

В последнее десятилетие ведутся разговоры о возрождении “Великого шелкового пути” и установлении координирующей роли Крыма в этом процессе. В октябре 2003 г. проведена специальная научно-практическая конференция в Судаче, посвященная этой проблеме, что свидетельствует о привлечении к ней деловых и научных кругов.

Возрождение «Великого шелкового пути» – это современный подход к международной интеграции, это своеобразный организационный стержень, обеспечивающий взаимодействие стран на пути глобализации процессов их социально-экономического развития. Каждая страна должна получить свой выигрыш от такой интеграции. В основе решения задачи обеспечения взаимной полезности всех стран в процессе воссоздания содружества «Великий шелковый путь» должны быть соответствующие концептуальные положения, научно-обоснованные и доступные для всех участников этого процесса.

Бытует множество подходов для формирования этой концепции, обоснования ее структуры. Главным же компонентом этих подходов является отрицание воссоздания древнего караванного пути за шелком в Азию и с шелком назад. Наибольшее признание получает как стержень взаимодействия стран в содружестве «Великий шелковый путь» предложение о формировании международного туристического маршрута, поддерживаемого всеми взаимодействующими здесь странами. Разработка такого маршрута может быть организована в рамках специального международного проекта исследовательского характера на первых порах, а в последующем – проекта инвестиционного направления.

Для Крыма, его туристического комплекса это движение весьма своевременно. Как показал анализ статистических данных о развитии туризма и взаимодействующих с ним отраслей в Крыму, этот процесс – движущийся в море корабль без руля и ветрил. Системообразующей роли в социально-экономическом развитии Крыма туристическая индустрия сегодня не играет.

В нашей стране 20 лет назад широкое распространение получил программно-целевой подход, на основе которого ставились и в какой-то степени решались отдельные проблемы комплексного социально-экономического развития регионов, отраслей, страны. Известные программы под названием «Труд», «Материалоёмкость», «Товары народного потребления», «Качество» (Комплексная система управления качеством продукции и эффективным использованием ресурсов), «Аттестация» внесли свой вклад в развитие экономики Украины. Лучшие из них экспонировались на Выставках достижений народного хозяйства в Москве и Киеве. Этот подход предложил возродить в системе управления развитием страны Президент Украины Л. Д. Кучма на стыке столетий. Очевидно и для решения проблемы возрождения «Великого шелкового пути» программно-целевой подход также наиболее подходящая организационная форма.

6. Выводы и предложения

В задачи ученых Крыма, а в последующем и руководителей Правительства и органов местного самоуправления, входит при таком подходе, - формирование концепции программно-целевого управления процессами системообразующего развития курортно - туристического комплекса в Крыму. На этой основе может быть разработана целевая программа интеграции народно - хозяйственного комплекса Крыма в международный проект «Великий шелковый путь».

Роль бенчмаркинга в решении комплекса проблем здесь сводится к постоянному сравнению намечаемых к достижению результатов с лучшими достижениями в этом направлении других стран. В вопросах развития туризма и обеспечивающих его отраслей мировые стандарты отработаны достаточно четко. Поэтому в этапах реализации отмеченной целевой программы можно также четко показать пути достижения этих стандартов. Это большая и сложная работа многих организаций Крыма и Украины, а также ряда стран зарубежья, но она вполне осуществима, так как может иметь достаточно обоснованную целевую ориентацию.

Источники и литература

1. Автономна Республіка Крим в 2002 році. Статистичний щорічник. – Сімферополь, 2003. – 601 с.

Пожарицька І.М. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ В ТУРИЗМІ

Постановка проблеми. У світовому експорті сьогодні туризм займає третє місце. На першому місці нафта і нафтопродукти, що становлять 8,9%, на другому – автомобільна промисловість – 7,7%, третє місце туризму – 7,4% з його наростаючою динамікою підтверджує прогнози експертів Всесвітньої туристичної організації (ВТО) про те, що ця сфера економіки вже в найближче десятиріччя вийде на перше місце в обсязі світового експорту.

Дослідження проблем формування собівартості в туризмі знаходить своє відображення в роботах В.В. Шмагина, С.К. Харичкова [1], В.Г. Герасименко [2], а також необхідно враховувати методичні рекомендації і положення [3, 4, 5, 6] для аналізу цієї теми. Проблеми формування собівартості в туризмі вивчаються в рамках науково-дослідної роботи кафедри облік і аудит Кримської академії природоохоронного та курортного будівництва.

Мета статті – дослідити особливості формування собівартості туристичних послуг і туристичного продукту на різних етапах технологічного циклу в туризмі.

Аналіз функцій рекреаційно-туристичної сфери підтверджує, що цей сектор національної економіки за наявності необхідних передумов вже не можна розглядати як другорядний в контексті сучасних соціально економічних пріоритетів. Саме така методологічна посилка дозволяє трактувати рекреаційно-туристичну діяльність як найважливіший чинник не тільки забезпечення ефективного природокористування і підви-

підвищення рівня здоров'я населення, але і в широкому значенні слова як умова підвищення якості життя громадян України і реалізації принципів їх безпеки життєдіяльності [1, с.24].

Індустрію туризму утворюють підприємства, що випускають товари і послуги, виробництво яких не може існувати без туризму. До них відносяться: підприємства, що надають послуги з розміщення: готелі, мотелі, кемпінги, що здаються в оренду приватні квартири або будинки, пансіонати, будинки відпочинку і інші; підприємства громадського харчування, якщо вони є невід'ємною частиною підприємств, надаючих послуги з розміщення (ресторани в готелях, їдальні в пансіонатах і будинках відпочинку і ін.); туристичні фірми, що займаються організацією і продажем турів; транспортні організації, що займаються туристичними перевезеннями; учбові заклади по підготовці і підвищенню кваліфікації фахівців туристичної індустрії; інформаційні і рекламні служби; органи управління туризмом: державні установи, науково-дослідницькі організації; підприємства по виробництву товарів туристського попиту; підприємства роздрібною торгівлі з продажу товарів туристського попиту [2, с.30].

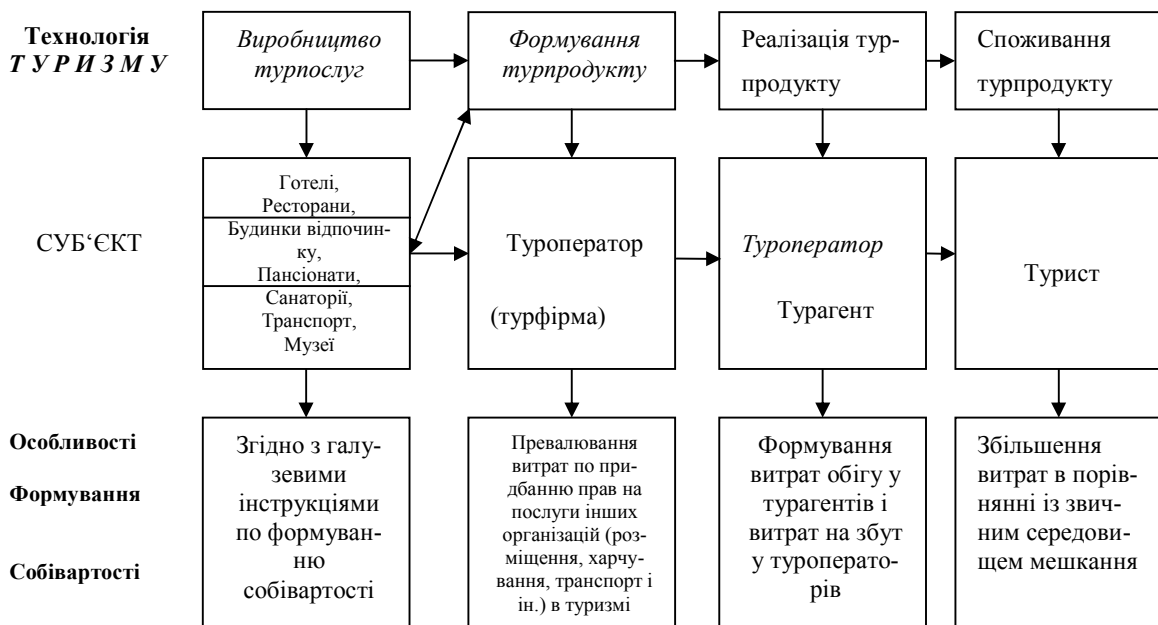
З даного переліку найбільший інтерес для дослідження представляють туристичні і санаторно-курортні підприємства, оскільки тільки вони не мають методичних розробок в області обліку витрат і калькулювання собівартості послуг.

Не дивлячись на те, що туристичні фірми відносяться по КВЕДу до транспортної галузі, безумовно, що методичні рекомендації по обліку витрат на підприємствах транспорту не відображають специфіку туристичних послуг, що надаються.

Технологічно в системі туристичної індустрії можна виділити чотири ланки: виробництво туристичних послуг; формування туристичного продукту; реалізація туристичного продукту; споживання туристичного продукту (мал 1.).

Виробництво туристичних послуг формує туристична індустрія (харчування, розміщення, лікування, транспортування, екскурсії, культурно-масові заходи і ін.). Вельми складними і специфічними сферами є процес формування туристичного продукту (туру) і його подальша реалізація на туристичному ринку. Ці функції виконують туроператори і турагенти.

Завершальна ланка системи туризму – споживання туристичного продукту також має свою специфіку. Однієї із особливостей туристичного споживання є перевищення витрат туристів в порівнянні із звичним середовищем мешкання. Це пов'язано з підвищеними витратами на транспорт, житло, харчування, а також на культурні і ділові заходи.



Мал.1. Особливості формування собівартості послуг, турпродукту суб'єктів залежно від технологічного циклу в туризмі

Підприємства і організації, що надають первинні туристичні послуги (розміщення, харчування, транспортування, розваги і ін.) формують собівартість послуг згідно галузевих методичних рекомендацій, зокрема:

Методичним рекомендаціям з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затвердженим наказом Міністерства транспорту України від 5 лютого в 2002 р. № 65 [3];

Методичним рекомендаціям з планування, обліку і калькулювання собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства, затверджених наказом Державного

комітету будівництва, архітектури та житлової політики України від 6 березня 2002 року № 47 [4];

Методичним рекомендаціям з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності, затверджених наказом Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України від 22 травня 2002 р. № 145 [5];

Методичним матеріалів з планування діяльності санаторно-курортних закладів згідно з вимогами Положень /стандартів/ бухгалтерського обліку, затвердженим рішенням правління ЗАТ лікувально-оздоровчих закладів профспілок України “Укрпрофоздоровниця” від 23.01.2001 № П5-1р [6].

Особливістю формування туристичного продукту туроператорами – турфірмами є придбання прав на послуги інших сторонніх організацій (розміщення, харчування, транспорту, розваг, екскурсій, лікування і ін.). Частка таких витрат може перевищувати 70% всієї собівартості пугівки (туру, ваучера). Проте, якщо туроператор має власну базу розміщення (пансіонат, база відпочинку і ін.), то собівартість турпродукту складається безпосередньо з вартостей окремих туристичних послуг, що надаються їм самостійно. На мал. 2 представлені особливості угруповання витрат по статтях калькуляції для санаторно-курортних і туристичних підприємств, що є туроператорами.

Турфірми (туроператори)	П(С)БО 16 «Витрати»	Санаторно-курортні установи
Права на послуги: мешкання, харчування, транспорту, екскурсій, оформлення віз, страхівка	Прямі матеріальні витрати	продукти харчування, медикаменти, лікувальні процедури, екскурсій, експлуатаційні витрати (вода, паливо, енергія)
Заробітна платня супроводжуючих, перекладачів, гідів	Прямі витрати на оплату праці	Пряма заробітна платня
Нарахування на з'пл. Амортизація НА Інші прямі витрати	Інші прямі витрати	Нарахування на з'пл Амортизація НА Інші прямі витрати
Витрати по освоєнню нових турів, ЗВВ	Загальновиробничі витрати (ЗВВ)	ЗВВ згідно п.15 П(С)БО 16
Адміністративні витрати		Адміністративні витрати
Витрати на збут		Витрати на збут
Інші операційні витрати		Інші операційні

Мал.2. Угруповання витрат по статтях калькуляції санаторно-курортних і туристичних підприємств з врахуванням вимог П(С) БО 16

При реалізації турпродукту у туроператорів виникають витрати на збут, пов'язані з просуванням і продажем турів, пугівок. Якщо для реалізації притягуються посередники-турагенти, то у них відбувається формування витрат обігу, як в торгових організаціях. При цьому турагенти можуть працювати за різними схемами договірних відносин: на основі договору купівлі-продажу; на основі посередницьких договорів (комісії, доручення, агентської угоди) як з туроператором, так і з туристом. Для них тур продукт – це товар. Залежно від вибраної схеми діяльності по-різному формуватимуться і витрати таких турагентів.

Таким чином, обгрунтований методичний підхід до формування собівартості послуг в туризмі залежно від технологічного циклу. Подальшому дослідженню підлягає система калькулювання послуг в санаторно-курортній сфері.

Джерела та література

1. Шмагина В.В., Харичков С.К. Рекреация и туризм в системе современных экономических приоритетов социально-экономического развития. – Одеса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. – 70 с.
2. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса: Учебн. пособие. – Одесса: Черноморье, 1997. –160 с.
3. Методичні рекомендації з формування собівартості перевезень (робіт, послуг) на транспорті, затверд. наказом Міністерства транспорту України від 5 лютого 2002 р. № 65.
4. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулюванню собівартості робіт (послуг) на підприємствах і в організаціях житлово-комунального господарства, затверд. наказом Державного комітету будівництва, архітектури та житлової політики України від 6 березня 2002 року № 47.
5. Методичні рекомендації з формування складу витрат та порядку їх планування в торговельній діяльності, затверд. наказом Міністерства економіки та з питань Європейської інтеграції України від 22 травня 2002 р. № 145.
6. Методичні матеріали з планування діяльності санаторно-курортних закладів згідно з вимогами Положень /стандартів/ бухгалтерського обліку, затверд. рішенням правління ЗАО лікувально-оздоровчих закладів профспілок України “Укрпрофоздоровниця” від 23.01.2001 № П5-1р.