

ТЕМА.

**Механізм внутрішнього регулювання
господарської діяльності підприємств
туризму, методичний інструментарій
його реалізації**

План заняття

1. Сутність та структура внутрішнього господарського механізму туристичних підприємств, його головні інструменти.
2. Система показників економічного і соціального розвитку туристичних підприємств.
3. Суть та зміст аналізу господарської діяльності туристичних підприємств.
4. Характеристика головних методів аналізу та його інформаційне забезпечення.



1. Сутність та структура внутрішнього господарського механізму туристичних підприємств, його головні інструменти

➔ **Господарський механізм підприємства** - сукупність економіко-організаційних форм та методів управління, які використовуються для цілеспрямованого регулювання соціально-економічного розвитку підприємства як основного господарюючого суб'єкта на ринку.

➔ **Комерційний розрахунок** синтезує функції управління та економічні інструменти і спрямований на порівняння витрат та результатів і забезпечення прибутковості діяльності.

Специфіка реалізації комерційного розрахунку в підприємствах туристичної індустрії залежить від виду діяльності підприємств, характеру послуг, що надаються ступеню розподілу праці.





Особливості комерційного розрахунку підприємств туристичної індустрії на сучасному етапі полягають у наступному:

1. Розвиток функцій планування і контролю на підприємствах і перетворення комерційного розрахунку в метод реалізації цих функцій в межах єдиної власності підприємства туристичної індустрії.
2. Надання оперативної самостійності окремими структурними підрозділами підприємства туристичної індустрії (підрозділам, філіями і дочірнім компаніям) і виділення їх в центри відповідальності (прибутку).



Внутрішньofірмовий розрахунок відображає взаємовідносини окремих підрозділів підприємства в зв'язку з внутрішньокорпораційними поставками і господарські відносинами, що складаються на цій основі. Характер таких відносин залежить від господарсько-економічного і правового положення підрозділів ТНК.

Особливості внутрішньофірмового розрахунку:

1. Здійснюється в межах власності єдиної компанії (фірми, підприємства, об'єднання).
2. При внутрішньокомерційному розрахунку ціни встановлюють виходячи з принципів єдиної політики і стратегії підприємства туристичної індустрії і визначаються багатьма факторами.
3. При внутрішньокомерційному розрахунку його принципи розповсюджуються на зовнішньоекономічну діяльність підприємства. Внутрішньофірмові поставки, що здійснюються між розміщеними і різних країнах філіалами в межах фірми, відображаються в митній статистиці окремих країн як експорт та імпорт і складають частину міжнародного обороту товарів та послуг.
4. Планування господарської діяльності конкретних господарчих підрозділів підприємства, переведення на внутрішньофірмовий розрахунок здійснюється з виділенням основних економічних показників, що характеризують результати діяльності даного підрозділу, а також розмір фондів, утворених за рахунок прибутку (доходу).
5. Організація постачання здійснюється в підрозділах в більшій мірі самостійно.
6. Розробка спеціальної системи ув'язки доходів працівників підрозділу з кінцевими результатами праці підрозділу.
7. Закріплення основних частин оборотних коштів за підрозділом, необхідних для здійснення доведеного завдання.
8. Чіткий розподіл прав та обов'язків між колективом, переведеного на умови внутрішнього госпрозрахунку, та адміністрацією підприємства.
9. Встановлення двосторонньої матеріальної відповідальності між госпрозрахунковим колективом та адміністрацією.



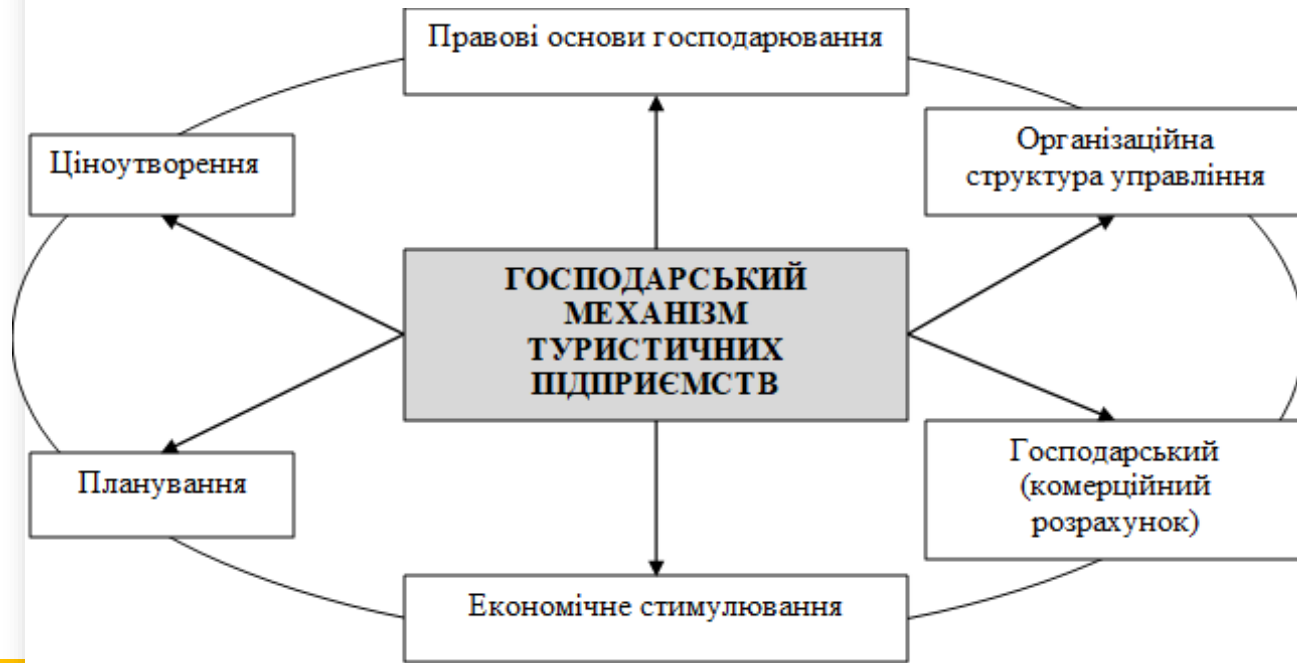


Рис. 1. Основні елементи господарського механізму туристичного підприємства

Розрізняють наступні *методи управління туристичним підприємством*:

- організаційно-правові (накази, розпорядження, інструкції, угоди);
- соціально-психологічні (наукова організація праці);
- економічні (кредити, фінанси, податки, ціноутворення).

Економічні методи господарювання - сукупність заходів і інструментів, що цілеспрямовано впливають на створення сприятливих економічних умов для функціонування і розвитку підприємства.



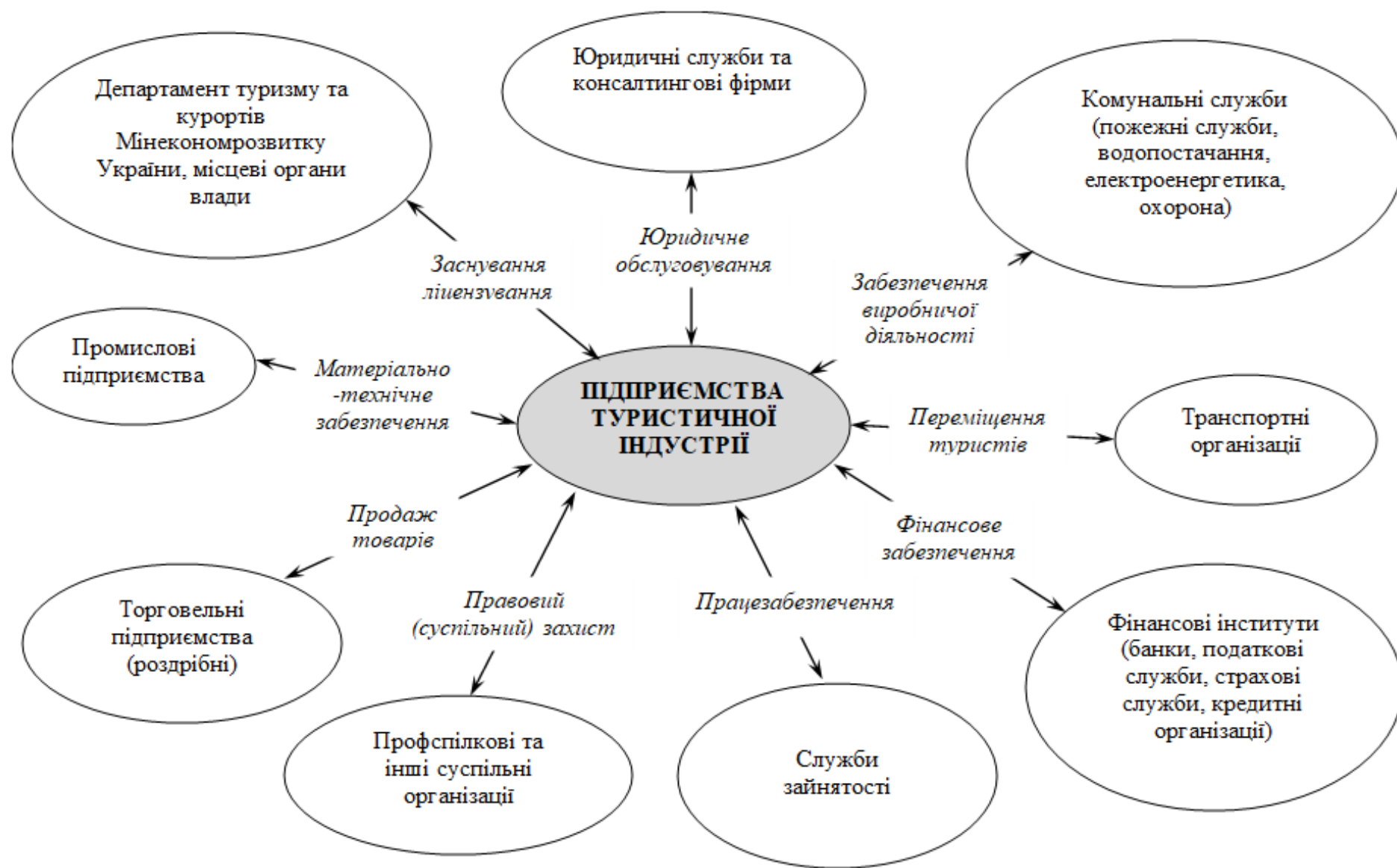


Рис. 2. Вплив зовнішнього середовища на діяльність підприємств туристичної індустрії



Зовнішні обставини ефективності туризму охоплюють статичні (природно-кліматичні, географічні, культурно-історичні) і динамічні (демографічні і соціальні зміни, економічна і політична ситуація, матеріально-технічні, соціальні й екологічні) фактори.

Зовнішнє середовище характеризується такими властивостями:
взаємопов'язаністю факторів, складністю, рухомістю, невизначеністю.

Аналіз зовнішнього середовища - процес, який здійснюється для контролю зовнішніх факторів середовища з метою визначення перспективних можливостей організації та ймовірних загроз для її ефективного функціонування.

Він дає змогу туристичним організаціям:

- оцінити конкурентне середовище і власне місце на ринку;
- визначити слабкі і сильні сторони, труднощі функціонування і розвитку;
- оцінити міру впливу зовнішніх факторів на діяльність організації;
- оцінити ресурсну базу організації та її відповідність потребам зовнішнього середовища;
- розробити стратегії, реалізація яких дасть змогу організаціям адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі, а також збільшити адаптивність і гнучкість організації.



2. Система показників економічного і соціального розвитку туристичних підприємств

Ефективність туристичної організації загалом визначають як відношення результатів її діяльності до витрат, спрямованих на їх якісне досягнення. Ефективність відображає ступінь досягнення окреслених цілей, тому всі туристичні організації за умов ринку прагнуть до максимізації ефекту.



Організаційна ефективність туристичного бізнесу - це факт досягнення організаційних цілей за менший час і (або) з меншими витратами, ніж передбачалося. Організаційні цілі реалізують потреби працівників в оптимальній організації праці, що дає змогу надавати послуги належної якості.

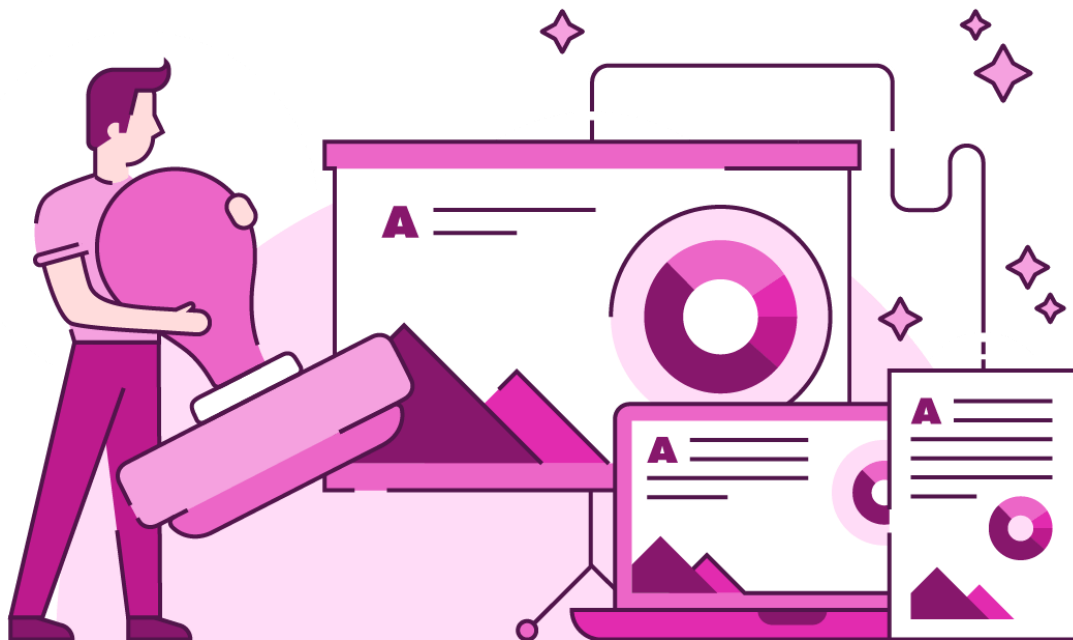
Економічна ефективність туристичного бізнесу вимагає конкретизації змісту понять «економічна ефективність» і «економічний ефект».

Економічний ефект - абсолютний результат туристичного бізнесу. Один і той самий ефект можна отримати різними способами, з різними витратами. І навпаки, однакові витрати можуть мати різні наслідки. Тому необхідно порівнювати результати з витратами. Порівняння ефекту і витрат на його досягнення є основою визначення економічної ефективності.

Економічна ефективність - це відносна величина, що обчислюється як співвідношення однієї абсолютної величини (ефекту) з іншою (витратами).

Соціальна ефективність туристичного бізнесу - це факт досягнення поставлених соціальних цілей за менший час і (або) з меншими фінансовими витратами, ніж передбачалося. Соціальні цілі реалізують потреби працівників туристичної організації в інформації, знаннях, творчій праці, самовираженні, спілкуванні, відпочинку.





Технологічна ефективність туристичного бізнесу означає досягнення певних результатів (галузевого, національного або світового технологічного рівня виробництва), запланованих у бізнес-плані, за короткий час або з меншими фінансовими витратами, ніж планувалося.

Правова ефективність туристичного бізнесу оцінюється ступенем досягнення правових цілей організації і персоналу за більш короткий час, меншою кількістю працівників, або з меншими фінансовими витратами, ніж передбачалося. Правові цілі реалізують потреби працівників у безпеці і порядку.

Екологічна та етична ефективність туристичного бізнесу можлива тоді, коли екологічні та етичні цілі організації і персоналу досягаються за скорочений порівняно, з планованим час, меншою кількістю працівників або з меншими фінансовими витратами. Екологічні та етичні цілі реалізують потреби та інтереси людини в дотриманні етичних норм поведінки людьми відносно навколишнього середовища і між собою і знаходять своє вираження в корпоративній культурі.

Внутрішня ефективність - це оцінка ефективності бізнесу з позиції туристичної організації, вона визначається системою показників, які будуть наведені далі.

Зовнішня ефективність враховує рівень задоволеності результатами діяльності туристичної організації з боку зовнішніх користувачів (держави, інвесторів, споживачів) і може оцінюватися різними показниками

Статичний аспект ефективності характеризує ступінь пристосування організації до тієї, що склалася в економічній ситуації, без урахування додаткового зростання, **динамічний** - тенденцію до розвитку

Кількісна ефективність характеризує розміри ефекту і темпи зростання (приросту) показників ефективності, **якісна** - комбінацію ресурсів, що забезпечила кінцевий результат.





Залежно від способу співвідношення результатів і витрат ефективність визначається такими показниками:

- *результат / витрати* характеризує результат, отриманий від одиниці витрат;
- *витрати / результат* означає питомі витрати, що припадають на одиницю досягнутого результату;
- *результат — витрати* характеризує абсолютну величину перевищення результатами витрат;
- *(результат — витрати) / витрати* дає оптимальний ефект;
- *(результат - витрати) / результат* відображає питомий ефект, що припадає на одиницю отриманого результату.

Система основних показників економічного та соціального розвитку підприємств готельного господарства і туризму

<i>Показник</i>	<i>Одиниці вимірювання</i>
Валовий і чистий прибуток, рентабельність	грн., %
Загальний дохід, в т. ч. від основної діяльності	грн.
Валові витрати підприємства та собівартість послуг, рівень витрат	грн., %
Обсяг реалізації послуг - оборот	кількість обслужених туристів, ліжко-днів, туро-днів, грн.
<u>Середньоспискова чисельність працівників підприємства</u>	<u>чол.</u>
Продуктивність праці	грн./чол., туро-днів/чол., ліжко-днів/чол.
Надходження матеріалів та обладнання	грн., од.
Запаси матеріальних ресурсів	грн., дн. і од.
Основні фонди	грн., од.
Оборотні фонди	грн., од., дн.
Оборотні кошти, в т.ч. власні оборотні кошти	грн., дн.
Капітальні вкладення	грн.
Фінансові фонди	грн.
Пропускна спроможність засобів розміщення	ліжко-днів
Одноразова місткість засобів розміщення	місць
Рівень завантаження номерного фонду засобу розміщення	%
Платоспроможність, ліквідність, фінансова стійкість підприємства	
<i>Показники в підрозділах ресторанного господарства готельних та туристичних комплексів</i>	
Обсяг валового товарообороту, у т.ч. по продукції власного виробництва	грн.
Обсяг реалізації продукції власного виробництва	страв, грн.
Надходження товарів та сировини	грн., од.
Запаси сировини та товарів	грн., дні, од.
Загальні доходи від реалізації продукції ресторанного господарства - торговельна надбавка, націнка	грн., %
Витрати виробництва і обертання, рівень витрат ресторанного господарства	грн., %
Собівартість продукції ресторанного господарства	грн.
<i>Показники в підрозділах торгівлі готельних та туристичних комплексів</i>	
<u>Середньоспискова чисельність</u>	<u>чол.</u>
Роздрібний товарооборот	грн.
Надходження товарів	грн.
Товарні запаси	грн., дні, од.
Загальні доходи від реалізації товарів, торговельна надбавка	грн., %
Витрати обертання, рівень витрат обертання	грн., %
<i>Показники в підрозділах автотранспорту готельних та туристичних комплексів</i>	
Число автотранспортних засобів, необхідних для експлуатації	од.
Кількість перевезених пасажирів	чол.



Рис. 3. Показники загальної економічної ефективності туристичного бізнесу



Рис 4. Показники порівняної економічної ефективності туристичного бізнесу

Порівняння **зовнішніх показників** дає змогу визначити рейтинг туристичної організації в галузі (регіоні, світі). Зовнішні показники можуть бути абсолютними і відносними. **Зовнішні абсолютні показники** визначаються різницею результатів діяльності туристичних організацій, обчислюються в грошовому або натуральному виразах і можуть бути визначені за формулою:

$$\Delta E_A^{ЗОВН} = E_O - E_B,$$

де $\Delta E_A^{ЗОВН}$ — зовнішній абсолютний ефект (у грошовому або натуральному виразі), що означає наявність конкурентних переваг (або загроз) туристичної організації перед іншими учасниками ринку;

E_O , E_B — ефективність, відповідно, туристичної організації і базова.

Зовнішні відносні показники дозволяють дають змогу визначити в скільки разів ефективніше (або гірше) працює туристична організація порівняно з конкурентами, за формою:

$$\Delta E_O^{зОВН} = \frac{E_O}{E_B}, \quad \text{де } \Delta E_A^{зОВН} \text{ — зовнішній відносний ефект туристичної організації.}$$

Внутрішні показники порівняльної економічної ефективності, дають уявлення про динаміку результатів туристичного бізнесу. Ці показники також можуть бути абсолютними і відносними. Абсолютні показники характеризують зміну результатів діяльності туристичній організації за певний період часу. Ця зміна виражається у формулі позитивного економічного ефекту: зростання результатів (прибутку і так далі) або економії ресурсів (витрат).

Показники визначаються в натуральних показниках (наприклад, кількість послуг) або в грошовому вираженні за формулою:

$$\Delta E_A^{\text{внут}} = E_2 - E_1, \text{ де } \Delta E_A^{\text{внут}} \text{ — } \underline{\text{внутрішньофірмовий}} \text{ ефект (у грошовому або натуральному}$$

E_1, E_2 — ефективність туристичної організації в різні періоди.

Внутрішньофірмові відносні показники дають змогу визначити, у скільки разів (або на скільки відсотків) підвищилася (знизилася) ефективність роботи туристичної організації за визначений період часу, за формулою:

$$\Delta E_O^{внут} = \frac{\Delta E_A^{внут}}{E_2 - \Delta E_A^{внут}}, \text{ де } \Delta E_O^{внут} \text{ — } \underline{\text{внутрішньофірмовий відносний ефект туристичної організації.}}$$



Економічний ефект в туризмі - це завжди наслідок якихось зусиль і обставин, що виражаються системою чинників, дослідження яких дає змогу туристичній організації керувати результативністю своєї діяльності.

Для визначення основних напрямів пошуку резервів зростання ефективності чинники, що впливають на це зростання, поділяють на дві групи:

- **зовнішні** - державне регулювання, рівень конкуренції у галузі та ін. (вони не залежать від діяльності туристичних організацій, але можуть суттєво впливати на ефективність бізнесу);
- **внутрішні** - поділяються на політичні, правові, організаційні, економічні, технічні, соціальні, психологічні (вони визначають ефективність менеджменту туристичної організації, є підконтрольними організації і цілком нею керовані).



Процес аналізу та оцінки ефективності туристичного бізнесу складається з трьох етапів:

1. оцінки загального рівня ефективності на основі розрахунку та аналізу показників загальної економічної ефективності;
2. визначення ефективності використання окремих видів потужностей і ресурсів на основі розрахунку та аналізу часткових показників;
3. оцінки ефективності діяльності туристичної організації у динаміці і зіставлення результативності бізнесу організації з успіхами конкурентів.



У загальному плані така програма відображає:

заходи з раціонального використання матеріальних ресурсів

заходи, метою яких є визначення і підтримка оптимального масштабу туристичної організації

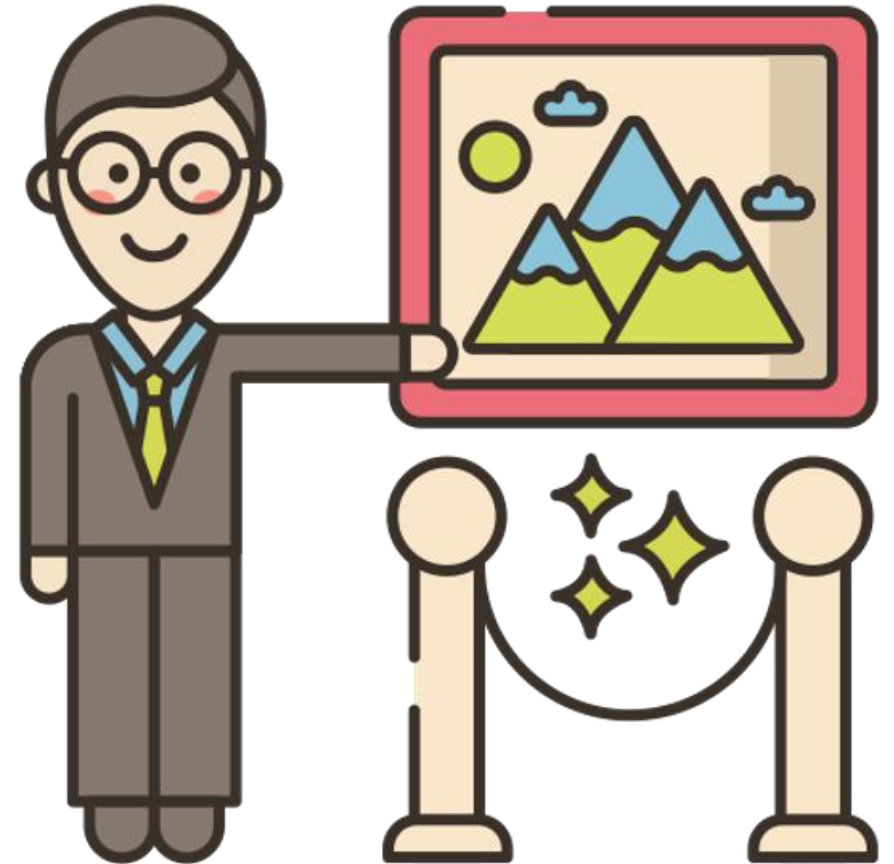
заходи, пов'язані з поліпшенням використання основного капіталу,

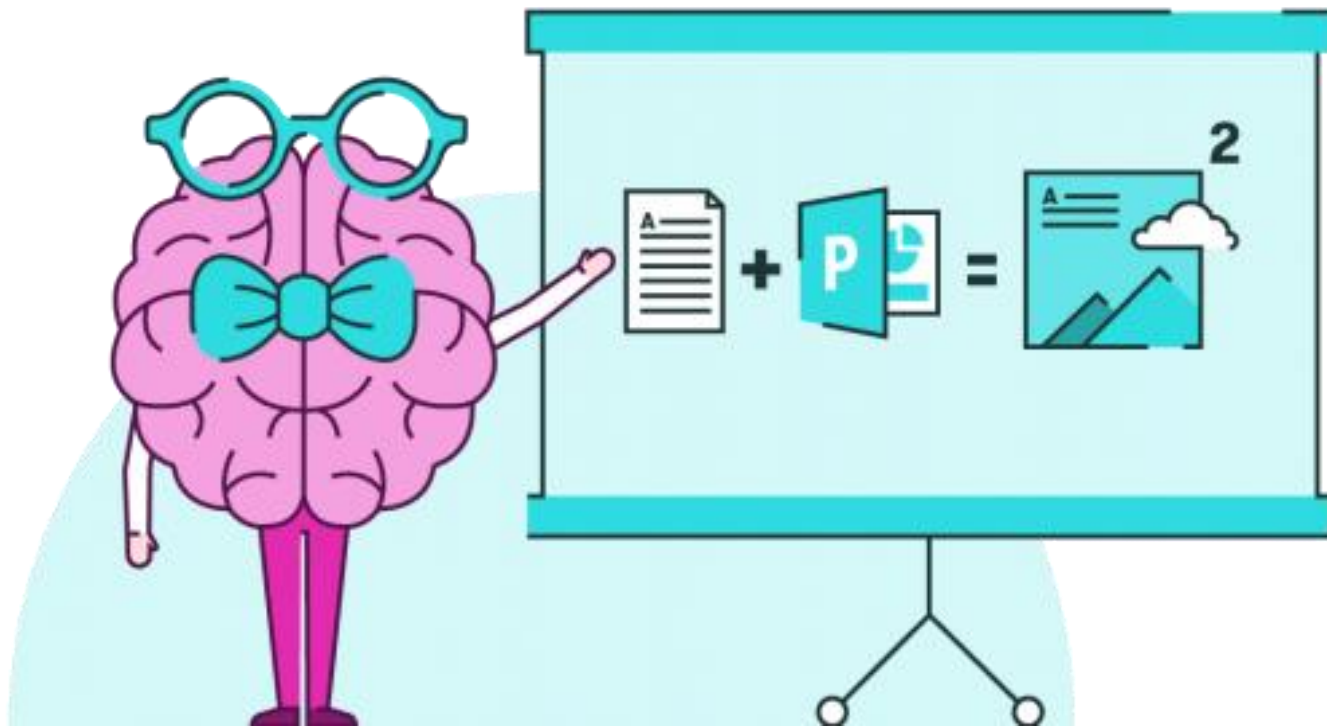
заходи, спрямовані на краще використання робочої сили і робочого часу

заходи оптимізації виробничого процесу

3 Суть та зміст аналізу господарської діяльності туристичних підприємств

→ **Економічний аналіз** - дослідження економічних явищ і процесів, що відбуваються безпосередньо в підприємствах туристичної індустрії чи в їх структурних підрозділах з метою виявлення причин відхилення показників від планових завдань і нормативів, вивчення і виявлення резервів активного впливу на хід господарських процесів.



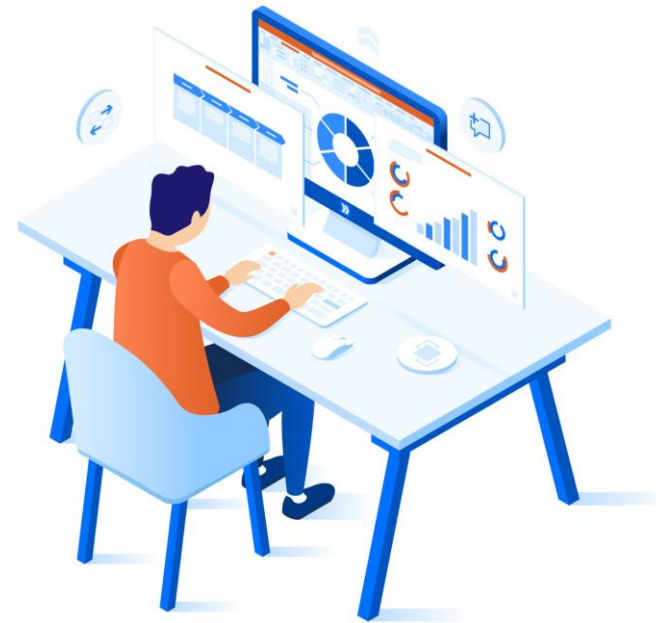


Предметом економічного аналізу господарської діяльності підприємства туристичної індустрії є господарські процеси, пов'язані з виробничою і комерційною діяльністю окремих фірм і з розвитком туристичної галузі загалом.

Основною метою економічного аналізу є сприяння виконанню стратегічних і тактичних планів підприємства, більш повній реалізації економічних і соціальних інтересів членів трудового колективу і власників майна.

Задачі економічного аналізу:

- Контроль, всебічна і об'єктивна оцінка виконання розроблених планів, економічних нормативів і укладених господарських договорів з урахуванням взаємозв'язку економічних процесів, що протікають на підприємстві.
- Виявлення і кількісний вимір впливу окремих факторів на показники господарської діяльності підприємств туристичної індустрії.
- Вивчення забезпеченості передбачуваних обсягів діяльності трудовими, матеріальними і фінансовими ресурсами, виявлення ступеню ефективного використання цих ресурсів.
- Вивчення тенденцій і закономірностей господарської діяльності підприємства в динаміці, виявлення ступеню відповідності цих тенденцій закономірностям розвитку регіонального споживчого ринку послуг і економіки в цілому.
- Пошук і визначення умов мобілізації резервів підвищення ефективності господарської діяльності підприємств.





Зміст економічного аналізу обумовлений перш за все **функціями**, які він виконує в системі інших прикладних економічних наук:

- вивчення характеру дії економічних законів, встановлення закономірностей і тенденцій, що характеризують економічні явища і процеси в конкретних умовах підприємства;
- наукове обґрунтування поточних і перспективних планів;
- контроль за виконанням планів і управлінських рішень, економічним використанням ресурсів;
- пошук резервів підвищення ефективності виробництва на основі вивчення передового досвіду і досягнень науки і практики;
- оцінка результатів діяльності підприємства з виконання планів, використання наявних можливостей;
- розробка заходів щодо використання виявлених резервів в процесі господарської діяльності.



Принципи економічного аналізу:

- Принцип *державності* – аналіз діяльності підприємств різних форм власності припускає врахування економічної стратегії держави.
- Принцип *науковості* – методологія економічного аналізу спирається на досягнення економічної науки і враховує дію економічних законів.
- Принцип *об'єктивності* – дослідження реальних економічних явищ і процесів, їх причинно-наслідкові взаємозв'язки.
- Принцип *системності і комплексності* – облік взаємозв'язку окремих чинників при вивченні, вимірюванні і узагальненні їх впливу на формування економічних показників.
- Принцип *оперативності* – швидке і чітке виконання завдань.
- Принцип *масовості* – залучення до аналітичної роботи фахівців.
- Принцип *ефективності* – витрати на проведення аналізу дають багатократний ефект.

Класифікація основних видів економічного аналізу господарської діяльності підприємств туристичної індустрії та їх структурних підрозділів

<i>Критерій класифікації</i>	<i>Види економічного аналізу</i>
За організаційними формами проведення	Внутрішній; Зовнішній
За об'єктами аналізу	Сукупності підприємств; Підприємства; Окремого структурного підрозділу
За обсягом аналізованої інформації	Повний (комплексний); Тематичний (локальний)
За характером досліджень	Статистичний; Динамічний; Порівняльний
За терміном проведення	Попередній; Поточний (оперативний); Подальший (ретроспективний)
За характером розрахунків (методи економічного аналізу)	Економіко-статистичний (методи порівнянь розрахунку середніх величин, граничних величин, відносних величин, метод групувань, балансовий метод та метод деталізації); Економіко-математичний (методи кореляції, регресії, графічний)



Внутрішній аналіз – проводиться безпосередньо робітниками підприємства за даними бухгалтерського та управлінського обліку. Його результати складають комерційну таємницю.

Особливостями його є:

- орієнтація результатів аналізу на керівництво підприємством;
- використання всіх можливих джерел облікової інформації;
- комплексність, вивчення всіх сторін діяльності підприємства.

Основні завдання внутрішнього аналізу:

- оцінка господарської ситуації;
- виявлення чинників і з'ясування причин досягнутого стану;
- підготовка та обґрунтування управлінських рішень.

Виходячи з особливостей і цілей внутрішнього аналізу, в цій системі представлені такі його *напрями*:

- *аналіз фінансових показників*. Метою цього аналізу є докладніша характеристика, майнового і фінансового стану підприємства, результатів його діяльності в минулому періоді, а також можливостей на найближчу перспективу;
- *аудит-аналіз* - призначений для вироблення конкретних рекомендацій управлінському персоналу з підвищення ефективності економіки підприємства;
- *аналіз руху товарів*, проводиться з метою оцінки ефективності приватних управлінських рішень, пов'язаних із закупівлями товарів, маркетинговою політикою та ін. Він дає змогу оперативно проводити необхідні зміни, які збільшують обсяг продажу і прибутки;
- *аналіз витрат звернення*. Спрямований на виявлення можливостей підвищення ефективності роботи підприємства за рахунок раціональнішого використання ресурсів.

Зовнішній аналіз – проводиться зовнішніми організаціями (банками, незалежними аудиторськими фірмами, податковими інспекціями).

Повний (комплексний) аналіз – передбачає вивчення всіх видів діяльності туристичного підприємства і їх взаємозв'язків, загальну методику розрахунку основних показників фінансово-господарської діяльності підприємства для оцінки загального положення справ шляхом порівняння розрахункових показників з деякими експертними значеннями; визначення динаміки його розвитку.

Здійснюється на основі балансу. Результати комплексного аналізу оформляються у вигляді записки - пояснення до річного звіту.

Тематичний (локальний) аналіз – передбачає аналіз конкретного показника, обмежується вивченням окремих напрямів діяльності туристичного підприємства, тобто є лише частиною комплексного аналізу.

Локальний аналіз – це перелік спеціалізованих методик, що дають змогу проаналізувати якийсь напрям діяльності підприємства з метою вступу з ним у конкретну форму партнерських відносин.

Статистичний аналіз – не розглядає дослідження показників в динаміці.

Динамічний аналіз – розглядає динамічні ряди.

Порівняльний аналіз – передбачає аналіз всіх показників підприємств, припускаючи, що вони знаходяться в рівних умовах.

Попередній аналіз – передбачає розрахунок прогнозних величин аналізованих показників.

Поточний аналіз – застосовується для оперативного коректування господарської діяльності підприємства.

Ретроспективний аналіз – заснований на вивченні фактичних даних діяльності підприємства.



Фінансово-господарська діяльність суб'єктів господарювання як об'єкт аналізу деталізується за такими основними напрямками:

- ресурси (матеріальні, нематеріальні, трудові, фінансові);
- господарські процеси (постачання, виробництво, збут);
- різні види діяльності (звичайна, надзвичайна, основна, операційна, фінансова, інвестиційна);
- економічні результати (прибуток, собівартість тощо);
- організаційно-технічний рівень розвитку виробництва;
- структурний підрозділ, робоче місце, виріб;
- соціальна інфраструктура, соціальний захист;
- екологічне середовище.

4. Характеристика головних методів аналізу та його інформаційне забезпечення

Під методом економічного аналізу розуміють науково обґрунтовану систему теоретико-пізнавальних категорій, принципів, способів та спеціальних прийомів дослідження, що дають змогу приймати обґрунтовані управлінські рішення і базуються на діалектичному методі пізнання.





До специфічних прийомів дослідження економічного аналізу належать:

- використання системи показників, що характеризують діяльність підприємства;
- вивчення причин зміни показників;
- визначення та вимірювання взаємозв'язків та взаємозалежностей між ними з допомогою спеціальних прийомів.

Однією з найважливіших особливостей методу економічного аналізу є використання системи показників для вивчення господарських явищ та процесів.

Інша характерна особливість методу економічного аналізу - вивчення причин, що вплинули на зміну тих чи тих економічних показників.

До характерних особливостей методу економічного аналізу належить і визначення та вимірювання взаємозв'язку між об'єктивними економічними показниками.

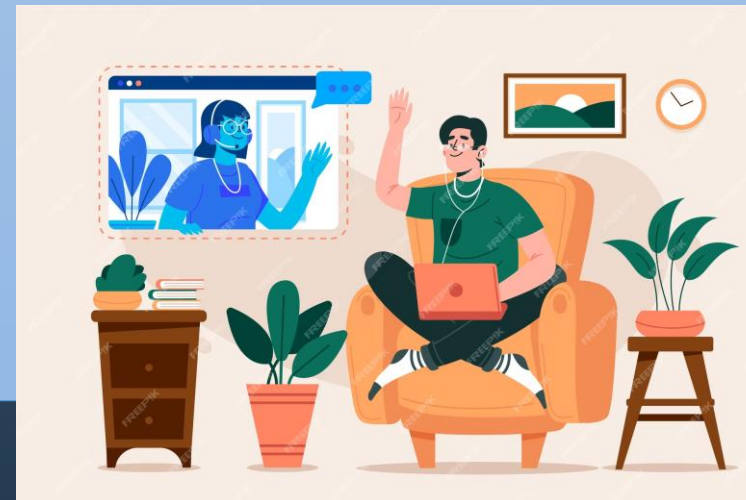


Найважливішим елементом методики економічного аналізу є технічні прийоми та способи аналізу, які можна назвати інструментарієм аналізу. Вони використовуються на різних етапах дослідження для:

- первинної обробки зібраної інформації;
- вивчення стану та закономірностей розвитку об'єктів, що досліджуються;
- визначення впливу факторів на результати діяльності підприємств;
- підрахунку невикористаних резервів збільшення ефективності виробництва;
- узагальнення результатів аналізу та комплексної оцінки діяльності підприємств;
- обґрунтування планів економічного та соціального розвитку, управлінських рішень, різних заходів.

У практиці економічного і фінансового аналізу, як правило, використовуються такі *основні методики*:

- *горизонтальний (тимчасовий) аналіз* - порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом або кількома попередніми періодами і визначення основної тенденції в динаміці показника;
- *вертикальний (структурний) аналіз* - визначення структури підсумкових фінансових показників з виявленням впливу кожної позиції звітності на загальний результат;
- *аналіз відносних показників (коефіцієнтів)* - розрахунок відносин між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників.



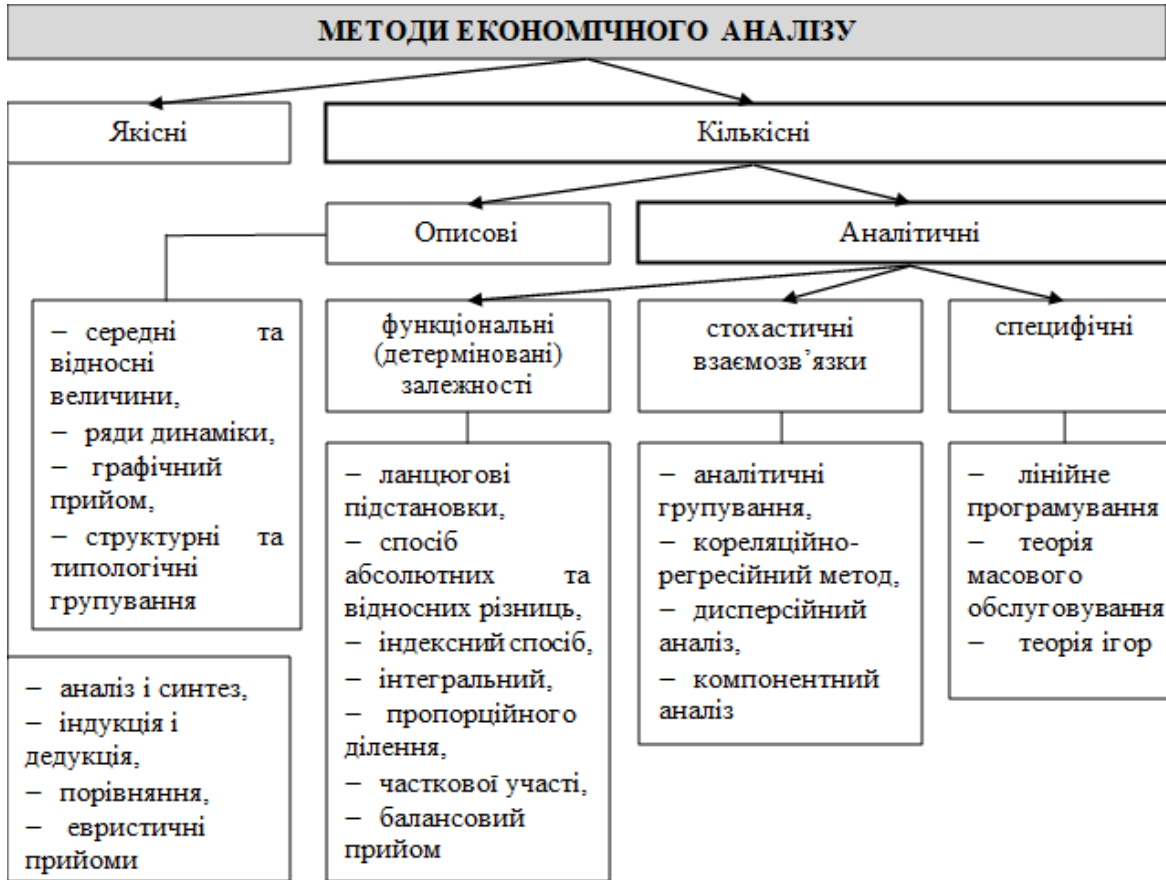


Рис. 5. Класифікація методів економічного аналізу господарської діяльності підприємств туризму

Інформаційні джерела аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної інфраструктури

№ з/п	Джерела	Найменування основних джерел
1.	Обов'язкової статистичної звітності	<ul style="list-style-type: none"> - форма №1 - готель (звіт про роботу готелю), - форма №1- торг (звіт про товарообіг), - форма №1 - послуги (звіт про обсяг реалізованих платних послуг), - форма №1- ПВ (звіт з праці), - форма №3 - ПВ (Звіт про використання робочого часу), - форма №2 - ОФ (Звіт про наявність і рух основних фондів), - форма №3 - торг (Звіт про реалізацію і залишки товарів)
2.	Дані оперативного бух. обліку	<ul style="list-style-type: none"> - Журнал-ордер по рахунках, - Касові звіти, - Звіти матеріально-відповідальних осіб, - Акти реалізації послуг

№ з/п	Джерела	Найменування основних джерел
3.	Форми обов'язкової фінансової звітності	<ul style="list-style-type: none"> - баланс (1 раз на квартал та щорічно), - звіт про фінансово-майновий стан (в кінці року), - податкова декларація (щомісячно, щоквартально), - декларація про прибуток підприємства (щомісячно, щоквартально), - декларація про валютні цінності, доходи та майно, що належать резиденту України і знаходяться за її межами (щоквартально), - довідка про витрати виробництва і обігу (щоквартально), - декларація ПДВ (до 20-го числа щомісячно), - розрахунок акцизного збору, (до 15-го числа), - звіт про отримання пільг, - звіт про нарахування коштів в інноваційний фонд, - звіт про нарахування коштів на дорожні роботи, - декларація ПДВ та акцизного збору по імпортних товарах, - звіт про стан заборгованості по заробітній платі, - авансовий внесок про прибуток (до 20-го числа щомісячно), - звіт про нарахування страхових внесків, інших надходжень та витрачення коштів пенсійного фонду (щоквартально), - розрахункова відомість про нарахування та перерахування збору на обов'язкове соціальне страхування на випадок безробіття, - розрахункова відомість про кошти фонду соціального страхування (щоквартально), - форма №8 ДР «Про суми виплачених доходів і утримання з них податків та інших обов'язкових платежів фіз. осіб юридичним особам»
4.	Зовнішня інформація (статистичні бюлетені, огляди, узагальнені звіти)	<ul style="list-style-type: none"> - Статистичний щорічник «Економіка України», - Статистичний щорічник «Україна в цифрах», - Статистичний бюлетень «Основні показники роботи готелів України»

Економічні показники фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної інфраструктури можна класифікувати наступним чином:

- натуральні (кількість місць в готелях (місць), обслужених туристів (чол.), проданих страв (од.), встановленого обладнання (од.), житлової площі в готелі (м²), ін.).
- вартісні (товарооборот (грн.), доходи (грн.), собівартість послуг (грн.).
- кількісні (кількість обслужених туристів (кг, т), кількість реалізованих страв в підрозділах ресторанного господарства (страв), обсяг операційного доходу (грн.)).
- якісні (рівень рентабельності (%), рівень витрат (%), продуктивність праці (грн./чол.), ін.).
- абсолютні (вартість запасів сировини і матеріалів (грн.))
- відносні (оборотність оборотних коштів (дн.), витратомісткість послуг (грн./чол.), капіталомісткість (грн./грн.)

