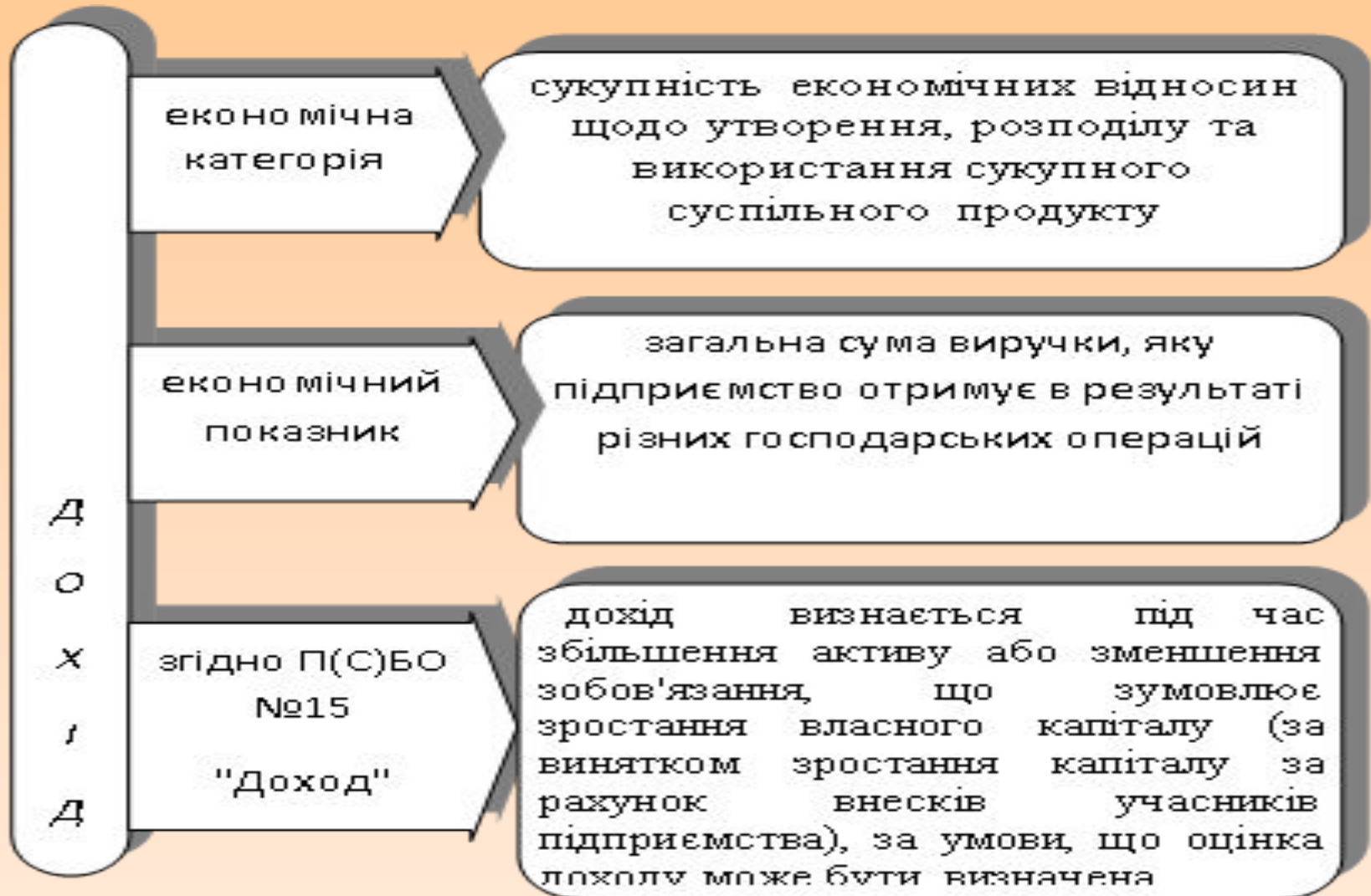


# **ТЕМА: Аналіз та планування доходів на підприємствах туристичної індустрії**

## **План лекції**

1. Поняття, економічна сутність та джерела утворення доходів на підприємствах туристичної індустрії.
2. Фактори, що впливають на розмір доходів підприємств туристичної індустрії.
3. Аналіз доходів підприємств туристичної індустрії.
4. Методи і порядок планування доходів підприємств туристичної індустрії.
5. Стратегія формування доходу підприємства туризму
6. Політика оптимізації доходів підприємств туристичної сфери.

# Поняття, економічна сутність та джерела утворення доходів на підприємствах туристичної індустрії



# Завдання, що вирішують доходи підприємств туризму

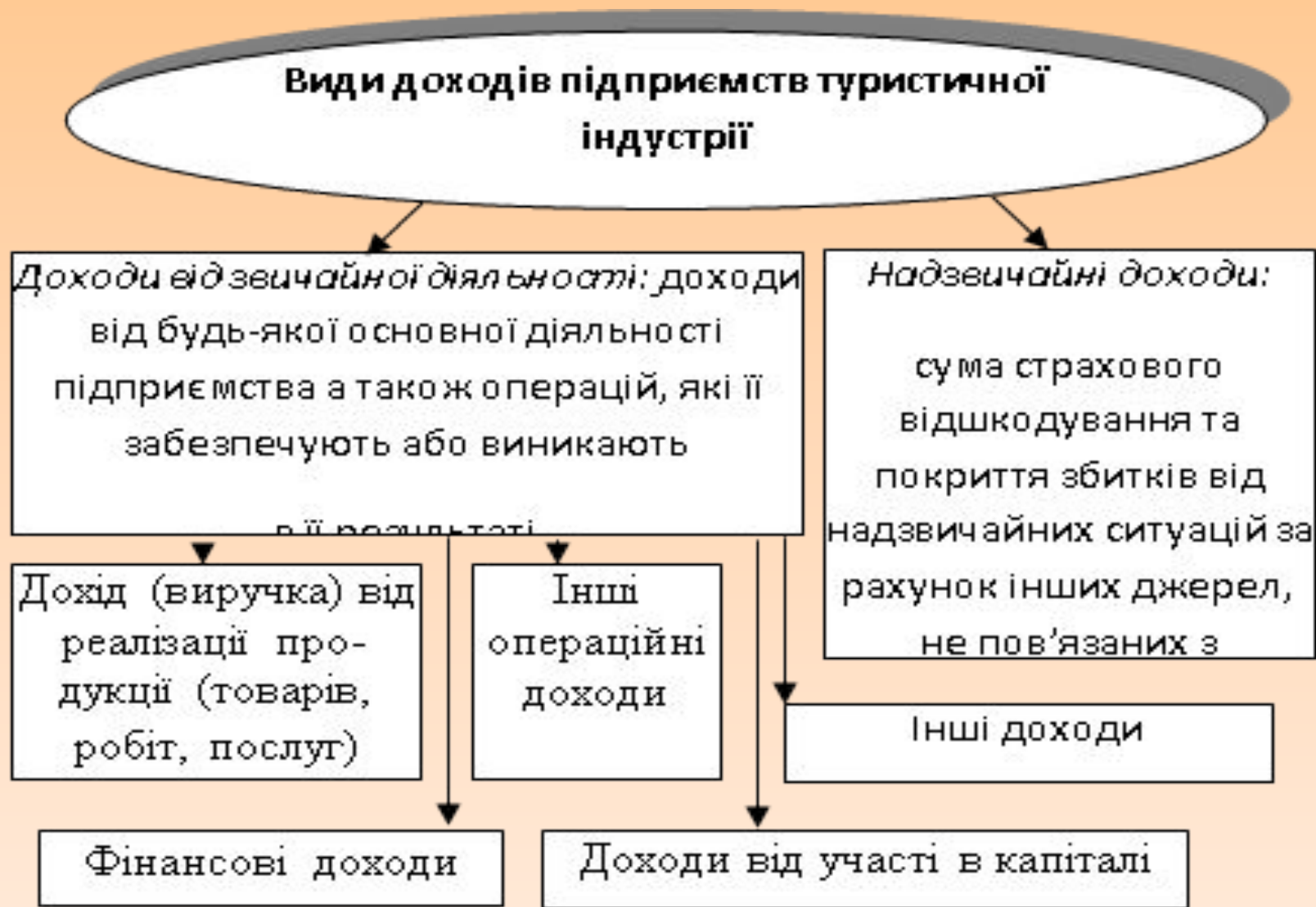
Завдання, що вирішують доходи (виручка) підприємства туристичної індустрії

Відшкодування собівартості та поточних витрат

Джерело податкових платежів і формування державного та місцевих бюджетів, спецфондів (по забюджетних)

Джерело утворення прибутку

# Види доходів підприємств туризму



## **Види діяльності підприємств туризму (в контексті створення доходу)**

**Операційна діяльність** підприємства туристичної індустрії – основна діяльність підприємства, а також інші види діяльності, які не є інвестиційною або фінансовою діяльністю

**Основна діяльність** підприємства туристичної індустрії – операції, пов'язані з виробництвом або з реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), які є головною ціллю створення підприємства і забезпечують основну частину його доходу

## *Джерела формування доходу (виручка) від операційної діяльності підприємств туристичної індустрії*

*Дохід (виручка) від виробничо-експлуатаційної діяльності підприємств готельного господарства*

- від реалізації послуг із тимчасового розміщення (проживання)
- від бронювання місць/номерів
- від додаткових платних послуг

*Дохід (виручка) туристичних підприємств (туроператорів / турагентств)*

- від реалізації характерних туристичних послуг та товарів
- від реалізації супутніх послуг та товарів

*Дохід (виручка) закладів ресторанного господарства*

- від реалізації продукції власного виробництва
- від реалізації покупних товарів
- від додаткових платних послуг

*Дохід (виручка) від туристично-екскурсійних підприємств*

*Дохід (виручка) від підприємств торгівлі*

- від реалізації товарів та послуг

*Дохід (виручка) від реалізації послуг закладів розваг*

*Дохід (виручка) від реалізації послуг транспортних організацій*

## *Інші операційні доходи*

- від операційної оренди активів (наприклад, номерний фонд, нежитлові приміщення, торговельні площі, транспортні засоби, гральні автомати)
- від операційних курсових різниць (купівля та продаж валюти)
- відшкодування раніше списаних активів
- від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій)

## *Доходи від участі в капіталі*

- доходи, отримані від інвестицій в асоційовані дочірні або у спільні підприємства, облік яких здійснюється методом участі в капіталі

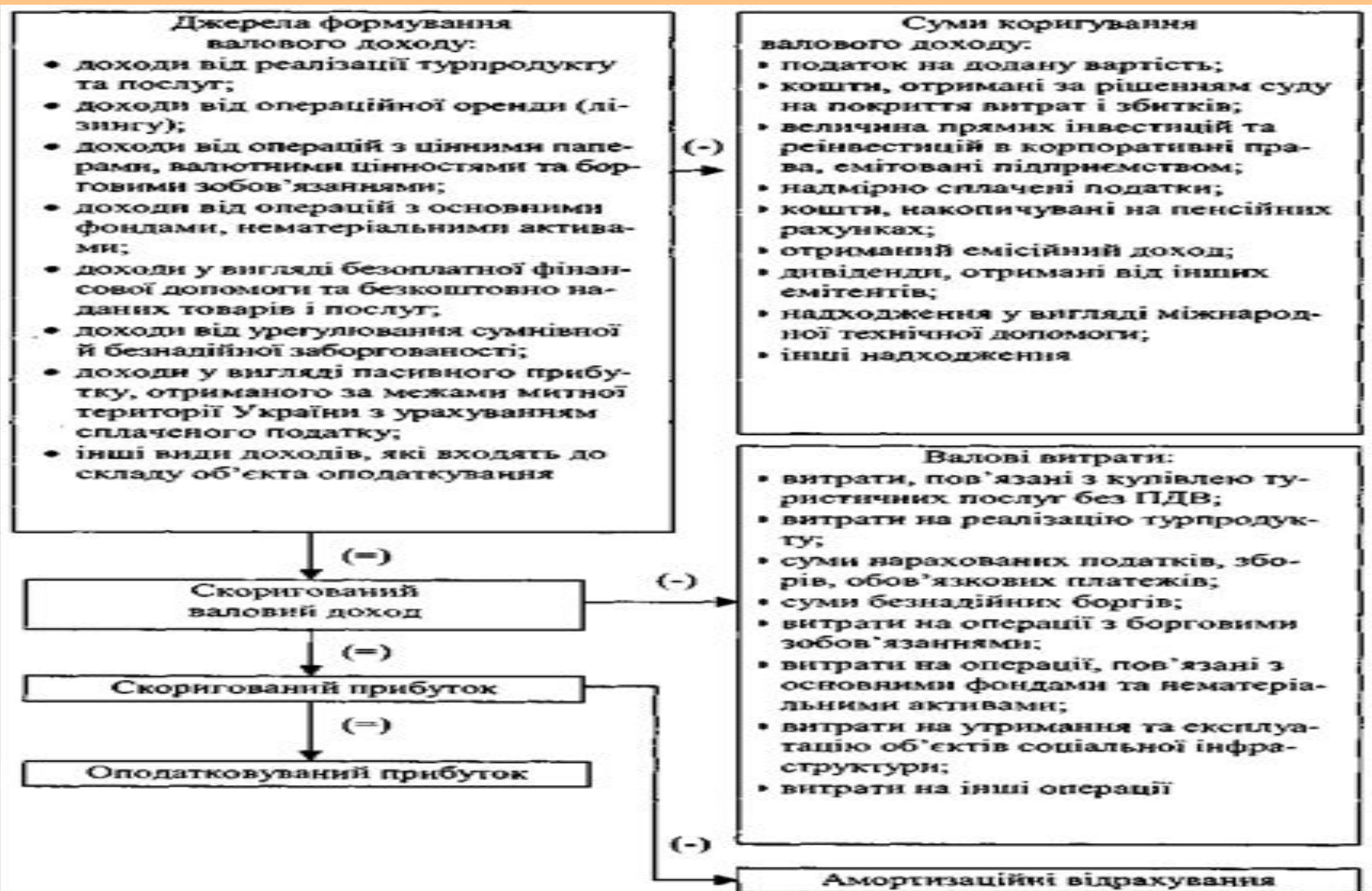
## *Інші фінансові доходи*

- дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій (крім доходів, облік яких здійснюється методом участі в капіталі)

## *Інші доходи*

- від реалізації фінансових інвестицій, позаоборотних активів, майнових комплексів
- від неопераційних курсових різниць
- інші, які виникають у процесі звичайної діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства





*Рис. 9.1. Модель формування й розподілу валового доходу туристичного підприємства в законодавчому полі України*

## Фактори, що впливають на розмір доходів (виручку) підприємств туристичної індустрії

### Зовнішні

- Державна цінова політика
- Участь держави у формуванні і розподілі доходів населення
- Платоспроможний попит населення
- Культура та національні особливості споживання послуг
- Співвідношення цін на продовольчі і непродовольчі товари, платні послуги населення
- Державна податкова політика
- Рівень конкуренції на споживчому ринку, в т.ч. туризму
- Політична ситуація
- Розвиток туристської інфраструктури
- Рівень розвитку фінансового ринку
- Сезонність попиту на туристичні послуги
- Ціни закупівлі у виробників послуг в туристичній індустрії

### Внутрішні

- Обсяг реалізованих послуг (у натуральному вираженні)
- Ціни на послуги
- Місцезнаходження підприємства
- Забезпеченість людськими ресурсами (за загальним обсягом та кваліфікованим складом)
- Ефективність використання матеріально-технічної бази
- Асортимент додаткових послуг
- Маркетингова діяльність підприємства
- Кількість місць
- Тривалість подорожі

**Комерційний дохід** від надання торговельних послуг підприємствами торгівлі та закладами ресторанного господарства – це плата за надання посередницько-торговельних послуг, яка становить частину доходу (виручки) підприємства

Джерела формування комерційного доходу

Туроператори

Туристична націнка  
(туристична маржа)

Турагенти

Комісійна винагорода  
або туристична  
націнка (знижка)

Заклади  
ресторанного  
господарства

Торговельна націнка

Підприємства  
торгівлі

Торговельна націнка

## Етапи аналізу доходів підприємств туристичної індустрії

Формування інформаційної бази даних

Визначення ступеня виконання планових завдань

Дослідження динаміки доходу (виручки) та структури за 3–5 років

Кількісна оцінка впливу факторів на зміну доходу (виручки)

Аналіз порогу безпечності та запасу фінансової стійкості підприємства

Визначення резервів оптимізації доходу (виручки) у плановому періоді

# Показники оцінки доходів (виручки) підприємств туристичної індустрії



*Абсолютні показники*

*Структурні показники*

*Відносні показники*

Обсяг доходів (виручки) в цілому по підприємству

Питома вага окремих доходів у загальному обсязі доходів

- Дохідна ставка на одного туриста
- Рівень комерційного доходу
- Рівень комісійної винагороди
- Рівень туристичної націнки

У т.ч. обсяг доходів (виручки) по окремих видах діяльності

## 1. Доходи від реалізації послуг із тимчасового розміщення (проживання)

$$D(B) = PC_{\phi} \times \bar{C},$$

або

$$D(B) = B_{\text{гот}} \times \bar{t} \times \bar{C}_{\text{л/д}},$$

або

$$D(B) = \sum_{i=1}^n N_i \times M_i \times t_i \times C_i,$$

де  $D(B)$  – дохід (виручка) від реалізації послуг із тимчасового розміщення (проживання), грн;

$PC_{\phi}$  – пропускна спроможність фактична, людино-діб;

$B_{\text{гот}}$  – кількість відвідувачів готелю, осіб;

$N_i$  – кількість номерів  $i$ -ї категорії в експлуатації, од.;

$M_i$  – кількість місць в номері  $i$ -ї категорії;

$\bar{C}$  – середня ціна на основні послуги готелю, грн;

$\bar{C}_{\text{л/д}}$  – середня ціна проживання за одну людино-добу, грн;

$C_i$  – ціна на відповідний тип номерів, грн;

$\bar{t}$  – середній термін перебування відвідувачів у готелі;

$t_i$  – кількість днів експлуатації номерів  $i$ -ї категорії

## 2. Доходи від реалізації туристичних послуг

$$D(B) = K_{\text{туристів}} \times \bar{t} \times \bar{C}_{\text{Т-д}},$$

або

$$D(B) = K_{\text{Т-д}} \times \bar{C}_{\text{Т-д}},$$

або

$$D(B) = K_{\text{турів}} \times \bar{C}_{\text{Т уру}},$$

---

де  $D(B)$  – дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг, грн;

$K_{\text{туристів}}$  – кількість обслужених туристів, осіб;

$\bar{t}$  – середній термін перебування туристів у подорожі, діб;

$\bar{C}_{\text{Т-д}}$  – середня ціна туру за 1 туродень, грн;

$K_{\text{Т-д}}$  – кількість реалізованих туроднів (обсяг реалізації), туроднів;

$K_{\text{турів}}$  – кількість реалізованих турів, од.;

$\bar{C}_{\text{Т уру}}$  – середня ціна туру, грн

---

### 3. Доходи від реалізації надання послуг (товарів)

$$D(B) = K \times \bar{C},$$

де  $D(B)$  – доходи від реалізації послуг (товарів), грн;

$K$  – кількість реалізованих послуг (у туризмі – туроднів, турів; у готельному господарстві – людино-днів), од.;

$\bar{C}$  – середня ціна послуги чи товару, грн

---

### 4. Доходи від оренди

$$D(B)_o = C \times S \times 12,$$

де  $D(B)_o$  – дохід (виручка) від оренди, грн;

$S$  – площа, здавна в оренду, м<sup>2</sup>;

$C$  – місячна ставка орендної плати, грн

---

### 5. Доходи від продажу матеріальних цінностей

$$D(B)_m = C_{\text{прод}} - C_{\text{придб}} - A - B_{\text{прод}},$$

де  $D(B)_m$  – дохід (виручка) від продажу матеріальних цінностей, грн

$C_{\text{прод}}$  – продажна ціна матеріальних цінностей, грн;

$C_{\text{придб}}$  – ціна придбання матеріальних цінностей, грн;

$A$  – нарахована сума амортизації за період експлуатації основних фондів, грн;

$B_{\text{прод}}$  – витрати, пов'язані із продажем (демонтаж, передпродажний ремонт, транспортування до місця реалізації, оплата посередницьких або брокерських послуг), грн

---



## 6. Комерційний дохід

$$Дс = \sum_{i=1}^n K_i (Ц_{pi} - Ц_{закі}),$$

де  $Дс$  – комерційний дохід, грн;  
 $i=1$

$K_i$  – кількість товарів(послуг), які закупаються за  $i$ -ю комерційною угодою;

$Ц_{pi}$ ,  $Ц_{закі}$  – відповідно ціна реалізації та закупівлі товарів (послуг) за  $i$ -ю комерційною угодою, грн

### У туризмі

**для туроператорів**

$$КД = \left( \sum_{i=1}^n Ц_{pi} - \sum_{j=1}^m Ц_{зак j} \right) \times \sum_{i=1}^n K_i,$$

де  $КД$  – туроператорська надбавка (туристична маржа) реалізації турів, грн;

$Ц_{pi}$  – роздрібна ціна турпродукту туроператора, грн;

$Ц_{закі}$  – ціна закупівлі туристичних послуг і товарів, грн;

$K_i$  – кількість турпродуктів (турів), од.

*для турагентів*

$$KB = \sum_{i=1}^n (C_{pi} - C_{vi}) \times K_i,$$

де  $KB$  – комісійна винагорода турагента, грн;

$C_{pi}$  – роздрібна ціна турпродукту турагента, грн;

$C_{vi}$  – відпускна ціна туроператора за турпродукт, грн;

$K_i$  – кількість турпродуктів (турів), од.

### *У торгівлі*

$$KD = TO - OZ,$$

де  $KD$  – комерційний дохід торговельного підприємства, грн;

$TO$  – товарооборот підприємства, грн;

$OZ$  – вартість закупівлі товарів (оплата товарів постачальниками за цінами закупівлі), грн

## 7. Доходи від участі в капіталі

$$D(B)_{cn} = ЧП_{cn} \times Ч_n / 100,$$

де  $D(B)_{cn}$  – дохід (виручка) від пайової участі в капіталі, грн;

$ЧП_{cn}$  – обсяг чистого прибутку, отриманий спільним підприємством, грн;

$Ч_n$  – частка прибутку, яка належить підприємству-засновнику, % до загального обсягу отриманого прибутку спільним підприємством

---

## 8. Доходи від цінних паперів, які належать підприємству

---

$$D(B)_{акц} = \frac{Ч_{н.а.т} \times Ч_{див} \times A_n}{С_{ф.а.т} \times 100},$$

де  $D(B)$  – дохід (виручка) від цінних паперів, які належать підприємству, грн;

$Ч_{н.а.т}$  – чистий прибуток акціонерного товариства, грн;

$Ч_{див}$  – частка чистого прибутку акціонерного товариства, призначена для формування фонду виплати дивідендів, % до загального обсягу;

$A_n$  – номінальна вартість акції, грн;

$С_{ф.а.т}$  – розмір статутного фонду акціонерного товариства, грн

**Відносні показники оцінки  
доходу (виручки) підприємств туристичної індустрії**

Показник	Алгоритм розрахунку
<p><b>1. Рівень комерційного доходу</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>У туристичних агентствах (ТА)</b></p> $R_{\text{кдТА}} = K_{\text{ВТА}} / D_{\text{(В)ТА}} \times 100,$ <p>де <math>R_{\text{кдТА}}</math> – рівень комерційного доходу (комісійної винагороди) турагента, %;  <math>K_{\text{ВТА}}</math> – комісійна винагорода турагента, грн;  <math>D_{\text{(В)ТА}}</math> – дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг турагента, грн</p>
	<p style="text-align: center;"><b>У закладах ресторанного господарства (ЗРГ)</b></p> $R_{\text{кдЗРГ}} = K_{\text{ДЗРГ}} / D_{\text{(В)ЗРГ}} \times 100,$ <p>де <math>R_{\text{кдЗРГ}}</math> – рівень комерційного доходу ЗРГ, %;  <math>K_{\text{ДЗРГ}}</math> – комерційний дохід (сума торговельних націнок ЗРГ), грн;  <math>D_{\text{(В)ЗРГ}}</math> – дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) ЗРГ, грн</p>
	<p style="text-align: center;"><b>У підприємствах торгівлі (ПТ)</b></p> $R_{\text{кдПТ}} = K_{\text{ДПТ}} / D_{\text{(В)ПТ}} \times 100$ <p>де <math>R_{\text{кдПТ}}</math> – рівень комерційного доходу ПТ, %;  <math>K_{\text{ДПТ}}</math> – комерційний дохід (сума торговельних націнок ПТ), грн;  <math>D_{\text{(В)ПТ}}</math> – дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) ПТ, грн</p>

<p>2. Дохідна ставка на одного туриста</p>	$Дст = Д(В) / Км(н),$ <p>де <math>Дст</math> – дохідна ставка на одного туриста (місце / номер), грн/тур, грн/місце, грн/номер;  <math>Д(В)</math> – дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг), грн;  <math>Км(н)</math> – кількість туристів (місць/номерів), осіб/од.</p>
<p>3. Рівень дохідності комерційного або споживчого кредиту</p>	$РДкр = Пк / Кк \times 100,$ <p>де <math>РДкр</math> – рівень дохідності комерційного або споживчого кредиту, %;  <math>Пк</math> – плата за кредит, грн;  <math>Кк</math> – розмір наданого кредиту, грн</p>
<p>4. Рівень дохідності інвестиційної діяльності</p>	$РДінв = ДІ / I \times 100,$ <p>де <math>РДінв</math> – рівень дохідності інвестиційної діяльності, %;  <math>ДІ</math> – інвестиційний дохід, грн;  <math>I</math> – сума інвестиційного капіталу, грн</p>
<p>5. Рівень дохідності орендних операцій</p>	$РДор = ОП / Омор \times 100,$ <p>де <math>РДор</math> – рівень дохідності орендних операцій, %;  <math>ОП</math> – отримана орендна плата від здавання майна в оренду, грн;  <math>Омор</math> – вартість майна, яке здається в оренду, грн</p>

Метод	Сутність методу	Алгоритм розрахунку
<p>1. Прямих розрахунків</p>	<p>Передбачає розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг готельного господарства (проживання) з урахуванням попиту на номери окремих типів у плановому періоді</p>	<p>Алгоритм розрахунку</p> $D(V)_{пл} = \sum_{i=1}^n (H_i \times M_i \times t_i \times K_{з.і} \times C_{плі}),$ <p>де <math>D(V)_{пл}</math> – дохід від реалізації основних послуг, грн;  <math>H_i</math> – кількість номерів <math>i</math>-го типу в експлуатації у плановому періоді, місць;  <math>M_i</math> – кількість місць у номері <math>i</math>-го типу у плановому періоді;  <math>t_i</math> – кількість днів експлуатації номерів <math>i</math>-го типу у плановому періоді;  <math>K_{з.і}</math> – плановий коефіцієнт завантаження номерів <math>i</math>-го типу;  <math>C_{плі}</math> – ціна на відповідний тип номера на плановий період, грн;  <math>i</math> – кількість типів номерів</p> <p>або</p> $D(V)_{пл} = (ПСО - K_{тр} - K_{с.о} - K_{ін}) \times \bar{C}_{пл.}$ <p>де <math>ПСО</math> – пропускна спроможність очікувана, людино-діб;  <math>K_{тр}</math> – тривалість перебування номерів у простої під плановим (поточним) ремонтом, людино-діб;  <math>K_{с.о}</math> – тривалість перебування номерів у простої за причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення, людино-діб;  <math>K_{ін}</math> – тривалість перебування номерів у простої під плановим ремонтом з інших об'єктивних причин, людино-діб;  <math>\bar{C}_{пл.}</math> – середня ціна на основні послуги готелю на плановий період, грн</p>

Продовження таблиці

<i>Метод</i>	<i>Сутність методу</i>	<i>Алгоритм розрахунку</i>
	<p>Передбачає розрахунок доходу (виручки) від реалізації турпродукту туристичного підприємства у плановому періоді</p>	$D(B)_{пл} = \sum_{i=1}^n K_{\text{туристів } i} \times \bar{t}_i \times \bar{Ц}_{пл_{\text{т ді}}},$ <p style="text-align: center;"><i>або</i></p> $D(B)_{пл} = K_{\text{т д}} \times \bar{Ц}_{пл_{\text{т д}}},$ <p style="text-align: center;"><i>або</i></p> $D(B)_{пл} = K_{\text{турів}} \times \bar{Ц}_{пл_{\text{т уру}}},$ <p>де <math>D(B)</math> – дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг, грн;  <math>K_{\text{туристів}}</math> – кількість обслужених туристів, осіб;  <math>\bar{t}</math> – середній термін перебування туристів у подорожі, діб;  <math>\bar{Ц}_{пл_{\text{т д}}}</math> – середня ціна туру за 1 туродень на плановий період, грн;  <math>K_{\text{т д}}</math> – кількість реалізованих туроднів (обсяг реалізації);  <math>K_{\text{турів}}</math> – кількість реалізованих турів, од.;  <math>\bar{Ц}_{пл_{\text{т уру}}}</math> – середня ціна туру на плановий період, грн</p>

<p>2. Факторно-аналітичний</p>	<p>Передбачає розрахунок обсягу надання основних послуг підприємства готельного господарства (проживання) з урахуванням їх зміни за рахунок впливу основних факторів у плановому періоді</p>	$D(B)_{пл} = D_o \times \overline{K_p} \pm D_{\phi}$ <p>де <math>D_o</math> – очікуваний дохід від реалізації основних послуг, грн;  <math>\overline{K_p}</math> – середньорічний коефіцієнт росту доходів готелю від основного виду діяльності;  <math>D_{\phi}</math> – розмір зміни доходів від реалізації основних послуг під впливом основних факторів, грн</p>
<p>3. Економіко-статистичних розрахунків (розрахунково-аналітичний)</p>	<p>Базується на вивченні тенденцій обсягу реалізації туристичного продукту за 3–5 попередніх років та екстраполяції цих тенденцій за допомогою визначення середньорічного темпу росту на плановий рік</p>	$D(B)_{пл} = \frac{D(B)_{зв} \times \overline{T_p}}{100} \pm \Delta D(B)_{\phi}$ <p>де <math>D(B)_{пл}</math> – дохід (виручка) від реалізації у плановому періоді, грн;  <math>D(B)_{зв}</math> – дохід (виручка) від реалізації у звітному періоді, грн;  <math>\overline{T_p}</math> – середньорічні темпи росту, %;  <math>\Delta D(B)_{\phi}</math> – зміна доходу (виручки) під впливом факторів, грн</p>



Метод	Сутність методу	Алгоритм розрахунку
<p data-bbox="150 104 446 175">4. Програмно-цільовий</p> <p data-bbox="150 218 446 375">4.1. Для підприємств готельного господарства</p> <p data-bbox="170 732 426 846">4.2. Для туроператорів</p> <p data-bbox="156 1032 440 1103">4.3. Для турагентів</p>	<p data-bbox="498 218 987 532">Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг підприємств готельного господарства, що дозволяє отримати цільовий прибуток</p> <p data-bbox="511 732 973 1003">Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг туроператорів, що дозволяє отримати цільовий прибуток</p> <p data-bbox="498 1032 987 1303">Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг турагентів, що дозволяє отримати цільовий прибуток</p>	$D(V)_{пл} = \frac{V_n + П_{цл}}{Ц_{л-д} - ВЗМ_{л-д}} \times Ц_{пл}$ <p data-bbox="1025 289 1792 404">де <math>D(V)_{пл}</math> – дохід (виручка) готелю від операційної діяльності, грн;</p> <p data-bbox="1025 418 1792 532"><math>V_n</math> – постійні витрати готелю від експлуатації номерного фонду, грн;</p> <p data-bbox="1025 532 1760 575"><math>П_{цл}</math> – прибуток цільовий, грн;</p> <p data-bbox="1025 575 1792 646"><math>Ц_{л-д}</math> – середня ціна за 1 людино-добу, грн;</p> <p data-bbox="1025 646 1792 718"><math>ВЗМ_{л/д}</math> – витрати змінні на 1 людино-добу, грн</p> $D(V)_{пл} = \frac{V_{пост.} + П_{цл}}{100 - РВ_{зм}} \times 100,$ <p data-bbox="1025 832 1792 903">де <math>D(V)_{пл}</math> – дохід (виручка) від реалізації плановий(ва), грн;</p> <p data-bbox="1025 903 1754 946"><math>V_{пост.}</math> – витрати постійні, грн;</p> <p data-bbox="1025 946 1760 989"><math>П_{цл}</math> – прибуток цільовий, грн;</p> <p data-bbox="1025 989 1792 1032"><math>РВ_{зм}</math> – рівень змінних витрат, %</p> $D(V)_{пл} = \frac{V_{пост.} + П_{цл}}{P_{к.в} - РВ_{зм}} \times 100,$ <p data-bbox="1025 1160 1792 1232">де <math>P_{к.в}</math> – рівень комісійної винагороди від вартості туру, %</p>

<p>5. Процентного доходу</p>	<p>Визначення обсягу доходу (виручки) від експлуатації номерного фонду та їх максимізації на основі цільового розвитку процентного доходу</p>	$D(B)_{пл} = \frac{M_r \times C_e \times D\%}{100},$ <p>де <math>D(B)_{пл}</math> – плановий дохід (виручка) готелю від основної діяльності, грн;  <math>M_r</math> – місткість готелю, місць;  <math>C_e</math> – ціна еталонна, грн;  <math>D\%</math> – процентний дохід, %</p>
<p>6. Економіко-математичного моделювання</p>	<p>Розрахунок обсягу доходу (виручки) від реалізації послуг на основі побудови економіко-математичної моделі, визначення характеру математичної залежності і ступеня впливу окремих факторів на досліджуваний показник у взаємозв'язку з багатьма іншими</p>	$O_{пл} = f(x_1, x_2, x_3, \dots, x_n),$ <p>де <math>x_1, x_2, x_3, \dots, x_n</math> – множина факторів впливу на обсяг реалізації послуг готелю</p>

## **5. Стратегія формування доходу підприємства туризму**

**Під стратегією доходу суб'єктів туристичної діяльності слід розуміти систему довгострокових цільових завдань, спрямованих на одержання такого обсягу доходів, якого вистачить для сплати податків і обов'язкових зборів, відшкодування витрат і одержання прибутку для забезпечення саморозвитку підприємства та винагороди праці й капіталу.**

Стратегія в такому розумінні передбачає форму розімкнутого кола, в якому завершальний етап - використання доходу - потребує виходу на новий, вищий, рівень його формування. Стратегія повинна базуватися на розвитку туризму по спіралі. Спіралеподібна стратегія здатна вивести підприємство на вищий рівень прибутковості і забезпечити поступальні темпи розвитку.

# Стратегія формування доходу підприємства туризму

Механізм розробки стратегії доходу підприємства неможливий без повної, точної, систематизованої інформації про практику його формування, розподілу та використання. Таку інформацію дає моніторинг.

**Моніторинг доходу в туризмі** - це механізм постійного спостереження, аналізу та підготовки даних для прогнозування можливостей розвитку підприємств на власній доходній основі.

У практиці економічної діяльності туристичних підприємств в Україні є упорядкована система звітності про туристичні потоки, обсяги доходів, витрат і прибутку суб'єктів підприємницької діяльності.



*Рис. 9.6. Модель моніторингу доходу туристичного підприємства*

# Стратегія формуванні доходу підприємства туризму

Для забезпечення дієздатності стратегії доходу туристичних підприємств необхідно постійно вирішувати **проблеми макро- і мікрорівня.**

•**До проблем макрорівня відносяться такі:**

1. стабілізація темпів розвитку економіки країни (регіону);
2. забезпечення правових гарантій свободи дій та підтримки туристичного підприємництва;
3. зміцнення національної грошової одиниці;
4. активізація туристичної діяльності на основі розвитку вітчизняної туристичної індустрії та підвищення якості обслуговування туристів;
5. стимулювання розвитку внутрішнього і в'їзного туризму через систему державного інвестування і зниження податкового тиску.

•**До внутрішньогосподарських проблем** стратегічного планування доходу туристичних підприємств можна віднести, по-перше, проблему врахування зовнішнього економічного середовища підприємства; по-друге, вибір методу обґрунтування стратегії стійкого збільшення доходів і розвитку підприємства на власній інвестиційній основі; по-третє, розробку заходів щодо забезпечення стратегії розвитку підприємства.



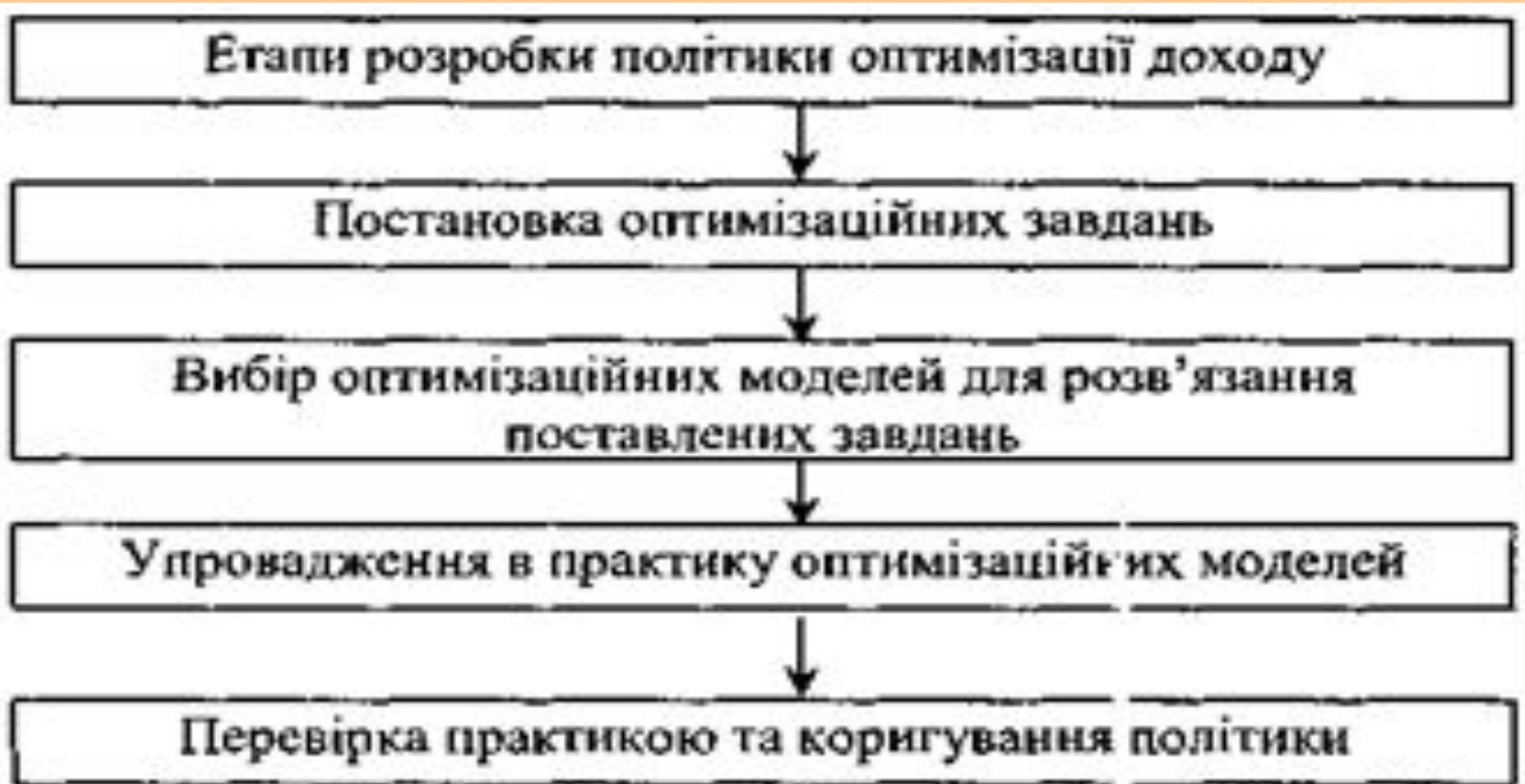
*Рис. 9.7. Сутність та основні етапи стратегічного планування доходу підприємства*

## 6. Завдання оптимізації доходів туристичних підприємств

- ◆ розрахунок потреби в доході для досягнення стратегічних цілей підприємницької діяльності;
- ◆ раціоналізація структури джерел утворення доходу на основі пріоритетності й ефективності різних видів діяльності;
- ◆ розробка ефективної системи розподілу й використання доходу;  
;
- ◆ визначення величини доходу, необхідного для одержання цільового прибутку від реалізації туристичних послуг (турпродукту);
- ◆ обґрунтування обсягів реалізації туристичного продукту (послуг), що забезпечать одержання цільового доходу і досягнення стратегічного рівня запасу фінансової міцності;
- ◆ максимізація інших джерел доходу туристичного підприємства.



# Процес розробки політики оптимізації доходу підприємств



*Рис. 9.8. Процес розробки політики оптимізації доходу підприємств*



*Рис. 9.9. Основні принципи формування політики оптимізації доходу в туризмі*

**Резерви оптимізації доходу (виручки)  
підприємств туристичної індустрії**

**Збільшення кількості  
реалізованих послуг  
та товарів підприємствами туристичної  
індустрії**

▶ Ефективна  
маркетингова  
політика

▶ Підвищення  
ефективності  
рекламних заходів

▶ Диверсифікація  
асортименту послуг

▶ Регіональна  
диверсифікація  
діяльності

▶ Розширення  
асортименту  
додаткових послуг

▶ Розширення продажу  
туристичного  
продукту

**Оптимізація ціни  
реалізації готельних та туристичних  
послуг  
(товарів)**

▶ Ефективна цінова  
політика підприємства на ринку  
готельних та туристичних  
послуг

▶ Використання  
сприятливої  
туристичної  
кон'юнктури ринку в  
окремі періоди року

▶ Розширення  
продажу готельного та туристичного  
продукту в  
період "високого"  
сезону (за більш  
високими цінами)

**За рахунок  
зниження  
собівартості  
туристичних  
послуг у  
туристичній  
індустрії**

▶ Скорочення  
кількості  
посередників  
у формуванні  
турпродукту

▶ Використання  
системи цінових  
знижок при  
закупівлі  
туристичних  
послуг та  
товарів

▶ Укладання  
прямих угод із  
виробниками  
туристичних  
послуг