

УДК 338.48

Смирнова К.О.¹

Корнієнко О.М.²

¹студ. гр. МТУ-124м ЗНТУ

²канд. екон. наук, доц. ЗНТУ

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Прибуток відіграє ключову роль у діяльності підприємства і соціально-економічного розвитку країни в цілому. Для підприємницької структури він одночасно є і метою, і результатом, і стимулом, і чинником економічної безпеки. Оскільки прибуток – основний результативний показник діяльності підприємства, тому важливо виявити його залежність від різноманітних факторів та оцінити їх вплив на прибуток. Прибуток є головним джерелом зростання ринкової вартості туристичного підприємства, а також основним захисним механізмом, що запобігає його від загрози банкрутства.

Прибуток будь-якого туристичного підприємства вимірюється абсолютною величиною, тобто сумою, що виступає узагальнюючим підсумковим показником господарсько-фінансової діяльності. Однак абсолютна величина прибутку не характеризує рівень ефективності діяльності туристичного підприємства в цілому та ефективності використання його ресурсів і дотримання режиму економії.

Тому для оцінювання ефективності економічної діяльності туристичного підприємства, характеристики рівня раціональності використання його ресурсів і витрат використовується відносний показник, який називається рентабельністю.

Управління рентабельністю покликане вирішувати такі завдання:

1. Максимізація розміру формованого прибутку відповідно з ресурсним потенціалом підприємства та ринковою кон'юнктурою. Це завдання реалізується на основі оптимізації складу ресурсів туристичного підприємства і ефективного їх використання в конкретних умовах.

2. Оптимізація співвідношення між рівнем формованого прибутку і допустимим рівнем ризику. Між цими показниками існує прямий зв'язок. З урахуванням відношення менеджерів до господарських і фінансових ризиків визначається їх допустимий рівень і відповідно політика здійснення тих чи інших видів діяльності або проведення господарських операцій. Виходячи з заданого рівня ризику, в процесі управління повинен бути максимізований відповідний йому рівень прибутку.

3. Забезпечення високої якості формованого прибутку. У процесі формування прибутку в першу чергу повинні бути реалізовані резерви його зростання за рахунок операційної (виробничої) діяльності і реального інвестування, що забезпечують основу перспективного розвитку організації.

4. Забезпечення необхідного рівня прибутку на капітал власникам туристичного підприємства.

5. Формування достатнього обсягу фінансових ресурсів за рахунок прибутку відповідно до завдань розвитку підприємства в майбутньому періоді.

6. Забезпечення ефективності програм участі персоналу в прибутку.

7. Мінімізація обсягу ресурсів, що використовуються у процесі формування максимального обсягу прибутку.

Загалом при організації управління прибутковістю можна виділити три основні стратегії з урахуванням рівня ризику, які можуть обиратися керівництвом туристичного підприємства:

- максимізація рентабельності;
- отримання задовільного (оптимального) результату;
- мінімаксимізація рентабельності.

Отже, розробка політики управління прибутковістю туристичного підприємства є багаторівневим, складним процесом, потребує уваги з сторони керівництва та певного фінансування. Однак значення цього процесу важко переоцінити. Його результатом є стабільний розвиток підприємства, ефективність його діяльності, зміцнення конкурентних позицій на ринку тощо. Головною задачею кожного підприємця туристичної галузі є опанування ефективними методами організації виробництва та реалізації продукції, за допомогою яких можна отримати найбільший прибуток та, в свою чергу, підвищити прибутковість підприємства.