

ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ И ОБЪЕКТ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА

Н.Ф. Авдевич, преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита БарГУ

Проводимые в настоящее время исследования состояния, тенденций и перспектив развития туризма в Республике Беларусь должны базироваться на достоверной информационной основе, включающей макро- и микропоказатели. На уровне субъекта хозяйствования (туристической организации) бухгалтерский учет позволяет систематизировать, регистрировать, накапливать и передавать необходимую информацию.

В связи с тем, что туристическая деятельность имеет свои особенности по сравнению со сферой материального производства первоначально необходимо обосновать сущность туристических услуг как объекта бухгалтерского учета, дать теоретическое обоснование особенностям приемов и способов бухгалтерского учета, используемым при отражении хозяйственных операций и формировании оценочных показателей.

В широком смысле под услугой понимают действие, приносящее пользу какому-либо хозяйствующему субъекту.

В современной экономической литературе выделены три основных подхода к определению сущности услуг.

Сторонники первого из них рассматривают услугу как непосредственную деятельность, процесс. П.А. Мягков под услугой признает «деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности» [9]. К. Лавлок указывает на то, что «услуга – вид экономической деятельности, создающей ценность и обеспечивающей определенные преимущества для потребителей в конкретном месте и в конкретное время в результате осязаемых или неосязаемых действий, направленных на получение услуги или имущества» [6]. Д.И. Степанов комментирует услуги с точки зрения

гражданского законодательства Российской Федерации. Определение понятия «услуга» сводится к совершению ряда действий или к осуществлению определенной деятельности» [20].

Второй подход к определению сущности услуг направлен на результат деятельности. Например, Ф. Котлер в своих трудах пишет, что под услугой следует понимать «любую деятельность или выгоду, которую одна сторона может предложить другой, которая неосязаема и не влечет за собой права собственности на приобретенный продукт» [16].

Статистика также отталкивается от позиций, что услуга – это результат деятельности: «услуга – результаты деятельности, удовлетворяющие определенные личные и общественные потребности, но не воплощающиеся в материальных продуктах» [10].

Среди зарубежных ученых сторонником третьего подхода толкования сущности услуг (услуга – это сочетание деятельности и ее результата) является Т. Хилл. Под услугой он понимает «изменение в окружающих человека условиях или в товарах, принадлежащих хозяйственным единицам, возникающее в результате деятельности других хозяйственных единиц исходя из предварительной договоренности между ними» [17].

Следует отметить, что многие российские ученые придерживаются именно третьего подхода. В.Д. Маркова под услугой понимает «изменение состояния лица или товара, принадлежащего какой-либо экономической единице, происходящее в результате деятельности другой экономической единицы с предварительного согласия первой» [7]. Н.В. Миронова пишет: «Услуга – это процесс, ряд действий. Эти действия могут быть инструментом для производства ценности, они могут создавать ценность, но сами не являются

самостоятельной ценностью» [8]. А.В. Раков обосновал сущность услуги с позиций стандартизации и сертификации услуг: «Услуга – сочетание процесса оказания услуги и потребления результата услуги» [19]. Н.Н. Иванов подразумевает под услугой «деятельность, направленную на удовлетворение потребности путем предоставления (производства) соответствующих этой потребности благ» [5]. В.Э. Гордин также трактует услугу как симбиоз процесса и результата и конкретизирует вышеприведенное определение Н.Н. Иванова следующим образом: «Услуга – это хозяйственная деятельность, направленная на удовлетворение потребностей заказчиков – физических и (или) юридических лиц – путем предоставления им духовных, социальных, материальных благ или создающая условия для потребления указанных благ» [4].

Однако, по нашему мнению, услугу следует рассматривать как сочетание трех вышеназванных подходов. Считаем, что наиболее полно сущность услуги определила белорусский ученый Г.А. Бондаренко: «Услуга – это

комплексный вид деятельности, состоящий из материальной составляющей, доля которой варьируется в широких пределах непосредственного процесса обслуживания и результата, выступающего в виде полезного эффекта, удовлетворяющего определенные потребности человека [2].

Действующие в Республике Беларусь нормативно-правовые документы содержат определение сущности услуг в общепромышленном контексте и характеризуют отраслевые особенности различных видов услуг.

В данной статье исследуются только туристические услуги, оказываемые субъектами туристической деятельности (туроператорами, турагентами и сельскими усадьбами).

Следует также обратить внимание на тот факт, что в различных законодательных актах, регулирующих вопросы туризма в Республике Беларусь, Российской Федерации, Украине, Молдове присутствуют такие термины, как «тур», «туристическая услуга», «туристский продукт» [11, 12, 13, 14].

В табл. 1 сгруппированы указанные определения согласно нормативным документам.

Таблица 1 – Определение понятий «тур», «туристическая услуга» и «туристский продукт»

Нормативный документ, страна	Тур	Туристическая услуга	Туристский продукт
Закон «О туризме», Республика Беларусь	Путешествие в соответствии с программой тура с одновременным предоставлением комплекса туристических услуг (не менее двух), сформированного туроператором	Данный термин упоминается, но определение отсутствует	Данный термин отсутствует
Федеральный Закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», Российская Федерация	Данный термин отсутствует	Данный термин отсутствует	Комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта
Закон «О туризме», Республика Украина	Данный термин отсутствует	Услуги субъектов туристической деятельности относительно размещения, питания, транспортного и информационно-рекламного обслуживания, а также услуги заведений культуры, спорта, быта, развлечения и тому подобное, направленные на удовлетворение потребностей туристов	Комплекс туристических услуг, необходимых для удовлетворения потребностей туриста во время его путешествия
Закон «О туризме», Республика Молдова	Данный термин отсутствует	Услуги, предоставляемые хозяйствующими субъектами туристического профиля и включающие размещение, питание и перевозку туристов, услуги развлечений, курортное лечение, туристическую помощь и прочие дополнительные услуги	Комплекс материальных ценностей и услуг, предназначенных для туристского потребления

Согласно представленным в таблице данным в Российской Федерации отсутствует понятие «туристическая услуга», а существует единый термин «туристский продукт». Следует отметить, что в Законах Республики Украина, Молдовы, Российской Федерации определение «туристский продукт» тоже схожее – это комплекс услуг.

В России туристский продукт имеет три составляющие: тур (туристский пакет или обязательный комплекс услуг плюс услуги на маршруте), дополнительные услуги и товары, материальная часть, состоящая из специфических услуг (сувенирная продукция, печатные издания – карты, буклеты, открытки, книги, снаряжение) и неспецифических (дорогие товары в местах проживания туристов).

По нашему мнению, наиболее полно и точно раскрыта сущность туристической услуги в Законе «О туризме» Молдовы. Однако следует уточнить, что помимо указанных определений в нем содержится такое понятие, как «пакет туристических услуг» – заранее установленный комплекс услуг, состоящий из не менее чем двух из следующих компонентов: размещение, питание, перевозка, курортное лечение, развлечения, другие услуги,

представляющие значительную часть пакета (если они продаются или предлагаются к продаже по валовой цене, а время, на которое они представлены, превышает 24 часа) [13].

В табл. 2, составленной на основании сравнительной характеристики туристических законов Республики Беларусь и Российской Федерации, приведены отличительные особенности организации деятельности туроператора и турагента.

Анализируя данные табл. 2, следует подчеркнуть, что общим в Российской Федерации и в Республике Беларусь является осуществление туроператорской деятельности только юридическим лицом. В то же время Закон «О туризме» Республики Беларусь детализирует и конкретизирует деятельность туроператоров и турагентов: общим является формирование и реализация тура (туристского продукта). Однако в Российской Федерации присутствует понятие «продвижение туристского продукта» – это «комплекс мер, направленных на реализацию туристского продукта (реклама, участие в специализированных выставках, ярмарках, организация туристских информационных центров по продаже туристского продукта, издание каталогов, буклетов и другое)» [11].

Таблица 2 – Отличительные особенности организации деятельности туроператора и турагента в Республике Беларусь и Российской Федерации

Отличительный признак	Туроператор		Турагент	
	Республика Беларусь	Российская Федерация	Республика Беларусь	Российская Федерация
Форма собственности	Юридическое лицо	Юридическое лицо	Юридическое лицо, индивидуальные предприниматели	Юридическое лицо, индивидуальные предприниматели
Осуществляемая деятельность	Формирование тура, реализация тура, сформированного туроператором-резидентом Республики Беларусь, туроператором-нерезидентом Республики Беларусь, оказание консультационно-информационных услуг, связанных с путешествием	Формирование, продвижение и реализация туристского продукта	Реализация тура, сформированного туроператором-резидентом Республики Беларусь, оказание консультационно-информационных услуг, связанных с путешествием	Продвижение и реализация туристского продукта

Мы поддерживаем мнение Т. Белоусовой, так как продвижение туристических услуг – это «огромный комплекс мероприятий, особенно во въездном туризме, к тому же частично финансируемый из госбюджета. Если его предусмотрительно упомянуть в законе,

то при возможном получении налоговых льгот в отношении данной деятельности не возникнет потребности в изменениях и дополнениях (закона)» [1].

Следующей отличительной особенностью туристической деятельности Республики

Беларусь от таковой в Российской Федерации является оказание белорусскими туроператорами и турагентами консультационно-информационных услуг, связанных с путешествием. Заслуживает внимания в данном случае точка зрения директора Республиканского Союза туроператоров В. Цехмейстера, который предложил называть указанные услуги «сопутствующими, так как ни одну дополнительную услугу в отдельности – трансфер, визовую поддержку, экскурсионное обслуживание – они оказать не могут. По большому счету, даже простую перевозку туристов от аэропорта до города нужно будет называть туром.

Если учитывать, что от туристических фирм требуют постоянного увеличения объемов, то непонятно, каким образом, не оказывая дополнительных услуг, они будут выполнять эти показатели» [21].

В то же время главный нормативный документ, регулирующий вопросы туризма, содержит классификацию видов и форм туризма. Мы считаем, что изучение туристических услуг необходимо производить по каждому виду туризма, подчеркивая тем самым их особенность.

В ст. 3 Закона Республики Беларусь «О туризме» выделены такие формы туризма, как международный, включающий выездной, въездной и внутренний, а также агроэкотуризм, самодетельный, социальный, экологический. Четких оснований выделения указанных видов в Законе Республики Беларусь «О туризме» не закреплено. Поэтому указанная классификация является неполной и бессистемной. Целесообразно в этом плане воспользоваться опытом наших соседей. В статье 4 Закона Республики Украина «О туризме» выделены организационные формы туризма (международный и внутренний). Формы туризма в зависимости от категории юридических лиц, осуществляющих туристические путешествия, их целей, объектов или других признаков подразделяются на 17 видов (от детского до сельского) [12].

Следует отметить, что в белорусском законодательстве закреплен единый термин – агроэкотуризм, означающий «временное пребывание граждан Республики Беларусь, иностранных граждан и лиц без гражданства в сельской местности Республики Беларусь на основании договоров, заключенных с субъектами агроэкотуризма, в целях отдыха, оздоровления, ознакомления с природным потенциалом республики, национальными

культурными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью, оплачиваемой и (или) приносящей прибыль (доход) из источника в месте пребывания» [11].

В Республике Беларусь туристические услуги сельского туризма делятся на услуги, которые включены в Типовой договор на оказание услуг в сфере агроэкотуризма (услуги проживания и иные услуги), и те, которые оплачиваются в момент потребления во время путешествия или в месте пребывания (например, покупка сувениров).

Заслуживает внимания мнение основателя и консультанта Центра развития сельского предпринимательства в Коморово Э. Войтеховича, который категорично утверждает, что Типовой договор на оказание услуг в сфере агроэкотуризма работать не может, а значит, не будет способствовать развитию сельского туризма, прежде всего потому, что некоторые его статьи могут толковаться неоднозначно, а это дает контролирующим органам большую свободу в применении штрафных санкций к хозяевам усадеб. Например, положения договора предписывают владельцам сельских усадеб предоставлять туристам «достоверную информацию» об объеме и качестве оказываемых услуг и «исчерпывающие сведения» об особенностях пребывания в данной сельской местности. Однако четко не выделены критерии, по которым будет оцениваться «достоверность» и «исчерпанность» указанной информации.

Вторым отрицательным моментом Типового договора на оказание услуг в сфере агроэкотуризма, по мнению Э. Войтеховича, является громоздкость данного документа. В Европе не существует подобной формы, например, аналогичный польский документ содержит лишь несколько пунктов [3].

По нашему мнению, появление Типового договора на оказание услуг в сфере агроэкотуризма можно оценить положительно, так как это свидетельствует об упорядочении отношений в сфере сельского туризма со стороны государства. В свою очередь нами разработана собственная классификация туристических услуг сельского туризма, которая позволяет выделить основные и дополнительные туристические услуги, предоставляемые сельской усадьбой. Предложенная градация позволит правильно рассчитать себестоимость и продажную цену каждого вида туристических услуг, а также определить достоверный конечный финансовый результат деятельности сельской усадьбы (рис. 1).

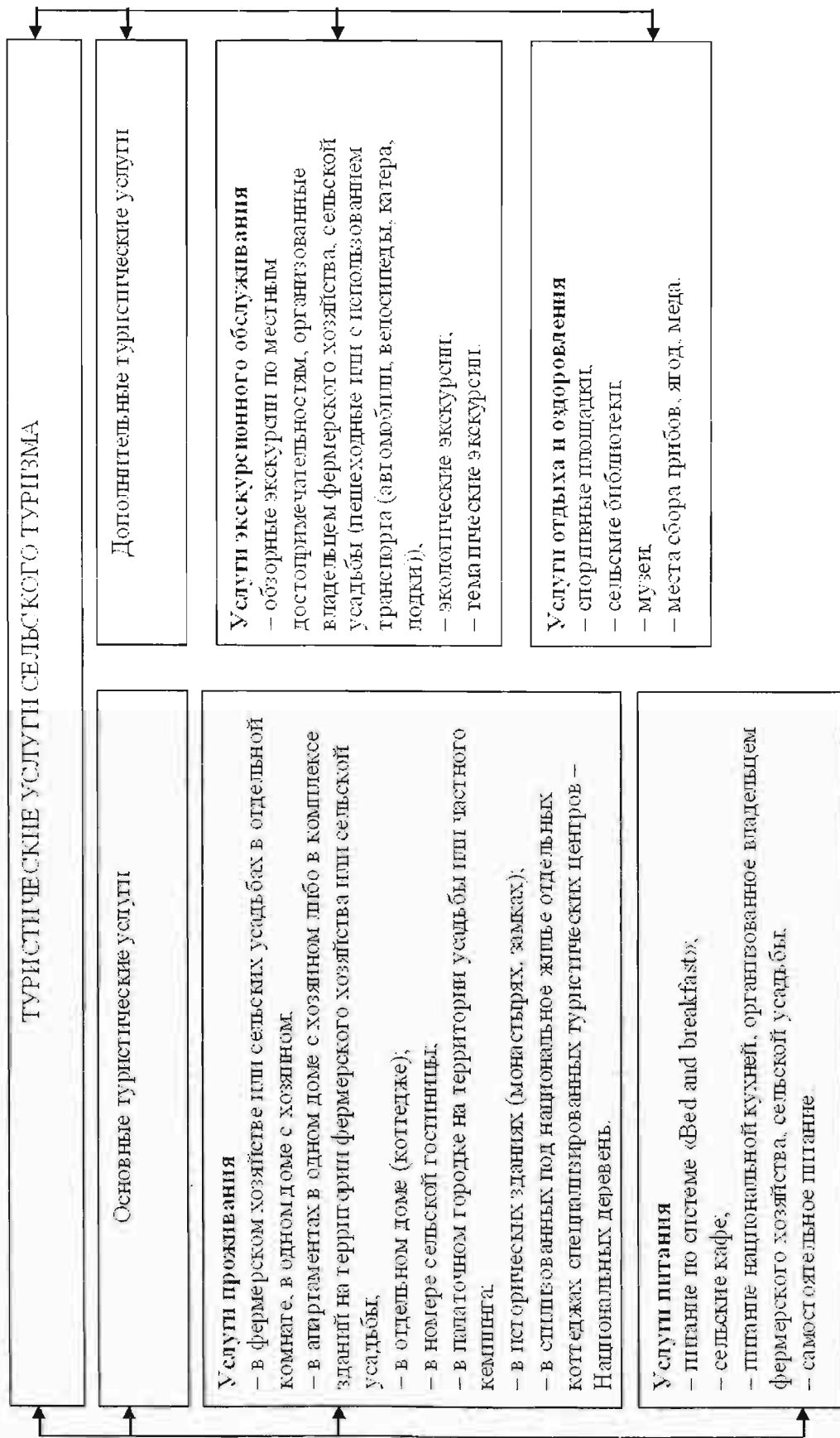


Рисунок 1 – Туристические услуги сельского туризма

Как показало исследование, основной доход турорганизации представлен реализацией туристических услуг. Однако, изучая практику ведения бухгалтерского учета туристическими организациями, определить доход от реализации каждого вида туруслуг невозможно. В Типовом плане счетов бухгалтерского учета Республики Беларусь №89 от 30.05.2003 г. не выделен счет, предназначенный для учета услуг [15]. Учитывая специфические свойства, которыми обладают услуги, для их учета нельзя использовать счета, предназначенные для учета товарно-материальных ценностей – 41 «Товары», 43 «Готовая продукция», 45 «Товары отгруженные».

В связи с этим мы предлагаем использовать активный счет 47 «Услуги» в разрезе субсчетов по видам оказываемых услуг.

Для своевременного и реального отражения расходов, доходов и конечного финансового результата осуществляемой деятельности

сельской усадьбы, проведения всестороннего анализа туристических потоков необходима организация учета за отчетный период с использованием метода «двойной записи» и соответствующих синтетических и аналитических счетов, которая послужит надежной информационной базой для целей бухгалтерского учета.

В связи с этим мы поддерживаем мнение Я.В. Соколова, который для небольших организаций считает лучшей американскую форму учета, поскольку она отличается максимально возможной наглядностью и сводит до минимума затраты на ее ведение [18].

Таким образом, предложенная детализация даст возможность выявить рентабельность каждого вида оказываемых туристических услуг, провести комплексный анализ расходов, доходов и финансовых результатов, рассчитать эффективность и перспективы развития деятельности туристической организации.

Литература

1. Белоусова, Т. Туризм в законе / Т. Белоусова // Туризм и отдых. – 2006. – №3. – С.3.
2. Бондаренко, Г.А. Формирование механизма управления качеством услуг / Г.А. Бондаренко. – Минск: БГЭУ, 1999. – 21с.
3. Гончаронок, А. Договор дороже денег? / А. Гончаронок // Туризм и отдых. – 2006. – №30. – С.3.
4. Гордин, В.Э. Менеджмент в сфере услуг / В. Э. Гордин [и др.]. – СПб.: Изд. дом Бизнес-пресса, 2007. – 271с.
5. Иванов, Н.Н. Управление сферой услуг: инфраструктурный подход / Н.Н. Иванов. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2001. – 143с.
6. Лавлок, К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии / К. Лавлок. – 4-е изд. – М.: Изд. дом «Диалектика, Вильямс», 2005. – 1008 с.
7. Маркова, В.Д. Маркетинг услуг / В.Д. Маркова. – М.: Финансы и статистика, 1996. – 126 с.
8. Миронова, Н.В. Дифференцированный подход к маркетингу услуг / Н. В. Миронова // Маркетинг товаров и услуг. – 2006. – №4. – С. 18–23.
9. Мягков, П.А. Малые предприятия / П.А. Мягков. – М.: Экономика:МНПП «ЭСИ», 1992. – 147 с.
10. Национальное счетоводство / МЭСИ: учебник / Г.Д. Кулагина [и др.]; под ред. Г.Д. Кулагиной. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 448 с.
11. О туризме: Закон Респ. Беларусь, 25 ноября 1999г., № 326-З: в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2007 № 206-З // Мин-во спорта и туризма Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2005. – Режим доступа: http://www.mst.by/Minsport5/Ministerstvo/Uristi/Pravovaja_baza/Turizm/Zakon/Zak_o_turizme.htm.
12. О туризме: Закон Украины, 18 ноября 2003 г., № 1282-IV // SAM Travel Company [Электронный ресурс]. – 2003. – Режим доступа: http://www.sam.ua/spravka_3.html.
13. Об организации и осуществлении туристической деятельности в Республике Молдова: Закон Респ. Молдова, 24 ноября 2006г., № 352–XVI//UNDP Moldova. Sustainable Tourism Development Project [Электронный ресурс]. – 2001. – Режим доступа: <http://www.tourism.md/rus/section/725>.
14. Об основах туристической деятельности в Российской Федерации: федер. Закон Рос. Федерации, 24 нояб. 1996 г., 132-ФЗ: в ред. Закона Рос. Федерации от 17.01.2007 // Travel.ru [Электронный ресурс]. – 1997. – 2007. – Режим доступа: <http://prof1.travel.ru/business/110674.html>.

15. Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета и Инструкции по применению Типового плана счетов бухгалтерского учета: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 30 мая 2003 г. № 89 в ред. Постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 13 ноября 2003 г. № 153 // Главный бухгалтер. – 2003. – № 35. – С. 6–80.
16. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. – 4-е изд. – М.: Вильямс, 2007. – 1200с.
17. Почекина, В.В. Услуги в международной экономике / В.В. Почекина [и др.]; под ред. В.Ф. Медведева. – Минск: НО ООО «БИП-С», 2003. – 178с.
18. Соколов, Я.В. Американская форма бухгалтерского учета / Я. В. Соколов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.buh.ru/document.jsp?ID=518>.
19. Стандартизация и сертификация в сфере услуг / А.В. Раков [и др.]; под ред. А.В. Ракова. – М.: Мастерство: Академия, 2002. – 207 с.
20. Степанов, Д.И. Услуги как объект гражданских прав / Д.И. Степанов. – М.: Статут, 2005. – 349 с.
21. Сулова, Н. Обсуждаем Закон «О туризме» / Н. Сулова // Туризм и отдых. – 2006. – №49. – С. 5.

Резюме

В статье дано определение понятия «услуга» исходя из трех основных подходов: определение, ориентированное на потенциал, определение, ориентированное на процесс, определение, ориентированное на результат.

Основной упор сделан на изучение туристических услуг: Проанализировав Законы «О туризме» Республики Беларусь, Украины, Молдовы, Федеральный Закон Российской Федерации «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации», автор выявил отличия в терминах: «тур», «туристский продукт», «туристическая услуга». Сгруппированы отличительные особенности организации деятельности туроператора, турагента Республики Беларусь и Российской Федерации.

Приведена классификация услуг сельского туризма на основе Типового договора на оказание услуг агроэкотуризма.

Подчеркнуто, что в Типовом плане счетов бухгалтерского учета Республики Беларусь не выделен счет, предназначенный для учета услуг. Поэтому предложено использовать счет 47 «Услуги» в разрезе субсчетов по видам оказываемых услуг. Для отражения услуг сельского туризма рекомендована американская форма учета.

* Статья поступила в редакцию 17 октября 2008 г.

ЗАДАЧА ОБ ОПТИМАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ ПОЛИТИКЕ В МОДЕЛИ ПЕРВОГО ПОРЯДКА РЫНКА ДВУХ ВЗАИМОДОПОЛНЯЮЩИХ ТОВАРОВ

Е.В. Трухан, аспирантка факультета математики и информатики БГУ

1. Модель рынка. Математическая модель рынка двух взаимодополняющих товаров представляется в виде следующей системы обыкновенных нелинейных дифференциальных уравнений первого порядка [2–5]: