

налогов. С допомогою економіко-математического інструментария проанализировано влияние макроэкономических факторов на фискальный результат функционирования системы администрирования налогов. Выделен ряд проблем, которые препятствуют эффективному функционированию системы администрирования налогов в Украине, и сформулированы рекомендации, способствующие ее совершенствованию, с учетом опыта европейских стран.

Ключевые слова: налоговая система, налогоплательщики, администрирование налогов, налоговое законодательство, уровень налоговой нагрузки, налоговые поступления, фискальные органы.

Krupka M.I., Kmit V.M., Paslavsk R.Yu. Tax Administration System in Ukraine: State, Problems and Prospects

Some theoretical and methodological aspects of tax administration system in Ukraine are highlighted. The elements of the national tax administration system and its functions, and the types of tax relation that arise between subjects in the tax administration process are determined. High level of tax burden in Ukraine is proved to have been caused by a broad tax base and features of tax administration process and not a high level of tax rates. The authors analysed the influence of main macroeconomic factors on the functioning of the national tax administration system with economic and mathematical tools. The row of problems that prevent to the effective functioning of the tax administration system in Ukraine is distinguished, and recommendations of improving tax administration system in Ukraine considering European experience are suggested in the article.

Keywords: tax system, taxpayers, tax administration, tax legislation, tax burden, tax revenues, the fiscal authorities.

УДК 657:338.48

ОРГАНІЗАЦІЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА І ТУРАГЕНТА

С.М. Пилипенко¹

Розкрито особливості організації діяльності туроператора і турагента та їх вплив на побудову обліку. Визначено специфіку бухгалтерського обліку діяльності туроператора і турагента та особливості документального оформлення ними господарських операцій та взаємовідносин. Звернено увагу на особливості побудови обліку доходів, витрат і фінансових результатів діяльності туристичних підприємств. Детально обґрунтовано відмінності в організації обліку діяльності туроператора і турагента.

Ключові слова: туризм, туристична діяльність, туристична послуга, туристичний продукт, туристичний агент, туристичний оператор, бухгалтерський облік, доходи, витрати.

Постановка проблеми. У сучасних умовах політичної та соціально-економічної кризи в Україні туризм є галуззю національного господарства, яка з року в рік без залучення державних дотацій стабільно нарощує обсяги виробництва туристичного продукту. Це, своєю чергою, призводить до збільшення надходжень до державного та місцевих бюджетів. Туризм є сферою швидкого обігу капіталу за порівняно невеликих капіталовкладень, створює багато нових робочих місць, є ефективним засобом модернізації інфраструктури багатьох галузей економіки.

¹ ст. викл. С.М. Пилипенко, канд. екон. наук – Львівський інститут економіки і туризму

Туризм – це засіб загальнодоступного і повноцінного відпочинку та оздоровлення населення, а також ознайомлення з історико-культурною спадщиною та сьогоденням нашого народу і держави. Особливості географічного положення та рельєфу, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного та туристично-рекреаційного потенціалу України стимулюють потік туристів, що пришвидшує строки окупності витрат у туристичній сфері, поліпшує її фінансове становище. Відомо, що на світовому ринку прибутки від туристичного бізнесу поступаються тільки прибуткам від експорту нафти та прибуткам у галузі автомобілебудування. Населення промислово розвинених країн віддає перевагу витратанню грошей на відпочинок, а не на придбання одягу, взуття чи продуктів харчування.

Суб'єкти туристичної діяльності, організовуючи туристичну діяльність, переслідують основну мету туризму – підвищення його ефективності шляхом постійного збільшення доходів за відносного зменшення матеріальних, трудових і фінансових витрат на обслуговування. Досягається це шляхом правильної організації бухгалтерського обліку діяльності туристичного підприємства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання діяльності туристичних підприємств та організаційних аспектів обліку дослідили такі науковці, як: З.А. Балченко [5], С.Я. Король, Ж.А. Богданова [6], О.С. Височан, О.М. Гончаренко, Г.В. Блакита, Н.О. Гура [7], Н.Б. Рошко та ін. Однак, попри високий інтерес фахівців до проблем діяльності туристичних підприємств, сьогодні не вирішеною залишається низка питань щодо організації ними обліку своєї діяльності, зокрема немає чіткого розмежування організації обліку діяльності туроператора і турагента. Ці питання потребують подальшого опрацювання, більш глибокого дослідження та узагальнення.

Мета дослідження – удосконалення обліку діяльності туроператора і турагента.

Виклад основного матеріалу. Згідно зі ст. 5 Закону України "Про туризм" "...суб'єктами, що здійснюють та/або забезпечують туристичну діяльність, є:

- туристичні оператори – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, для яких виключною діяльністю є організація та забезпечення створення туристичного продукту, реалізація та надання туристичних послуг, а також посередницька діяльність із надання характерних та супутніх послуг і які в установленому порядку отримали ліцензію на туроператорську діяльність;
- туристичні агенти – юридичні особи, створені згідно із законодавством України, а також фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, 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 послуг;
- інші суб'єкти підприємницької діяльності, що надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, екскурсійних, розважальних та інших туристичних послуг;
- гіді-перекладачі, екскурсіводи, спортивні інструктори, провідники та інші фахівці туристичного супроводу – фізичні особи, які проводять діяльність, пов'язану з туристичним супроводом, крім осіб, які працюють на відповідних

посадах підприємств, установ, організацій, яким належать чи які обслуговують об'єкти відвідування;

- фізичні особи, які не є суб'єктами підприємницької діяльності та надають послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування тощо..." [2].

Терміни "туроператор" і "турагент" визначають напрям підприємницької діяльності турфірми. Туроператор займається формуванням турпродукту з набору послуг постачальників відповідно до потреб кінцевих споживачів, його просуванням – переважно туроператор виступає продавцем свого турпродукту посередникам – продавцям (турагентам) та реалізацією путівки споживачам туристичного продукту (туристам). В останньому випадку він виступає туроператором і турагентом одночасно [9].

Зазвичай туроператор – це велика фірма, що структурно має головний туроператорський офіс та філії у вигляді агентської мережі по всьому світу. Попри це туроператор може продавати свої тури незалежним турагентствам. Формування турпродукту туроператором охоплює розроблення туристичних маршрутів та наповнення їх послугами постачальників. Туроператор забезпечує функціонування турів і надання послуг, готує рекламно-інформаційні видання по своїх турах, розраховує ціни на тури.

Турагент займається просуванням сформованих туроператором турів – купує їх у туроператора на підставі укладеного між ними договору і реалізує за певну винагороду споживачу. Окрім реалізації турів клієнтам, турагент забезпечує рекламу турів, надає інформаційні послуги, доставку клієнтів до місця початку подорожі і назад, здійснює контроль якості обслуговування, збирає зауваження та побажання клієнтів [9]. Турагент реалізує туристичний продукт клієнту у вигляді комплексів чи вільного набору послуг.

Спільні та відмінні характеристики туроператора і турагента впливають на особливості здійснення кожним із суб'єктів туристичної діяльності обліку своєї діяльності. Організація обліку у туроператорів та турагентів залежить від багатьох чинників, зокрема: особливостей документального оформлення господарських операцій, форми здійснення розрахунків, можливості застосування спрощеної форми обліку та ін. [8].

Туристичну документацію оформляють як туроператор, так і турагент. Взаємовідносини між ними оформляються договором комісії (доручення) або агентською угодою. При укладенні договору комісії (доручення) туроператор доручає, а турагент реалізує туристичну послугу від свого імені і за винагороду туроператора. При укладенні агентської угоди з туроператором на придбання турпродукту турагент купує його за винагороду і кошти покупця [5].

Взаємовідносини суб'єкта туристичної діяльності як продавця (виконавця) і туриста як покупця (замовника) туристичної послуги оформляються туристичним ваучером (путівкою). Останній є документом, що для туриста – підтверджує його статус та гарантує отримання оплачених ним послуг, для продавця – гарантує оплату послуг, для виконавця послуг – гарантує отримання від продавця туристичних послуг коштів, сплачених йому туристом.

Бухгалтерський облік діяльності туроператора та турагента здійснюється згідно зі Законом України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в

Україні" [1]. Під час організації бухгалтерського обліку витрат туристичні підприємства використовують норми П(С)БО 16 "Витрати", згідно з п. 6 якого "...витратами звітного періоду визнаються або зменшення активів, або збільшення зобов'язань, що призводить до зменшення власного капіталу підприємства (за винятком зменшення капіталу внаслідок його вилучення або розподілу власниками), за умови, що ці витрати можуть бути достовірно оцінені..." [4]. В основі організації обліку витрат є їх класифікація на прямі і непрямі, виробничі і невиробничі. Під час віднесення витрат туроператора до певної категорії потрібно враховувати структуру турпродукту, договірні умови його формування та реалізації, організаційно-виробничу структуру підприємства та інші фактори.

До витрат туроператорів відносять витрати на формування турпродукту, транспортні витрати на проїзд до місця відпочинку і назад, вартість окремих видів послуг, які входять у вартість турпродукту, страхові витрати, витрати на трансферт, витрати на екскурсійне обслуговування. Умови визнання та обсяг цих витрат прямо залежать від виду договору: купівлі-продажу, комісії, доручення, обміну або агентської угоди.

Створення туроператором туру зумовлює виникнення витрат, облік яких ведеться на рахунках 23 "Виробництво", субрахунок "Виробництво туристичних послуг", 91 "Загальновиробничі витрати", субрахунок "Загальновиробничі витрати туристичних послуг", 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут", 94 "Інші витрати операційної діяльності", 95 "Фінансові витрати", субрахунок 903 "Собівартість реалізованих робіт та послуг", субрахунок другого порядку "Собівартість реалізованих туристичних послуг" [5]. Іноді туроператор може використовувати рахунки класу 8 "Витрати за елементами" з щомісячним списанням сальдо цих рахунків у кореспонденції з рахунком 23 "Виробництво" і рахунками класу 9 "Витрати діяльності".

Неоднозначним є питання обліку загальновиробничих витрат – можуть у момент їх появи відразу відноситися в дебет рахунку 23 або обліковуватися на рахунку 91. У другому варіанті вони списуються з кредиту рахунку 91 в дебет рахунку 23 або в повному обсязі, або в сумі розподілених постійних загальновиробничих витрат. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати списуються з кредиту рахунку 91 безпосередньо в дебет субрахунку 903 [6].

До витрат турагентів відносять вартість турпродукту, сформованого туроператором, витрати на маркетингові дослідження, оплата праці працівників турагентства, витрати на соціальні заходи, витрати на рекламу, витрати на збут, оренда офісу, амортизаційні відрахування, комунальні послуги, банківські послуги та ін. Турагенти можуть вести облік витрат тільки на рахунку 23, субрахунок "Виробництво турагентських послуг" або, як суб'єкт малого підприємства, тільки на рахунках класу 8, тобто за елементами витрат [5].

Під час організації бухгалтерського обліку доходів туристичні підприємства використовують норми П(С)БО 15 "Дохід", згідно з п. 5 якого "...дохід визнається під час збільшення активу або зменшення зобов'язання, що зумовлює зростання власного капіталу (за винятком зростання капіталу за раху-

нок внесків учасників підприємства), за умови, що оцінка доходу може бути достовірно визначена..." [3].

Щодо обліку доходів від туристичної діяльності, то існує два підходи до дати визнання доходу туроператора і турагента в бухгалтерському обліку. Перший підхід передбачає виникнення доходу на дату надходження коштів на поточний рахунок або до каси туристичної фірми як оплата за турпродукт. Правильнішим вважають другий підхід, згідно з яким дохід визнається за датою закінчення туру [8]. Щодо умов визнання доходу, то у туроператора дохід визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо результат цієї операції може бути достовірно оцінено, у турагента, послуги якого відносять до посередницьких, надаються відразу в повному обсязі, визначити ступінь завершеності не треба.

Для обліку доходів від реалізації туристичних послуг використовують субрахунок 703 "Дохід від реалізації робіт і послуг", субрахунок другого порядку "Дохід від реалізації туристичних послуг" (у туроператора), "Дохід від реалізації турагентських послуг" (у турагента) [7].

Понесені витрати туристичної фірми та отримані доходи списуються на фінансові результати – рахунок 79 "Фінансові результати". По-різному формується прибуток туроператора і турагента: у туроператора – це різниця між ціною придбання послуг у постачальників і ціною реалізації сформованої путівки згідно із встановленим механізмом ціноутворення, у турагента – це комісійна винагорода, яку виплачує туроператор за реалізацію свого туристичного продукту. Туроператор закладає комісійну винагорода як відсоток у ціну турпакета або комісійна винагорода дорівнює відсотку знижки з роздрібною ціною реалізації турпродукту. Іноді турагент робить власні нарахування на ціну, за якою турпродукт придбаний у туроператора.

Особливості та відмінності в організації обліку діяльності туроператора і турагента доцільно згрупувати за такими ознаками: напрям підприємницької діяльності, приналежність туристичного продукту, форма обліку, документообіг, рахунки обліку витрат, умови визнання доходу, формування прибутку (табл.).

Табл. Характерні ознаки організації обліку діяльності туроператора і турагента

Ознака	Туроператор	Турагент
Напрямок підприємницької діяльності	Формування, просування та реалізація турпродукту	Просування сформованого туроператором турпродукту, рекламно-інформаційні та інші послуги
Приналежність туристичного продукту	Наявність запасу турпродукту для продажу	Придбання турпродукту у туроператора за наявності купівельного інтересу
Форма обліку	Автоматизована, журнальна або спрощена форма	Спрощена форма
Документообіг	Чіткий порядок передачі документів між підрозділами підприємства та від зовнішніх суб'єктів	Складається з документів, які фіксують господарські операції з перепродажу готового турпродукту
Рахунки обліку витрат	Рахунок 23, рахунки класу 9 або рахунки класу 9 і 8	Рахунок 23, рахунки класу 8

Умови визнання доходу	Дохід визнається, виходячи зі ступеня завершеності операції з надання послуг на дату балансу, якщо результат цієї операції може бути достовірно оцінено	Немає потреби визначити ступінь завершеності, бо послуги відносять до посередницьких, надаються відразу в повному обсязі
Формування прибутку	Визначається як різниця між ціною придбання послуг у постачальників і ціною реалізації сформованої путівки згідно з встановленим механізмом ціноутворення	Визначається як комісійна винагорода, яку виплачує туроператор за реалізацію свого туристичного продукту

Висновки. Враховуючи викладене вище, треба зазначити, що організація бухгалтерського обліку діяльності туроператора і турагента має деякі відмінності, що зумовлені видом діяльності, яку вони здійснюють, формою обліку, зокрема можливістю застосування спрощеної форми обліку, особливостями документального оформлення господарських операцій, формою здійснення розрахунків та ін. Врахування особливостей здійснення обліку кожним з суб'єктів туристичної діяльності дасть змогу правильно організувати бухгалтерський облік, підвищити ефективність туристичної діяльності та досягти максимальних прибутків.

Література

1. Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" від 16.07.1999 р., № 996-XIV. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Закон України "Про туризм" Закон від 15.09.1995 р., № 324/95-ВР. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.
3. П(С)БО 15 "Дохід": Наказ Міністерства фінансів України від 29.11.99 р., № 290. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0860-99>.
4. П(С)БО 16 "Витрати": Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.99 р., № 318. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://zakon.rada.gov.ua/go/z0027-00>.
5. Балченко З.А. Бухгалтерський облік в туризмі і готелях України : навч. посібн. / З.А. Балченко. – К. : Вид-во КУТЕП, 2006. – 232 с.
6. Богданова Ж.А. Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.09 – Бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Ж.А. Богданова. – Житомир : Вид-во ЖДТУ, 2011. – 20 с.
7. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності : підручник / Н.О. Гура. – К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2010. – 392 с.
8. Момонт Т.В. Особливості організації бухгалтерського обліку підприємствами туристичної сфери / Т.В. Момонт // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – Сер.: Економічні науки. – Житомир : Вид-во ЖДТУ. – 2014. – № 1(67). – С. 34-40.
9. Пилипенко С.М. Особливості бухгалтерського обліку придбання (створення) та продажу путівок туристичними фірмами / С.М. Пилипенко, У.П. Новак // Бухгалтерський облік, контроль та аналіз в умовах інституціональних змін та сталого економічного розвитку : матер. II Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., (ЛНТУ, Луцьк, 25 листопада 2015 р.). – Тернопіль : Вид-во "Крок". – 2015. – С. 70-72.
10. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посібн. / П.Р. Пуцентейло. – К. : Вид-во "Центр навч. літ-ри", 2007. – 344 с.

Надійшло до редакції 11.02.2016 р.

Пилипенко С.М. Организация бухгалтерского учета деятельности туроператора и турагента

Раскрыты особенности организации деятельности туроператора и турагента и их влияние на построение учета. Определены специфика бухгалтерского учета деятельности туроператора и турагента и особенности документального оформления ими хо-

зайшвенних операций и взаимоотношений. Обращено внимание на особенности построения учета доходов, расходов и финансовых результатов деятельности туристических предприятий. Подробно обоснованы различия в организации учета деятельности туроператора и турагента.

Ключевые слова: туризм, туристическая деятельность, туристическая услуга, туристический продукт, туристический агент, туристический оператор, бухгалтерский учет, доходы, расходы.

Pylypenko S.M. Organization of Accounting for Tour Operator and Travel Agent Activity

Some features of tour operator and travel agent activities and their impact on accounting development are defined. Some peculiarities of accounting of tour operator and travel agent and also the features of documenting their business operations and relationships are determined. Special attention is paid to the features of income, expenses and financial results of tourism companies. The differences in accounting organization of tour operator and travel agent activity are justified in detail.

Keywords: tourism, tourism activity, tourism service, tourism product, travel agent, tour operator, accounting, incomes, costs.

УДК 330.342

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Л.В. Рібун¹, Г.А. Лех², І.М. Васькович³

Розглянуто малий бізнес як окремих сектор ринкової економіки. Звернено увагу, що останнім часом проблема малого бізнесу як ніколи стала нагальною не тільки в нашій державі, а навіть у розвинених країнах. Малий бізнес виконує низку найважливіших економічних і соціальних завдань. Окрім податкових відрахувань до бюджетів всіх рівнів, він розвиває реальний сектор економіки, створює додаткові робочі місця, сприяє конкуренції. Тому розвиток малого бізнесу є важливим завданням держави.

Охарактеризовано малий бізнес і з'ясовано його роль у ринковій економіці різних країн, виділено позитивні та негативні його позиції.

Ключові слова: малий бізнес, сталий розвиток, зайнятість.

У світлі поточної економічної кризи, яка торкнулася багатьох держав, проблема малого бізнесу визріла як ніколи гостро. Як показує світова практика, основним критерієм, на основі якого підприємства різних організаційно-правових форм відносять до суб'єктів малого підприємництва є, передусім, середня чисельність працівників, зайнятих на підприємстві. Враховуючи невелику кількість працівників, які швидко мобілізуються до змін на ринку, малий бізнес може стати тією важливою основою, за допомогою якої буде здійснено поворот до позитивних господарських процесів. Потрібно зазначити і той факт, що підприємства малого бізнесу забезпечують працевлаштування соціально нестабільних верств населення, зокрема, молоді, жінок, емігрантів і т. ін. Саме на цих підприємствах вони набувають досвіду, знань, домагаються кар'єрного росту та самореалізації. Доцільно врахувати і ще низку переваг цього бізнесу, а саме: низьку капіталомісткість і тому легкий доступ населення, велику кількість

підприємств, що дає змогу в короткий термін налагодити виробництво різноманітних товарів та послуг, мобільність на ринку й у сфері технологій, що сприяє швидкому розвитку НТП, здатність швидко наймати додаткову робочу силу, відсутність бюрократизму в управлінні, незначний негативний екологічний вплив на навколишнє середовище.

Підприємства малого бізнесу більш стійкі до зовнішніх змін. У період загального економічного спаду в Україні на початку 90-х років саме малий бізнес підтримав українську економіку і вчасно адаптувався під нові ринкові умови. Державні підприємства не витримали конкуренції, були зруйновані або приватизовані. Отже, малий бізнес демонструє свою гнучкість, "живучість", зміцнюючи і підтримуючи національну економіку.

Інтерес українських економістів (Д.П. Журавський, С. Подолинський, В. Навроцький, В. Барвінський, Є. Слуцький та ін.) до питань, що стосуються функціонування малого бізнесу і зокрема сімейного, сягає XIX ст. У сучасній економічній літературі його функціонування вивчали О. Барановський, Ю. Єхануров, І. Жилиєв, А. Кисельов, Т. Ковальчук, В. Круглов, О. Попов, С. Реверчук, В. Рубе, О. Титаренко та ін. За часів СРСР дрібний бізнес досліджували в основному з позицій індивідуальної трудової діяльності (Б. Ічітовкін, І. Разумнова, В. Савченко, О. Фесенко, Г. Шмельов та ін.). Протягом останніх років в Україні було опубліковано низку робіт, в яких проаналізовано конкретні проблеми розвитку малого підприємництва, а саме: історичні аспекти формування національного підприємництва (С. Злупко, О. Кузьмін), особливості становлення та розвитку малих підприємств в Україні (Н. Беренда, В. Бородюк, О. Дивеев-Кириленко, М. Долішній, Н. Лесик, С. Реверчук), функції, види підприємницької діяльності та методи підвищення ефективності функціонування малих форм господарювання (З. Варналій, З. Герасимчук) фінансове обслуговування підприємницької діяльності (Ю. Буряк, М. Крупка). Однак ще багато теоретичних і практичних аспектів використання потенціалу дрібних господарств залишаються не вирішеними.

Аналіз зарубіжного досвіду дає змогу по-новому подивитись на перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. Так, починаючи з 90-х років у всіх індустріально розвинених країнах частка малого підприємництва була досить значною. У США, Японії, Франції до малих відносили 99 % від усіх підприємств [1]. Ступінь розвитку малого бізнесу безпосередньо характеризує ступінь розвитку економіки держави загалом. Розвиток малого бізнесу на Заході йде набагато швидшими темпами, позаяк національні уряди приділяють значну увагу підприємствам малого бізнесу і сприяють їх розвитку на національному рівні. У більшості країн малий бізнес представляє собою середній клас, який є основою для сталого розвитку економіки. Не секрет, що країни, які розвиваються саме завдяки малому та середньому бізнесу, зробили великий економічний поступ (Тайвань, Сінгапур, Індонезія і т. ін.). Якщо простежити, як змінювались темпи розвитку малих підприємств в цих країнах, то можна провести паралель щодо розвитку всієї країни.

Для Європи малий бізнес є свого роду підвалиною соціально-економічного розвитку. Там нараховується понад 20 млн підприємств, що займаються малим та середнім бізнесом і відповідно дають більше половини загального

¹ доц. Л.В. Рібун, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів;

² доц. Г.А. Лех, канд. екон. наук – НЛТУ України, м. Львів;

³ доц. І.М. Васькович, канд. екон. наук – НУ "Львівська політехніка"