

УДК 658.15

БАЙРАЧНА О.К.<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup> доктор філософії зі спеціальності 073 «Менеджмент», старший викладач кафедри туристичного бізнесу та рекреації, Одеський національний технологічний університет, e-mail: oksanabairachnaya@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2401-3685

## СУТНІСТЬ, ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ТА МЕХАНІЗМ РОЗПОДІЛУ ПРИБУТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

**Мета.** Стаття присвячена аналізу рентабельності діяльності підприємства туристичної індустрії. Розглянуто механізм утворення чистого прибутку туристичного суб'єкта господарювання та шляхи його збільшення. Розкрито сутність економічної ефективності та економічного ефекту у туристичній діяльності. Визначено поняття «рентабельності», розглянуті показники рентабельності діяльності туристичного суб'єкта господарювання, порядок їх розрахунку. Визначено основні положення ефективності діяльності туристичних підприємств. **Методика.** Дослідження склали системний підхід, метод економічного аналізу та економічного моделювання, методи, які прийняті в теорії прийняття рішень. Для формування висновків та рекомендацій застосовано метод логічного узагальнення та комплексного підходу. **Результати.** У статті проведено аналіз особливостей ефективності діяльності туристичних суб'єктів господарювання. Розглянуто проблемні аспекти, вирішення яких могло б в майбутньому удосконалити діяльність туристичної індустрії в країні за рахунок впливу на туристські фірми і пов'язаних підприємств. Окреслено чинники, що впливають на рівень рентабельності, та запропоновано шляхи її підвищення. Виявлено, що туристичне підприємство набагато успішніше виходить з кризового стану при високому потенціалі генерування прибутку. **Наукова новизна.** Виявлено, що ефективність діяльності туристичного підприємства відбивається в досягнутих фінансових результатах. Важливим елементом управління туристичним суб'єктом господарювання є оцінка та аналіз фінансового стану та фінансової стійкості. Наведено удосконалений авторський підхід щодо використання економічних показників, при використанні якого виявлена закономірність, що зміні одного з показників призводить зміни інших показників. **Практична значимість.** Значимість дослідження полягає в виявленні динаміки та чинників, що впливають на формування фінансових результатів діяльності туристичного підприємства, з метою забезпечення його сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності в нинішньому економічному середовищі України. Результати дослідження, щодо формування та розподілу прибутку туристичного підприємства можуть використовуватись органами державної влади для розробки конкретних заходів, щодо розвитку туристичної діяльності в межах планування структурних змін та інституційних реформ на внутрішньому ринку.

*Ключові слова:* прибуток; рентабельність; показник рентабельності; економічна ефективність; туристичне підприємство; ефективність.

### Постановка проблеми

Сучасна туристична діяльність - одна з найбільш швидко розвиваються галузей світового господарства. Міжнародний туризм входить до числа трьох найбільших експортних галузей, поступаючись нафтовидобувної промисловості та автомобілебудуванню. Значення туризму в світі постійно збільшується, що пов'язано з впливом туризму на економіку окремої країни.

Туризм - вид економічної діяльності, орієнтованої на кінцевого споживача. Для збільшення виручки від реалізації туристичного продукту та приросту прибутку вирішальне значення мають обсяги продажів, що визначаються попитом, та рівнем

собівартості, обумовлені якістю туристських продуктів. Все це обумовлює актуальність аналізу факторів, що впливають на величину прибутку та рентабельності туристичних суб'єктів господарювання [1, с.17].

Туристична індустрія це система взаємопов'язаних підприємств як матеріального виробництва, так і невиробничої сфери, які беруть участь в процесі виробництва, розподілу, обміну та споживання туристичного продукту, в освоєнні і використанні туристських ресурсів і створення матеріально-технічної бази туризму.

За даними Всесвітньої туристської організації (UNWTO) туризм забезпечує понад 10% світового національного продукту і близько 30% обсягу торгівлі. За даними

Державної служби статистики України, послугами українських туроператорів та туристичних агентів у 2020 році скористалися 6,1 млн. осіб, загальний дохід туристичних компаній (юридичних осіб) та туристичних агентів (ФОП) становив 32,6 млрд. грн (без ПДВ), свідчать дані Державної служби статистики (Держстат). Загальний дохід українських туроператорів у 2019 році становив 16,9 млрд. грн, їхніми послугами скористалися 3,3 млн. осіб [2, с. 24].

За висновками експертів, посилення ролі туризму, його соціально-економічної значущості є загально визнаною тенденцією світового господарства.

### Аналіз останніх досліджень і публікацій

Прибуток є одним з ключових показників господарської діяльності туристичного підприємства, використовується при оцінці його ефективності. У літературі, присвяченій питанням прибутку туристичного підприємства, поняття прибутку не має єдиного, чіткого визначення. У міру розвитку економічної думки було безліч спроб відшукати однозначне визначення прибутку. У таблиці 1 розглянуті трактування даного поняття представниками наукової думки, як зарубіжних вчених, так і вітчизняних.

Таблиця 1

### Визначення категорії «прибуток»

*Джерело: складено автором*

Автор	Визначення
Платон	Прибуток - так звані блага. Платон засуджував «неблагородну пристрасть до наживи», оскільки саме надлишок породжує лінь та жадібність.
Аристотель	Хрематистика - діяльність, спрямована на отримання прибутку та на накопичення багатства.
А. Сміт, Д. Рікардо	Прибуток - «щось», що є компенсацією підприємцю за ризик та виникає при обміні створеного товару на гроші, крім оплати всіх витрат. Прибуток - це категорія виробництва.
А. Маршалл, Дж. Мак-Куллох	Прибуток - це залишок після вирахування з доходів компанії витрат на закупівлю необхідних товарів та послуг (сировина, транспорт), на виплату заробітної плати, а також винагороду використовуваних в даному виробництві капіталів.
К. Маркс	Прибуток - це те, як ставиться додаткова вартість до всього капіталу, який вкладено в підприємство. «Так як на одному полюсі (тобто, в руках робітника - авт.) ціна робочої сили виступає в перетвореній формі заробітної плати, то на протилежному полюсі (тобто, в руках капіталіста - авт.) додаткова вартість виступає в перетвореній формі прибутку».
І. Шумпетер	Прибуток - дохід особливого фактора виробництва - підприємництва. Прибуток - це «вартісне вираження того, що створює підприємець, подібно до того, як заробітна плата - вартісне вираження того, що створює робочий».
Ткаченко Н.М.	Дохід - збільшення економічних вигод у вигляді надходження, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників).
Дядечко Л.П.	Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам.
Мальська М.П.	Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок прибутку від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим одиночним туристам або туристичним групам. Реалізується туристичний продукт по договору на обслуговування або ексклюзивно, за бажанням туриста, без договору.
Чудновський А.Д.	Доходи в туризмі супроводжуються зростанням доходів в інших галузях: у транспорті, в підприємствах побуту, торгівлі, харчування, у закладах культури і т.д.

Як показав аналіз визначень, в економічній літературі відсутній єдиний підхід до трактування економічної категорії «прибуток». Однак автори сходяться на

думці, що прибуток - це перш за все певний дохід. Таким чином, розглянуті визначення не є суперечливими, а часом збігаються і доповнюють один одного.

## Формулювання цілей статті

Цілями даної статті є дослідження теоретичних аспектів формування та розподілу прибутку туристичних підприємств, визначення поняття «рентабельності» та основні його показники, які використовуються на підприємствах туристичної індустрії. Розгляд механізму утворення чистого прибутку туристичного підприємства та шляхи його збільшення. Визначення основних положень діяльності туристичних суб'єктів господарювання в Україні.

## Виклад основного матеріалу дослідження

У сучасних умовах ринкової економіки основними показниками, за допомогою яких можна оцінити ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства туристичної діяльності, є показники прибутку та рентабельності.

Економічна ефективність діяльності туристського підприємства передбачає конкретизацію понять «економічна ефективність» і «економічний ефект» [3, с. 73]. Економічний ефект - абсолютна величина, що позначає результат туристського бізнесу. Однаковий результат може бути отриманий різними способами та з різними витратами. І навпаки, однакові витрати можуть дати різні результати. Тому необхідно порівняння результатів з витратами у туристичній галузі. Порівняння результату та витрат на його досягнення є основою економічної ефективності. Таким чином, економічна ефективність - це відносна величина, що отримується в результаті співвідношення однієї абсолютної величини, тобто результату, з іншою абсолютною.

На рівні туристських підприємств показники загальної економічної ефективності включають загальні та приватні показники. Обидві групи показників є статичними та показують рівень абсолютного ефекту, досягнутого в певний момент часу, або рівень використання того чи іншого виду ресурсів (витрат) також в певний момент часу.

Початком формування прибутку є отримання доходу від реалізації туристичних послуг. Саме прибуток створює гарантії

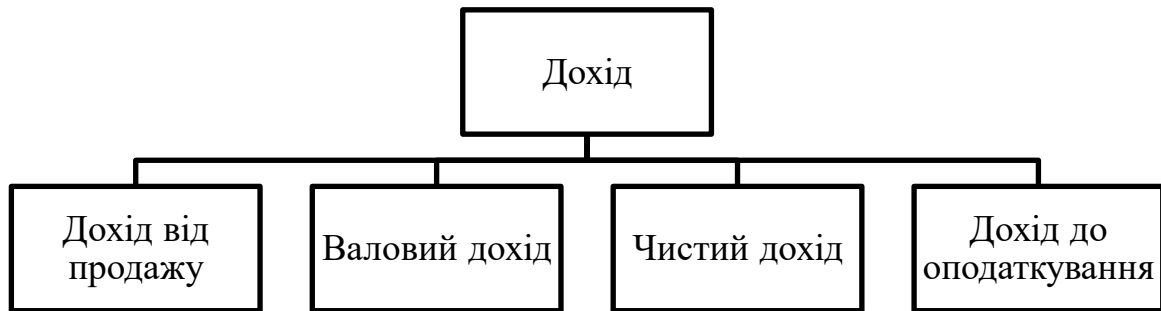
існування туристичного підприємства, оскільки визначає наявність зацікавленості засновників в подальшому веденні підприємницької діяльності.

Прибуток є досить змістовним показником, який характеризує різні аспекти діяльності підприємства. Функції, які виконує прибуток, визначають його значення в фінансово-господарській діяльності туристичного підприємства. Думки з приводу функцій прибутку також різняться.

На нашу думку, найбільш повним змістовним показником прибутку є контрольна, відтворювальна, стимулююча, соціальна функції. Єдність функцій в їх залежності та взаємообумовленості робить прибуток тим елементом господарювання, в якому ув'язуються економічні інтереси суспільства, колективу підприємства та кожного працівника.

Для ефективного управління прибутком важливим є значення видів прибутку та факторів, що впливають на кожен з них. Види прибутку суб'єкта туристичної діяльності відображають різні рівні регулювання процесів її формування, розподілу та використання, а також інтереси суб'єктів розподільних відносин. Існує багато класифікацій видів прибутку. На рис. 1 розглянуті більш докладно ті, які формуються для податкового обліку.

Загальні показники діляться на абсолютні та відносні. У складі абсолютних показників традиційно розглядають показники прибутку (в грошовому еквіваленті), у складі відносних показників - показники рентабельності (обчислюються у відсотках). В сучасних умовах ринкової економіки основними показниками, за допомогою яких можна оцінити результативність фінансово-господарської діяльності підприємства туристичної галузі є показники доходу та рентабельності. Якщо дохід перевищує собівартість, тобто різницю між виручкою та собівартістю є позитивною величиною, фінансовий результат свідчить про отримання доходу. В іншому випадку, підприємство отримує негативний фінансовий результат, тобто зазнає збитків. Якщо ж виручка від реалізації дорівнює собівартості, то в цьому випадку підприємство змогло тільки відшкодувати витрати на виробництво та реалізацію послуг.



**Рис.1. Види доходу суб'єкта туристичної діяльності**

*Джерело: [6, с.193]*

З економічної точки зору прибуток - це різниця між грошовими надходженнями і виплатами. На величину прибутку і його динаміку впливають фактори, як залежні (ендогенні), так і не залежні (екзогенні) від підприємства індустрії туризму.

До незалежних факторів від суб'єктів діяльності туристичної галузі можна віднести кон'юнктуру ринку, рівень цін на матеріально-сировинні і паливно-енергетичні ресурси, а також норми амортизації основних засобів, що використовуються суб'єктами туристичної діяльності [3, с.73].

В певній залежності від підприємства знаходяться такі фактори, як рівень цін на реалізовані туристичні продукти та оплата праці працівників підприємств туристичної галузі, якісний склад персоналу, конкурентоспроможність послуг, організація праці, його продуктивність і ефективність фінансового планування.

Основними шляхами збільшення прибутку є:

- збільшення обсягу продажів туристичного продукту;
- розширення номенклатури туристичного продукту та додаткових послуг;
- поліпшення якості обслуговування споживачів;
- зниження собівартості туристичного продукту за елементами витрат;
- розширення ринку продажів;
- вдосконалення управління туристичним підприємством в умовах конкуренції;
- продаж надлишкового майна (здача в оренду) [1, с. 22].

Функціонування суб'єкта туристичної діяльності в сучасній бізнес-середовищі пов'язано, з одного боку, з великою економічною свободою, яка передбачає

можливість розпорядження отриманими коштами, а з іншого - з відповідальністю за результати своєї діяльності, яка зобов'язує ефективно використовувати наявний ресурсний потенціал. Оцінити ситуацію, господарську ситуацію можливо в процесі аналітичної роботи, проведеної на туристичному підприємстві.

Визначення можливостей зростання ефективності, а також розробка варіантів відповідних управлінських рішень визначається за допомогою рішення задачі факторного аналізу показників ефективності, яка передбачає проведення дослідження, здійснюване в рамках застосування таких прийомів аналізу, як факторний моделювання, елімінування, тобто спосіб ланцюгових підстановок, спосіб абсолютних різниць (відхилень), що є модифікацією способу ланцюгових підстановок і ін.

У сучасних публікаціях пропонується безліч детермінованих моделей факторного аналізу показників ефективності, які іноді істотно розрізняються за своїм змістом. Моделі, побудовані на основі інформації, видаються вельми продуктивними, так як відображають процес формування показників ефективності, враховують можливе різноманіття фактів, операцій, умов функціонування суб'єктів туристичної діяльності.

Основною метою діяльності туристичного підприємства в ринкових умовах є пошук оптимальних управлінських рішень, спрямованих на максимізацію прибутку, відносним вираженням якої є показники рентабельності. Показники рентабельності як будь-які відносні показники являють собою важливі характеристики факторної

середовища формування прибутку та доходу підприємств туристичної індустрії [4, с. 192].

Проблематика застосування аналітичних процедур в цій області полягає в тому, що авторами пропонуються різні підходи до формування не тільки базової системи показників, але методик аналізу показників рентабельності. Крім того, дуже незначна увага приділяється факторному аналізу рентабельності. Тому на практиці виникають певні складнощі.

Рентабельність - це відношення прибутку до витрат, де в якості прибутку використовується величина балансової, чистого прибутку, прибутку від реалізації продукції, а також прибутку від різних видів діяльності суб'єкту туристичної діяльності. В

якості витрат можуть бути використані показники вартості основних та обігових фондів, виручки від реалізації, собівартості продукції власного та позикового капіталу [4, с.181].

За своєю структурою, показник рентабельності відносяться до якісних показників. Суб'єкт туристичної діяльності вважається прибутковим, якщо в результаті господарської діяльності, воно покриває не тільки витрати на виробництво туристичного продукту, а й отримує дохід. У таблиці 2 наведені показники, які характеризують рентабельність туристичного підприємства та порядок їх розрахунку.

Таблиця 2

**Показники рентабельності суб'єкта туристичної діяльності**

*Джерело: складено автором*

Показник	Методика розрахунку
Рентабельність майна туристичного підприємства ( $R_i$ ), %	$R_i = \frac{Пб}{С_m} \times 100\%$ , де Пб – балансовий прибуток; С <sub>м</sub> – середньорічна вартість майна підприємства
Рентабельність власного капіталу туристичного підприємства ( $R_{вк}$ ), %	$R_{вк} = \frac{Пб}{К_в} \times 100\%$ , де К <sub>в</sub> – середньорічна вартість власних коштів
Рентабельність основного (авансованого) капіталу туристичного підприємства ( $R_{ок}$ ), %	$R_{ок} = \frac{Пб}{К_о} \times 100\%$ , де К <sub>о</sub> – середньорічна вартість основного капіталу
Рентабельність продажів туристичного підприємства ( $R_{п}$ ), %	$R_{п} = \frac{Пб}{V_p} \times 100\%$ , де V <sub>р</sub> – виручка від реалізації послуг
Рентабельність витрат туристичного підприємства ( $R_{в}$ ), %	$R_{в} = \frac{Пб}{З_с} \times 100\%$ , де З <sub>с</sub> – кошторисна собівартість
Рентабельність туристичного продукту туристичного підприємства ( $R_{п}$ ), %	$R_{п} = \frac{Ц - С}{С} \times 100\%$ , де Ц – ціна туристського продукту С – собівартість туристського продукту

Ефективність діяльності суб'єкта туристичної діяльності формується під впливом різних факторів, які можна розбити на дві групи: зовнішні і внутрішні. Для визначення значущості впливу на ефективність діяльності підприємства кожного фактора використаний метод експертних оцінок, його мета - отримання груповий оцінки за результатами

ранжирування експертами факторів за ступенем їх впливу на ефективність діяльності підприємств індустрії туризму АРК, тобто задача відновлення латентного і свого роду істинного упорядкування факторів.

Управління розвитком персоналу варто розглядати не тільки з позиції потреб підприємства, але й самої особистості, адже

працівник, оцінивши свої можливості відповідно до вимог посади, буде дбати про розвиток своїх здібностей, розширення своїх знань, умінь і практичних навичок з метою кар'єрного розвитку, розширення повноважень, підвищення рівня оплати праці, самовдосконалення та підвищення рівня конкурентоспроможності [6, с. 30].

### Висновки

Ефективність діяльності туристського підприємства відбивається в досягнутих фінансових результатах. Важливим елементом управління підприємством є оцінка та аналіз фінансового стану та фінансової стійкості. Економічні показники, які були розглянуті та характеризують діяльність суб'єкта господарювання туристичної галузі, взаємопов'язані між собою. Зміна одного з показників приводить до зміни інших показників. Тобто, зниження собівартості туристичних послуг на однакових умовах, які надають туристичні підприємства, призводить до підвищення прибутку та рентабельності діяльності

Ефективність використання управлінського персоналу визначається як ступінь досягнення цілей і вирішення завдань діяльності підприємства шляхом ефективного формування, діяльності і розвитку управлінського персоналу [7, с. 47].

туристичного підприємства. Підвищення цін на туристичні послуги при незмінних витратах та обсягах продажів також призводить до збільшення доходу, прибутку та рентабельності.

Розрахунок фінансових коефіцієнтів, а також аналіз фінансового стану суб'єкта туристичної діяльності дозволяє аналізувати показники з метою відстеження тенденцій їх зміни як в короткостроковій, так і довгостроковій перспективі. Розрахунок фінансово-економічних показників дозволяє мати уявлення про фінансовий стан підприємств туристичної галузі в кінці року та при плануванні цих показників виявляти тенденції до їх збільшення.

BAIRACHNA O.K.<sup>1\*</sup>

<sup>1\*</sup> Doctor of Philosophy in Management, Senior Lecturer, Department of Tourism Business and Recreation, Odessa National Technology University, e-mail: oksanabairachnaya@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2401-3685

## ESSENCE, SOURCES OF FORMATION AND PROFIT DISTRIBUTION MECHANISM OF THE TOURIST ENTERPRISE

**Goal.** The article is devoted to the analysis of profitability of activity of the enterprise of the tourist industry. The mechanism of formation of net profit of a tourist business entity and ways to increase it are considered. The essence of economic efficiency and economic effect in tourist activity is revealed. The concept of "profitability" is defined, the indicators of profitability of the tourist entity, the order of their calculation are considered. The basic provisions of efficiency of activity of the tourist enterprises are defined. **Method.** The research consisted of a systematic approach, a method of economic analysis and economic modeling, methods that are accepted in the theory of decision making. The method of logical generalization and complex approach was used to form conclusions and recommendations. **Results.** The article analyzes the peculiarities of the efficiency of tourism entities. The problematic aspects are considered, the solution of which could in the future improve the activity of the tourist industry in the country due to the influence on tourist firms and related enterprises. Factors influencing the level of profitability are outlined and ways to increase it are suggested. It was found that the tourism company is much more successful in overcoming the crisis with a high potential for profit generation. **Scientific novelty.** It is revealed that the efficiency of the tourist enterprise is reflected in the achieved financial results. An important element of the management of a tourism entity is the assessment and analysis of financial condition and financial stability. An improved author's approach to the use of economic indicators is presented, using a regularity that changes in one of the indicators lead to changes in other indicators. **Practical significance.** The significance of the study is to identify the dynamics and factors influencing the formation of financial results of the tourist enterprise, in order to ensure its sustainable development and increase competitiveness in the current economic environment of Ukraine. The results of the study on the formation and distribution of profits of a tourism enterprise can be used by public authorities to develop specific measures for the development of tourism activities in the planning of structural changes and institutional reforms in the domestic market.

*Keywords:* profit; profitability; profitability indicator; economic efficiency; tourist enterprise; efficiency.

---

## REFERENCES

1. Bila S.O. (2016). Strategic priorities for the development of tourist services in Ukraine and prospects for increasing their competitiveness in the world market. *Stratehiia rozvytku Ukrainy*. № 1, 17-23. [in Ukrainian].
2. Belás, J., Bartoš, P., Habánik, J., Novák, P. (2014), Significant Attributes of the Business Environment in Small and Medium-Sized Enterprises, *Economics and Sociology*, Vol. 7, No 3, pp. 22-39. DOI: 10.14254/2071-789X.2014/7-3/2 [in English].
3. Regha M. G. (2018). Trends and prospects for the management of tourism enterprises in the modern market environment. *Molodyi vchenyi*. 5 (20), 72-75. [in Ukrainian].
4. Gilko O.K. (2019). Basic concepts and categories of structural and functional training of management staff. *Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia*. Vol. 18. № 1 (41), 169-183. DOI: 10.18524/2413-9998/2019.1(41).173802 [in Ukrainian].
5. Bairachna, O.K. (2020) . Tools for functional training of management staff in the management of the organization. *Aktualni problemy innovatsiinoi ekonomiky*, № 1, 92–97. DOI: <https://doi.org/10.36887/2524-0455-2020-1-16> [in Ukrainian].
6. Sahalakova N. O. (2015). Characterization of a tourist product as a specific pricing object. *Investytsii: praktyka ta dosvid*. № 17, 27-33. [in Ukrainian].
7. Borodin, A., Sayabek Ziyadin, S., Islyam, G., & Panaedova, G. (2020). Impact of mergers and acquisitions on companies' financial performance. *Journal of International Studies*, 13(2), 34-47. DOI: 10.14254/2071-8330.2020/13-2/3 [in English].

Стаття надійшла до редакції: 09.10.2021

Received: 2021.10.09