

Гуменюк В.В.,

кандидат економічних наук,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи
Прикарпатського національного університету
імені Василя Стефаника

ЧИННИКИ СЕЗОННОСТІ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВИМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯМ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджено проблематику фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі у зв'язку з сезонним характером їх операційної діяльності.

The author searches into the problems of funding the economic agents of the tourist industry in connection with the seasonal character of their operational activity.

Туризм посідає важливе місце серед галузей національної економіки, що мають виражену орієнтацію на сезонність. Більшість видів економічної діяльності у цій сфері істотно реагує на сезонні коливання. І хоча останнє пов'язане передусім із впливом природних, мезокліматичних, технічних, економічних, культурних та інших факторів у різні пори року, воно впливає не тільки на економіку туристичних підприємств, а й на ритмічність функціонування суб'єктів господарювання, що репрезентують сфери транспорту, торгівлі, зв'язку, побутового обслуговування населення, санаторно-курортних, розважально-відпочинкових, готельно-ресторанних послуг, а також інших підприємств, діяльність яких зорієнтована на обслуговування туристів. У зв'язку із сезонністю на туристичних підприємствах відбувається формування “умовно-постійного соціально-трудоного потенціалу”, що пов'язано із залученням (вивільненням) працівників до складу персоналу, з огляду на сезонні коливання, з умовним збереженням їхніх робочих місць. Чинник сезонності є визначальним при управлінні доходами та витратами і тісно пов'язаний з політикою ціноутворення на товари і послуги туристичного призначення, амортизаційною політикою необоротних активів та іншими аспектами фінансової діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Нові вимоги, які висуваються до управління економічними процесами з метою досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку суб'єктів господарювання туристичної галузі, обумовлюють особливості фінансового забезпечення, що пов'язано зі специфікою започаткування та організації туристичної діяльності, формуванням необхідних фінансових ресурсів за умов сезонного характеру їх діяльності. Очевидно, що фактор сезонності ще довго залишатиметься одним з найважливіших саме з точки зору потенційних втрат і вигід суб'єктів господарювання туристичної галузі. Слід зазначити, що проблематика управління грошовими потоками в контексті оптимізації фінансового забезпечення суб'єктів господарювання

у тих чи інших аспектах досить активно обговорюється в наукових колах. Враховуючи багатовекторність розгляду й актуальність названих проблем, їх інтенсивно досліджують як зарубіжні, так і вітчизняні науковці. Значний внесок у розробку окремих аспектів даної проблематики зробили І.Т. Балабанов, І.А. Бланк, І.В. Зятковський, Л.Н. Павлова та інші. Однак ряд аспектів теоретико-методологічного і прикладного характеру досі залишається нерозглянутим. Зокрема, поглибленого вивчення потребують питання фінансового забезпечення суб'єктів господарювання із сезонним характером діяльності, управління їхніми грошовими потоками. З огляду на важливість проблеми в цілому метою даної статті є аналіз та поглиблення на основі комплексного підходу теоретичних аспектів фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі.

Досягнення поставленої мети передбачає розв'язання таких основних завдань: 1) розкриття сутнісних аспектів дискретного фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі; 2) розгляд прикладних аспектів аналізу фінансового забезпечення підприємств сфери туризму з сезонним характером операційної діяльності; 3) висвітлення проблеми застосування фінансових інструментів у контексті вдосконалення фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі.

При розгляді сутнісного аспекту дискретності у фінансовому забезпеченні суб'єктів господарювання туристичної галузі можлива значна варіативність, зумовлена тим, що подібне фокусування наукового аналізу є новим напрямом дослідження її фінансової бази. Дискретна форма фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі характеризується зовнішнім вираженням і системою організації фінансових відносин локально-часового характеру, а також перервністю грошових потоків.

Відомо, що за визначеного мінімального часового інтервалу всі грошові потоки будь-якого підприємства можуть розглядатися як дискретні. І навпаки — в рамках життєвого циклу підприємства переважна частина його грошових потоків має регулярний характер¹. Відповідно кожна зі стадій життєвого циклу підприємства (“народження”, “дитинство”, “юність”, “рання зрілість”, “кінцева зрілість”, “старіння”) є важливою детермінантою стратегічної моделі розвитку підприємства і формування політики фінансового менеджменту, що якнайкраще відповідає можливостям і потребам цього процесу².

З метою підвищення фінансової ефективності функціонування суб'єктів господарювання туристичної галузі, політика фінансового менеджменту повинна змінюватися залежно від життєвого циклу підприємств і передбачати застосування адекватного інструментарію оптимізації їх фінансового забезпечення з огляду на

¹ Бланк І.А. Основы финансового менеджмента. В 2-х т. — К.: Ника-Центр, 1999—2001. — Т. 2. — С. 138.

² Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Фінансово-економічний словник. — Львів: Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2005. — С. 612.

циклічні та сезонні коливання. Сезонні коливання в туризмі мають яскраво виражену внутрішньорічну динаміку. Фактор впливу сезонних коливань на туристичну діяльність одночасно є загальною рисою і відмінною ознакою дискретності фінансового забезпечення суб'єктів її господарювання. Рівень умов для рекреації, унікальність туристичних пропозицій, ділова активність на туристичному ринку, ціни на туристичний продукт і послуги зумовлюють специфіку фінансового забезпечення суб'єктів господарювання туристичної галузі за сезонами (умовно: “пік”, “високий”, “низький” та “мертвий” сезони).

Фактор сезонності береться до уваги під час планування операційної діяльності підприємств сфери туризму. Нормативно кількість днів роботи конкретного закладу залежить від його керівництва, яке і визначає термін (весь рік, у літній та зимовий сезони, влітку), а також може бути скоригована наказом керівника (для прикладу: зменшення, виходячи з потреб санітарної обробки приміщень або її збільшення в разі зростанні потоку відпочиваючих). При визначенні пропускної спроможності за основу береться нічліжна база туризму за паспортом конкретного господарства. Відтак шляхом множення кількості місць на кількість днів роботи визначають пропускну спроможність закладу. Осінній та весняний сезони характеризуються різким скороченням попиту на туристичні путівки, що спричиняє непродуктивні господарські затрати і збитковість. Тому окремі структурні підрозділи туристичного підприємства у ці періоди частково або повністю призупиняють своє функціонування. Рівень завантаженості туристичного господарства визначається в процентах як відношення фактичного обсягу обслуговування (в людино-днях) до пропускної спроможності (табл. 1).

Наведені у табл. 1 дані вказують на те, що рівень завантаженості (з урахуванням сезонності) не перевищував 50% пропускної спроможності туристичного підприємства. Це формує внутрішній резерв у 119,6 тис. людино-днів, реалізація якого шляхом збільшення кількості туристів могла б підвищити обсяги грошових надходжень організації. З огляду на критерії максимізації показників пропускної спроможності та рівня завантаженості підприємства, важливим завданням фінансового менеджменту

Таблиця 1. Пропускна спроможність та рівень завантаженості ЗАТ “Перлини Прикарпаття” за структурними підрозділами*

Показник	Структурні підрозділи туристичного підприємства							Разом
	I	II	III	IV	V	VI	VII	
Кількість місць	120,0	300,0	203,0	158,0	175,0	110,0	86,0	1152,0
Кількість днів роботи закладу**	365,0	182,0 л/з	182,0 л/з	182,0 л/з	92,0 л	182,0 л/з	365,0	x
Пропускна спроможність, тис. чол.	43,8	54,6	36,9	28,8	16,1	20,0	31,4	231,6
Фактична кількість людино-днів, тис.	21,6	35,1	14,2	13,1	6,7	11,2	10,1	112,0
Рівень завантаженості, %	49,3	64,3	38,5	45,5	41,6	56,0	32,2	48,4

* Подано господарські структури, які мають нічліжну базу.

**Л/з — літній та зимовий сезони, л — літній сезон.

Джерело: складено за даними планово-економічного відділу ЗАТ “Перлини Прикарпаття”.

є застосування дійового механізму управління фінансовим забезпеченням операційної діяльності в умовах сезонності. За такої ситуації особливого значення набувають проблеми формування і нарощування соціально-економічної ефективності туристичних підприємств через генерування знань, ключових компетенцій і технологічних можливостей управління грошовими потоками, а також їх впровадження у практику менеджменту.

Для оптимізації фінансового забезпечення, використовуючи інструментарій прогнозування діяльності туристичного підприємства, розраховують індекси сезонності, які дозволяють кількісно оцінити прояви сезонних коливань у цій галузі. На основі сукупності розрахованих індексів сезонності формується сезонна хвиля, яка характеризує динаміку роботи туристичного підприємства або окремого виду економічної діяльності у даній сфері.

Для туристичного підприємства характерні фази ділової активності, що залежать від пори року. Визначальним при цьому виступає фактор туристичних інтересів, математичним вираженням якого є індекс сезонності грошових надходжень. Його розрахунок можна провести, досліджуючи формування виручки від реалізації наданих туристичних послуг у минулому. Для цього використовують аналітичні дані з формування грошових надходжень від реалізації туристичних послуг у минулому з відповідною деталізацією періодів — поквартально чи помісячно. Залежно від рівня деталізації розраховують індекси сезонності на відповідний квартал чи місяць. Через обмеженість інформації, оцінку сезонності для ЗАТ “Перлини Прикарпаття” проведено за кварталними даними (табл. 2). Точніше оцінити вплив сезонності на грошові потоки туристичного підприємства можна, якщо здійснити розрахунки за його структурними підрозділами, адже їх функціонування характеризується спеціалізацією, різними рівнями матеріально-технічної бази, територіальної віддаленості й туристичної привабливості.

З наведених у табл. 2 даних випливає, що середньоквартальний обсяг реалізації наданих туристичних послуг (\bar{y}_0) за розрахунковий період (чотири роки) становить 1306 тис. грн (20 897 тис. грн за 16 кварталів). Відтак для I кварталу (за аналогією — і для інших кварталів) ic_{oc} розраховуватиметься за формулою:

$$ic_{oc} = \frac{\bar{y}_i}{\bar{y}_0} \cdot 100 = \frac{894}{1306} \cdot 100 = 68,45 \%, \quad (1)$$

а ic_{nb} так:

$$ic_{nb} = \frac{\bar{y}_i}{\sum \bar{y}_i} \cdot 100 = \frac{894}{5224} \cdot 100 = 17,11 \%. \quad (2)$$

Розраховані величини ic_{nb} дозволяють стверджувати, що найбільша (37,96 %) частка обсягів реалізації припадає на III квартал, тобто на час відпусток і канікул; у IV кварталі спостерігається певне зменшення до 26,05 %, у II — до 18,88 % і у I — до 17,11 % річних обсягів продажу. При цьому найменше додатне відхилення від середньоквартального рівня обсягів реалізації наданих туристичних послуг (ic_{oc}) мало

Таблиця 2. Розрахунок сезонності грошових надходжень від реалізації туристичних послуг у ЗАТ “Перлини Прикарпаття”*

Показник	Період, рік	Виручка від реалізації туристичних послуг, тис. грн				
		Квартал				за рік
		I	II	III	IV	
Обсяги реалізації за окремі періоди, роки (y_i)	1	715,00	798,00	1598,00	1094,00	4205,00
	2	924,00	1033,00	2065,00	1413,00	5435,00
	3	967,00	1042,00	2082,00	945,00	5036,00
	4	968,00	1076,00	2187,00	1990,00	6221,00
Загальні обсяги реалізації (Σy_i)		3574,00	3949,00	7932,00	5442,00	20897,00
Значення показника середньорічних обсягів реалізації (\bar{y})		894,00	987,00	1983,00	1361,00	5224,00
Індекс сезонності ($i_{с_{пв}}$), %		17,11	18,88	37,96	26,05	100,00
Індекс сезонності ($i_{с_{вс}}$), %		68,45	75,57	151,83	104,21	X

* Для аналізу сезонності даних грошових надходжень використано такі показники: індекс сезонності, який характеризує відхилення від середнього значення обсягів реалізації ($i_{с_{вс}}$) за квартал та індекс сезонності, який характеризує квартальну питому вагу в річних обсягах реалізації ($i_{с_{пв}}$).

Джерело: складено за даними планово-економічного відділу ЗАТ “Перлини Прикарпаття”.

місце у IV кварталі (+4,21 %), найбільше — у III (+51,83 %); від’ємне відхилення обсягів наданих туристичних послуг порівняно із середньквартальною величиною виявлено у I (-31,55 %) і в II (-24,43 %) кварталах.

Розраховані індекси сезонності можуть бути використані під час прогнозування майбутніх обсягів продажу із застосуванням формули:

$$ОТПп_k = ОТПб \cdot Іск \cdot \Delta \sum_{i=1}^n РТПп_{i_i} \cdot \Delta \sum_{i=1}^n ЦТПп_i, \quad (3)$$

де $ОТПп_k$ — плановий обсяг реалізації туристичних послуг у періоді k -му;

$ОТПб$ — базовий обсяг реалізації туристичних послуг;

$Іск$ — індекс сезонності у розрахунку на квартал, виражений десятковим дробом;

$\Delta \sum_{i=1}^n РТПп_i$ — очікувана зміна обсягів реалізації туристичних послуг за i -ми видами у плановому періоді, виражена десятковим дробом по відношенню до базового періоду;

$\Delta \sum_{i=1}^n ЦТПп_i$ — очікувана зміна ціни за i -ми видами туристичних послуг у плановому періоді, виражена десятковим дробом по відношенню до базового періоду.

Насамперед необхідно активізувати турагентську діяльність для підтримки безперервного функціонування і послаблення негативного впливу фактора сезонності, який характерний для структурних підрозділів туристичного підприємства. Оскільки саме вони репрезентують господарське товариство у різних

адміністративно-територіальних утвореннях, у їх складі доцільно створити тур-агентські відділи, які реалізовували б пропозиції як усього підприємства, так і ті, що притаманні вимогам локального зовнішнього середовища: екскурсійна діяльність, тури на релігійну тематику, бізнес-тури, зарубіжний туризм, візова підтримка, страхові послуги тощо.

З метою активізації грошових потоків у туристичній діяльності необхідно ефективніше використовувати майновий потенціал господарських структур, продовжуючи сезон їх роботи. Для цього потрібно розробляти програми організації дозвілля для різних соціальних і вікових категорій, пропонувати тури за новоствореними маршрутами, розвивати додаткові платні послуги, які не входять у вартість путівок, надавати їх як туристам, так і місцевому населенню. Для подолання негативного впливу сезонних коливань, ефективного функціонування, а іноді навіть виживання, більшість суб'єктів господарювання туристичної галузі мають запровадити багатопрофільність у своїй діяльності.

Особливо гостро проблеми фінансового забезпечення суб'єктів господарювання стоять за умов розширення фінансових можливостей, залучення додаткових позичкових коштів для збільшення вкладень у власний бізнес, приросту оборотних активів, одержання більшого прибутку. Цим зумовлюється необхідність залучення зовнішніх джерел фінансового забезпечення діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі на період сезонного дефіциту фінансових ресурсів, розриву обсягів наявних платіжних засобів і зобов'язань поточного характеру.

Грошові потоки суб'єктів господарювання з сезонним характером діяльності є важливим об'єктом планування та управління, бо нестача коштів призводить до недофінансування господарської діяльності, а надлишок — до їх знецінення і втрати вигід від альтернативного розміщення. Тому фінансове забезпечення операційної діяльності суб'єктів господарювання туристичної галузі має бути оптимізоване, тобто відповідати їх фінансовим потребам і можливостям, спрямовуватися на підвищення ефективності їх функціонування, успішне виконання планових завдань, підвищення прибутковості та зміцнення фінансового стану.

Одним із інструментів акумуляції та трансформації грошових потоків в інвестиційно-фінансові є цінні папери. Світові фінансові ринки надають значний вибір первинних та похідних фінансових інструментів. В ідеалі суб'єкти господарювання мають змогу швидко перетворити в них залишки коштів, а потім так само швидко заповнити їх дефіцит, здійснивши зворотну процедуру.

Питання похідних фінансових інструментів (деривативів) у контексті фінансового менеджменту підприємств сфери туризму висвітлено недостатньо. Деривативом є угода, що засвідчує право і (або) зобов'язання придбати чи продати в майбутньому цінні папери, матеріальні або нематеріальні активи, а також кошти на визначених умовах. Деривативи мають такі характерні ознаки: 1) їх вартість змінюється в результаті змін процентної ставки, курсу цінних паперів, валютного курсу, індексу цін, кредитного рейтингу (індексу) або інших змінних, що є базисними;

2) розрахунки за деривативами проводитимуться в майбутньому; 3) операції з деривативами не потребують значних початкових інвестицій³.

У фінансовому менеджменті підприємств реального сектору економіки, який включає в себе й економіку туризму, операції з деривативами мають поліфункціональне призначення, а саме: 1) дають можливість отримати додатковий інвестиційний дохід у процесі використання грошових активів та їх антиінфляційного захисту; 2) являють собою активну форму ефективного використання тимчасово вільних коштів, що зумовлено сезонним характером операційної діяльності; 3) використовуються як інструмент реалізації стратегічних цілей підприємств, галузевої та регіональної диверсифікації їх діяльності; 4) є інструментом хеджування та ризик-менеджменту.

Туристична діяльність супроводжується різноманітними ризиками, здатними завдати шкоди як суб'єктам господарювання туристичної галузі — організаторам туристичної діяльності, так і споживачам туристичних послуг — туристам. У контексті даного дослідження ризиком визнається усвідомлена можливість небезпеки виникнення непередбачених втрат очікуваного прибутку, майна, грошей у зв'язку з випадковими змінами умов економічної діяльності та несприятливими обставинами, пов'язаними зі змінами погодних умов. У галузі туризму одним із важливих інструментів хеджування ризиків, зумовлених зміною сезонних погодних умов, є деривативи на погоду.

Емітовані в 1999 році на товарній біржі в Чикаго, ф'ючерси на погоду були першими біржовими температурними погодними деривативами. Дані контракти базувалися на "вгадуванні" середньомісячної температури в десяти великих містах США. Обсяги торгівлі ф'ючерсами на погоду з часу їх введення значно зросли. На даний момент у списку значаться 15 американських і 5 європейських міст, а також Осака і Токіо. За інформацією компанії "Price-WaterhouseCoopers", обсяг ринку погодних деривативів оцінюється в 12 млрд дол.⁴ Водночас їх розглядають як "фінансову зброю масового ураження" — з огляду на наявність негативу стосовно операцій з цими інструментами та масштабні фінансові скандали.

На позабіржовому ринку компанії крім температурних контрактів, пропонують також операції на сніг, дощ і вітер. Дійсно, за всієї екзотичності даних фінансових інструментів є декілька причин, з яких компаніям, чії прибутки сильно залежать від погодних змін, варто замислитися про хеджування ризиків з допомогою цих інструментів. У першу чергу це стосується організаторів спортивних змагань, футбольних чемпіонатів, культурно-масових заходів, рестораторів, готельєрів. Дослідження різноманітних статистичних характеристик свідчить, що для адекватної оцінки вартості погодних контрактів необхідно використовувати прогнози локальної температури, які

³ Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 13 "Фінансові інструменти" // Все про бухгалтерський облік. — 2007. — 21 лют. — № 18 (1295). — С. 41.

⁴ <http://www.pwc.com/extweb/challenges.nsf/docid>.

надаються метеорологічними службами і центрами з моделювання клімату. Таким чином, у фінансовому менеджменті підприємств сфери туризму деривативи на погоду виражають своє функціональне призначення в основному як інструмент хеджування.

Таким чином, за сучасних умов господарювання економічні досягнення, фінансова безпека і потенціал розвитку підприємств сфери туризму значною мірою залежать від якості та успішності фінансового менеджменту, який має забезпечувати розробку і реалізацію заходів, спрямованих на підвищення ефективності фінансової діяльності підприємств і удосконалення їх фінансового забезпечення. Теоретичні напрацювання та рекомендації науково-практичного характеру щодо подолання негативних впливів чинників сезонності є прагматично цінними для фінансових менеджерів, власників, потенційних інвесторів, кредиторів, центральних та місцевих органів виконавчої влади, що працюють у туристичній галузі, і комплексно сприятимуть підвищенню ефективності управління фінансовими ресурсами її суб'єктів господарювання.

Отже, і нині, і в перспективі явища загострення конкуренції, глобалізаційні тенденції й трансформаційні процеси в економічному середовищі дедалі більше привертатимуть увагу фінансових менеджерів до розширення пізнання інформаційного простору і розкриття потенціалу фінансових інструментів щодо забезпечення підвищення ефективності туристичного бізнесу і зростання ринкової вартості вкладеного у нього капіталу. А це відповідно впливатиме на розширення поля наукових досліджень у цій сфері.