

## **ДЕЯКІ ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ І КАЛЬКУЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ**

***Височан О.С., к.е.н., доцент,  
Національний університет “Львівська політехніка”***

Господарська діяльність підприємств, пов'язана з виробництвом нематеріальних благ в теперішній час перетворилася на важливу складову народного господарства України, а облік процесів, пов'язаних з її здійсненням повинен забезпечувати виконання загальнодержавних функцій, реалізовувати пріоритетні галузеві програми, задовольняти інформаційний попит зацікавлених авторизованих осіб і формувати підґрунтя для вирішення управлінських задач керівництвом підприємств.

Основною метою фінансово-господарської діяльності туристичних підприємств є не лише отримання прибутку, але й створення якісного продукту, який максимально задовольнятиме вимогам споживачів. Баланс між цими часто взаємовиключаючими цілями і є основним завданням для менеджменту туристичних підприємств, інформаційну підтримку вирішення якого повинна забезпечити підсистема бухгалтерського обліку.

Витрати на створення туристичного продукту є важливим об'єктом обліку, оскільки будучи базовим фактором ціноутворення напряму впливають на купівельну поведінку споживачів в умовах жорсткої конкуренції на туристичному ринку.

На наш погляд, для потреб планування, калькулювання, обліку та, в кінцевому результаті, управління, доречно використовувати поняття “туристичний продукт” як сукупність товарів і послуг (базово – пов'язаних із перевезенням та розміщенням), призначених для реалізації кінцевому споживачу напряму або за посередництва туристичних агентств. Загалом вартість туру для подорожуючого виявляється вищою аніж ціна, сплачена за пропонований на ринку туристичний продукт (за умови його придбання), оскільки включає низку додаткових особистих витрат (сувеніри; відвідання об'єктів, не включених у програму; додаткове харчування тощо). Тобто придбання туристичного продукту лише забезпечує досягнення подорожуючим власних цілей та задоволення особистих потреб під час туру, допомагає вирішити певні організаційні та комунікаційні проблеми. Оскільки розв'язання завдань пізнавального характеру, досягнення

професійної мети, задоволення рекреаційних потреб людини, які і є основними цілями поїздки, залежить від індивідуальних особливостей туриста (психологічних, світоглядних, фізіологічних, ділових тощо) будь-який турпродукт вирішує поставлені завдання лише в більшій чи меншій мірі. Це завжди компроміс між вартістю туристичного продукту та рівнем задоволення споживача.

Таким чином, об'єктом бухгалтерського обліку виробничих витрат в туристичних підприємствах є туристичний продукт, навіть якщо в організаційно-функціональному сенсі він співпадає з туристичною послугою.

Професор В.А. Лазарев зауважує: “туроператори і турагенти формують тур і створюють путівку, тобто витрачають на її створення працю, оплата якої входить у вартість туру, але передають (продають) путівку не як споживчу вартість, а як продукт власної праці і права на результати праці постачальників реальних послуг (перевізника, засобів розміщення, підприємств харчування та ін.)” [1, с.59].

Відповідно, використання понять “витрати на проживання”, “витрати на транспортування” в обліковій практиці та при формуванні калькуляційних статей є некоректним. Суб'єктом прикладання таких витрат є турист (а не туристичне підприємство), а об'єктом – тур (а не туристичний продукт). Для туркомпаній, на наше переконання, такі витрати повинні узагальнюватися поняттям “витрати на придбання прав на послуги сторонніх суб'єктів, використовуваних при створенні туристичного продукту”.

Схиляючись до обліково-управлінського підходу, С. Король виділяє серед виробничих витрат, які виникають при формуванні туристичного продукту, прямі та непрямі, відносячи до останніх: витрати на оплату праці виробничого персоналу, що формує туристичні продукти, якщо розрахунок проводиться за погодинною системою оплати праці або штатним розписом; нарахування єдиного соціального внеску на фонд оплати праці виробничого персоналу; амортизація офісної техніки, меблів, предметів інтер'єру та інших основних засобів виробничого призначення; амортизація нематеріальних активів виробничого призначення, зокрема спеціального програмного забезпечення, ліцензії на туристичну діяльність тощо; вартість канцелярських товарів, візиток, витратних матеріалів для ксероксів, принтерів та інших матеріалів, що використовуються за виробничим призначенням; вартість послуг сторонніх організацій, пов'язаних із забезпеченням виробничого процесу; інші непрямі виробничі витрати [2, с.74-76].

В цьому плані варто особливо зауважити на технічних складнощах, що виникають при розподілі багатьох видів непрямих витрат. Наприклад, на невеликих туристичних підприємствах один і той самий менеджер може мати низку функціональних обов'язків, які зачіпають різні сфери діяльності компанії. В багатьох випадках, розподіл цих обов'язків відбувається не за професійним принципом, а в прив'язці до видів турів, продукти по яких реалізуються або географічних напрямків подорожі. Часто менеджер конкретного напрямку займається не лише прямими продажами, але й укладає від імені підприємства договори з приймаючою стороною, консультує турагенції щодо готельної бази і деталей туру, здійснює первинний контроль поданих клієнтом документів на відкриття візи, здійснює реалізацію додаткових та супутніх туристичних послуг тощо. В таких випадках, розподіл витрат на оплату праці часто буває утруднений.

Максимально простим підходом до організації обліку витрат в туристичному бізнесі є їхнє впорядкування відповідно до рахунків бухгалтерського обліку (витрати на виробництво, загальновиробничі витрати, адміністративні, витрати на збут та інші), визнаючи при цьому об'єктом витрат не лише турпродукт, але й замовлення (індивідуальне та групове). Проте такий підхід не вирішує проблем із витратами, які не призначені для списання у звітному періоді, наприклад витратами на розробку та виведення на ринок нових турпродуктів. Чітке диференціювання витрат на поточні та накопичувальні (капіталізовані) з відображенням останніх на рахунок обліку витрат майбутніх періодів дозволяє раціоналізувати інформаційні потоки та забезпечити дотримання принципу нарахування й відповідності доходів і витрат.

Слід визнати, що на практиці, в діяльності турпідприємств немає одностайності щодо складу, визнання та відображення в обліку витрат, які формують собівартість туристичного продукту. Проведене дослідження продемонструвало:

— об'єктом обліку витрат в туристичних підприємствах є туристичний продукт (у формі сукупності туристичних послуг та підтверджений замовленням);

— основною частиною витрат на створення турпродукту є витрати на придбання прав на послуги сторонніх суб'єктів, використовувані при створенні туристичного продукту. Слід утриматись від недоречного вживання термінів “витрати на проживання”, “транспортні витрати” та подібних;

— потрібно чітко розмежовувати витрати, які включаються до

виробничої собівартості турпродукту і такі, що списуються на витрати періоду, а також прямі й непрямі. Існує низка витрат, які можуть за певних умов відноситися до того, чи іншого виду;

— практичне застосування на підприємствах туристичного бізнесу рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів» є методологічно виправданим через сезонність діяльності та значну номенклатуру витрат, які вимагають капіталізації та подальшого розподілу їхньої величини в інших звітних періодах для належного дотримання базового принципу бухгалтерського обліку нарахування та відповідності доходів і витрат;

— визріла необхідність розробки Державним агентством України з туризму та курортів нового відомчого документу щодо планування, обліку та калькулювання собівартості туристичного продукту.

### **Література.**

1. Лазарев В.А. Услуга и продукт как результат труда в сфере услуг населению / В.А. Лазарев // Известия УрГЭУ. – 2012. – №3 (41) – С.55-59.

2. Король С. Облік витрат туристичного підприємства / С. Король // Вісник ХНТЕУ. – 2011. – №4. – С.72-84.

## **СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ ПРОДУКЦІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА В УКРАЇНІ**

**Губар А.А., студентка\*,  
Харківський національний технічний університет  
сізького господарства імені Петра Василенка**

Структура інформаційної системи сільськогосподарських підприємств щодо стану готової продукції передбачає розподіл аналітичних функцій та добору інформації за ними між виконавцями (керівниками підрозділів, бухгалтерією).

Необхідними передумовами правильної організації обліку продукції сільськогосподарського виробництва, за визначенням ряду дослідників, є:

- раціональна організація складського господарства;
- наявність інструкції з обліку виробничих запасів;
- розробка номенклатури запасів; правильне групування (класифікація) запасів; розробка норм витрачання запасів.

Проте в сучасній обліковій системі України існують суттєві недоліки щодо методології ведення обліку продукції сільськогосподарського

---

\* Науковий керівник – д.е.н., професор Маренич Т.Г.