ТЕМА 9. Аналіз доходів підприємств туристичної сфери

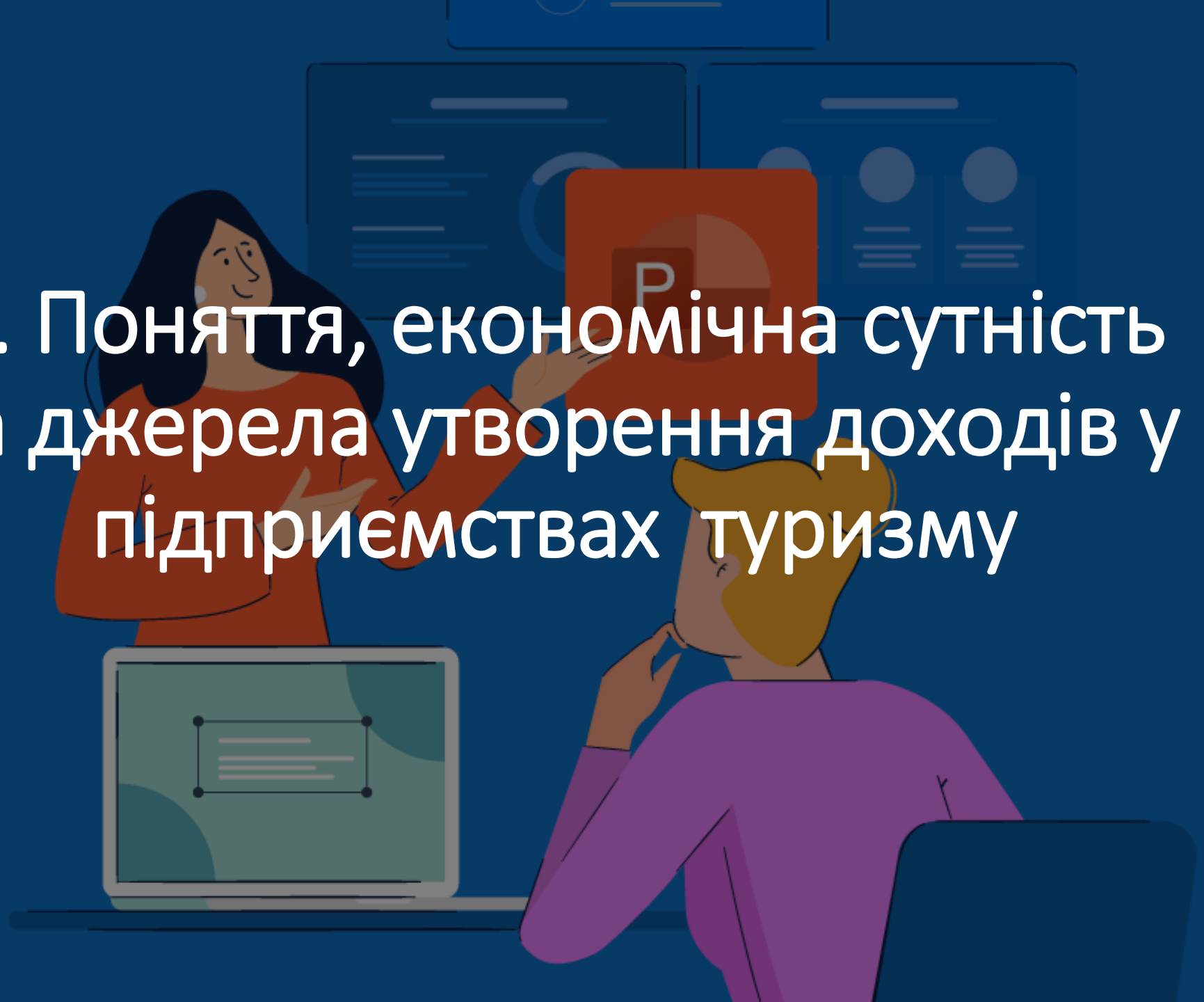
План заняття

1. Поняття, економічна сутність та джерела утворення доходів у підприємствах туризму.

2. Фактори, що впливають на розмір доходів підприємств туризму.

3. Аналіз доходів підприємств туризму.

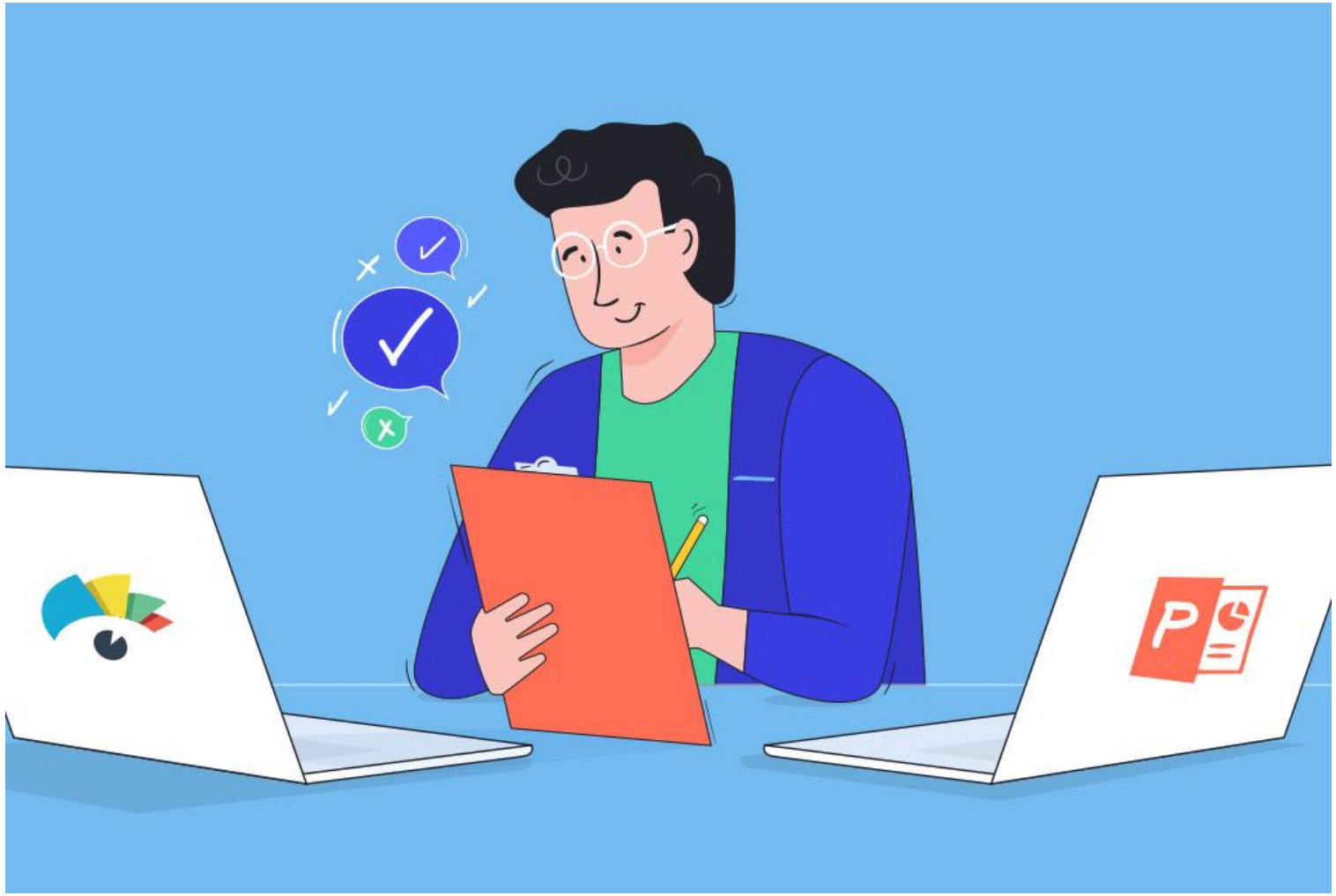
4. Методи і порядок планування доходів підприємств туризму.



1. Поняття, економічна сутність та джерела утворення доходів у підприємствах туризму

Дохід – це перетворена форма додаткового продукту й додаткової вартості, яка виражає відносини між власниками засобів виробництва і найманими працівниками з приводу його створення і привласнення. Термін «перетворена форма» означає, що прибуток приховує справжнє джерело свого виникнення і створює враження, що участь у його створенні брали не лише працівники, а й засоби виробництва.

Надходження грошей - це доход; а їх використання - це витрати. До того ж дуже важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання прибутку. Доход туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим поодиноким туристам або туристичним групам.
Дохід складається з нормального та економічного прибутку.



Нормальний прибуток - це мінімальний дохід, або плата, необхідна для утримання підприємця у певній галузі виробництва. За своєю суттю нормальний прибуток належить до внутрішніх (прихованих) витрат.

Економічний прибуток - це залишок загального доходу після вирахування всіх витрат. В умовах конкурентної моделі ринку при статичній економіці економічний прибуток завжди дорівнює нулю.

Нормальний прибуток - це мінімальний дохід, або плата, необхідна для утримання підприємця у певній галузі виробництва. За своєю суттю нормальний прибуток належить до внутрішніх (прихованих) витрат.

Економічний прибуток - це залишок загального доходу після вирахування всіх витрат. В умовах конкурентної моделі ринку при статичній економіці економічний прибуток завжди дорівнює нулю.

•***Дохід туристичних підприємств формується переважно за рахунок виручки*** від реалізації туристичного продукту та окремих послуг організованим і неорганізованим туристам. Реалізується туристичний продукт за договором на обслуговування або ексклюзивно за бажанням туриста без договору.

•Незалежно від форми розрахунків (передоплата чи післяоплата) сума отриманої оплати за турпродукт чи окремі послуги утворює ***валовий дохід*** туристичного підприємства.

Дохід від реалізації турпродукту та послуг являє собою суму виручки, яка розраховується за формулою:

$$Д(В) = \sum_{i=1}^{n} k_{тп} \times Ц_i \,, \qquad (1)$$

де $Д(В)$ — дохід (виручка) від реалізації турпродукту (послуг);

n — види туристичних послуг;

$k_{ТП}$ — кількість i-ї туристичної послуги (турпродукту);

$Ц_i$ — ціна i-ї туристичної послуги (турпродукту).

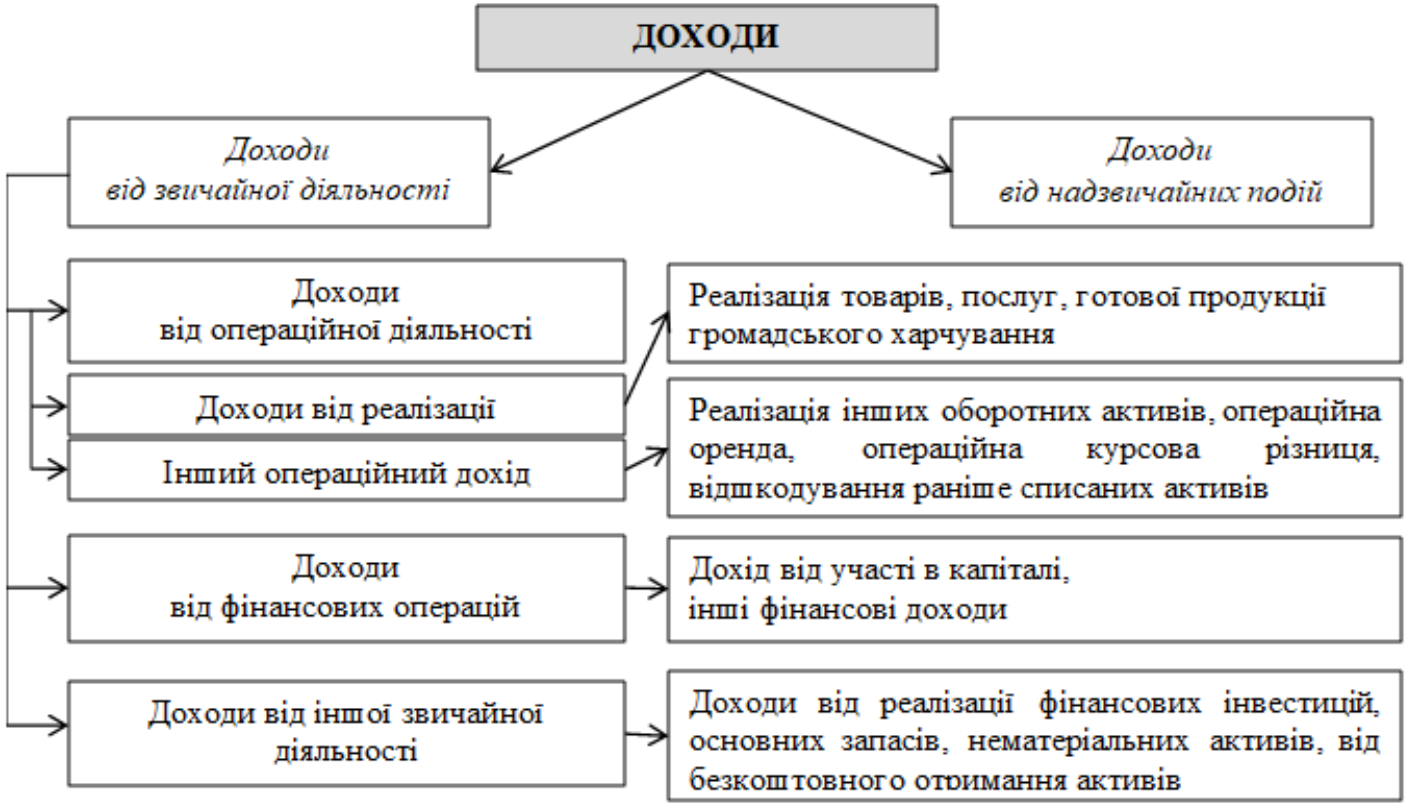


Рис. 1. Класифікація доходів від господарської діяльності в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності за видами діяльності

Як видно з рис. 1 доходи підприємства поділяються залежно від видів діяльності.

Доходи від операційної (основної) діяльності, а також від інших видів діяльності, які не є інвестиційною чи фінансовою діяльністю, отримані при реалізації туристичних і готельних послуг, товарів, продукції громадського харчування, реалізації оборотних активів, від операційної оренди приміщень, від операційних курсових різниць і відшкодування раніше списаних активів.

Основна діяльність - це діяльність, пов'язана з наданням послуг або виробництвом продукції громадського харчування, продажем товарів відповідними структурами підрозділами, що входять до складу туристичних і готельних комплексів. Це діяльність є важливою метою утворення підприємства і забезпечує основну частину його доходу. Так, для туристичних підприємств такою діяльністю є придбання прав на турпослуги, з яких формується турпродукт (путівка), надання турпослуг, надання інформації про ціни, якість обслуговування, екскурсійну розважальну програму, подібне.

Рис. 2. Модель формування й розподілу валового доходу туристичного підприємства в законодавчому полі України

Напрями розподілу валового доходу можна виразити формулою:

$$Д_в = КД + В_в + А + П_{оп}, \quad (3.1.2)$$

де $Д_в$ — валовий доход;

$КД$ — сума коригування валового доходу;

$В_в$ — валові витрати;

$А$ — амортизаційні відрахування на повне відновлення основних фондів і нематеріальних активів;

$П_{оп}$ — оподаткований прибуток.

Укрупнено модель формування доходу в туризмі можна показати на схематично на рис.3.

Рис.3. Основні джерела формування доходу туристичного підприємства

Джерела формування комерційного доходу туроператорів та турагентів. Для туристичного оператора основною діяльністю є комплектування, просування на ринок і реалізація турпродукту, в результаті чого формується основна частина доходу.

Основним видом витрат туроператора є витрати на закупівлю туристичних послуг, пов'язаних з обслуговуванням туристів, оплата праці своїх працівників, витрати на сплату податків і зборів. Для турагентів основним джерелом доходу від операційної діяльності є агентська винагорода.

Інша операційна діяльність відіграє незначну роль у формуванні доходів обох видів туристичних підприємств.

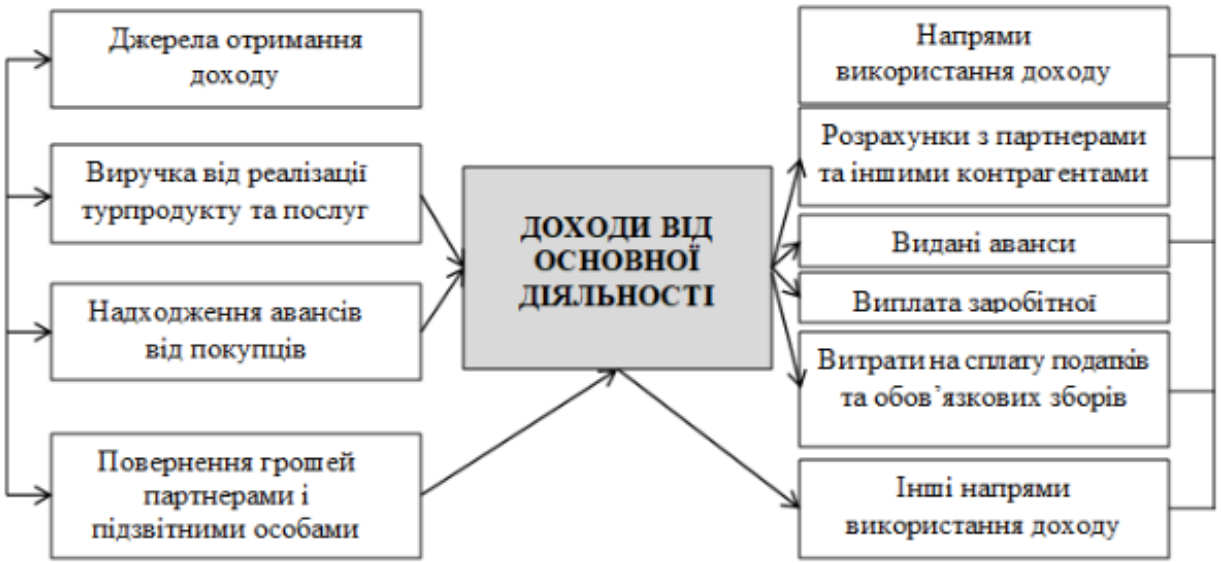


Рис. 4. Джерела формування і напрями використання доходу від основної діяльності туроператора

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.

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

Таблиця 3

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

Види доходів	*Джерела формування*
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 підприємств торгівлі	– від реалізації товарів та послуг
Дохід (виручка) від реалізації послуг закладів розваг	
Дохід (виручка) від реалізації послуг транспортних організацій	
Дохід (виручка) від туристично-екскурсійних підприємств	

Види доходів	*Джерела формування*
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

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.

Джерелами формування даного комерційного доходу є торговельна націнка на підприємствах ресторанного та готельного господарства та інших підприємствах туристичної сфери.

Для правильного визначення доходу необхідно вказати в обліковій політиці перелік послуг, які надає туристичне підприємство. Послуги, не включені в цей перелік, розглядаються як додаткові, що оплачуються понад вартість послуги.

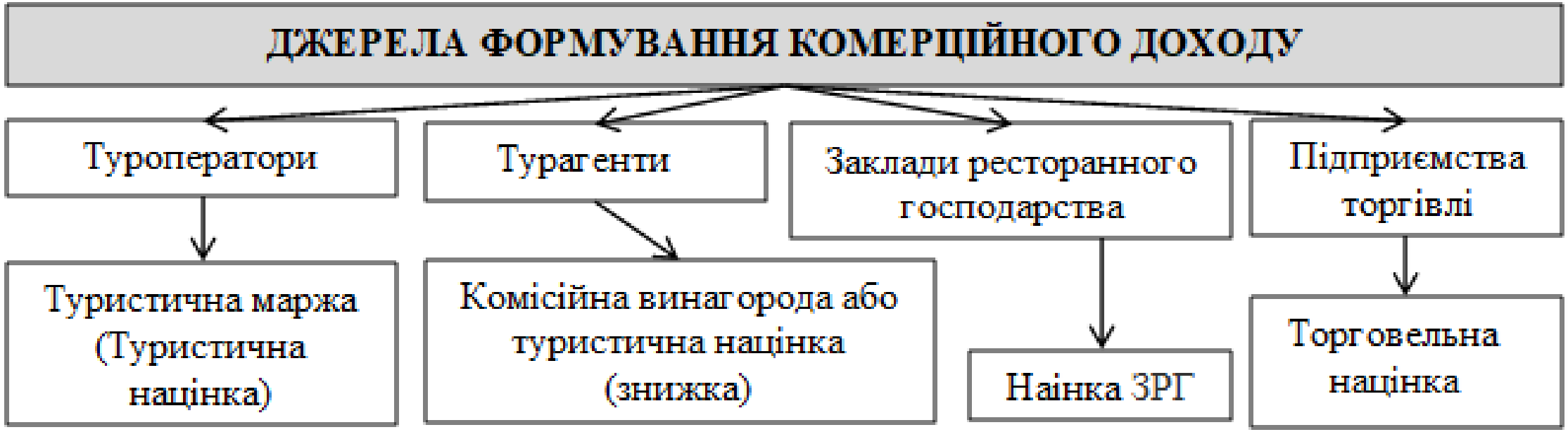


Рис. 5. Джерела формування комерційного доходу

Дохід визнається при дотриманні таких умов:

1. Сума доходу (виручки) може бути достовірно визначена;

2. Є впевненість, що внаслідок операції відбудеться збільшення економічних вигод підприємства.

3. Покупцеві передані ризики й вигоди, пов’язані з правом власності на готельні послуги.

4. Підприємство не здійснює надалі управління та контроль за наданими послугами.

Якщо не виконана хоча б одна з наведених вище умов, дохід не визнається.

Для виконання умови достовірності сума доходу повинна визначатись у сумі грошових коштів, що надійшли на підприємство як оплата за надані послуги, або в сумі дебіторської заборгованості на підставі договору купівлі-продажу послуг, яким установлюється ціна на послуги, що надаються.

2. Фактори, що впливають на розмір доходів підприємств туризму

Різноманіття факторів, що впливають на доходи, вимагає їхньої класифікації, що водночас має важливе значення для визначення основних напрямів, пошуку резервів підвищення ефективності господарювання.

Окрім існування класифікації доходів туристичних підприємств, існують ще й фактори, які чітко впливають на формування доходу та його розмір.

Серед таких можна визначити зовнішні фактори та внутрішні.

До зовнішніх факторів можна віднести:

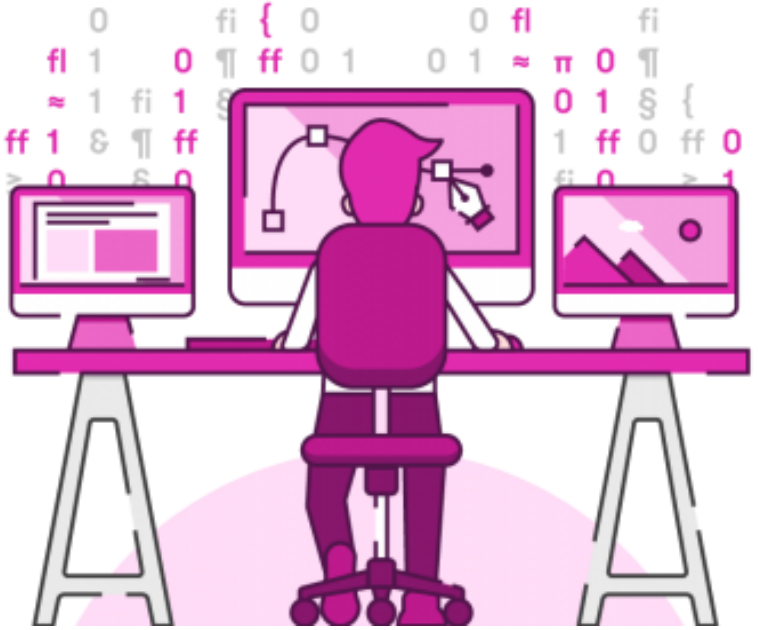
- державну цінову політику;
- участь держави у формуванні і розподілі доходів населення;
- платоспроможний попит населення;
- культуру та національні особливості споживання послуг;
- співвідношення цін на продовольчі і непродовольчі товари, платні послуги населення;
- державну податкову політику;
- рівень конкуренції на споживчому ринку;
- політичну ситуацію в країні і в світі;
- розвиток інфраструктури, використання всіх наявних можливостей для створення конкурентоспроможних підприємств готельної галузі;
- рівень розвитку фінансового ринку;
- сезонність попиту на готельні послуги;
- сезонність попиту на ресторанну продукцію та послуги;
- ціни закупівлі у виробників послуг в туристичній індустрії.

Також існує низка ***внутрішніх факторів***, які вагомо впливають на рівень доходів туристичних підприємств:

- обсяг реалізованої продукції та послуг (у натуральному вираженні);
- ціни на продукцію 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.

Оскільки туристичний ринок розвивається в умовах конкуренції, туристичні підприємства, щоб не втратити клієнтів, проводять певну цінову політику. Основними факторами ціноутворення є:

- витрати як основа для встановлення ціни,
- ціни конкурентів як орієнтир,
- сезонність,
- характер (унікальність) послуг,
- категорія засобів розміщення.



3. Аналіз доходів підприємств туризму

На практиці здійснюють зовнішній і внутрішній аналіз доходів. Зовнішній аналіз базується на звітних даних і тому містить обмежену частину інформації про діяльність підприємства. Метою такого аналізу є оцінка рентабельності роботи підприємства, ефективності використання фондів (капіталу), фінансового положення підприємства загалом. Підсумки такої оцінки враховуються у взаємовідносинах підприємства з акціонерами, кредиторами, податковими органами і служать основою визначення положення цього підприємства на ринку, в галузі.

Найбільше значення в оцінці доходів, фінансових результатів і визначенні заходів зі збільшення прибутків і підвищення рентабельності має внутрішній аналіз. Він базується на використанні всього комплексу економічної інформації, первинних документів і даних бухгалтерського обліку і звітності. Економіст має можливість реально оцінити стан справ на підприємстві. Він може отримати з первинних документів достовірні дані про цінову політику підприємства, його доходи, формування прибутків, структуру витрат обігу й оцінити положення підприємства на товарних ринках, валовий, балансовий прибуток.

•При аналізі доходів використовують інформацію за попередній рік, у звітному році виділяють план і факт, а потім звітні дані порівнюються з планом і з попереднім роком.

•Важливе значення має оцінка доходів від реалізації товарів і послуг, їх рівень. Якщо план доходів не складається, тоді порівнюють фактичний результат із попереднім періодом.

•Наступним етапом аналізу є оцінка причини зміни доходів порівняно з минулим періодом.

Таким чином, *аналіз доходів підприємств туризму проводиться за наступними етапами:*

- 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.

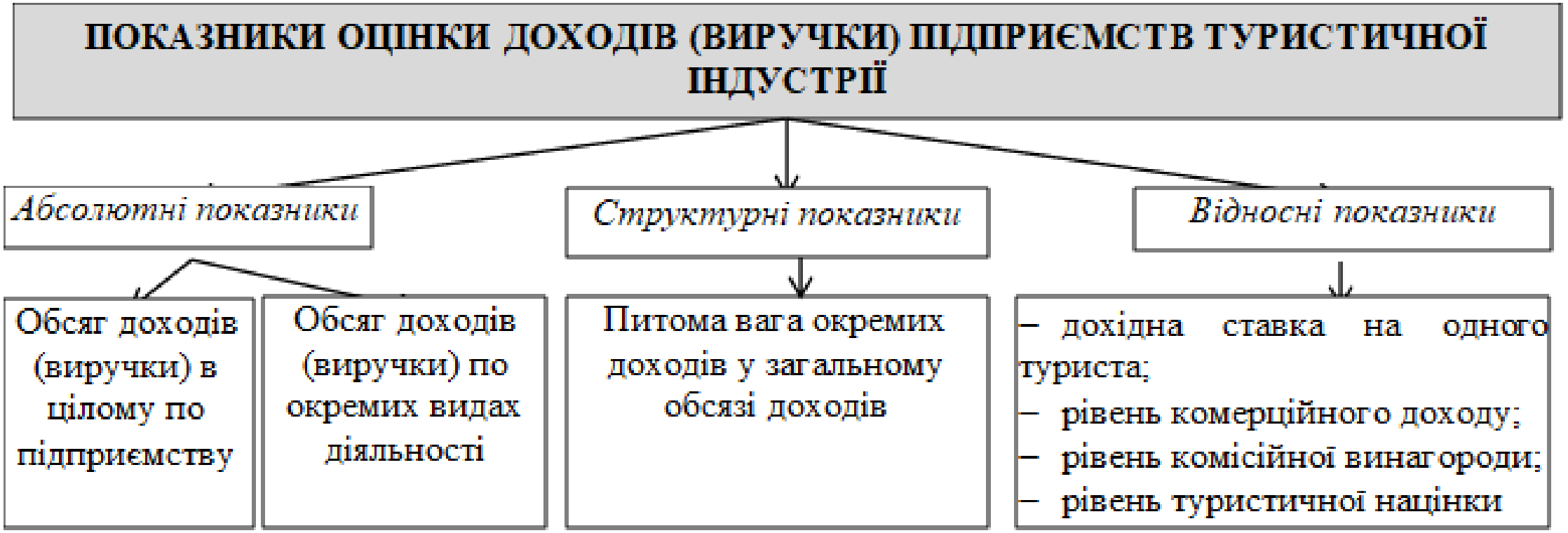


Рис.6. Показники оцінки доходів (виручки) підприємств туристичної індустрії

Розрахунок обсягу доходів (виручки) підприємств туристичної індустрії по окремих видах діяльності проводиться у наступному порядку:

1. **Доходи від реалізації послуг із тимчасового розміщення (проживання)** визначаються за формулами:

$$Д(В) = ПС_ф \times \overline{Ц_{осн}}, \quad (3)$$

або

$$Д(В) = Г \times \bar{t} \times \overline{Ц_{л/д}}, \quad (4)$$

або

$$Д(В) = \sum_{i=1}^{n} N_i \times M_i \times t_i \times Ц_i, \quad (5)$$

де *Д(В)* — дохід (виручка) від реалізації послуг із тимчасового розміщення (проживання), грн;

$ПС_ф$ — пропускна спроможність фактична, людино-діб;

$Г$ — кількість відвідувачів готелю, осіб;

N_i — кількість номерів *i*-ї категорії в експлуатації, од.;

M_i — кількість місць в номері *i*-ї категорії;

$\overline{Ц_{осн}}$ — середня ціна на основні послуги готелю, грн;

$\overline{Ц_{л/д}}$ — середня ціна проживання за одну людино-добу, грн;

$Ц_i$ — ціна на відповідний тип номерів, грн;

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

t_i — кількість днів експлуатації номерів і-ї категорії.

2. Доходи від реалізації туристичних послуг визначаються за формулами:

$$Д(В) = Т \times \bar{t} \times \overline{Ц_{тд}}, \quad (6)$$

або

$$Д(В) = k_{тд} \times \overline{Ц_{тд}}, \quad (7)$$

або

$$Д(В) = k_{турів} \times \overline{Ц_{туру}}, \quad (8)$$

де *Д(В)* — дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг, грн;
Т — кількість обслужених туристів, осіб;
$\bar{t}$ — середній термін перебування туристів у подорожі, діб;
$\overline{Ц_{тд}}$ — середня ціна туру за один туродень, грн;
$k_{тд}$ — кількість реалізованих туроднів (обсяг реалізації), туроднів;
$k_{турів}$ — кількість реалізованих турів, од.;
$\overline{Ц_{туру}}$ — середня ціна туру, грн.

3. Доходи від реалізації надання послуг (товарів) визначаються за формулами:

$$Д(В) = k \times \overline{Ц}, \quad (9)$$

де *Д(В)* — доходи від реалізації послуг (товарів), грн;

k — кількість реалізованих послуг (у туризмі – туроднів, турів; у готельному господарстві – людино-діб), од.;

$\overline{Ц}$ — середня ціна послуги чи товару, грн.

4. Доходи від оренди визначаються за формулами:

$$Д(В)_{ор} = С_{ор} \times S \times 12, \quad (10)$$

де $Д(В)_{ор}$ — дохід (виручка) від оренди, грн;

S — площа, здана в оренду, м^2;

$С_{ор}$ — місячна ставка орендної плати, грн.

5. Доходи від продажу матеріальних цінностей визначаються за формулами:

$$Д(В)_{мц} = Ц_{прод} - Ц_{прид} - А - В_{прод}, \quad (11)$$

де $Д(В)_{мц}$ — дохід (виручка) від продажу матеріальних цінностей, грн.;

$Ц_{прод}$ — продажна ціна матеріальних цінностей, грн;

$Ц_{придб}$ — ціна придбання матеріальних цінностей, грн;

А — нарахована сума амортизації за період експлуатації основних фондів, грн;

$В_{прод}$ — витрати, пов'язані із продажем (демонтаж, передпродажний ремонт, транспортування до місця реалізації, оплата посередницьких послуг), грн.

6. Комерційний дохід визначаються за формулами:

$$Д_к = \sum_{i=1}^{n} k_i \times (Ц_{р(i)} - Ц_{зак(i)}), \quad (12)$$

де $Д_к$ — комерційний дохід, грн;

k_i — кількість товарів(послуг), які закупаються за i-ю комерційною угодою;

$Ц_{р(i)}$, $Ц_{зак(i)}$ — відповідно ціна реалізації та закупівлі товарів (послуг) за i-ю комерційною угодою, грн.

Комерційний дохід у туризмі визначаються за формулами:

- *для туроператорів*

$$Д_к = \left(\sum_{i=1}^{n} Ц_{р(i)} - \sum_{j=1}^{m} Ц_{зак(j)}\right) \times \sum_{i=1}^{n} k_i, \quad (13)$$

де $Д_к$ — туроператорська надбавка (туристична маржа) реалізації турів, грн;

$Ц_{р(i)}$ — роздрібна ціна турпродукту туроператора, грн;

$Ц_{зак(j)}$ — ціна закупівлі туристичних послуг і товарів, грн;

k_i — кількість турпродуктів (турів), од.

- *для турагентів*

$$КВ = \sum_{i=1}^{n} (Ц_{р(i)} - Ц_{в(i)}) \times k_i, \quad (14)$$

де $КВ$ — комісійна винагорода турагента, грн;

$Ц_{р(i)}$ — роздрібна ціна турпродукту турагента, грн;

$Ц_{в(i)}$ — відпускна ціна туроператора за турпродукт, грн;

k_i — кількість турпродуктів (турів), од.

- *у туристичній торгівлі*

$$Д_к = ТО - ЗТ, \quad (15)$$

де $Д_к$ — комерційний дохід торговельного підприємства, грн;

$ТО$ — товарооборот підприємства, грн;

$ЗТ$ — вартість закупівлі товарів (оплата товарів постачальниками за цінами закупівлі), грн.

7. Доходи від участі в капіталі визначаються за формулами:

$$Д(В)_{пай} = \frac{П_{ч(сп)} \times Ч_{пр}}{100}, \quad (16)$$

де $Д(В)_{пай}$ — дохід (виручка) від пайової участі в капіталі, грн;

$П_{ч(сп)}$ — обсяг чистого прибутку, отриманий спільним підприємством, грн;

$Ч_{пр}$ — частка прибутку, яка належить підприємству-засновнику, у відсотках до загального обсягу отриманого прибутку спільним підприємством.

$$Д(В)_{акц} = \frac{П_{ч(ат)} \times Ч_{пр(див)} \times Н_{акц}}{100 \times СФ_{ат}}, \quad (17)$$

де $Д(В)_{акц}$ — дохід (виручка) від цінних паперів, які належать підприємству, грн;

$П_{ч(ат)}$ — чистий прибуток акціонерного товариства, грн;

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

$Н_{акц}$ — номінальна вартість акцій, грн;

$СФ_{ат}$ — розмір статутного фонду акціонерного товариства, грн.

Відносні показники оцінки доходу (виручки) підприємств туристичної індустрії.

1. **Рівень комерційного доходу** визначається за формулами*:*

- *у туристичних агентствах*

$$Р_{ТА}^{Дк} = \frac{КВ_{ТА}}{100 \times Д(В)}, \quad (18)$$

де $Р_{ТА}^{Дк}$ — рівень комерційного доходу (комісійної винагороди) турагента, %;

$КВ_{ТА}$ — комісійна винагорода турагента, грн;

$Д(В)$ — дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг турагента, грн.

- *у закладах ресторанного господарства*

$$Р_{РГ}^{Дк} = \frac{Д_{к(РГ)}}{100 \times Д(В)}, \quad (19)$$

де $Р_{РГ}^{Дк}$ — рівень комерційного доходу закладів ресторанного господарства, %;

$Д_{к(РГ)}$ — комерційний дохід (сума торговельних націнок закладів ресторанного господарства), грн;

$Д(В)$ — дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) закладів ресторанного господарства, грн.

- *у підприємствах туристичної торгівлі*

$$Р_{ПТ}^{Дк} = \frac{Д_{к(ПТ)}}{100 \times Д(В)}, \quad (20)$$

де $Р_{ПТ}^{Дк}$ — рівень комерційного доходу підприємства туристичної торгівлі, %;

$Д_{к(ПТ)}$ — комерційний дохід (сума торговельних націнок підприємства туристичної торгівлі), грн;

$Д(В)$ — дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг) підприємства туристичної торгівлі, грн.

2. **Дохідна ставка на одного туриста** визначається за формулою:

$$C_{Д1т} = \frac{Д(В)}{Т}, \qquad (21)$$

де $C_{Д1т}$ — дохідна ставка на одного туриста (місце / номер), грн/тур, грн/місце, грн/номер;

Д(В) — дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт та послуг), грн;

Т — кількість туристів (місць/номерів), осіб/од.

3. **Рівень дохідності комерційного або споживчого кредиту** визначається за формулою:

$$Р_{Д(КР)} = \frac{Кр_{\%}}{Кр \times 100}, \qquad (22)$$

де $Р_{Д(КР)}$ — рівень дохідності комерційного або споживчого кредиту, %;

$Кр_{\%}$ — плата за кредит, грн;

Кр — розмір наданого кредиту, грн.

4. **Рівень дохідності інвестиційної діяльності** визначається за формулою:

$$Р_{Д(ІД)} = \frac{Д_{інвест}}{К_{інвест}} \times 100, \qquad (23)$$

де $Р_{Д(ІД)}$ — рівень дохідності інвестиційної діяльності, %;

$Д_{інвест}$ — інвестиційний дохід, грн;

$К_{інвест}$ — сума інвестиційного капіталу, грн.

5. **Рівень дохідності орендних операцій** визначається за формулою:

$$Р_{Д(ор)} = \frac{Ор}{В_{майна}} \times 100, \qquad (24)$$

де $Р_{Д(ор)}$ — рівень дохідності орендних операцій, %;

$Ор$ — отримана орендна плата від здавання майна в оренду, грн;

$В_{майна}$ — вартість майна, яке здається в оренду, грн.

4. Методи і порядок планування доходів підприємств туризму

Планування доходів підприємств туризму відбувається за стандартними економіко-математичними методами, про які вже згадувалось у п.п. 1.2.3, зокрема це: метод прямих розрахунків, факторно-аналітичний, економіко-статистичних розрахунків (розрахунково-аналітичний), програмно-цільовий, економіко-математичного моделювання, а також метод процентного доходу.

1. Метод прямих розрахунків.

Для готельного господарства передбачає розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг готельного господарства (проживання) з урахуванням попиту на номери окремих типів у плановому періоді.

$$Д(В)_{пл} = \sum_{i=1}^{n} (N_i \times M_i \times d_i \times K_{зав(пл)} \times Ц_{i(пл)}), \qquad (25)$$

де $Д(В)_{пл}$ — дохід від реалізації основних послуг, грн;

N_i — кількість номерів i-го типу в експлуатації у плановому періоді, місць;

M_i — кількість місць у номері i-го типу у плановому періоді;

d_i — кількість днів експлуатації номерів i-го типу у плановому періоді;

$K_{зав(пл)}$ — плановий коефіцієнт завантаження номерів i-го типу;

$Ц_{i(пл)}$ — ціна на відповідний тип номера на плановий період, грн;

i — кількість типів номерів.

Або дохід від реалізації основних послуг можна розрахувати за формулою:

$$Д(В)_{пл} = \left(ПС_{пл} - k_р - k_{сан.об} - k_{ін}\right) \times \overline{Ц_{пл}}, \quad (26)$$

де $ПС_{пл}$ — пропускна спроможність планова (очікувана), людино-діб;

$k_р$ — тривалість перебування номерів у простої під плановим (поточним) ремонтом, людино-діб;

$k_{сан.об}$ — тривалість перебування номерів у простої за причин санітарної обробки номерів та підготовки їх до заселення, людино-діб;

$k_{ін}$ — тривалість перебування номерів у простої під плановим ремонтом з інших об'єктивних причин, людино-діб;

$\overline{Ц_{пл}}$ — середня ціна на основні послуги готелю на плановий період, грн.

Для туристичного підприємства передбачає розрахунок доходу (виручки) від реалізації турпродукту туристичного підприємства у плановому періоді

$$Д(В)_{пл} = \sum_{i=1}^{n} T_i \times \overline{t_i} \times \overline{Ц^{пл}_{тд(і)}}, \quad (27)$$

або

$$Д(В)_{пл} = k_{тд} \times \overline{Ц^{пл}_{тд}}, \quad (28)$$

або

$$Д(В)_{пл} = k_{турів} \times \overline{Ц^{пл}_{туру}}, \quad (29)$$

де $Д(В)_{пл}$ — дохід (виручка) від реалізації туристичних послуг, грн;

T — кількість обслужених туристів, осіб;

$\overline{t_i}$ — середній термін перебування туристів у подорожі, діб;

$\overline{Ц^{пл}_{тд(і)}}$ — середня ціна туру за один туродень на плановий період, грн;

$k_{тд}$ — кількість реалізованих туроднів (обсяг реалізації);

$k_{турів}$ — кількість реалізованих турів, од.;

$\overline{Ц^{пл}_{туру}}$ — середня ціна туру на плановий період, грн.

2. Факторно-аналітичний метод. Передбачає розрахунок обсягу надання основних послуг підприємства готельного господарства (проживання) з урахуванням їх зміни за рахунок впливу основних факторів у плановому періоді.

$$Д(В)_{пл} = Д_{пл} \times \overline{К_{рД}} \pm Зм_{Д}, \quad (30)$$

де $Д_{пл}$ — очікуваний дохід від реалізації основних послуг, грн;

$\overline{К_{рД}}$ — середньорічний коефіцієнт росту доходів готелю від основного виду діяльності;

$ЗМ_{Д}$ — розмір зміни доходів від реалізації основних послуг під впливом основних факторів, грн.

3. Метод економіко-статистичних розрахунків (розрахунково-аналітичний). 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.

$$Д(В)_{пл} = \frac{Д(В)_{зв} \times \overline{Т_р}}{100} \pm \Delta Д(В)_{ф}, \quad (31)$$

де $Д(В)_{пл}$ — дохід (виручка) від реалізації у плановому періоді, грн;

$Д(В)_{зв}$ — дохід (виручка) від реалізації у звітному періоді, грн;

$\overline{Т_р}$ — середньорічні темпи росту, %;

$\Delta Д(В)_{ф}$ — зміна доходу (виручки) під впливом факторів, грн.

4. Програмно-цільовий метод.

4.1. Для підприємств готельного господарства. Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг підприємств готельного господарства, що дозволяє отримати цільовий прибуток.

$$Д(В)_{пл} = \frac{В_п \times П_ц}{Ц_{л/д} - В_{зм(л/д)}} \times Ц_{пл} \quad (32)$$

де $Д(В)_{пл}$ —дохід (виручка) готелю від операційної діяльності, грн;

$В_п$ — постійні витрати готелю від експлуатації номерного фонду, грн;

$П_ц$ — прибуток цільовий, грн;

$Ц_{л/д}$ середня ціна за одну людино-добу, грн;

$В_{зм(л/д)}$ — витрати змінні на 1 людино-добу, грн;

$Ц_{пл}$ — ціна на основні послуги готелю на плановий період, грн.

4.2. Для туроператорів. Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг туроператорів, що дозволяє отримати цільовий прибуток проводиться за формулою (1.6.28).

4.3. Для турагентів. Розрахунок доходу (виручки) від реалізації основних послуг турагентів, що дозволяє отримати цільовий прибуток проводиться за формулою (1.6.29).

5. Метод процентного доходу. Визначення обсягу доходу (виручки) від експлуатації номерного фонду та їх максимізації на основі цільового розвитку процентного доходу проводиться за формулою (30).

6. Метод економіко-математичного моделювання. 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 (див. формула (31).

Після проведення планування та аналізу доходів підприємств туризму необхідно зрозуміти причини зміни розміру доходів, з метою прийняття управлінських рішень: продовження виконання успішного плану доходів, або його зміни при зменшені доході підприємств туризму.

При **оптимізації доходу (виручки) підприємств туристичної індустрії** потрібно віднайти необхідні резерви, а саме:

- Збільшення кількості реалізованих послуг та товарів підприємствами туристичної індустрії шляхом проведення ефективної маркетингової політики, підвищення ефективності рекламних заходів, диверсифікації асортименту послуг, регіональної диверсифікація діяльності, розширення асортименту додаткових послуг, розширення продажу туристичного продукту у кредит;

- Оптимізація ціни реалізації готельних та туристичних послуг (товарів) шляхом проведення ефективної цінової політики 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 через скорочення кількості посередників у формуванні турпродукту, використання системи цінових знижок при закупівлі туристичних послуг та товарів, укладання прямих угод із виробниками туристичних послуг.