

УДК 338.48

Бастаногова М.Т.¹, Тютюнник Ю.М.²

¹ студентка, Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

² канд. екон. наук, доцент, Полтавський державний аграрний університет, м. Полтава

**АНАЛІЗ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТА РЕНТАБЕЛЬНОСТІ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СФЕРИ ТУРИЗМУ**

У сучасних умовах економічного розвитку важливою складовою аналізу туристичної діяльності є аналіз фінансових результатів та рентабельності підприємств сфери туризму. Туризм – це галузь, яка активно розвивається, але разом із розвитком має високий рівень ризику через сезонність, нестабільність економіки та змінність попиту. Саме тому для оцінювання ефективності та стабільності роботи туристичних підприємств використовують комплексний підхід до аналізу фінансових показників. Це дозволяє не лише оцінити, як підприємство використовує свої ресурси, а й виявити резерви для підвищення рентабельності та забезпечення стійкого розвитку.

Фінансові результати – це своєрідне «дзеркало» ефективності діяльності підприємства. Вони допомагають побачити, наскільки компанія здатна отримувати прибуток від своєї роботи. Основними показниками тут є дохід (виручка) від надання послуг, витрати на їхню організацію та прибуток або збиток, який утворюється як різниця між доходами та витратами [1].

Для туристичних компаній доходи формуються, перш за все, за рахунок реалізації туристичних продуктів – як власних, так і придбаних у партнерів. До джерел доходу також відносяться організація екскурсій, продаж авіаквитків, страхування туристів, оренда транспорту та інші. Також вагому частку становлять і комісійні винагороди, які турагенти отримують за посередництво між клієнтами та туроператорами.

У той же час витрати туристичних підприємств поділяються на прямі (пов'язані безпосередньо з організацією туру: транспорт, проживання, харчування, екскурсії) та непрямі (заробітна плата, оренда офісів, реклама, податки) [2]. Рациональне управління витратами має велике значення, адже саме воно дозволяє збільшувати прибутки без необхідності суттєвого збільшення доходів.

Оцінити ефективність використання ресурсів допомагають показники рентабельності, зокрема [3]:

- рентабельність продажів – показує, скільки прибутку припадає на кожну гривню виручки;

- рентабельність активів – відображає наскільки ефективно використовується все майно компанії;

- рентабельність власного капіталу – демонструє, як працює капітал власників на отримання прибутку.

Окрему увагу слід приділити сезонності туристичного бізнесу. У пік сезону (літо, святкові періоди) компанії заробляють основну частину прибутку, а в міжсезоння спостерігається спад активності. Це вимагає ретельного фінансового планування, створення резервів і пошуку додаткових джерел доходів, наприклад, організації зимових або оздоровчих турів, які можуть не тільки убезпечити від збитків, а також принести дохід [4].

Фінансові результати туристичних компаній також залежать від ряду зовнішніх чинників, серед яких важливо виділити основні, а саме:

- загальна економічна ситуація (доходи населення, інфляція, валютні коливання);

- політична стабільність (війни, кризи, катастрофи);

- рівень конкуренції;

- технологічний розвиток (автоматизація процесів, онлайн-букінг);

- якість обслуговування клієнтів, яка впливає на репутацію й повторні звернення.

Для глибшого розуміння ситуації корисно проводити не лише поточний аналіз, а й порівняльний аналіз (зіставлення між собою показників за різний період часу) та факторний аналіз (виявлення фактору або факторів, які безпосередньо вплинули на результативні показники). Наприклад, зростання обсягів продажів – це позитивний сигнал, навіть якщо собівартість не змінилася. А от зростання витрат на рекламу без відповідного приросту клієнтів – навпаки, зменшує рентабельність.

Фінансовий аналіз допомагає керівництву виявити слабкі місця, визначити найбільш прибуткові напрямки діяльності та ухвалити зважені рішення щодо покращення загального стану компанії [5]. Але при цьому не можна не зважати на те, що туризм – галузь, надзвичайно чутлива до зовнішніх

впливів. Серед основних ризиків для туристичних компаній можна виокремити:

- сезонність, яка призводить до нерівномірного доходу протягом року;
- валютні коливання, які впливають на ціни та собівартість;
- зміни в законодавстві;
- політичні та економічні кризи;
- зростання конкуренції;
- низький рівень інновацій та цифрових рішень.

Такі ризики знижують прибутковість, збільшують витрати й можуть призвести до втрати клієнтів, а в найгірших випадках до закриття туристичних підприємств. Щоб уникнути цього, компанії повинні впроваджувати ефективні фінансові стратегії, серед яких виділяють такі:

- диверсифікація послуг (нові турпродукти, внутрішній туризм, тематичні подорожі допомагають застерегтись від наслідків сезонності);
- цифровізація (автоматизація бронювання, обліку, маркетингу зменшує витрати та підвищує зручність);
- фінансове планування (системний аналіз доходів/витрат і прогнозування майбутніх надходжень);
- оптимізація витрат (перегляд договорів, скорочення непродуктивних витрат, відмова від витратних турпродуктів);
- інвестиції в сервіс і персонал (хороший сервіс дорівнює лояльні клієнти);
- фінансові резерви та страхування ризиків (допоможе уникнути лишніх витрат);
- партнерство з іншими компаніями (дасть змогу поділити витрати, виходити на нові ринки).

У підсумку можна зазначити, що фінансовий аналіз для туристичних підприємств – це не просто бухгалтерська формальність, а реальний інструмент, який допомагає бізнесу бути життєздатним і конкурентоспроможним. У світі, де туризм постійно стикається з новими викликами, від економічних криз до змін у споживчих уподобаннях, здатність

аналізувати фінансову ситуацію та оперативно реагувати на зміни є ключовим фактором успіху.

Ті компанії, які регулярно аналізують свої фінанси, швидко адаптуються до нових умов, ефективніше використовують ресурси та мають змогу інвестувати в розвиток. А в туризмі саме гнучкість, інновації та здатність швидко змінюватися – це основа довгострокового успіху. Тому подальший аналіз цієї сфери є важливою частиною успіху для туристичних підприємств та туристичної діяльності в цілому.

Список використаних джерел:

1. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
2. Гаркава О. С. Методики оцінки фінансової діяльності туристичного підприємства. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/garkava.htm (дата звернення: 08.10.2025).
3. Аналіз рентабельності підприємства. URL: <https://studfile.net/preview/13220998/page:28/> (дата звернення: 08.10.2025).
4. Андренко І. Б. Фінансово-економічний аналіз підприємств туризму. Харків: ХНАМГ, 2008. 76 с.
5. Аналіз фінансового стану підприємства. URL: https://pidru4niki.com/1952090561329/menedzhment/analiz_finansovogo_stanu_pidpriyemstva (дата звернення: 08.10.2025).