

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНА ПІДТРИМКА ДЕРЖАВНИХ ПРОГРАМ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

ПРОКОПІШИНА О. В., КОЗУБОВА Н. В.

УДК 657.44:338.486.2

Прокопiшина О. В., Козубова Н. В. Обліково-аналітична підтримка державних програм розвитку туризму

Стаття висвітлює результати розбудови системи обліково-аналітичної підтримки державного регулювання ринку туристичних послуг. На основі запропонованих показників визначено вплив туристичної галузі на формування ВВП і платіжного балансу України, проаналізовано дохідність туристських прибуттів. Розкрито основні проблеми національного ринку туристичних послуг і перспективні важелі державного регулювання розвитку туризму в Україні.

Ключові слова: туризм, розвиток туризму, обліково-аналітична підтримка, державне регулювання.

Рис.: 5. **Табл.:** 3. **Формул:** 2. **Бібл.:** 3.

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

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

Козубова Наталія Вікторівна – аспірантка, кафедра туризму, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

УДК 657.44:338.486.2

UDC 657.44:338.486.2

Прокопiшина Е. В., Козубова Н. В. Учетно-аналитическая поддержка государственных программ развития туризма

Статья посвящена формированию системы учетно-аналитической поддержки государственного регулирования рынка туристических услуг. На основе предложенных показателей определено влияние туристической отрасли на ВВП и платежный баланс Украины, проанализирована доходность туристических прибытий. Раскрыты основные проблемы национального рынка туристических услуг и перспективные рычаги государственного регулирования развития туризма в Украине.

Ключевые слова: туризм, развитие туризма, учетно-аналитическая поддержка, государственное регулирование.

Рис.: 5. **Табл.:** 3. **Формул:** 2. **Библ.:** 3.

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

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

Козубова Наталья Викторовна – аспирантка, кафедра туризма, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

Prokopishina Y. V., Kozubova N. V. Accounting and Analytical Support of State Development Programs for Tourism

The paper presents a proposal for composition of information and analytical support system for state regulation of tourism. On the base of proposed indicators the paper reveals tourism impact on gross domestic product, international balance of payments and national accounts. The proper estimates and analytical findings on international tourist arrivals for Ukraine are given. Also the paper discloses the main problems of national travel market and potential leverages of state regulation of tourism in Ukraine.

Key words: tourism, tourism development, accounting and analytical support, state regulation.

Pic.: 5. **Tabl.:** 3. **Formulae:** 2. **Bibl.:** 3.

Prokopishina Yelena V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Accounting, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: elena_prokopishin@mail.ru

Kozubova Natalya V. – Postgraduate Student, Department of Tourism, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

Динамічний розвиток туристичної індустрії на світовому рівні обґрунтовує ставлення до туризму як до «феномену ХХІ століття», який є невід'ємною складовою життя більшості людей світу і одним з провідних напрямків соціально-економічної діяльності. Досвід багатьох країн – аттракторів туристичних потоків засвідчує, що розвиток туристично-рекреаційної сфери національної економіки базується на виваженій, систематичній, науково-обґрунтованій підтримці з боку державної та регіональної влади.

Науковому обґрунтуванню механізму функціонування ринку туристичних послуг, проблемам формування і організації споживання туристичного продукту, особливостям розробки і реалізації державних програм регулювання діяльності підприємств туристичної галузі (ПТГ) присвячені дослідження багатьох науковців, зокрема А. Ю. Александрової, В. Г. Герасименко, І. В. Зоріна, Н. І. Кабушкіна, В. М. Козирева, О. О. Любимцевої,

Т. В. Румянцевої, Т. І. Ткаченко. На основі наукових здобутків вітчизняних і зарубіжних дослідників розроблено концепцію розвитку туризму в Україні, яка направлена на забезпечення правових, організаційних і економічних умов формування сучасної туристичної індустрії.

Втім, державна політика України в сфері туристичного бізнесу потребує створення та невпинного розвитку методологічної бази державного управління, важливою компонентою якої є обліково-аналітичне забезпечення. Подана стаття має на меті подальший розвиток інформаційно-аналітичного комплексу показників розвитку туризму шляхом його доповнення, структурування, а також виявлення економічної сутності та взаємозв'язків між показниками.

Узагальнення результатів досліджень вітчизняних і зарубіжних науковців, рекомендацій Всесвітньої туристської організації (ВТО) і врахування реалій туристичного бізнесу України обґрунтовують доцільність ви-

користання для оцінки і аналізу рівня розвитку туристичної галузі таких груп показників:

- 1) коефіцієнти співвідношення продукту туристичної галузі і ВВП;
- 2) коефіцієнти співвідношення результатів зовнішнього туризму та зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД);
- 3) коефіцієнти співвідношення податкових платежів підприємств туристичної галузі та загальних надходжень до державних та місцевих бюджетів;
- 4) коефіцієнти дохідності туристських прибуттів.

Узагальнюючим показником, що характеризує результат функціонування економічних суб'єктів країни в абсолютному вартісному вимірі, є валовий внутрішній продукт. Фахівці ВТО, а також широке коло вітчизняних і зарубіжних дослідників, у т. ч. [2, 3], відзначають інформаційно-аналітичну значимість показників, які співставляють продукт, створений суб'єктами туристичної діяльності, з валовим внутрішнім продуктом країни.

У цій групі, на нашу думку, доцільно розраховувати показники (табл. 1), які характеризують:

- ✦ частку продукту підприємств туристичної галузі, які є резидентами України, у ВВП (K_{11});
- ✦ відношення вартості туристичного продукту, наданого споживачам-резидентам іноземними підприємствами туристичної галузі, до ВВП (K_{12});
- ✦ сальдо зовнішнього туризму, визначеного як різницю між вартістю туристичних послуг, наданих вітчизняними підприємствами іноземним громадянам, і вартістю туристичних послуг, наданих іноземними підприємствами громадянам України, по відношенню до ВВП (K_{13});
- ✦ частку вартості спожитих туристичних продуктів у кінцевих споживчих витратах резидентів України (K_{14});
- ✦ співвідношення змін у споживчих цінах туристичної галузі та національної економіки в цілому (K_{15}).

Одна з переваг використання для аналізу розвитку туристичної галузі коефіцієнту співвідношення індексу цін туристичних продуктів та загального індексу споживчих цін (K_{15}) полягає в тому, що цей показник опосередковано відображає рівень конкурентоздатності галузі у порівнянні з іншими галузями національної економіки. Індекс споживчих цін туристичної галузі, який випереджує загальний індекс споживчих цін ($K_{15} > 1$) засвідчує високу конкурентоспроможність туристичних продуктів с туристичних підприємств у цілому, що досягається за рахунок високої якості послуг, організації туристичного обслуговування, ефективності управління господарюючим суб'єктом туристичної галузі. Позитивні висновки особливо обґрунтовані, якщо сприятливе значення показника K_{15} доповнюється високими темпами зростання доходів туристичної галузі та/або частки туристичного продукту у ВВП.

У протилежному випадку ($K_{15} < 1$) пропозиція туристичних послуг не забезпечена платоспроможним попитом, і в умовах зростання цін на інші групи споживчих товарів і послуг споживачі переорієнтують попит не на користь туристичних продуктів. У такій ситуації суб'єктам управління як державного, так і нижчих рівнів управління, необхідно усвідомлювати та враховувати під час прийняття управлінських рішень, що в разі формування кризових тенденцій в економіці туристична галузь зазнає стрімкого падіння платоспроможного попиту. Для недопущення відповідних негативних явищ необхідною є систематична випереджувальна робота з метою збагачення туристичного потенціалу країни (на рівні органів державного управління) і підвищення ефективності управління фінансово-господарською діяльністю (на рівні управління підприємством туристичної галузі).

Деякими дослідниками зазначається, що співставлення ВВП та продукту туристичної галузі (у т. ч. і для розрахунку показника K_{15}) ускладнюється недосконалістю чинних методичних підходів формування даних державними органами статистики. Для вирішення подібної проблеми, яка є актуальною не лише для України, кон-

Таблиця 1

Показники співвідношення продукту туристичної галузі та валового внутрішнього продукту

Показник	Розрахункова формула	Умовні позначки
Частка туристичного продукту вітчизняного походження у ВВП (K_{11})	$K_{11} = \frac{D_{BT} + D_{ET}}{ВВП} \cdot 100\%$	D_{BT} – доходи підприємств туристичної галузі від реалізації послуг внутрішнього туризму;
Частка спожитого туристичного продукту іноземного походження у ВВП (K_{12})	$K_{12} = \frac{D_{IT}}{ВВП} \cdot 100\%$	D_{ET} – доходи підприємств туристичної галузі від реалізації послуг іноземним туристам;
Сальдо зовнішнього туризму по відношенню до ВВП (K_{13})	$K_{13} = \frac{D_{ET} - D_{IT}}{ВВП} \cdot 100\%$	$ВВП$ – валовий внутрішній продукт;
Частка туристичного продукту у витратах домогосподарств (K_{14})	$K_{14} = \frac{D_{BT} + D_{ET}}{ВД} \cdot 100\%$	D_{IT} – вартість туристичних продуктів спожитих вітчизняними туристами в процесі виїзного туризму;
Коефіцієнт співвідношення індексу цін туристичних продуктів та загального індексу споживчих цін (K_{15})	$K_{15} = \frac{ІСЦ_T}{ІСЦ}$	$ВД$ – кінцеві споживчі витрати домашніх господарств
		$ІСЦ_T$ – індекс споживчих цін туристичної галузі;
		$ІСЦ$ – загальний індекс споживчих цін

сультант ВТО Дж. Моралес (Juan Morales) [3] пропонує використовувати статистичну інформацію, акумульовану для виду економічної діяльності «Діяльність готелів і ресторанів», а також враховувати відповідні показники діяльності підприємств, що надають послуги пасажирського транспорту. Саме з урахуванням такої пропозиції та на основі офіційної статистичної інформації [1] проведено розрахунки окремих показників співвідношення продукту туристичної галузі та ВВП, результати яких представлено на *рис. 1* та *рис. 2*.

і виявляють чуттєвість попиту на туристичні продукти до сезонних чинників. Розрахований показник (K_{15}) підтверджує, що туристичному ринку України характерне зростання платоспроможного попиту протягом літніх місяців ($K_{15} > 1$ та $K_{15} \in [1,008946; 1,020284]$) та його зниження у осінньо-зимовий період ($K_{15} < 1$ та $K_{15} \in [0,999013; 0,986365]$). Отже, обґрунтованими є управлінські рішення з метою подолання сезонності і підвищення привабливості туристичних продуктів протягом осінніх і зимових місяців, поряд з тим, у цілому, туристичний

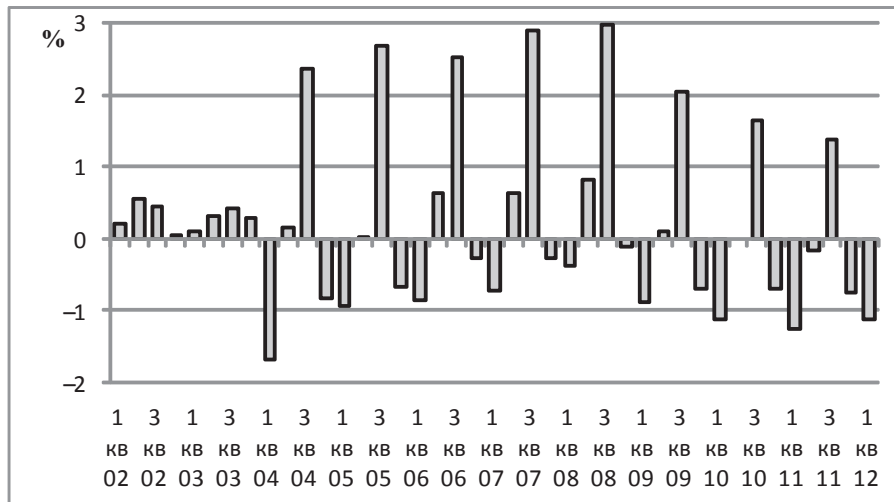


Рис. 1. Динаміка сальдо зовнішнього туризму по відношенню до ВВП (K_{13})

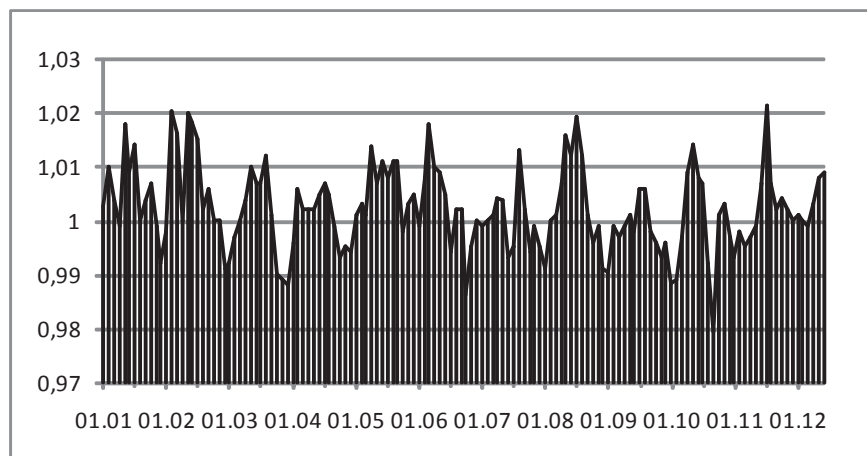


Рис. 2. Динаміка коефіцієнта співвідношення індексу цін туристичних продуктів і загального індексу споживчих цін (K_{15}) у 2001 – 2012 рр.

Протягом досліджуваного періоду сальдо зовнішнього туризму складало від 1,68% ВВП (від'ємне сальдо у 1 кварталі 2004 р.) до 2,98% ВВП (позитивне сальдо у 3 кварталі 2008 р.) З 1 кварталу 2004 р. спостерігається сезонні риси в зовнішньому туризмі України: 4 та 1 квартали року характеризуються перевищенням зарубіжного туризму у структурі туристичних потоків, і лише в 3 кварталі збільшення операцій іноземного туризму створює позитивне сальдо зовнішнього туризму.

Результати розрахунків, продемонстровані на *рис. 2*, засвідчують несуттєве коливання коефіцієнта співвідношення індексу цін туристичних продуктів і загального індексу споживчих цін (K_{15}) у діапазоні [0,986; 1,020]

тичний ринок України характеризується стійким і зростаючим платоспроможним попитом.

Природа господарської діяльності підприємств туристичної галузі обумовлює їх широке залучення до сфери зовнішньоекономічних відносин. Отже, значимим є виявлення рівня розвитку туристичної галузі шляхом співставлення результатів функціонування цієї галузі з результатами роботи зовнішньоекономічного сектора національної економіки в цілому. Показники другої групи (*табл. 2*) характеризують частку операцій туристичних підприємств у зовнішній торгівлі товарами і послугами, розкривають вплив експорту-імпорту туристичних продуктів на платіжний баланс країни, виявляють рівень

покриття валютних коштів, витрачених громадянами України на оплату туристичних послуг у процесі виїзного туризму, надходженнями валютних коштів на рахунки вітчизняних ПТГ від іноземних туристів у процесі споживання послуг в'їзного туризму, тощо.

туристичних послуг, наданих нерезидентам у період сезонних піків (3 квартал), становить від 36,96% до 52,90% від вартості експортованої продукції металургійної галузі (у 3 кварталі 2006 р. і 2009 р. відповідно), від 75,45% до 197,68% від вартості експортованої мінеральної про-

Таблиця 2

Показники співвідношення результатів зовнішнього туризму та ЗЕД

Показник	Розрахункова формула	Умовні позначки
Частка іноземного туризму в експорті товарів та послуг (K_{211})	$K_{211} = \frac{H_{ET}}{E_T + E_{II}} \cdot 100\%$	H_{ET} – валютні надходження від реалізації туристичних продуктів іноземним туристам вітчизняними підприємствами; E_T – валютні надходження від експорту товарів; E_{II} – валютні надходження від експорту послуг
Коефіцієнт співвідношення іноземного туризму та експорту товарів (K_{212})	$K_{212} = \frac{H_{ET}}{E_T} \cdot 100\%$	
Частка іноземного туризму в експорті послуг (K_{213})	$K_{213} = \frac{H_{ET}}{E_{II}} \cdot 100\%$	
Коефіцієнт співвідношення іноземного туризму та експорту основного товару зовнішньої торгівлі (K_{214})	$K_{214} = \frac{H_{ET}}{E_{OT}} \cdot 100\%$	E_{OT} – валютні надходження від експорту основного товару зовнішньої торгівлі
Коефіцієнт співвідношення іноземного туризму та іноземних інвестицій в національну економіку (K_{215})	$K_{215} = \frac{H_{ET}}{II_H} \cdot 100\%$	II_H – надходження прямих іноземних інвестицій у національну економіку
Коефіцієнт збалансованості валютних потоків у зовнішньому туризмі (K_{221})	$K_{221} = \frac{H_{ET}}{H_{IT}} \cdot 100\%$	H_{IT} – витрачання валютних коштів вітчизняними туристами на оплату туристичних продуктів іноземних підприємств
Частка зарубіжного туризму в імпорті товарів та послуг (K_{231})	$K_{231} = \frac{H_{IT}}{I_T + I_{II}} \cdot 100\%$	
Коефіцієнт співвідношення зарубіжного туризму та імпорту товарів (K_{232})	$K_{232} = \frac{H_{IT}}{I_T} \cdot 100\%$	I_T – витрачання валютних коштів на імпорт товарів; I_{II} – витрачання валютних коштів на імпорт послуг;
Частка зарубіжного туризму в імпорті послуг (K_{233})	$K_{233} = \frac{H_{IT}}{I_{II}} \cdot 100\%$	
Коефіцієнт співвідношення зарубіжного туризму та імпорту основного товару зовнішньої торгівлі (K_{234})	$K_{234} = \frac{H_{IT}}{I_{OT}} \cdot 100\%$	I_{OT} – витрачання валютних коштів на імпорт основного товару зовнішньої торгівлі;
Коефіцієнт співвідношення зарубіжного туризму та іноземних інвестицій до інших економік світу (K_{235})	$K_{235} = \frac{H_{IT}}{II_B} \cdot 100\%$	II_B – прями іноземні інвестиції з національної економіки до інших економік світу

Інформаційно-значимими є не лише розрахунки місця зовнішнього туризму в результатах ЗЕД, але й порівняння надходжень (витрачань) у ході експорту (імпорту) туристичного продукту з відповідними показниками щодо основних видів експортних (імпортних) товарів (показники K_{214} та K_{234}).

Згідно з офіційними даними [1] перше місце в товарній структурі експорту України займають недорогоцінні метали та вироби з них (29,7% у 1 кварталі 2012 р.); мінеральні продукти та продукти рослинного походження забезпечують 13,5% та 12,1% валютних надходжень відповідно; незважаючи на задекларовану стратегічну важливість машинобудівної галузі експорт машин, обладнання та механізмів становить лише 9,9% (у 1 кварталі 2012 р.). Рис. 3 демонструє, що вартість

продукції (у 3 кварталі 2011 р. та 2007 р. відповідно), у деякі періоди майже вдвічі перевищує вартість експортованої продукції хімічної галузі.

У загальній сумі імпорту України традиційно домінують мінеральні продукти (37,2% у 1 кварталі 2012 р.), імпорт машин, обладнання та механізмів становить лише 14,7%, що надає причину аналітикам стверджувати про енергетичну залежність України та нераціональну структуру зовнішньої торгівлі. Результати співставлення, відображені на рис. 4, виявляють, що витрати на туристичне обслуговування за кордоном складали від 11,86% (у 4 кварталі 2011 р.) до 29,83% (у 3 кварталі 2007 р.) валютних виплат за придбання імпортних енергоносіїв, імпорт туристичних послуг стабільно перевищує 50% імпорту продукції хімічної галузі, а в 2010 р. – продукції машинобудування.

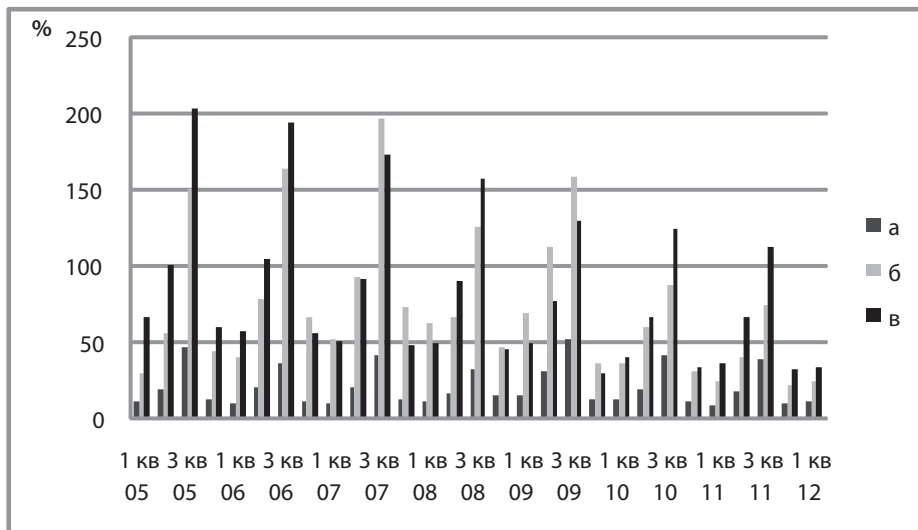


Рис. 3. Динаміка коефіцієнтів співвідношення іноземного туризму та експорту основного товару зовнішньої торгівлі (K_{214}) (а – недорогочінні метали та вироби з них, б – мінеральні продукти, в – продукція хімічної галузі)

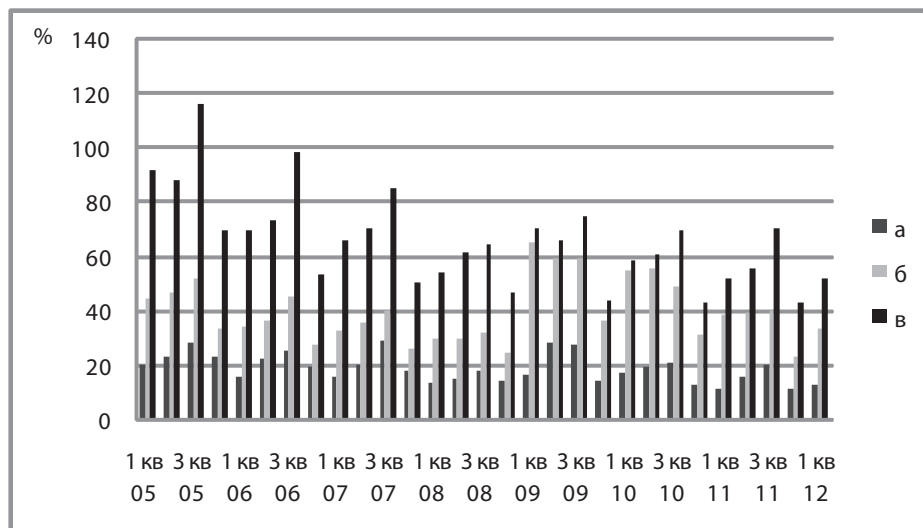


Рис. 4. Динаміка коефіцієнтів співвідношення зарубіжного туризму та імпорту основного товару зовнішньої торгівлі (K_{234}) (а – мінеральні продукти; б – механічне обладнання, машини та механізми; в – продукція хімічної галузі)

Таким чином, проведене порівняння туристичної галузі з основними експортно-орієнтованими галузями та групами товарів критичного імпорту доводить важливе значення туристичного сектора національної економіки та суттєвий вплив діяльності ПТГ на платіжний баланс України, і, отже, додатково підкреслює актуальність і значимість державних програм, спрямованих на розвиток туризму.

Позитивний вплив на платіжний баланс є одним з багатьох інших очікувань сприятливого ефекту державних програм розвитку туризму. В їх комплексі не останнє місце займає очікування зростання надходжень від суб'єктів туристичної діяльності до державного та місцевих бюджетів. Як характерний показник можливо використовувати коефіцієнт співвідношення податкових платежів ПТГ та доходів бюджету (K_{31}), який розраховується як:

$$K_{31} = \frac{ППТ}{Д_{ДБ} + Д_{МБ}} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де $П_{ПТ}$ – податкові платежі підприємств туристичної галузі;

$Д_{ДЕ}$ – загальна сума надходжень до державного бюджету;

$Д_{МБ}$ – загальна сума надходжень до місцевих бюджетів.

Для визначення значення показника K_{31} необхідно враховувати не лише податок на прибуток ПТГ, а повний комплекс податкових і обов'язкових платежів до бюджетів, встановлених законодавством при здійсненні фінансово-господарської діяльності в сфері туризму (ПДВ, туристичний збір, ін.).

У процесі надання і організації споживання туристичних продуктів формуються не лише доходи державного і місцевих бюджетів, а перш за все – доходи безпосередньо підприємств туристичної галузі. Для обґрунтування управлінських рішень у ході фінансово-господарської діяльності ПТГ доцільно оцінювати та аналізувати дохідність туристських прибуттів на основі показників, перерахованих у табл. 3.

Показники дохідності туристських прибуттів

Показник	Розрахункова формула	Умовні позначки
Коефіцієнт загальної дохідності туристських прибуттів (K_{41})	$K_{41} = \frac{D_{BT} + D_{3T}}{T_B + T_E + T_I}$	D_{BT} – доходи підприємств туристичної галузі від реалізації послуг внутрішнього туризму; D_{3T} – доходи підприємств туристичної галузі від реалізації послуг зовнішнього туризму;
Коефіцієнт дохідності внутрішніх туристських прибуттів (K_{42})	$K_{42} = \frac{D_{BT}}{T_B}$	T_B – обсяг внутрішнього туризму в натуральних одиницях; T_E – обсяг іноземного туризму в натуральних одиницях; T_I – обсяг зарубіжного туризму в натуральних одиницях
Коефіцієнт дохідності іноземних туристських прибуттів (K_{43})	$K_{43} = \frac{H_{ET}}{T_E}$	H_{ET} – валютні надходження від реалізації туристичних продуктів іноземним туристам вітчизняними підприємствами
Коефіцієнт дохідності зарубіжних туристських прибуттів (K_{44})	$K_{44} = \frac{H_{IT}}{T_I}$	H_{IT} – витрачання валютних коштів вітчизняними туристами на оплату туристичних продуктів іноземних підприємств

Для цілей розрахунку показників дохідності туристських прибуттів обсяг туризму (внутрішнього, іноземного, зарубіжного) (T_B , T_E , T_I) можливо визначати як: а) кількість туристів (або подорожуючих в цілому), (одиниця виміру – тис. осіб); б) тривалість туристичного обслуговування (TTO), (одиниця виміру – чол.-дні):

$$TTO = \sum_{i=1}^n C_i \cdot T_i, \quad (2)$$

де C_i – чисельність споживачів туристичного продукту i ;
 T_i – тривалість туристичного обслуговування за продуктом i ;

n – кількість реалізованих туристичних продуктів.

У першому випадку відповідні показники дохідності туристських прибуттів відображають середню вартість туристичного обслуговування одного споживача туристичного продукту, а в другому – характеризують середню вартість одного дня обслуговування туристів вітчизняними чи/та зарубіжними підприємствами туристичної галузі. Зміна дохідності зовнішнього туризму

в розрахунку на одного споживача туристичного продукту протягом 2000 – 2011 рр. продемонстрована на рис. 5.

За останні десять років дохідність туристичних прибуттів зростає майже в 5 раз, і досягла в 2011 р. 225,61 дол./осіб, проте Україна у порівнянні з іншими європейськими країнами має суттєвий потенціал зростання. Так, дохідність прибуття іноземних громадян до Туреччини в 2010 р. склала 770,37 дол./особу, до Іспанії – 996,2 дол./особу. Якщо за кількістю туристських прибуттів у 2010 р. Україна посіла 12 місце в світових рейтингах ВТО (21,2 млн осіб), за доходами від іноземного туризму отримала лише 50 місце (3788 млн дол.). Певною позитивною рисою розвитку ринку туристичних послуг в Україні є перевищення дохідності прибуттів за іноземним туризмом над зарубіжним, яке спостерігається з 2007 р. і засвідчує, що в середньому надходження від туристичного обслуговування іноземних громадян на території України в розрахунку на одну особу є більшим за середнє витрачання коштів громадянами України, які виїжджають з метою споживання туристичних продуктів за кордон.



Рис. 5. Динаміка коефіцієнтів дохідності зарубіжних та іноземних туристських прибуттів

Проведений аналіз на основі запропонованих показників доводить значимість туристичної галузі для національної економіки, а також необхідність подальшої розробки державних програм підтримки розвитку туризму в Україні. Важливою науковою задачею подальших досліджень є виявлення шляхів збалансування сальдо зовнішнього туризму за кварталами протягом календарного року; практично значимими також є роботи, спрямовані на виявлення регіональних проблем і формування програм сприяння розвитку туризму на рівні обласних органів державної влади. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. Офіційна статистична інформація Державного комітету статистики України [Електронний документ]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>
2. **Ткаченко Т. І.** Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
3. **Juan F. Morales** Measuring the Economic Contributions of Tourism: a Proposal for Some Basic Indicators // Enzo Paci Papers on measuring the Economic Significance of Tourism – Vol. 3 – WTO, 2003. – P. 101 – 140.

УДК 338.1:64

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ФОРМУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНИХ ПОСЛУГ

ТІТЯЄВ В. В.

УДК 338.1:64

Тітяєв В. В. Проблемні питання формування собівартості житлово-комунальних послуг

У статті проаналізовано динаміку зростання собівартості послуг на підприємствах водопостачання, водовідведення і тепlopостачання України за 2002 – 2012 роки. Надзвичайно високі темпи зростання собівартості вимагають більш ефективного її регулювання. Пропонуються механізми, які можуть сприяти зниженню собівартості житлово-комунальних послуг.

Ключові слова: собівартість, проблеми, підприємства, послуги, вода, тепло, методи, нормування, інвестиції, капітал.

Табл.: 2. **Бібл.:** 9.

Тітяєв Віктор Вікторович – кандидат економічних наук, доцент, кафедра міської і регіональної економіки, Харківська національна академія міського господарства (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: v.tityev@gmail.com

УДК 338.1:64

Тітяєв В. В. Проблемные вопросы формирования себестоимости жилищно-коммунальных услуг

В статье проанализирована динамика роста себестоимости услуг на предприятиях водоснабжения, водоотведения и теплоснабжения Украины за 2002 – 2012 годы. Чрезвычайно высокие темпы роста себестоимости требуют более эффективного её регулирования. Предлагаются механизмы, которые могут стимулировать снижение себестоимости жилищно-коммунальных услуг.

Ключевые слова: себестоимость, проблемы, предприятия, услуги, вода, тепло, методы, нормирование, инвестиции, капитал.

Табл.: 2. **Библ.:** 9.

Тітяєв Віктор Вікторович – кандидат экономических наук, доцент, кафедра городской и региональной экономики, Харьковская национальная академия городского хозяйства (ул. Маршала Бажанова, 17, Харьков, 61002, Украина)

E-mail: v.tityev@gmail.com

UDC 338.1:64

Tityaev V. V. Problem Questions of the Formation Costs of Housing and Communal Services

The article analyzed the dynamics of growth of cost of services at the enterprises of water supply, sewerage and heating of Ukraine for 2002 – 2012 years. The extremely high growth rates require more cost effective management of costs. We proposed mechanism, which may stimulate reduction in the cost of housing and communal services.

Key words: cost, problems, enterprise, services, water, heat, methods, regulation, investment, capital.

Tabl.: 2. **Bibl.:** 9.

Tityaev Viktor V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Urban and Regional Economics, Kharkiv National Academy of Municipal Economy (vul. Marshala Bazhanova, 17, Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: v.tityev@gmail.com

Загальна економічна ситуація в Україні негативно позначилася на стані житлово-комунальної сфери й призвела до того, що протиріччя між рівнем сукупних доходів домогосподарств, достатніх для повної оплати отриманих належної якості комунальних послуг, й реальною вартістю цих послуг істотно загострилися. Ця проблема набула хронічного та досить складного соціально-економічного характеру й вимагає прийняття інституційних заходів по забезпеченню збалансованості ринкової вартості послуг житлово-комунальних підприємств з платіжними спроможностями споживачів цих послуг і насамперед населення.

Визначаючи механізми подолання вказаних протиріччя шляхом розробки нових підходів і методів удосконалення

системи формування собівартості житлово-комунальних послуг, варто враховувати специфічні й унікальні особливості, характерні для кожної підгалузі житлово-комунального господарства. Коливання суспільних потреб у надійному та якісному комунальному обслуговуванні споживачів і можливостей їх повного задоволення є особливо чутливі. Тут найбільше чітко простежується взаємозв'язок економічної ефективності діяльності кожного підприємства галузі із соціальними результатами рівня комунального обслуговування населення. Сьогодні є очевидною необхідність більш органічного взаємозв'язку проведення інституційної реформи регулятивної системи ціноутворення в житлово-комунальній сфері з державною політикою соціального захисту населення.