

УДК 338.48

Роздобудько В.Є.<sup>1</sup>

Корнієнко О.М.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> студ. гр. МТЕ-110м НУ «Запорізька політехніка»

<sup>2</sup> канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

## **ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ**

Основну мету діяльності туристичної фірми складає максимізація прибутку. Зростання прибутку створює фінансову основу для здійснення розширеного відтворення підприємства та задоволення соціальних і матеріальних потреб засновників і працівників. За рахунок прибутку виконуються зобов'язання підприємства перед бюджетом, банками, іншими організаціями. Прибуток є показником, який найбільш повно відображає ефективність виробництва, обсяг і якість виробленої продукції, стан продуктивності праці, рівень собівартості. Разом з тим прибуток надає стимулюючий вплив на зміцнення комерційного розрахунку, інтенсифікацію виробництва при будь-якій формі власності.

Прибуток є важливим джерелом фінансування розвитку і вдосконалення виробництва, задоволення господарських потреб, соціальних потреб працівників і власників використовуваного капіталу.

За своїм змістом прибуток досить складна категорія, загальний результат всіх дій господарюючого суб'єкта, що втілює економічні інтереси учасників виробничого процесу. Як відомо, загальна сума прибутку становить собою різницю між доходами від різних видів діяльності (виробничої, торгівельної, закупівельної, комерційної, фінансових операцій тощо) і здійсненими витратами на їх досягнення. На її розміри впливають також позареалізаційні доходи та збитки.

Найважливішими факторами, що впливають на суму прибутку від реалізації послуг, є:

- зміна обсягу реалізації послуг. Збільшення обсягу реалізації рентабельних послуг призводить до збільшення прибутку і поліпшення фінансового стану підприємства. Зростання обсягу реалізації збиткових послуг впливає на зменшення суми прибутку;

- зміна структури асортименту реалізованих послуг. Збільшення частки більш рентабельних видів послуг у загальному обсязі реалізації призводить до збільшення суми прибутку. Збільшення питомої ваги низькорентабельних

або збиткових послуг впливає на зменшення прибутку;

- зміна собівартості. Зниження собівартості призводить до зростання прибутку, і навпаки, її зростання впливає на зниження прибутку. Така залежність існує щодо комерційних і управлінських витрат;

- зміна ціни реалізації послуг. При збільшенні рівня цін сума прибутку зростає, і навпаки.

Для підприємця прибуток є сигналом, що вказує, де можна домогтися найбільшого приросту вартості, створює стимул для інвестування у сферу туризму. Свою роль відіграють і збитки. Вони висвітлюють помилки і прорахунки в напрямках організації туристських послуг і подальшого їх просування.

Отже, аналіз прибутку підприємства дозволяє виявити велике число тенденцій розвитку, покликаний вказати керівництву підприємства шляхи подальшого успішного розвитку, вказує на помилки в діяльності фірми, а також виявити резерви зростання прибутку, що, в кінцевому рахунку, дозволяє організації більш успішно здійснювати свою діяльність. Правильний вибір напрямку аналізу прибутку, чітке уявлення сильних і слабких сторін туристського підприємства дозволяють керівництву приймати адекватні рішення, знижувати ризик невдач, виявити невикористані потужності.