

ОБЛІК ТА АНАЛІЗ ВИРОБНИЦТВА ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

© 2014 ПРОКОПІШИНА О. В.

УДК 657:338.48

Прокопішина О. В. Облік та аналіз виробництва туристичного продукту

У статті охарактеризований стан національного ринку туристичного продукту, проаналізовано динаміку кількості суб'єктів туристичної діяльності. На основі аналізу статистичних даних виявлено істотну нерівномірність розташування туристичних операторів, туристичних агентів і суб'єктів, які здійснюють екскурсійне обслуговування за регіонами України, що призводить до ускладненого доступу населення окремих регіонів до туристичних послуг. Виявлено регіональний дисбаланс у виробництві та реалізації туристичного продукту, що потребує розробки та реалізації державних цільових програм підтримки розвитку туризму. Визначено деструктивні чинники в діяльності туристичних підприємств, що обумовлюють низьку ефективність фінансово-господарської діяльності в окремих регіонах України. Обґрунтовано засади організації обліково-аналітичної складової системи управління туристичними підприємствами.

Ключові слова: туризм, облік, аналіз, туристична послуга, туристичний продукт.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 8.

Прокопішина Олена Вікторівна – кандидат економічних наук, доцент, кафедра бухгалтерського обліку, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

УДК 657:338.48

UDC 657:338.48

Прокопішина Е. В. Учет и анализ производства туристического продукта

В статье охарактеризовано состояние национального рынка туристических продуктов, проанализирована динамика количества субъектов туристической деятельности. На основе анализа статистических данных выявлена существенная неравномерность расположения туристических операторов, туристических агентов и субъектов, осуществляющих экскурсионное обслуживание по регионам Украины, что приводит к усложнению доступа населения отдельных регионов к туристическим услугам. Выявлен региональный дисбаланс в производстве и реализации туристического продукта, что требует разработки и реализации государственных целевых программ поддержки развития туризма. Определены деструктивные факторы в деятельности туристических предприятий, обуславливающих низкую эффективность финансово-хозяйственной деятельности в отдельных регионах Украины. Обоснованы принципы организации учетно-аналитической составляющей системы управления туристическими предприятиями.

Ключевые слова: туризм, учет, анализ, туристическая услуга, туристический продукт.

Рис.: 3. **Табл.:** 1. **Библ.:** 8.

Прокопішина Елена Викторовна – кандидат экономических наук, доцент, кафедра бухгалтерского учета, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

Prokopishyna Olena V. Accounting and Analysis of Production of a Tourism Product

The article characterises the state of the national market of tourism products and analyses dynamics of the number of subjects of tourism activity. Based on the analysis of statistical data the article detects a significant irregularity of location of tourist operators, tourist agents and subjects that carry out excursion servicing by Ukrainian regions, which results in complication of access of population of certain regions to tourism services. The article detects a regional imbalance in production and sales of tourism product, which requires development and realisation of state target-oriented programmes of support of tourism development. It identifies destructive factors in activity of tourism enterprises that cause low efficiency of financial and economic activity in some regions of Ukraine. It shows principles of organisation of accounting and analytical component of the system of management of tourism enterprises.

Key words: tourism, accounting, analysis, tourism service, tourism product.

Pic.: 3. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 8.

Prokopishyna Olena V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Accounting, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

Серед галузей світового господарства, які мають високий потенціал розширення та розвитку, міжнародні експерти впевнено відзначають туризм. Дійсно, завдяки особливим споживчим властивостям, які притаманні туристичним послугам, ця сфера світової економіки демонструє стабільне зростання, темпи якого випереджають виважені прогнози експертів ЮНВТО. Втім, у рамках національної економіки результати туристичної індустрії неможливо характеризувати як найкращі, високий туристичний потенціал України використовується не оптимально, споживання туристичних продуктів зорієнтоване переважно на імпорт, фінансово-господарська діяльність підприємств туристичного бізнесу потребує запровадження вдосконалених форм організації та планування.

Проблемам розвитку туризму в Україні присвячені роботи широкого кола науковців, в їх числі В. І. Биркович [2], Л. П. Дядечко [4], С. Г. Нездоймінов [5], В. Є. Редько [4], Т. І. Ткаченко [7]. Збалансований розвиток національного

ринку туризму неможливий в умовах низької ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств туристичної галузі. Оскільки управлінські рішення суб'єктів господарювання щодо підвищення ефективності господарських операцій повинні мати інформаційне забезпечення, база якого формується в процесі обліку та аналізу, обліково-аналітична частина загальної проблеми управління туристичними підприємствами знайшла відображення у роботах багатьох вітчизняних дослідників, зокрема Ж. А. Богданової [3], Н. В. Козубової [6]. Втім, проблеми організації обліку та аналізу основних господарських операцій суб'єктів туристичної діяльності потребують подальшого наукового опрацювання.

Подана стаття має на меті подальший розвиток окресленої проблематики шляхом обґрунтування особливостей і послідовності формування обліково-аналітичної складової системи управління господарською діяльністю суб'єктів туристичного бізнесу на технологічній основі створення і реалізації туристичного продукту.

Об'єктом соціально-економічних відносин на туристичному ринку виступають послуги різного характеру: транспортні, страхові, екскурсійні, тимчасового розміщення, організації дозвілля, харчування і т. ін., що обумовлює участь у ринкових відносинах зі споживачем низки підприємств сфери послуг. Проте, незважаючи на наявність відокремлених складових в структурі туристичної послуги, для вірної організації фінансово-господарської діяльності та визначення її нормативно-правової бази важливою є предметна ідентифікація сутності поняття «туристична послуга».

За розширеним трактуванням туристична послуга може розглядатися як «сукупність цілеспрямованих дій у сфері обслуговування, які зорієнтовані на забезпечення і задоволення потреб туриста або екскурсанта, відповідають цілі туризму, характеру й цілеспрямованості туристичної послуги, туру, туристичного продукту, які не суперечать загальнолюдським принципам моралі й доброго порядку» [1]. Згідно із Законом України «Про туризм» туристичні послуги об'єднуються в туристичний продукт – попередньо розроблений комплекс туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо).

Саме створення і реалізація туристичного продукту, а також надання туристичних послуг є нормативним критерієм, за яким підприємства відносяться до суб'єктів туристичної діяльності. Так, відповідно до ст. 5 Закону України «Про туризм» суб'єктами туристичної діяльності є:

- ✦ туристичні оператори, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання туристичних послуг;
- ✦ туристичні агенти, які здійснюють посередницьку діяльність з реалізації туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів туристичної діяльності, а також посередницьку діяльність щодо реалізації характерних та супутніх туристичних послуг;

- ✦ інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
- ✦ гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу;
- ✦ фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо.

Таким чином, до суб'єктів туристичної діяльності згідно з діючим законодавством відносять продуцентів туристичних продуктів і послуг, а також підприємства-посередники в реалізації туристичних продуктів і послуг.

Розвиток туристичного ринку України відбувається як за рахунок зростання обсягів внутрішніх і міжнародних туристичних потоків, так і за рахунок збільшення кількості суб'єктів туристичної діяльності (рис. 1). За даними Державної служби статистики України [8], протягом 2013 р. кількість туристичних операторів в Україні збільшилася на 5,94% і досягла 945 одиниць; за 2013 р. розпочало діяльність понад 280 туристичних агентств. У 2012 р. кількість туроператорів в Україні зросла на 1,7%, турагентів – на 13,95%, підприємств, які надають екскурсійні послуги, – на 11,88%. Втім, позитивна динаміка характерна не для всіх регіонів України: у 2013 р. кількість туристичних операторів збільшилася лише в Дніпропетровській, Київській, Миколаївській областях та у м. Київ, майже на третину (до 57 одиниць) скоротилося число туроператорів в Одеській області та на понад 50% (до 9 одиниць) – у Вінницькій області.

Результати локаційного аналізу засвідчують істотну нерівномірність розташування суб'єктів туристичної діяльності за регіонами України (рис. 2; області, представлені порядковими номерами на горизонтальній вісі рис. 2, відповідають табл. 1). Майже 48% туроператорів, які проводили господарську діяльність у 2013 р., зареєстровані у м. Київ, що може бути виправдано особливостями геопросторової організації бізнесу. Проте, однозначно негативним явищем для ринку України є вкрай нерівномірне розташування туристичних агентств (у 7 регіонах: Дніпропетровська, Харківська, Донецька, Запорізька, Луганська, Одеська області та м. Київ – розташовано 61% загальної кількості

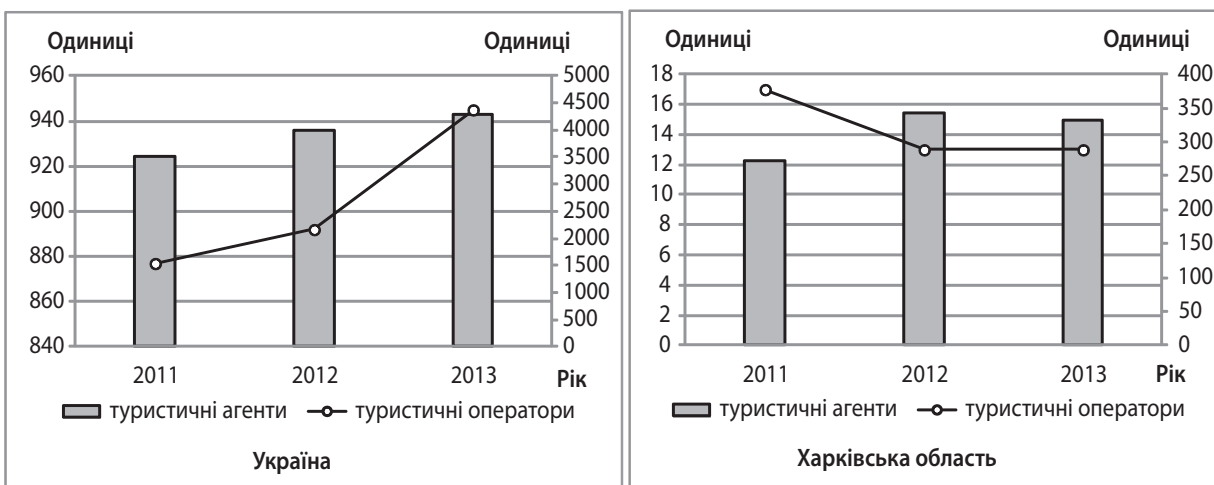


Рис. 1. Динаміка суб'єктів туристичної діяльності (побудовано автором на основі [8])

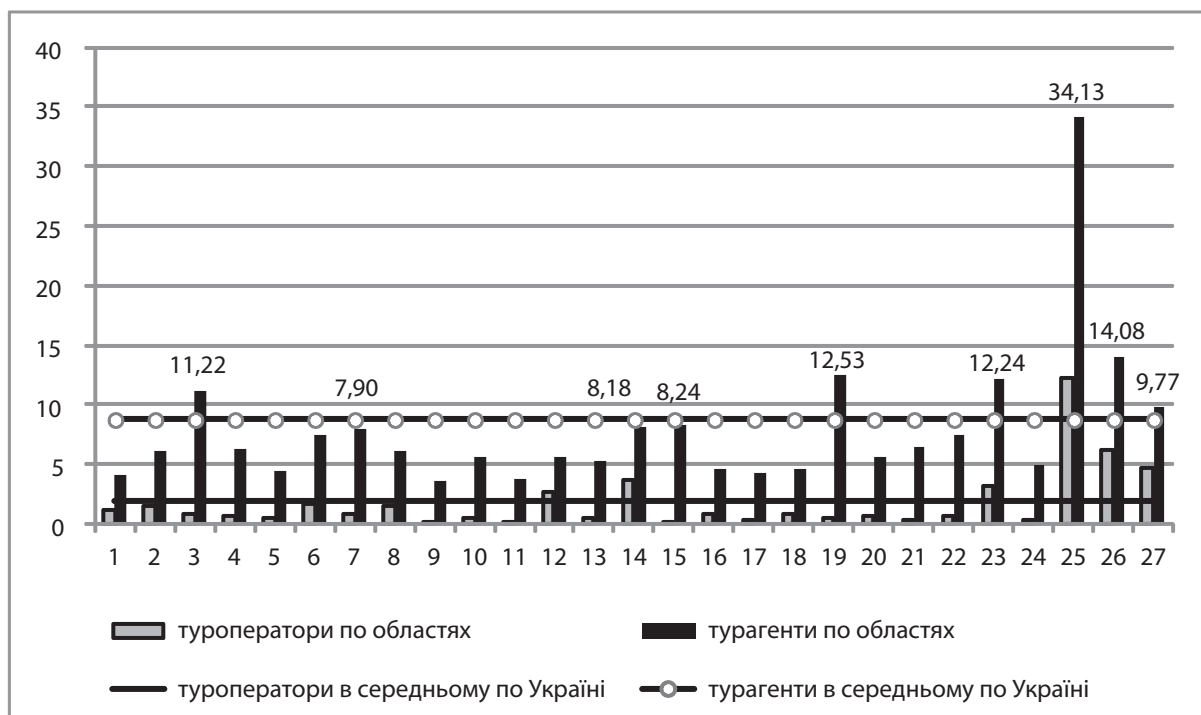


Рис. 2. Кількість суб'єктів туристичної діяльності на 100 тис. населення

вітчизняних турагенств), що призводить до ускладненого доступу населення регіону до туристичних послуг і стримує розвиток туризму.

Оскільки щільність населення за регіонами України є нерівномірною, для підтвердження висновку про регіо-

нальні диспропорції у виробництві та реалізації туристичних продуктів доцільними є розрахунки обсягів спожитих турпродуктів по відношенню до чисельності наявного населення, результати яких за статистичними даними 2012 р. наведено в *табл. 1*.

Таблиця 1

Забезпеченість населення України туристичними продуктами

№	Область	Кількість суб'єктів туристичної діяльності на 100 тис. населення		Кількість реалізованих путівок на 10 тис. населення		Кількість реалізованих туроднів на 1 тис. населення	
		Турагенти	Турагенти	Турагенти	Турагенти	Турагенти	Турагенти
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Вінницька	1,23	4,12	26,94	65,77	41,42	73,97
2	Волинська	1,54	6,15	35,83	53,58	35,58	61,59
3	Дніпропетровська	0,85	11,22	20,65	131,78	25,12	145,35
4	Донецька	0,75	6,33	20,13	96,38	19,40	104,61
5	Житомирська	0,55	4,49	18,16	54,24	16,05	59,30
6	Закарпатська	1,67	7,49	66,79	29,41	44,66	40,11
7	Запорізька	0,78	7,90	23,01	90,58	48,72	106,33
8	Івано-Франківська	1,52	6,08	329,12	46,24	124,48	54,59
9	Київська	0,17	3,66	1,35	30,71	1,83	44,37
10	Кіровоградська	0,50	5,63	19,48	61,60	19,18	54,49
11	Луганська	0,04	3,81	3,79	59,89	2,65	78,25
12	Львівська	2,68	5,71	140,73	102,22	152,33	136,57
13	Миколаївська	0,51	5,37	41,43	58,63	64,32	67,69
14	Одеська	3,76	8,18	87,65	84,85	63,96	78,65
15	Полтавська	0,14	8,24	0,14	134,19	0,19	122,47
16	Рівненська	0,78	4,58	13,01	69,29	10,07	83,52
17	Сумська	0,35	4,29	11,55	55,72	13,47	58,91

1	2	3	4	5	6	7	8
18	Тернопільська	0,93	4,64	4,46	28,97	17,17	42,71
19	Харківська	0,47	12,53	14,08	183,04	15,82	236,83
20	Херсонська	0,65	5,66	18,71	74,42	4,73	51,00
21	Хмельницька	0,38	6,39	45,13	151,89	17,70	85,91
22	Черкаська	0,63	7,49	8,10	48,91	13,38	66,06
23	Чернівецька	3,20	12,24	35,20	80,62	87,47	106,83
24	Чернігівська	0,28	4,92	2,92	44,66	9,62	65,79
25	м. Київ	12,34	34,13	1849,93	288,50	2355,09	309,10
26	м. Севастополь	6,26	14,08	567,63	514,56	1019,65	302,22
27	АР Крим	4,78	9,77	223,59	151,13	259,98	183,72
У середньому по Україні		1,96	8,79	166,91	105,05	199,28	115,28

Аналіз структури виробництва турпродуктів підтверджує суттєві регіональні відмінності: у 2012 р. більше 100 путівок на 10 тис. населення реалізовано турагенствами, розташованими в Дніпропетровській, Львівській, Полтавській, Харківській, Хмельницькій областях, АР Крим, м. Севастополь та м. Київ, кількість днів туристичного обслуговування по відношенню до чисельності населення в цих регіонах також перевищує відповідний середній показник по Україні.

Суттєвим негативним індикатором є низька ефективність господарських операцій суб'єктів туристичної діяльності виділених регіонів. Операційні витрати туроператорів Вінницької області становлять 51,48% вартості туристичних путівок, АР Крим – 56,58%, м. Севастополь – 57,90%, Харківської – наближаються до 100% вартості туристичних путівок, операційні витрати туроператорів Полтавської області на 27% більше вартості путівок.

Незадовільна ефективність фінансово-господарської діяльності актуалізує завдання обліку і аналізу витрат підприємств туристичної індустрії. Витрати суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту, поділяються на: витрати на розміщення і проживання, витрати на транспортне обслуговування, витрати на харчування, витрати на медичне обслуговування, витрати на екскурсійне обслуговування, витрати на візове обслуговування, витрати на послуги культурно-освітнього і культурно-дозвільного характеру, витрати на інші послуги, які використовуються при виробництві туристичного продукту. Структуру цих витрат за результатами діяльності туроператорів, тур агентів та суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність, демонструє *рис. 3*.

У структурі собівартості туристичних продуктів, реалізованих за посередництвом турагентів, суттєво переважають витрати на розміщення і проживання туристів (понад 70%). Екскурсійні бюро традиційно пропонують переважно короточасні тури, отже в структурі витрат домінують транспортні витрати (а саме обслуговування екскурсійними автобусами). Транспортні витрати мають суттєву частку у собівартості тур продуктів, які реалізуються населенню безпосередньо туроператорами (майже 41% – у 2011 р. і 35% – у 2012 р.). Саме господарські операції з постачальниками туристичних послуг при виробництві турпродуктів визначають специфіку роботи окремого підприємства-суб'єкта туристичної діяльності.

Отже, обліково-аналітичний підрозділ продуцента туристичного продукту має виконувати такі завдання:

- ✦ формування повної і достовірної інформації про діяльність туристичного підприємства та його майновий стан;
- ✦ забезпечення контролю за використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів;
- ✦ здійснення розрахунків за договорами зі постачальниками послуг, які використовуються при виробництві туристичного продукту;
- ✦ своєчасне попередження негативних явищ у господарсько-фінансовій діяльності, виявлення і мобілізація внутрішньогосподарських резервів;
- ✦ облік і контроль розрахунків з постачальниками супутніх та характерних туристичних послуг, а також безпосередніми замовниками та туристичними агентами.
- ✦ розрахунок на сплата податків, обов'язкових платежів і зборів до державного та місцевих бюджетів.

Належне функціонування обліково-аналітичної складової системи управління суб'єктів туристичної діяльності дозволить формування та ефективне використання інформаційної бази прийняття рішень з метою підвищення ефективності виробництва та реалізації туристичних продуктів на ринку України та за її межами. Поряд з цим розвиток туристичної діяльності в Україні потребує проведення зваженої державної політики, націленої на мінімізацію регіональних диспропорцій.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз на основі статистичних даних кількісно доводить суттєвий регіональний дисбаланс ринку туристичних продуктів, що стримує попит населення на послуги внутрішнього та міжнародного туризму і гальмує розвиток туристичної індустрії в цілому. Вирішення виявлених проблем повинно відбуватися одночасно як на рівні окремих суб'єктів господарювання, котрим рекомендовано впроваджувати адаптивну систему обліку і аналізу виробництва та реалізації туристичних продуктів, так і на рівні державної влади шляхом втілення заходів, спрямованих на усунення регіональних диспропорцій туристичного ринку. Важливим завданням подальших наукових досліджень стає наукове обґрунтування методів та інструментів державного регулювання ринку туристичних продуктів України. ■

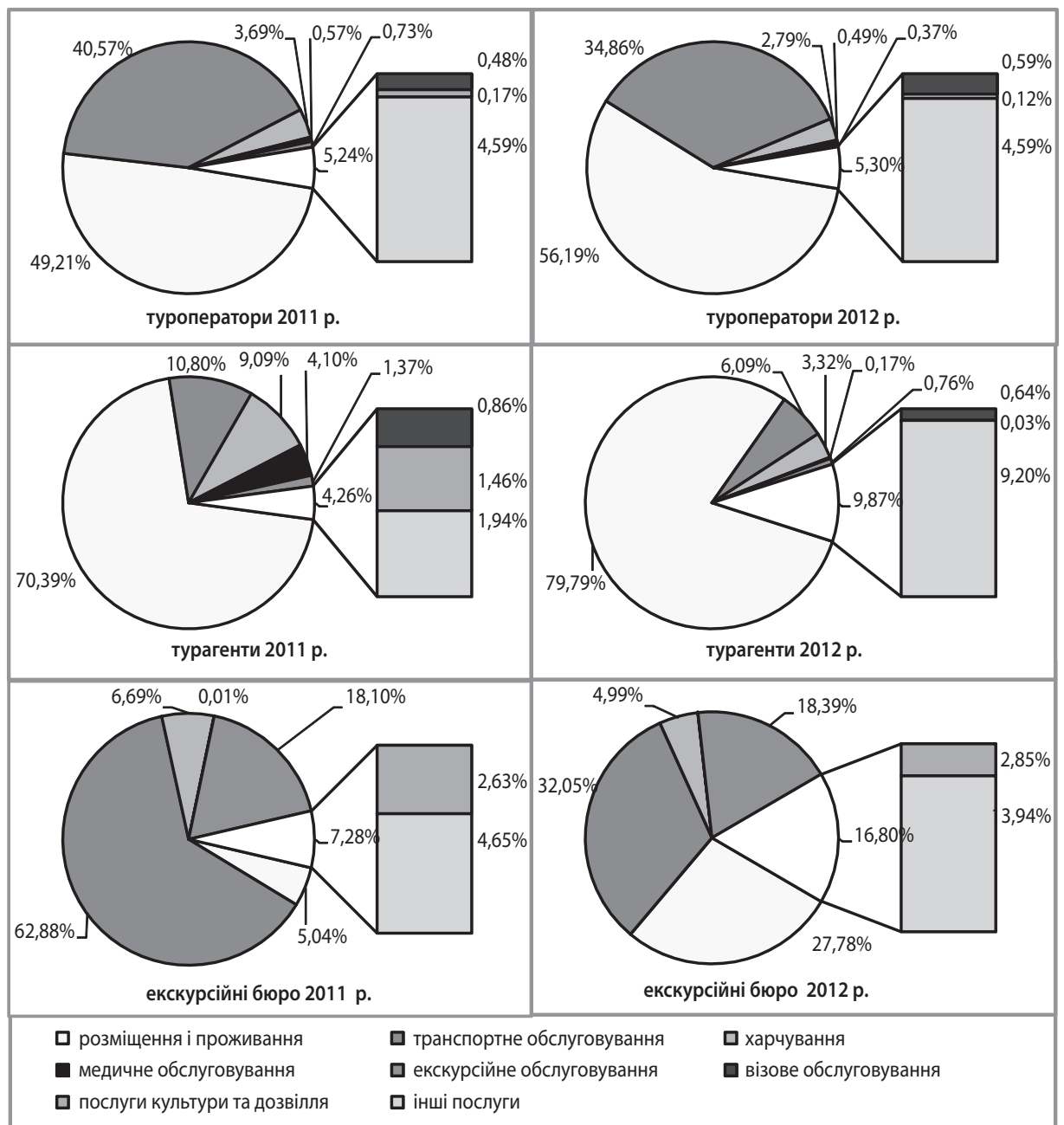


Рис. 3. Структура витрат суб'єктів туристичної діяльності на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту (побудовано автором на основі [8])

ЛІТЕРАТУРА

1. Биржаков М. Б. Глоссарий терминов международного туризма / М. Б. Биржаков, К. М. Биржаков, В. И. Никифоров и др. – С-Пб, 1997. – 186 с.
 2. Биркович В. І. Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні [Текст] : автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. : 25.00.02 / В. І. Биркович ; Гуманіт. ун-т «Запоріж. ін-т держ. та муніцип. упр.». – Запоріжжя : [б. и.], 2007. – 20 с.
 3. Богданова Ж. А. Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності : автореферат дис. ... канд. екон. наук ; спец. 08.00.09 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит [Текст] / Ж. А. Богданова. – Ж. : ЖДТУ, 2011. – 20 с.
 4. Дядечко Л. П. Теорія і практика логістизації механізмів формування та обслуговування туристських потоків : монографія / Л. П. Дядечко, В. Є. Редько. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2010. – 243 с.

5. Нездоймінов С. Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму : монографія / С. Г. Нездоймінов. – Одеса : Пальміра, 2011. – 344 с.
 6. Прокопшина О. В. Обліково-аналітична підтримка державних програм розвитку туризму [Текст] / О. В. Прокопшина, Н. В. Козубова // Бизнес Информ. – 2012. – № 9. – С. 142 – 144.
 7. Ткаченко Т. І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія [Текст] / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
 8. Туристична діяльність в Україні у 2013 році: статистичний бюлетень [Текст]. – К. : Державна служба статистики України, 2014. – 272 с.

REFERENCES

Birzhakov, M. B., Birzhakov, K. M., and Nikiforov, V. I. *Glossary terminov mezhdunarodnogo turizma* [Glossary of international tourism]. St. Petersburg, 1997.