отриманий чистий прибуток (збиток) підприємств за видами економічної діяльності за той же період, що розміщені на сайті Державної служби статистики України [3]. Обрано наступні галузі «Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» (код за Класифікатором видів економічної

діяльності (КВЕД) – 79): «Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів» (код за КВЕД – 79.1); «Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність» (код за КВЕД – 79.9). Розглянуто діяльність підприємств за 2016 – 2019 роки, оскільки в зазначений період суб'єкти господарської діяльності мали найкращі показники роботи (період між російським вторгненням 2014 року та світовою пандемією COVID 2020 року). В таблиці 1 наведено обсяги реалізованої продукції (товарів та послуг) та чистий прибуток (збиток) підприємств туризму за видами економічної діяльності.

Таблиця 1

Деякі фінансові показники підприємств туризму за 2016 – 2019 роки

Види економічної діяльності	Код за КВЕД	Роки	Чистий прибуток (збиток), тис. грн	Обсяг реалізованої продукції, тис. грн
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	79	2016	-281724,4	2634998,4
		2017	796,7	2814128,8
		2018	11033,5	6170218,4
		2019	126168,1	10015755,3
Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів	79.1	2016	-319133,8	2321009,1
		2017	19824,1	2460961,5
		2018	-1958,7	5726203,1
		2019	92103,3	9369821,5
Діяльність туристичних агентств	79.11	2016	46199,2	961842,7
		2017	22795,5	1342292,6
		2018	57990,9	1438533,7
		2019	121448,5	1749203,1
Діяльність туристичних операторів	79.12	2016	-365333,0	1359166,4
		2017	-2971,4	1118668,9
		2018	-59949,6	4287669,4
		2019	-29345,2	7620618,4
Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	79.9	2016	37409,4	313989,3
		2017	-19027,4	353167,3
		2018	12992,2	444015,3
		2019	34064,8	645933,8

Джерело: складено авторами на основі [3].

Інвестиції у галузь гостинності є досить прибутковою справою.

М. Мальська, досліджуючи інвестиції в туризмі, визначає, що вартість капіталовкладень в економіку туризму є досить низькою і, в той же час, дає велику віддачу від інвестицій і великий прибуток для інвесторів.

Проте, слід застерегти, що планування інвестицій у різні сегменти туристичного ринку, засноване на майбутніх витратах і прибутках, має деяку міру невизначеності. Елементи невизначеності, пов'язані з проектуванням діяльності підприємств сфери гостинності, повинні бути оцінені так, щоб зробити мінімальним вплив можливих несприятливих умов у майбутньому. Під ризиком у плануванні роботи туристичної фірми розуміють ймовірність визначеного рівня втрат частини своїх клієнтів або недоотримання доходів, або появу додаткових витрат під час реалізації проекту. Існує співвідношення між мірою ризику і прибутком, яке зазвичай точно визначає, що інвестиції, за яких очікується великий прибуток, неминуче підлягають високому ступеню ризику [4].

Модель оптимального портфелю інвестицій, що традиційно використовується в банківській справі та фінансово-інвестиційній діяльності, може бути використана для аналізу інвестиційної привабливості галузей індустрії гостинності. Так, прибутковість цінного паперу аналогічна прибутковості суб'єктів господарської діяльності підприємств туризму. Ризик цінного паперу аналогічний ризику вкладення інвестицій в галузі індустрії гостинності. Приклад диверсифікації туристичного портфелю за допомогою моделі оптимального портфелю інвестицій розглянуто у роботі [5].

Таблиця 2

Показники інвестиційної привабливості підприємств туризму

Види економічної діяльності	Код за КВЕД	Прибутковість	Частка	Ступінь ризику
Діяльність туристичних агентств, туристичних операторів, надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	79	-2,31	100	4,19
Діяльність туристичних агентств і туристичних операторів	79.1	-3,00	93,55	5,38
Діяльність туристичних агентств	79.11	4,37	17,46	1,50
Діяльність туристичних операторів	79.12	-7,23	76,09	9,82
Надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність	79.9	3,68	6,45	4,91

Джерело: розраховано авторами

Для обчислення всіх зазначених характеристик фінансово-

економічної діяльності галузей туризму застосовано електронні таблиці MS EXCEL. Отримані результати наведено у таблиці 2.

Обчислені показники показують, що найбільш прибутковою та, водночас, найменш ризикованою сферою туризму є діяльність туристичних агентств (прибутковість – 4,37%, ризикованість – 1,5%). Ця галузь індустрії гостинності в середньому займає 17,46% загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств туризму. Відкриття туристичного агентства не потребує великих капіталовкладень і з часом приносить стабільний прибуток підприємцям.

Також найбільш прибутковою, проте ризикованою сферою туризму є надання інших послуг із бронювання та пов'язана з цим діяльність (прибутковість – 3,68%, ризикованість – 4,91%). Ця галузь індустрії гостинності в середньому займає 6,45% загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) підприємств туризму.

Обчислені показники можливо застосувати підприємцям для проведення інвестиційної діяльності в реальному секторі індустрії туризму.

ЛІТЕРАТУРА

1. Підгорний А. З., Милашко О. Г. Статистика туризму: навчальний посібник. Одеса: ОНЕУ, 2014. 204 с.
2. Butler R., Suntikul W. Tourism and war. London: Routledge, 2012. 297 p.
3. Офіційний Сайт Служби Статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 05.12.2022)
4. Мальська М.П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник. К.: Знання, 2008. 661с.
5. Шинкаренко В., Чернишев В., Шинкаренко Л. Оцінка ризиків у туризмі за допомогою математичних методів. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Випуск 12. С. 177-181.