

УДК 338.48

Шевченко Р.А.¹, Гресь-Євреїнова С.В.²

¹ студ. гр. МТЕ-130 НУ «Запорізька політехніка»

² канд. екон. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ФОРМУВАННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Економіка туристичного підприємства визначається структурою його доходів і витрат. Успішна діяльність підприємств сфери туризму, як інших видів бізнесу, можлива лише за умови постійного потоку коштів. Надходження коштів є доходом, а їх використання – витратами. При цьому дуже важливо, щоб доходи перевищували витрати. Порівнюючи доходи і витрати, можна визначити, наскільки грошові надходження перевищують витрати, і зробити висновки про ефективність діяльності підприємства. Туризм, як і будь-який інший бізнес, не може існувати без доходів, а суб'єкти туристичної діяльності (туроператори, турагенти, тощо) не можуть функціонувати без результатів своєї діяльності, тобто без прибутку [1].

Основним джерелом доходу від туристичної діяльності є дохід від реалізації туристичних послуг. Тому основою стратегії розвитку туристичних підприємств є оптимізація доходів від реалізації туристичних послуг. Туристична діяльність охоплює різні сфери господарювання, які виробляють туристичні послуги, наприклад: дохід від надання послуг визнається на етапі завершення операції з надання послуг, коли результат операції може бути достовірно оцінений; готелі визнають дохід від своєї основної діяльності у вигляді виручки від реалізації послуг, якщо сума доходу достатня для покриття витрат підприємства, виконання його зобов'язань перед бюджетом та отримання чистого прибутку, можна вважати, що даний готельний продукт відповідає ринковим вимогам і запитам за ціною, якістю, технічними, кваліфікаційними та іншими характеристиками; дохід транспортного підприємства формується за рахунок можливих резервів, до можливих резервів відносяться організаційні, технічні, фінансові, адміністративні та правові резерви, тощо [2].

Дохід туроператора формується переважно за рахунок оплати турпродукту турагентом або безпосередньо туристом. Дохід же турагента формується за рахунок комісійної винагороди за просування і продаж турпродукту, отриманого від туроператора або інших підприємств сфери туризму. Найбільша частина поточних витрат суб'єктів туристичної діяльності припадає на собівартість послуг. Собівартість туристичних послуг – це вартісне вираження витрат підприємства на виробництво та реалізацію послуг, пов'язаних із використанням у процесі обслуговування природних, матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, виплату встановлених державою податкових відрахувань тощо. Склад і вартість таких туристичних послуг є основними чинниками, що визначають загальну суму витрат на туристичний продукт. Оскільки цей продукт здебільшого складається з послуг сторонніх організацій, умови визнання та обсяг витрат, порядок їх включення у собівартість туристичного продукту визначаються формою та умовами договорів. Собівартість туристичного пакету залежить також від виду туру та чисельності туристів у групі. Як правило, вартість індивідуального туру є вищою від вартості групового туру в розрахунку на одного туриста. Собівартість туру залежить також і від категорій туристів, що обслуговуються: зі знижками реалізуються сімейні тури, тури для корпоративних клієнтів.

За 2022 рік бюджет України втратив третину надходжень від туристичної галузі. Значна частина компаній закрилися. Згідно з даними ДАРТ після першого року повномасштабного вторгнення, надходження до держбюджету від туристичних підприємств скоротилися майже на 31%. У 2022 році представники туристичної галузі сплатили 1 млрд 551 млн 182 тис грн податків, тоді як у 2021-му – 2 млрд 231 млн 860 тис грн. При цьому

кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, зменшилася на 17%. У туризмі стало на 14% менше юридичних осіб та на 18% – фізичних осіб-підприємців. Найбільше податків сплатили у готельній сфері – 898 млн грн [3].

Проаналізувавши основні джерела доходу та витрат туристичних підприємств, ДАРТ дослідило динаміку податкових надходжень від засобів розміщення по областях за I квартал 2023 року. Найбільший приріст – 98% зафіксований у Чернівецькій області, яка цьогогоріч сплатила в бюджет 5 млн 152 тис грн проти 2 млн 600 тис грн за аналогічний період 2022 року, а найбільший спад податкових надходжень до бюджету від туристичної галузі очікувано зафіксовано у 6-ти регіонах, які перебувають у зоні активних бойових дій. Так, у Луганській області на 100%, Херсонській на 97%, Донецькій на 87%, Запорізькій на 79%, Миколаївській на 67% та у Харківській на 54% [3].

Отже, формування доходів та витрат на туристичному підприємстві є важливим елементом у розвитку туризму, оскільки від уміння оптимізувати співвідношення доходів, витрат і результатів залежить міра досягнення підприємством мети діяльності та конкурентної позиції на ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія та практика : підручник / М. П. Мальська. – Київ : «Центр учб. літ.», 2016. – 544 с.
2. Гресь-Євреїнова С. В. Особливості організації бухгалтерського обліку витрат туристичного та готельно ресторанного бізнесу / С. В. Гресь-Євреїнова, Т. В. Шелеметьєва, Д. Мамотенко // Інфраструктура ринку. – 2022. – № 66. – С. 225–230.
3. ДАРТ Туристична статистика України: динаміка податкових надходжень по регіонах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turistichna-statistika-ukrayini-dinamika-podatkovih-nahodzen-po-regionah> (дата звернення: 08.04.2024). – Назва з екрана.