

УДК 334.012.42

Кузьменко О.О.

аспірант

*Київського національного торговельно-економічного університету*

e-mail: sanja300192@ukr.net

## ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ ДОХОДІВ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*В статті розглянуто процес формування та класифікації доходів туристичного підприємства. Розкрито теоретичні засади і особливості формування та класифікації доходів туристичного підприємства. Автор стверджує, що у сучасній науковій літературі не має всебічного визначення доходу саме туристичного підприємства. Туристична діяльність охоплює різні сфери господарювання, які виробляють туристичні послуги. Проведено аналіз поняття «дохід» туристичного підприємства. Методологія базується на системі методів і підходів, які забезпечують концептуальну єдність дослідження. Методичними засадами є використання аналізу порівняння, індукції, дедукції та синтезу, метод аналогій у теоретичному обґрунтуванні поняття «дохід».*

*Сферою застосування отриманого результату дослідження можуть бути різні туристичні підприємства (туристичні оператори, туристичні агенти), також готелі, ресторани, транспортні підприємства та інші об'єкти господарювання, що забезпечують формування туристичного продукту. Отримано висновок щодо доходів туристичного підприємства, особливостей його формування та класифікації. Дохід туроператора має більше джерел їх утворення, так як забезпечує формування, організацію, просування на ринок туристичного продукту. Визначено економічну сутність доходів туристичного підприємства, яка полягає у формуванні якомога більших джерел грошових надходжень на ведення діяльності та забезпечує досягнення стратегічної мети підприємства – приріст власного капіталу. Виділено два етапи формування доходів туристичного підприємства: підготовчий та основний.*

*Ключові слова: дохід, туристичне підприємство, туроператор, турагент, дохід туристичного підприємства, класифікація доходів туристичного підприємства.*

**Постановка проблеми в загальному вигляді.** Останнім часом питанням розвитку туристичного бізнесу в Україні приділяється все більше уваги. З метою систематичного спостереження за змінами, що відбуваються на ринку туристичних послуг, Державним комітетом статистики України та його регіональними органами здійснюється інформаційно-аналітичний моніторинг, результати якого розміщуються у спеціальному статистичному бюлетені «Туристична діяльність в Україні» [17], що надає можливість характеризувати процеси розвитку з метою управління ринком туристичних послуг в Україні. Необхідність інформаційно-аналітичного моніторингу обумовлена тим, що виконуючи роль інструменту управління, він дозволяє відслідковувати ринкові відносини, оцінювати соціально-економічний потенціал виробників та споживачів туристичних послуг, аналізувати динаміку обсягу надання туристичних послуг і попиту на них, досліджувати ринкову кон'юнктуру, конкуренцію, динаміку цін, обсяги та структуру реалізації туристичних послуг, основні результати господарської діяльності туристичних підприємств, визначати найбільш ефективні стратегії та інструменти управління попитом на туристичні послуги, прогнозувати перспективи діяльності. Інформаційна база офіційних статистичних спостережень у сфері туристичного бізнесу, не дивлячись на її неповноту, недосконалість і недостатню порівнюваність, дозволяє провести узагальнюючу статистичну оцінку і відслідкувати тенденції в зміні стану ринку туристичних послуг України.

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України за 2000 – 2014 роки коливається, не має стабільності. У 2000 році ця кількість становила близько 2 млн. осіб, у 2005 - 1,8 млн. осіб, у 2008 – 3 млн. осіб. Найбільшого піку набула кількість обслугованих туристів у 2013 році – 3,4 млн. осіб, а уже в 2014 зменшилась до 2,4 млн. осіб [5]. В таких умовах виникає проблема в особливості формування доходів та обсягу

наданих послуг туристичних підприємств, що в свою чергу призводить до зменшення темпів розвитку країни в цілому.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання теорії й практики формування та класифікації доходів підприємств висвітлені у працях таких зарубіжних учених, як: Дж. Боуен, Дж. Кейнс, Ф. Котлер, К. Маркс, Дж. Мейкенз, Е. Оркін, А. Сміт, І. Фішер, А. Фрідман. Значний внесок у дослідження питань обраної теми у сфері послуг зробили такі вітчизняні науковці як: М. Бойко В. Добровський, А. Мазаракі, Г. Михайліченко, Т. Ткаченко. І. Бланк, Г. Крамаренко, Н. Шмигаль (див. табл. 1). У працях дослідників виникає питання розмежування між категоріями «дохід» та «прибуток». Проте, низка теоретико-методологічних та прикладних аспектів цієї проблематики, зокрема, особливості формування доходів туристичного підприємства, потребує подальшого поглибленого вивчення та обґрунтування у зв'язку з складною економічною ситуацією в Україні.

**Формування цілей статті.** Метою роботи є обґрунтування теоретичних особливостей формування та класифікації доходів туристичних підприємств.

**Виклад основного матеріалу.** Для визначення економічної сутності та класифікації доходів потрібно чітко розуміти що таке туристичне підприємство.

Предметом функціонування туристичного підприємства є туристична послуга та її специфічні особливості, якими вона виділяється серед інших послуг. Як господарська діяльність у туризмі, так і сам туристичний продукт знаходять своє відображення в кінцевих фінансових результатах функціонування туристичного підприємства. У більшості країн Європейського Союзу господарська діяльність у туризмі здійснюється у формі товариств з обмеженою відповідальністю, акціонерних товариств або кооперативів. Деякі загальні принципи

функціонування туристичних підприємств, незалежно від місця їх реєстрації в межах ЄС, від конкретної сфери діяльності, були встановлені директивами ЄС, спрямованими на створення єдиного внутрішнього ринку у сфері туризму. Зокрема, директивами встановлюється режим отримання концесій на здійснення туристичної діяльності і вводиться принцип, згідно з яким для створення туристичного підприємства необхідно виконувати відповідні правові та фінансові умови.

У частині фінансових вимог запроваджено положення про те, що туристичне підприємство повинно володіти гарантійним фондом у розмірі капіталу, достатнього для виконання своїх зобов'язань, а також забезпечення досягнення необхідного рівня платоспроможності. Крім цього, директиви ЄС містять правила ведення господарської діяльності в галузі туризму і положення, які встановлюють принципи бухгалтерського обліку на туристичних підприємствах. Ці директиви також зобов'язують державу контролювати туристичну діяльність. Стандарти, які містяться в директивах, визначають туристичне підприємство так:

- як незалежна особа, туристичне підприємство може брати участь у формуванні капіталу іншої організації;
- туристичне підприємство має свій власний статус, незалежний від статусу членів-засновників компанії;
- туристичне підприємство має назву, під якою воно функціонує на ринку;
- туристичне підприємство має власну юридичну адресу.

Таким чином, туристичне підприємство – це суб'єкт господарювання, який займається туроператорською або турагентською діяльністю за наявності ліцензії.

Суб'єктами туристичної діяльності є: туристичні оператори, туристичні агенти та інші суб'єкти підприємницької діяльності, що

надають послуги з тимчасового розміщення, харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг [11].

Одним з найважливіших факторів, що визначає суму прибутку як кінцевого результату діяльності підприємства туристичного господарства, є розмір доходу, що формується ним в процесі своєї діяльності.

Фінансовий стан будь-якого суб'єкту господарювання характеризується ефективним розміщенням його коштів та джерел їх утворення. Фінансовий стан підприємства – це забезпеченість власними обіговими коштами, стан нормованих запасів товарно-матеріальних цінностей, стан та динаміка дебіторської і кредиторської заборгованості, оборотність коштів, платоспроможність та інші підсумки фінансово-господарської діяльності підприємства, що дозволяють дати оцінку досягнутим результатам, зробити висновки про рівень фінансово-економічного стану та про наявність нереалізованих внутрішньогосподарських резервів [4].

Економіка туристичного підприємства визначається структурою доходів і витрат. Успішне функціонування туристичного підприємства, як і підприємства будь-якої сфери діяльності, можливе тільки за умов постійного забезпечення руху грошових коштів. Надходження грошей - це дохід, а їх використання - це витрати. До того ж дуже важливо, щоб доходи перевищували витрати і забезпечували отримання прибутку[6].

Дохід як економічна категорія не є простим. На складність цієї категорії вказували багато економістів (див. табл. 1).

Таблиця 1

## Економічна сутність доходу

Автор	Поняття
Найт Ф. Х. [12]	Дохід підприємця має явно складний характер, і зв'язки між елементами, які його складають, важко розгледіти
Хікс Дж. Р. [18]	З точки зору економіста-теоретика, дохід – це дуже небезпечне поняття, яке слід уникати
Кейнс Дж. М.	Дохід – перевищення цінності готової продукції, проданої протягом

[10]	відомого періоду, над первинними витратами виробництва
Єщенко П., Палкін Ю. [8]	Дохід – це сума, що залишається після вирахування з грошової виручки витрат виробництва
Пересада А. А. [14]	Дохід господарства є результатом діяльності основного капіталу без оборотних засобів
Бутинець Ф. Ф. [2]	Дохід є надходження економічних та фінансових вигод, які з'являються в результаті функціонування підприємства у якості виручки від реалізації продукції, (товарів, надання можливих робіт, послуг), дивідендів, гонорарів, відсотків, заохочувальних виплат та ін.
Ткаченко Н. М. [16]	Доходи – збільшення економічних вигод у вигляді надходження, які приводять до зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за рахунок внесків власників)
Вознюк Г., Загороднюк А. [3]	Дохід – це різниця між виторгом з реалізації продукції, робіт та послуг і вартістю матеріальних витрат на виробництво та збут цієї продукції

Проаналізувавши вищезгадані поняття, можна визначити наступне, дохід – це грошові надходження від реалізації товарів та послуг, основної господарської діяльності, збільшення економічних вигід, що призводить до збагачення та розвитку підприємства.

Поняття «дохід туристичного підприємства» має дещо інше трактування вітчизняних та іноземних дослідників (табл.1.2.).

Таблиця 1.2

## Економічна сутність доходу туристичного підприємства

Дядечко Л.П. [6]	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. [7]	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
Чан Т. Х., Егорова М. С. [19]	На отримання доходу безпосередньо впливає ціноутворення, яке має велике значення для економіки туризму
Чудновський А. Д. [13]	Доходи в туризмі супроводжуються зростанням доходів в інших галузях: у транспорті, в підприємствах побуту, торгівлі, харчування, у закладах культури і т.д.
Бланк І. А. [1]	Доходи служать джерелом поповнення власних оборотних коштів. За рахунок доходу формуються різні бюджетні фонди

У сучасній науковій літературі немає всебічного визначення доходу саме туристичного підприємства. Туристична діяльність охоплює різні сфери господарювання, які виробляють туристичні послуги. Для визначення поняття «дохід туристичного підприємства» проаналізуємо сутність доходів готельних підприємств, транспортних організацій, підприємств харчування, закладів культури, розваг, дозвілля та інших сфер діяльності, які невід'ємно пов'язані з формуванням туристичного продукту.

Дохід, пов'язаний з наданням послуг, визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг, якщо може бути достовірно оцінений результат цієї операції.

Дохід від здійснення основної діяльності готель отримує у формі виручки від реалізації послуг. Якщо розмір отриманого доходу є достатнім для покриття витрат підприємства, виконання зобов'язань перед бюджетом та утворення чистого прибутку, можна вважати, що, справді, цей готельний продукт відповідає вимогам та попиту ринку за ціною, якістю, технічними, технологічними та іншими характеристиками.

Дохід транспортного підприємства формується за рахунок можливих резервів. Серед можливих резервів можна виділити наступні: організаційно-технічні, фінансові, адміністративно-правові [15].

Організаційно-технічні резерви спрямовані на оптимізацію маршрутів, раціоналізацію графіку руху та дотримання безпеки руху, технічне та технологічне оновлення матеріально-технічної бази, уживання організаційно-технічних заходів для збільшення обсягів перевезень та ефективного використання рухомого складу.

Резерви фінансового характеру спрямовані на удосконалення тарифної політики, збільшення обсягів перевезень і запровадження нових більш якісних умов обслуговування, що дозволить підвищити рівень

конкурентоспроможності транспортного підприємства та перейти на інноваційний тип розвитку.

Адміністративно-правові резерви - це створення пільгових умов з боку держави для технологічного розвитку транспортних підприємств (надання кредитів на пільгових умовах, грантів, дотацій), створення спеціального режиму інвестиційної діяльності для підвищення інвестиційного потенціалу та привабливості регіону.

У бухгалтерському обліку дохід відображається в сумі справедливої вартості активів, що отримані або підлягають отриманню.

Доходи включаються до складу об'єктів облікового процесу за принципом нарахування та відповідності, який передбачає відображення в обліку доходів і витрат на момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати коштів.

Дохід від реалізації організації громадського харчування - це сума надбавок, торгових знижок і націнок на реалізовану продукцію.

Роль доходів від реалізації для організації громадського харчування полягає, перш за все, в тому, що доходи є джерелом утворення прибутку, відшкодування витрат на виробництво, реалізацію і організацію споживання. Доходи служать джерелом поповнення власних оборотних коштів. За рахунок доходу формуються різні бюджетні фонди [1].

Відповідно до розглянутих особливостей доходів видів діяльності, які формують частину туристичного продукту, можна охарактеризувати поняття «дохід туристичного підприємства» - це грошові надходження від реалізації туристичного продукту та послуг, в залежності від їх різновиду, ціни, якості, місця розташування та інші надходження не пов'язані з основною діяльністю туристичного підприємства.

Розмір доходу туристичного підприємства залежить від кількості джерел його формування.



Закон України "Про туризм" передбачає наступні джерела формування доходу туристичного підприємства:

- власних фінансових ресурсів суб'єктів туристичної діяльності, грошових внесків громадян і юридичних осіб;
- позичкових фінансових коштів (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань підприємств, установ, організацій і громадян;
- позабюджетних фондів;
- коштів фонду розвитку України, що формується за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- іноземних інвестицій;
- надходжень від туристичних лотерей;
- інших джерел, не заборонених законодавством України.

Оскільки туроператор формує, просуває на ринок, а інколи й реалізує комплекс туристичних послуг, тобто турпродукт, а турагент просуває і реалізує сформований туроператором продукт, то відмінності в їхній діяльності визначають різні джерела отримання доходів.

Дохід туроператора формується переважно за рахунок оплати турпродукту турагентом, дилером або безпосередньо туристом. Дохід же турагента формується за рахунок комісійної винагороди за просування і продаж турпродукту, отриманого від туроператора або інших підприємств сфери туріндустрії. Відмінності в джерелах формування доходів цих підприємств викликані відмінностями в їх діяльності. Якщо туроператор для комплектування турпакета закупає туристичні ресурси і послуги, то турагент або інший посередник бере для реалізації готовий турпродукт, за що одержує дохід у формі агентської (комісійної) винагороди за продаж [5].

Для турагентів привабливішими є не фіксовані ставки агентської винагороди, а відсоткові ставки за накопичувальною системою, суть якої полягає в тому, що після продажу 10 одиниць турпродукту відсоток агентської винагороди збільшується. Таке збільшення агентської винагороди для туроператора рівно поширеній гнучкій системі знижок з цін для постійних покупців або дисконтних карт при реалізації турпродукту самим туроператором [6].

Сума отриманої оплати за турпродукт чи окремі послуги утворює валовий дохід туристичного підприємства.

Першим і основним джерелом отримання валового доходу в туристичному бізнесі є дохід від реалізації туристичного продукту, або окремих послуг.

Класифікація доходів туристичного підприємства має низку класифікаційних ознак, які формують структуру надходжень (див. табл. 3)

Таблиця 3

## Класифікація доходів туристичного підприємства

Класифікаційна ознака	Види надходжень
1. За операційною (основною) діяльністю	1.1. Виручка від реалізації туристичного продукту та послуг
2. За фінансовою приналежністю	2.1. Дивіденди (отримані проценти) 2.2. Від реалізації фінансових інвестицій та послуг 2.3. Від участі в капіталі 2.4. Інші доходи від фінансових операцій 2.5. Від продажу іноземної валюти 2.6. Від реалізації оборотних активів 2.7. Від операційних курсових різниць 2.8. Доходи від надання прав користування активами
3. За методикою оцінювання	3.1. Номінальний дохід 3.2. Реальний дохід
4. За форс-мажорними обставинами	4.1. Відшкодування збитків від надзвичайних подій 4.2. Інші надзвичайні доходи
5. Інші доходи	5.1. Від відновлення корисності активів 5.2. Від не операційної курсової різниці 5.3. Від безоплатно одержаних активів 5.4. Отримані штрафні санкції
6. За обсягами надходжень	6.1. Збиток

	6.2. Мінімальний дохід 6.3. Максимальний дохід 6.4. Цільовий дохід
--	--

Визначена класифікація формує валовий дохід туристичного підприємства. Вона необхідна при організації роботи туристичного підприємства, для забезпечення прийняття управлінських рішень, на основі яких формується система розподілення надходжень, розвитку, планування, прогнозування, забезпечення конкурентних позицій на ринку.

В операційній діяльності виділяються основна та інша операційна діяльність. Для туристичного оператора основною діяльністю є комплектування, просування на ринок і реалізація турпродукту, внаслідок чого формується основна частина доходу. Схема формування доходу від основної діяльності туроператора зображена на рис. 1.

Дана схема (див. рис. 1) розкриває зміст формування доходу туристичного підприємства відповідно до бухгалтерського обліку. Вона включає певні елементи в системі утворення доходу. Їх не достатньо для організації процесу управління підприємством.

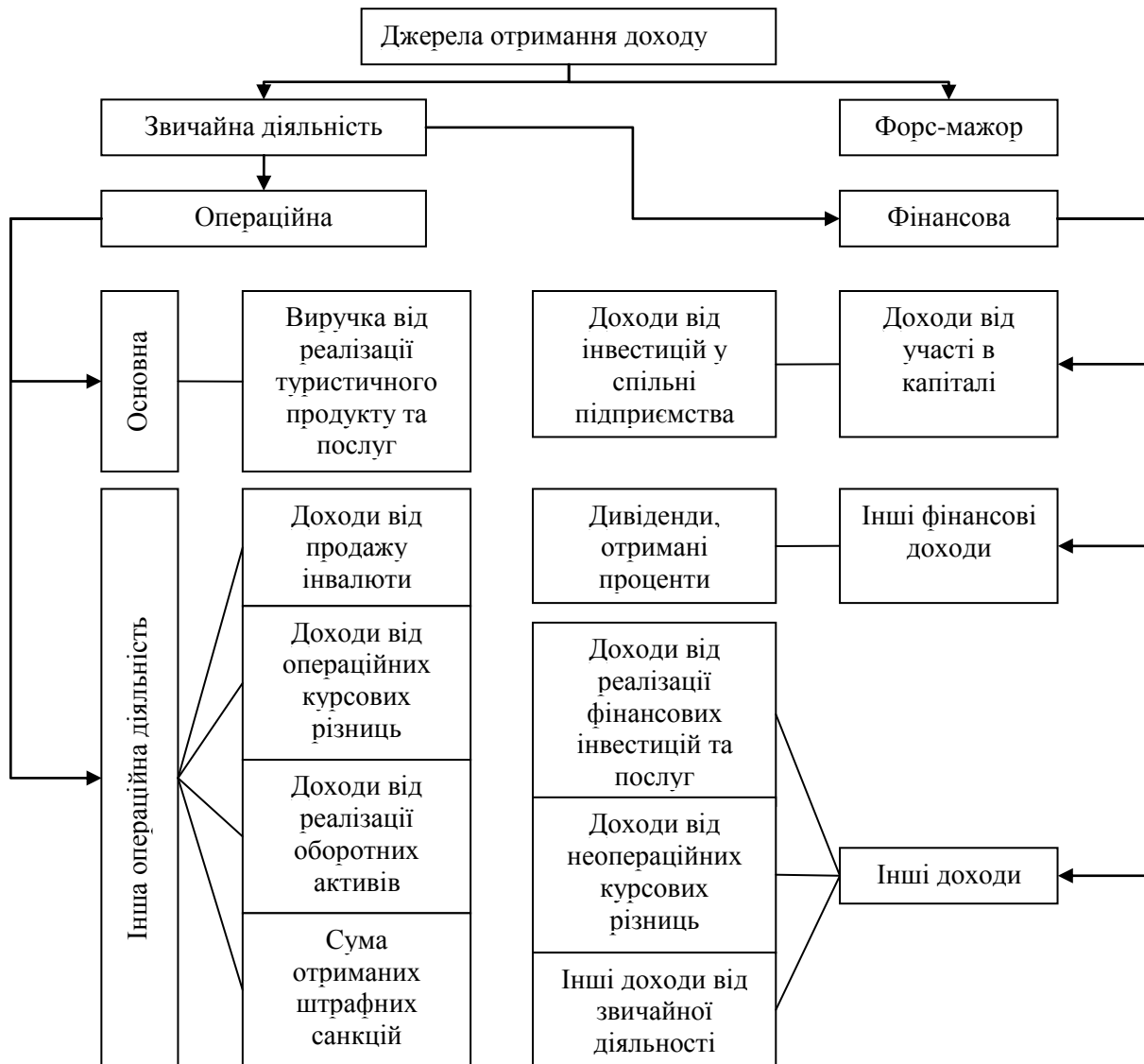


Рис. 1. – Джерела формування доходу туристичного оператора

Основна діяльність - це діяльність, пов'язана з наданням послуг або виробництвом продукції громадського харчування, продажем товарів відповідними структурами підрозділами, що входять в склад туристичних та готельних комплексів. Ця діяльність є визначною метою утворення підприємства і забезпечує основну частину його доходу [9].

Так, для туристичних підприємств основною діяльністю є придбання прав на туристичні послуги, з яких формується турпродукт (путівка), надання турпослуг, надання інформації про ціни, якість обслуговування, екскурсійну розважальну програму, тощо.

Курсова різниця – різниця між оцінками однакової кількості одиниць іноземної валюти при різних валютних курсах.

Операційні курсові різниці – це різниці, які виникають за активами і зобов'язаннями підприємства, пов'язаними з операційною діяльністю.

Доходи від фінансових операцій – це доходи, отримані у вигляді доходів від участі в капіталі та інших фінансових доходів.

Доход від участі в капіталі – це доход від фінансових інвестицій, які обліковуються за методом участі в капіталі.

Метод участі в капіталі – це метод обліку інвестицій, згідно з яким балансова вартість інвестицій відповідно збільшується або зменшується на суму збільшення або зменшення частки інвестора у власному капіталі об'єкта інвестування.

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

До надзвичайних належать події (операції), що відрізняються від звичайних своєю винятковістю і не повторюваністю, - це стихійні лиха, техногенні катастрофи та аварії.

Номинальний доход – це сума грошей, що надходить в особисте розпорядження туристичного підприємства.

Реальний доход – та кількість туристичного продукту і послуг, яку можна придбати на даний номінальний доход.

Дохід у будь-якій формі – це наслідок фінансово-господарської діяльності, який слугує джерелом покриття зобов'язань туристичного підприємства як внутрішніх так і зовнішніх. Тому формування і використання доходу є взаємозалежною системою.

Модель джерел формування доходу туристичного підприємства можна розділити на два етапи (див. рис. 1.2).

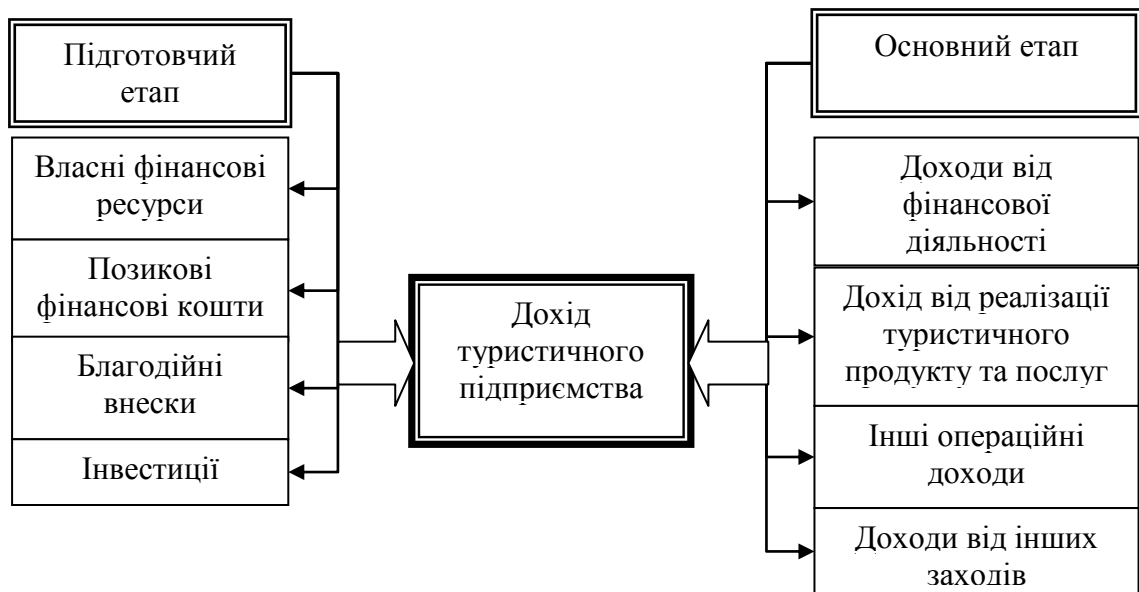


Рис. 2. Модель джерел формування доходу туристичного підприємства

Підготовчий етап – формування доходу підприємства на стадії його створення, коли відбувається процес пошуку надходжень для розвитку підприємства.

Основний етап – формування доходу підприємства відбувається за допомогою операційної, фінансової та іншої діяльності туристичного підприємства.

**Висновки.** Динаміка доходу, його величина свідчить про міру ефективності діяльності туристичного підприємства, суспільне визнання наданого ним туристичного продукту та послуг, і головне, про місце і роль підприємства в туристичному просторі.

Отже, економічна суть доходів полягає у формуванні якомога більших джерел грошових надходжень на ведення діяльності, яка забезпечує досягнення стратегічної мети підприємства – приріст власного капіталу.

Логічна та структурована класифікація доходів дає можливість ефективно ними управляти та є складовою сучасної системи управління.

**Список використаних джерел:**

1. Бланк И.А. Торговый менеджмент. – Киев: Украинско-Финский ин-т менеджмента и бизнеса, 1997. – 405 с.
2. Бухгалтерський фінансовий облік: Підручник / за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир: ПП „Рута”, 2003. – 726 с.
3. Бухгалтерський фінансовий облік / за ред. Ф. Ф. Бутинця. – Вид. 7-е. – Житомир: Вид-во "Рута", 2006. – 832 с.
4. Готельний і туристичний бізнес / Под ред. проф. Чудновського А. Д. - М.: Тандем, 2007. – 322 с.
5. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
6. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 224 с.
7. Экономика туризма: теория и практика [текст] : учебник / М. П. Мальская, Н. Й. Рутинський, С. В. Белоус, Н. Л. Мандюк. - К.: "Центр учебной литературы", 2014. - 544 с.
8. Єщенко П. С., Палкін Ю. І. Сучасна економіка. Навчальний посібник. - К., «Вища школа», 2005. – 197 с.
9. Балченко З. А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України: Навчальний посібник Київського університету туризму, економіки і права (КУТЕП). - К.: КУТЕП, 2006. - 232 с.
10. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. - М., «Прогресс», 1978. - 88 с.
11. Король С. Облік витрат туристичного підприємства / С. Король // Вісник КНТЕУ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/vknteu/2011\\_4/8.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vknteu/2011_4/8.pdf).
12. Найт Ф. Х. Риск, неопределенность и прибыль. - М., «Дело». – 2003. - 264 с.

13. Оцінка резервів підвищення доходів туристичного підприємства // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://yak.vlynko.com/?p=939#\\_Toc136340477](http://yak.vlynko.com/?p=939#_Toc136340477).

14. Пересада А. А. Інвестування: Навч.-метод. Посібник для самоств. вивч. дисц. / А. А. Пересада, О. О. Смірнова, С. В. Онікієнко, О. О. Ляхова. – К.: КНЕУ, 2006. – 251 с.

15. Пруненко Д. О. Конспект лекцій з навчальної дисципліни Економіка транспорту / Режим доступу - [http://semestr.com.ua/book\\_416\\_glava\\_10\\_Tema\\_5.\\_Dokhodi\\_transportnogo\\_.html](http://semestr.com.ua/book_416_glava_10_Tema_5._Dokhodi_transportnogo_.html).

16. Сопко В. В. Бухгалтерський облік: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2000. – 578 с.

17. Туристична діяльність в Україні у 2011-2013 році: стат. бюл. / відп. за вип. І. В. Калачова. – К.: Державна служба статистики України, 2012.

18. Хикс Дж. Р. Стоимость и капитал. М., «Прогресс», «Универсал». – 1993. - 300 с.

19. Чан Т. Х., Егорова М. С. Понятие, сущность, роль цен и ценообразования в экономике туризма // Молодой ученый. - 2015. - №10. - С. 844-846.

## REFERENCES

1. Blank, I.A. (1997). *Torgovii menedjment. [Trade management]*. Kiev: Ukrainsko-Finskii in-t menedjmenta i biznesa, 405 [in Russian]

2. Butinets, F. F. (2003). *Buhgalterski finansovii oblik. [Accounting]*. Jitomir: „Ruta”, 726 [in Ukrainian]

3. Butincyа, F.F. (2006). *Buhgalterski finansovii oblik. [Accounting]*. Jitomir: „Ruta”, 832 [in Ukrainian]

4. Chudnovskui, A. D. (2007). *Gotelnii i turistichnii biznes. [Hospitality and tourism industry]*. Moskva: Tandem, 322. [in Ukrainian]



5. Derjavnii komitet statistiki Ukraïni. Oficiinii sait.[*State Statistics Committee of Ukraine. Official site.*]. (n.d.). - Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian]
6. Dyadechko, L. P. (2007). *Ekonomika turistichnogo biznesu. [Economics of tourism]*. Kiev: Centr uchbovoi literaturi, 224. [in Ukrainian]
7. Malskaya, M. P., Rutinskii, N. I., Belous S. V. & Mandyuk N. L. (2014). *Ekonomika turizma teoriya I praktika [Tourism Economics: Theory and Practice]*. Kiev: Centr uchebnoi literaturu, 544 [in Russian]
8. Eschenko, P. S. & Palkin Yu. I. (2005). *Suchasna ekonomika [The modern economy]*. Kiev:Vischa shkola, 197. [in Ukrainian]
9. Balchenko, Z. A. (2006). *Buhgalterskii oblik v turizmi i gotelyah Ukraini. [Accounting in tourism and hotels Ukraine]*. Kiev: KUTEP, 232. [in Ukrainian]
10. Keins Dj. M. (1978). *Obschaya teoriya zanyatosti procenta I deneg. [General theory of employment, interestand Deneg]*. Moskva: «Progress», 88. [in Russian]
11. Korol S. (2011). *Oblik vitrat turistichnogo pidpriemstva [Cost Accounting tourist enterprise]*. Kiev: Visnik KNTEU. Retrieved from [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/vknteu/2011\\_4/8.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vknteu/2011_4/8.pdf)
12. Nait F. H. (2003). *Risk neopredelennost i pribil [Risk, uncertainty and profit]*. Moskva: «Delo», 264. [in Russian]
13. *Ocinka rezerviv pidvischennya dohodiv turistichnogo pidpriemstva [Evaluation of reserves to increase revenues tourist enterprise]*. (n.d.). Retrieved from [http://yak.vlynko.com/?p=939#\\_Toc136340477](http://yak.vlynko.com/?p=939#_Toc136340477)
14. Peresada A.A. (2006). *Investuvannya [Investment]*. K.: KNEU, 251. [in Ukrainian]
15. Prunenکو D. O. *Konspekt lekciï z navchalnoi disciplini Ekonomika transportu [Lecture on Economics transport Discipline]*. (n.d.). [semestr.com.ua](http://semestr.com.ua)

Retrieved from [http://semestr.com.ua/book\\_416\\_glava\\_10\\_Tema\\_5.\\_Dokhodi\\_transport\\_nogo\\_.html](http://semestr.com.ua/book_416_glava_10_Tema_5._Dokhodi_transport_nogo_.html) [in Ukrainian]

16. Sopko V. V. (2000). Buhgalterskii oblik [Accounting]. K.: KNEU, 578 [in Ukrainian]

17. Kalachova, I. V. (2012). Turistichna diyalnist v Ukraïni u 2011\_2013 roci [Tourist activities in Ukraine in 2011-2013 year]. K.: Derjavna slujba statistiki Ukraini. [in Ukrainian]

18. Hiks Dj. R. (1993). Stoimost i capital [The cost of capital]. M.: «Progress», «Universal», 300. [in Ukrainian]

19. Chan T. H. & Egorova M. S. (2015). Egorova M. S. Ponyatie suschnost rol ceni cenoobrazovaniya v ekonomike turizma [The concept, essence, the role of prices and pricing in the economy of tourism]. Molodoi uchenii, 10, 844-846. [in Russian]

## **КУЗЬМЕНКО А. А. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И КЛАССИФИКАЦИЯ ДОХОДОВ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

*В статье рассмотрен процесс формирования и классификации доходов туристического предприятия. Раскрыты теоретические основы и особенности формирования и классификации доходов туристического предприятия.*

*Автор утверждает, что в современной научной литературе не существует всестороннего определения дохода туристического предприятия. Туристическая деятельность охватывает различные сферы хозяйствования, которые производят туристические услуги.*

*Проведен анализ понятия «доход» туристического предприятия.*

*Методология базируется на системе методов и подходов, которые обеспечивают концептуальное единство исследования. Методическими принципами является использование анализа сравнения, индукции,*

*дедукции и синтеза, метод аналогий в теоретическом обосновании понятия «доход».*

*Сферой применения полученного результата исследования могут быть различные туристические предприятия (туристические операторы, туристические агенты), гостиницы, рестораны, транспортные предприятия и другие объекты хозяйствования, обеспечивающих формирование туристического продукта.*

*Получено заключение относительно доходов туристического предприятия, особенностей его формирования и классификации. Доход туроператора имеет больше источников их образования, так как обеспечивает формирование, организацию, продвижение на рынок туристического продукта. Определена экономическая сущность доходов туристического предприятия, которая заключается в формировании как можно больших источников денежных поступлений на ведение деятельности и обеспечивает достижение стратегической цели предприятия – прирост собственного капитала. Выделены два этапа формирования доходов туристического предприятия: подготовительный и основной.*

**Ключевые слова:** доход, туристическое предприятие, туроператор, турагент, доход туристического предприятия, классификация доходов туристического предприятия.

## **KUZMENKO A. FEATURES OF FORMATION AND CLASSIFICATION OF INCOME TOURISM ENTERPRISES**

*The article deals with the formation and classification of income of the tourism business. The theoretical principles and features of the formation and classification of income tourism enterprises.*

*The author argues that in modern scientific literature does not have a comprehensive definition of income is tourism enterprise. Tourist activities cover various areas of management that generate tourist services.*

*The analysis is of the concept of "income" tourism enterprise.*

*The methodology is based on a system of methods and approaches that ensure the conceptual integrity of the study. Methodological principles is the use of comparison analysis, induction, deduction and synthesis, method of analogies in the theoretical justification of the concept of "income."*

*The scope of the result of research can be different travel company (tour operators, travel agents), as well as hotels, restaurants, transport companies and other facilities management, ensuring the formation of the tourism product.*

*An opinion on the revenues of tourism enterprises, peculiarities of formation and classification. Income tour operator has more sources of their formation, as well as providing formation, organization, market promotion of tourist products. The economic sense of the income of tourist enterprise, which is to build as much as possible sources of receipts for activities and provides the strategic goal of the company – increase in equity. Highlighted two stages of income of the tourism enterprises: preparatory and basic.*

**Keywords: income, travel company, tour operator, travel agent, tourist enterprise revenue, income classification of tourist enterprises.**

Стаття надійшла до редакції 17.06.2016 р.

## Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Кузьменко Олександр Олександрович	Alexander Kuzmenko
Науковий ступінь/ Scientific degree	аспірант	postgraduate
Вчене звання/ Scientific rank	-	-
Посада/ Position	-	-
Установа/ Establishment	Київський національний торговельно-економічний університет	Kyiv National University of Trade and Economics