

составил 38%. Однако вследствие сезонности в экономике региона прирост средств является непостоянным. Как правило, в начале года происходит снижение остатков средств на банковских счетах предприятий, а в летний сезон происходит рост финансовых ресурсов.

Появление новых банков, в первую очередь, иностранных приводит к обострению конкуренции, заставляя вновь открывшиеся банки предложить более качественные и рациональные банковские продукты на выбранном сегменте рынка региона, что приведет к снижению процентной ставки и увеличению срока выдаваемых кредитов малому бизнесу. При этом основной объем кредитных вложений в АР Крым осуществляют филиалы Украинских банков (76%).

С развитием предпринимательства в регионе будут увеличиваться вложения средств в банки, и, тем самым, будет происходить снижение ставок по депозитам, важному источнику ресурсной базы банковского сектора АР Крым. Объем депозитов населения в банках вырос на 27%, в структуре депозитных обязательств банков это 57%. Среди регионов Украины АР Крым по объему вкладов населения занимает 8-е место. С начала года формирование ресурсов у банков региона населением увеличилось. Доходность по ним составляет 13-20%. Снижение ставок по депозитам, в свою очередь, будет снижать ставки по кредитам. Таким образом, колебания ставок по кредитам зависит не только от экономики в регионе, но и от активности заемщиков.

Также на снижение ставок по кредитам для малых предприятий оказывает влияние стоимость средств, привлеченных коммерческими банками. Так как, привлекая средства только у населения, банковские институты АР Крым будут неконкурентоспособны, они организуют синдцированные кредиты, пополняя ресурсную базу за счет средств иностранных банков. Тем самым, если банковские учреждения АР Крым будут привлекать недорогие кредиты иностранных банков, то стоимость кредитов для малого бизнеса будет снижаться.

Приход иностранного инвестора дает возможность установления конкурентоспособных ставок. Размещение долгосрочных кредитных линий дает возможность банкам региона выдавать долгосрочные кредиты, а наличие надежного и качественного кредитного портфеля, позволяет довольно точно планировать потребности в кредитных ресурсах, что, ведет к их удешевлению для банков АР Крым, а значит и для малых предприятий. Минимизация собственных расходов банков АР Крым стимулирует снижение процентных ставок по кредитованию малых предприятий и увеличение срока кредитования.

Таким образом, можно сделать вывод, что кредитование малых предприятий в регионе на сегодняшний день является одним из быстро развивающихся направлений деятельности для банковской системы АР Крым. Это обусловлено ростом числа субъектов малого предпринимательства в регионе, а также увеличением числа банков в регионе. Усиление конкурентной борьбы стимулирует банковские учреждения к снижению процентных ставок по кредитам малому бизнесу и увеличению срока кредитования с целью завоевания большего числа клиентов. Для развития кредитования малых предприятий целесообразно: стимулировать банки, кредитующие малые предприятия, оказывать поддержку малому бизнесу за счет средств фондов поддержки малого предпринимательства и местного бюджета, а также стимулировать развитие небанковских кредитных организаций в АР Крым.

Источники и литература

1. Владичин У.В. Роль кредитування в економічному зростанні в Україні // Фінанси України – 2004. – №1. – С. 96–100.
2. Воробьев Ю.Н. Банковская система Украины: состояние и перспективы // Экономика и управление – 2004. – №4–5. – С. 27–31.
3. Попова Н.В. Организация финансовой схемы инвестиционного кредитования коммерческого банка при участии фирмы-гаранта // Економіка, фінанси, право – 2003. – №4. – С. 27–30.
4. Калугин С.П. Банковские кредиты – экономике региона // Деньги и кредит – 2002. – №9. – С. 43–46.
5. Бояренко А.В. Синдцированный кредит как источник ресурсов крупных предприятий // Деньги и кредит – 2004. – №2. – С. 35–40.
6. Білобровський С. Окремі аспекти системи оцінки кредитного ризику банками // Економіка, фінанси, право – 2002. – №3. – С. 30–31.
7. Сухов М.И. Рыночная дисциплина и взаимоотношения органа банковского надзора с кредитными организациями // Деньги и кредит – 2003. – №6. – С. 9–11.
8. Сапунов М.К. Проблемы участия региональных банков в инвестировании экономики // Деньги и кредит – 2002. – №9. – С. 46–49.

Балашова Р. И.

ВОПРОСЫ ОПТИМИЗАЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Туризм начала XXI века характеризуется как один из видов экономической деятельности, который стремительно и динамично развивается, опережая по темпам роста доходов другие ведущие отрасли. Мировая туристическая индустрия пережила значительный подъем в последние годы и удерживает темпы роста количества туристов и поступлений от туристической деятельности.

Развитие туризма в Украине – одно из приоритетных направлений в структурной перестройке экономики.

Актуальность данной темы состоит в том, что себестоимость туристической продукции является од-

ним из самых важных показателей работы туристического предприятия. Качество работы туристического предприятия характеризует рациональное использование ресурсов. В связи с этим возникает необходимость оптимизации себестоимости туристического продукта. Высокий уровень себестоимости может свидетельствовать о существовании на туристическом производстве устаревшего офисного оборудования или его отсутствии, о нерациональном использовании рабочего времени, низкой продуктивности работы, некачественном исследовании рынка, непродуктивной технологии создания турпродукта. Все факторы, кажущиеся на первый взгляд незначительными, имеют прямое влияние на уровень себестоимости туристической продукции.

Целью работы является изучение перспектив развития оптимизации себестоимости туристического продукта на предприятии, как одного из основных показателей работы.

Для правильного использования показателей себестоимости в практике хозяйствования необходимо учитывать экономическую природу себестоимости, особенности ее формирования, состав производственных затрат и пути их снижения.

Себестоимость как экономическая категория характеризуется торгово-денежными отношениями и сохраняет эти свойства до настоящего времени [1].

Различные трактовки понятия «себестоимость продукции» приведены в табл. 1.

Табл. 1. Трактовки понятия «себестоимость продукции»

Источник	Трактовка понятия
Афанасьев Н. В., Гончаров А. Б. Экономика предприятия: Учебное пособие. – К.: ИД «ИНЖЭК», 2004. – 528 с. стр. 289.	▪важнейший результирующий и обобщающий показатель деятельности предприятия, который отражает уровень материало-, энерго-, тепло- и трудоемкость продукции, то есть меру эффективности затрат прошлого и живого труда на единицу продукции.
Раицкий К. А. Экономика предприятия: Учебник для вузов. – М.: информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 693 с. стр. 601.	▪Часть стоимости продукции, включающая потребленные средства и предметы труда, услуги других предприятий, оплату труда работников и т. д., выраженные в денежной форме.
Экономика производственного предприятия: Учебное пособие /И. М. Петрович, И. О. Будищева, И. Г. Устинова и др.; под редакцией И. М. Петровича. – 2-е изд., перераб. и доп. – К.: общество «Знание», КОО, 2001. – 405 с. стр. 206	▪Денежное выражение величины ресурсов, использованных с определенной целью.
Зайцев Н. А. Экономика промышленного предприятия: Учебник, 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА – М, 1998. – 336 с. стр. 189	▪Текущие затраты предприятия на производство и реализацию продукции, выраженные в денежной форме.
Экономика предприятия: Учебник/ под ред. Проф. Н. А. Сафронова. – М.: «Юристъ», 1999. – 336 с. стр. 301	▪Стоимостная оценка используемых в процессе производства продукции природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат на ее производство и реализацию.
Экономика предприятия: Учебное пособие/под ред. д. э. н. проф. Л. Г. Мельника. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 632 с. стр. 206	▪Выраженные в денежной форме текущие расходы предприятия на ее производство и сбыт.

Сравнивая варианты определения себестоимости, можно отметить, что это денежное выражение величины ресурсов, используемых на производство и сбыт любой продукции, в том числе и туристической.

Себестоимость туристической продукции является важным обобщающим показателем, который характеризует эффективность работы туристического предприятия, то есть, по уровню которого судят об эффективности использования предприятием различных видов ресурсов, а также об уровне организации труда. В себестоимости отражаются все стороны производственной деятельности туристических предприятий, так как степень организации туристического предприятия определяет рациональность использования собственных ресурсов, совершенствование технологии обслуживания клиентов.

В себестоимость туристического продукта включают следующие виды затрат:

- стоимость маркетинговых исследований;
- подготовка и освоение новой туристической продукции;
- производство туристической продукции, включая затраты на оплату ресурсов и туристического снаряжения, амортизацию основных фондов и оплату труда работников;
- обслуживание производственного туристического процесса и управление им;
- затраты, связанные со сбытом туристической продукции;
- затраты, связанные с подготовкой кадров (поиск, переквалификация, повышение квалификации и т. п.);
- текущая рационализация производства (усовершенствование туристических технологий, организации производства турпродукта, повышение его качества).

ВОПРОСЫ ОПТИМИЗАЦИИ СЕБЕСТОИМОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

Себестоимость – это качественный показатель, который характеризует уровень использования всех ресурсов, находящихся в распоряжении туристического предприятия.

В качестве экономической категории себестоимость выполняет базовые функции для:

1. Формирования отпускной цены на туристический продукт и определения прибыли и рентабельности;
2. Определения оптимальных размеров предприятия;
3. Экономического обоснования и принятия управленческих решений.

Сущность себестоимости турпродукции определяют следующие экономические принципы (Рис. 1)

Аналитическая оценка приведенных принципов позволяет сделать следующие выводы.

Сущность первого принципа заключается в том, что себестоимость услуг включает затраты, связанные с процессом формирования, продвижения и реализации турпродукта.

Необходимость разделения текущих и капитальных затрат, отраженная во втором пункте, связана с тем, что в бухгалтерском учете должен быть обеспечен отдельный учет текущих и капитальных затрат предприятия. Текущими расходами при формировании туристического продукта являются расходы, имеющие частую периодичность. Они, как правило, потребляются в одном хозяйственном цикле, например, расходы на питание, проживание, экскурсионное обслуживание и др., и представляют собой прямые расходы. Капитальные затраты в туристической сфере производятся на внеоборотные активы, используемые в нескольких производственных циклах. Примером этих затрат являются начальные капитальные затраты на создание нового туристического предприятия, в том числе инвестиции и капитальные затраты на усовершенствование или разработку новых видов туристического продукта. Такие расходы непосредственно в себестоимость турпродукта не включаются, однако средства на амортизацию основных фондов являются условно-переменными и могут быть включены в состав себестоимости турпродукта.

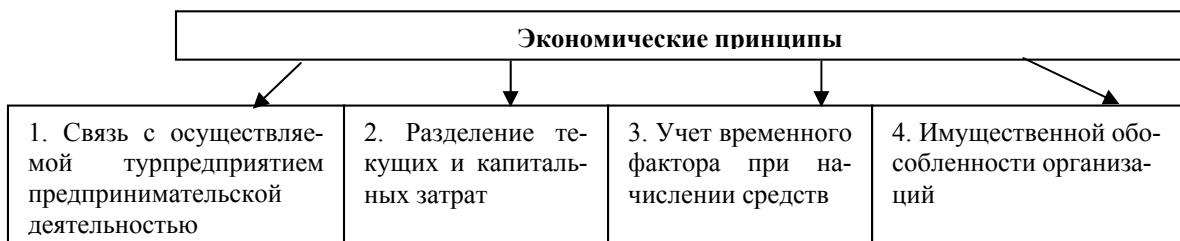


Рис. 1. Экономические принципы, определяющие сущность себестоимости туристической продукции.

Относительно учета временного фактора при начислении средств необходимо отметить, что данный принцип предполагает допущение временной фиксации факторов хозяйственной деятельности. Согласно этому принципу факторы хозяйственной деятельности предприятия относятся к тому отчетному периоду т. е. отражаются в бухгалтерском отчете, в котором они имели место, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими фактами. Данный принцип имеет особое значение для туристических предприятий, где существует временной разрыв между разработкой и приобретением турпродукта, а также сроком и местом реализации турпродукта или услуг потребителям.

Согласно четвертому принципу, который допускает имущественную обособленность туристического предприятия, оборотные и необоротные активы и обязательства самого туристического предприятия существуют и учитываются обособленно от имущества и обязательств собственников этого предприятия и других юридических лиц, то есть в системном бухгалтерском учете и на балансе может быть отражено лишь имущество, которое признается собственностью туристического предприятия согласно законодательству, все прочие ценности должны учитываться на забалансовых счетах.

Итак, при решении вопроса о включении тех или иных затрат в себестоимость услуг целесообразно ориентироваться на вышеперечисленные принципы и руководствоваться законодательной и нормативной базой, так как многообразие хозяйственной деятельности туристического предприятия может вызвать спорные вопросы [2].

Деление затрат на постоянные и переменные условно. Часть затрат в определенной ситуации переходит из разряда переменных в постоянные. В долгосрочном плане все затраты переменные, в краткосрочном – постоянные [3].

В зависимости от полноты затрат, включаемых в себестоимость продукции традиционно выделились следующие виды себестоимости туристической продукции:

1. Технологическая себестоимость – затраты на проживание, питание, транспортные услуги, экскурсионное обслуживание, израсходованные в процессе предоставления туристических услуг, плюс непосредственно связанные с этим расходы на оплату труда с начислениями; все эти расходы являются прямыми, то есть непосредственно связанными с предоставлением услуг.

2. Производственная себестоимость – технологическая себестоимость плюс расходы, связанные с управлением подразделениями туристического предприятия, предоставляющими услуги; последние могут быть косвенными или непрямыми расходами, если подразделения предоставляют несколько видов услуг (например, туристические, по оформлению загранпаспортов и др.).

3. Полная себестоимость готовой продукции – производственная себестоимость плюс часть постоянных расходов, не связанных с предоставлением услуг, которые условно отнесены на данный вид услуг.

4. Себестоимость реализованной продукции – полная себестоимость готовой продукции плюс расходы, связанные с ее реализацией.

Эта классификация является типовой, и предприятия могут вносить в нее изменения с учетом технологии туристического процесса.

Соотношение отдельных элементов затрат производства составляет структуру себестоимости. Структура себестоимости находится в движении.

Постоянное влияние на нее оказывают следующие факторы (рис. 2).

Соотношение отдельного элемента затрат к их общей величине отражает структуру затрат за определенный период. Анализ показывает, что структура затрат зависит от специфики работ и услуг туристического предприятия [1].

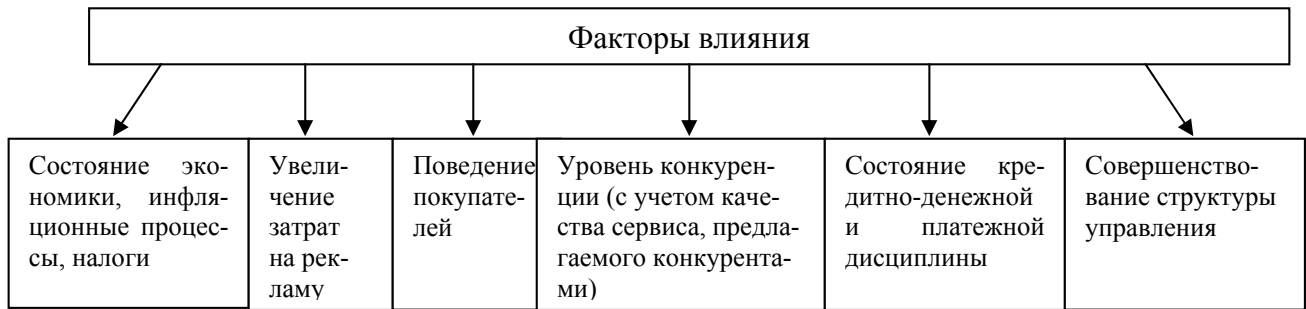


Рис. 2 Факторы, оказывающие влияние на структуру себестоимости

Система формирования себестоимости туристической продукции должна базироваться на следующих принципах (рис. 3.).

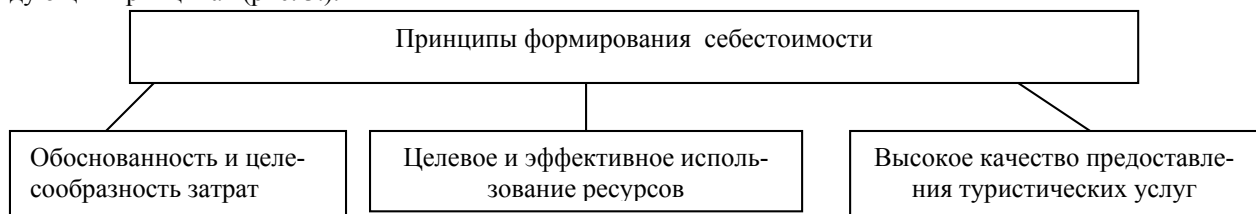


Рис. 3 Принципы формирования себестоимости туристической продукции

Основным критерием обоснованности затрат является экономическая целесообразность, которая подтверждается соответствующими финансовыми расчетами.

Эффективное и целевое использование туристических ресурсов обеспечивается в процессе осуществления конкретных затрат и базируется на системном финансовом контроле.

Согласно результатам текущего контроля принимаются оперативные решения, направленные на регулирование процесса управления при изменении окружающих и внутренних условий функционирования туристического предприятия, например, при изменении конъюнктуры рынка потребительских услуг и др.

В туризме большое значение имеет качество предоставленных услуг, что зависит как от размера затрат на ресурсы, из которых состоит предлагаемый предприятием продукт, так и от уровня их предоставления туристам в период путешествия. Показатели качества, в свою очередь, влияют на удовлетворение клиентов результатами туристической поездки, а также на имидж туристического предприятия.

Управление затратами должно основываться на их оптимизации. Одним из основных методов оптимизации затрат является определение предельного уровня расходов предприятия в его предпринимательской деятельности в конкретной ситуации.

Состав себестоимости разработки одного тура, исходя из минимального использования производственных возможностей предприятия или оптимальной себестоимости единицы продукции можно формально выразить в виде алгоритма:

$$C_{opt} = f\left(\frac{Z_{пер} + Z_{пост}}{N}\right)$$

где C_{opt} – оптимальная себестоимость единицы туристической продукции;
 $Z_{пер}$ – переменные затраты;
 $Z_{пост}$ – постоянные затраты;
 N – количество путевок.

Таким образом, научной новизной данного исследования является вывод о том, что расходы на параметры качества учитываются в затратах на создание и реализацию турпродукта.

Источники и литература

1. Кифяк В. Ф. Организация туристической деятельности в Украине. – Чернівці: Зелена Буковина, 2003. – 312 с.
2. Балашова Р. И. Методологические аспекты обліку собівартості виробництва: наук. стаття // Зб. наук. пр. випуск 18. – К.: КНДІ, 2002. – С. 149 – 151
3. Балашова Р. И., Іваніна О. О. Методологические питання витрат туристичних підприємств // матеріали II-ї Міжнародної конференції. – Черкаси, 2004. – С. 65 – 67
4. Балашова Р. И., Кальченко И. В. Вопросы оптимизации показателей доходов и затрат в управлении туристическим предприятием // Материалы II-ой республиканской научно-практической конференции. – Симферополь, 2004. – С. 10 – 14

Бобирева О.В.**МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ РЕФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ**

Актуальність. В умовах трансформування системи державного регулювання сфери відпочинку і розваг, культури та спорту, актуальними стають питання доцільності та напрямку таких зрушень. Адже відомо, що названа сфера не користувалась увагою минулих можновладців, а за радянських часів взагалі використовувалась як засіб ідеологічного впливу на свідомість населення.

Зараз, коли вже зрозумілі перші кроки дійсної влади щодо вивчення та забезпечення реальних потреб більшості громадян, не зайвим буде акцентувати увагу на тому, що кожен з нас потребує не тільки хліба, а й сучасної, відповідної світовим стандартам системи забезпечення дозвілля. Бо не лише склад продуктової корзини, а й ступень розвиненості інфраструктури сфери відпочинку і розваг, культури та спорту відображають якісний рівень життєзабезпечення європейців. В цих умовах, метою наукового загалу, що розробляє дану проблематику, є формування міцного теоретичного підґрунтя, що врешті-решт дозволить мати нашим громадянам не лише гідні зарплати та пенсії, а й відповідні умови для культурного та інтелектуального розвитку, збереження та покращення здоров'я.

Мета. В контексті названої проблематики задачею, яку має вирішити автор цієї статті, є виділення визначених світовою наукою теоретичних основ забезпечення рекреаційних потреб населення, узагальнення сучасного європейського досвіду державного управління розвитком сфери відпочинку і розваг, культури та спорту, формування власних пропозицій щодо вирішення основних аспектів проблеми, що буде розглядатись.

Сьогодні досить поширені наукові дискусії про шляхи та методи підвищення ефективності діяльності в сферах туризму, санаторно-курортного обслуговування, культури та спорту, на яких мова йде про одне і те саме - як реально підвищити якість задоволення відповідних потреб населення і отримати з цього прибуток. На жаль, більшість вітчизняних науковців намагаються вирішити це питання притримуючись досить консервативної, випадкової ще за радянських часів, точки зору, яка не дозволяє пов'язувати між собою діяльність у вищезазначених сферах, хоча світова наука ще на початку 80-х років об'єднала діяльність спортивних, розважальних, туристичних, санаторно-курортних організацій і закладів культури в одну сферу – сферу рекреаційної діяльності. Узагальнюючим критерієм стала здатність цих видів діяльності відтворювати життєві сили населення розтрачені під час праці. Саме рекреаційна, відтворююча якість послуг сфери відпочинку і розваг, культури та спорту забезпечує постійне зростання споживчого попиту на її послуги і змушує уряди провідних країн світу розробляти загальну державну політику щодо розвитку цієї сфери.

У своїй попередній роботі [1] автор докладно розглядав економічні природу та сутність рекреаційної діяльності, тому зараз достатньо лише ще раз наголосити на тому, що рекреаційна діяльність – це діяльність людини інстинктивно або свідомо спрямована на відтворення та розвиток її життєвих сил, розтрачених під час праці. Саме тому, створена в суспільстві інфраструктура підприємств, організацій і засобів, за допомогою яких можливе це відтворення відповідає за те, з якою ефективністю буде відновлюватись працездатність населення не лише фізіологічна, як було раніше, а й творча, інтелектуальна, психологічна. Адже напруження, з яким стикається більшість працюючого населення, не зникає саме по собі - щоб відновити свою працездатність більшість повинна споживати послуги, які пропонують підприємства, організації та установи в сфері туризму, санаторно-курортного обслуговування, відпочинку, розваг, культури та спорту. У випадку, коли держава не підтримує сприятливі умови для функціонування цих підприємств та потрібний рівень рекреаційного забезпечення населення, або не опікується цими питаннями взагалі, в суспільстві посилюються деструктивні тенденції – куріння, пияцтво, наркоманія, що поступово здатні знизити його культурний рівень, призвести до падіння інтелектуального потенціалу нації.

Вивчення досвіду розвинених демократичних держав у сфері державного регулювання розвитку сфери рекреаційних послуг [2-3] дозволило зробити висновки, що високі соціально-економічні показники в цій сфері досягаються не тільки завдяки оптимальному сполученню підприємницьких ініціатив суб'єктів рекреаційної діяльності. Насамперед, це результат комплексної державної рекреаційної політики, що координує всі види рекреаційного впливу, для досягнення населенням максимального рекреаційного ефекту.

Найпоширенішим у Західній Європі є функціональне об'єднання головних напрямів рекреаційної політики в організаційну структуру одного міністерства або департаменту, класичним прикладом якої є департамент культури, інформації та спорту Великої Британії (рис. 1). Об'єднуючи відносно автономні відділи однорідних видів рекреаційного впливу, даний департамент консолідує зусилля спеціалістів з питань формування, впровадження і розвитку оптимальної структури рекреаційного забезпечення населення.

Порівняння з організаційною структурою управління даною сферою послуг, прийнятою в нашій країні (рис. 2.), не дивлячись на те, що туризм ближчий до питань культури, ніж молодіжної політики, дає наочне уявлення про її невідповідність теоретичним основам формування оптимальної рекреаційної політики.