

УДК 338.312
JEL Classification: L83 O31

<https://doi.org/10.33619/2414-2948/46/38>

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УЧЕТА И АНАЛИЗА ТУРИСТСКИХ ПРОДУКТОВ

©*Темирханова М. Д.*, канд. экон. наук, *Российский экономический университет
им. Г.В. Плеханова, г. Ташкент, Узбекистан, mutabarchik@mail.ru*

SCIENTIFIC AND THEORETICAL BASES OF ACCOUNTING AND ANALYSIS OF TOURIST PRODUCTS

©*Temirkhanova M., Ph.D., Plekhanov Russian University of Economics,
Tashkent, Uzbekistan, mutabarchik@mail.ru*

Аннотация. В статье раскрыты вопросы научно–теоретических основ учета и анализа туристских продуктов, описаны приоритеты развития туризма и специфика отрасли, нормативно-правовые основы, научно–теоретические основы финансового и управленческого учета и анализа туристских продуктов в туристических предприятиях. Предлагается ввести «Инструкцию по планированию, учету и расчету затрат на организацию расходов для туристических предприятий и формирование финансовых результатов для туристических компаний» с целью определения фактических затрат на создание туристических продуктов для туристических компаний и формирования финансовых результатов.

Abstract. The article reveals the scientific and theoretical foundations of accounting and analysis of tourism products, describes the priorities of tourism development and industry specifics, regulatory frameworks, the scientific and theoretical foundations of financial and managerial accounting and analysis of tourism products in tourism enterprises. It is proposed to introduce the “Instruction for planning, accounting and calculation of expenses for the organization of expenses for tourism enterprises and the formation of financial results for tourism companies” in order to determine the actual costs of creating tourism products for tourism companies and the formation of financial results.

Ключевые слова: туристический продукт, приоритеты, анализ, финансовый учет, управленческий учет, нормативно-правовые основы.

Keywords: tourist product, priorities, analysis, financial accounting, management accounting, regulatory framework.

Введение

Туризм является одним из ключевых секторов экономики многих развитых и развивающихся стран. Это дает возможность увеличению количества предоставляемых услуг, потребность в постоянной производительности [1]. В то же время она стала международной отраслью, которая занимает третье место среди крупнейших экспортных секторов экономики после нефтяной и автомобильной промышленности. Сегодня туризм является самым быстрорастущим и прибыльным бизнесом, его доля в ВВП составляет 10,0%. Каждый седьмой из созданных рабочих мест в сфере туризма. На индустрию туризма приходится около 50% доходов в странах третьего мира 80–90% занятости. Всемирная

туристская организация призывает страны вносить предложения по увеличению туристического потенциала, предлагать новые услуги, создавать новые туристические бренды, радикально повышать конкурентоспособность туристической индустрии. Это свидетельствует о том, что туризм является одной из областей, где туризм является более прибыльным, увеличивая свою долю в валовом внутреннем продукте (ВВП) страны. Оценка тенденций и тенденций развития предпринимательской деятельности в туристической отрасли, повышение экономической эффективности индустрии туризма, совершенствование методологической базы учета и анализа туристских продуктов являются актуальными на сегодняшний день [2].

Существует множество подходов к совершенствованию методологических основ учета и анализа туристских продуктов в области теоретических и прикладных исследований, но в результате в научных и практических исследованиях все еще необходимо разработать комплексные меры для приведения учета в соответствие с международными стандартами и снижения стоимости услуг. За годы независимости в Узбекистане были проведены широкомасштабные реформы, направленные на расширение сферы услуг, в частности, на увеличение объема туристических услуг [1, 2]. В целях улучшения качества туристических услуг в стране, совершенствования бухгалтерского учета был внесен ряд изменений, разработаны нормативно-правовые требования, разработаны стандартные и новые требования, а также улучшены структуры управления. Это положило начало исследованиям по совершенствованию учета туризма в процессе модернизации и диверсификации ведущих отраслей народного хозяйства.

Научные исследования по решению научно-теоретических проблем методологических основ учета и анализа туристских продуктов проводятся в ведущих научных центрах и высших учебных заведениях мира [5-9], в том числе Центре экономических и деловых исследований (CEBR), Американском институте дипломированных общественных бухгалтеров (ACIPA). Колумбийский университет, Чикагский университет, Калифорнийский университет, Стэнфордский университет, Принстонский университет (США), Институт внутренних аудиторов (ИА), PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, Институт дипломированных бухгалтеров в Англии и Уэльсе — ICAEW, Совет по международным стандартам бухгалтерского учета (IASB) (Великобритания), Университет Калгари (Канада), Университет Нагоя, Университет Киото (Япония), Ташкентский государственный экономический университет, Ташкентский финансовый институт (осуществляется) (Положение о составе и формировании затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) утверждений 5 февраля 1999 г., ВМ №54. (18.09384/1266 НХРБ от 24.05.2018).

Целью исследования является разработка научных предложений и практических рекомендаций по совершенствованию методологической базы учета и анализа туристских продуктов. *Задачи исследования:*

–изучение специфики учета затрат на предприятиях туризма и обоснование необходимости их совершенствования;

–исследование порядка формирования и учета финансовых результатов на предприятиях туризма;

–предоставление научно-теоретических предложений по внесению изменений и дополнений в национальные стандарты бухгалтерского учета для формирования финансовых результатов;

–разработка предложений по категоризации и распределению затрат на туристических предприятиях;

–предоставление практических рекомендаций по улучшению финансовой отчетности на предприятиях туризма;

–совершенствование анализа затрат на предприятиях туризма как элемент управленческого анализа и разработка практических предложений для принятия управленческих решений;

–изучить особенности анализа финансовых результатов в сфере туризма и разработать практические рекомендации, направленные на его улучшение.

Объектами исследования являются действующие в республике туристические компании и предприятия. *Предметом исследования* являются экономические отношения в финансово-хозяйственной деятельности субъектов хозяйствования в сфере туризма.

Основная часть

В Узбекистане принимаются последовательные меры для развития наиболее перспективных секторов, включая туризм, для решения наиболее важных социально-экономических проблем, таких как диверсификация экономики, ускоренное развитие регионов, увеличение доходов в иностранной валюте, повышение доходов и уровня жизни.

Задачами, которые предстоит реализовать в стране в 2019 г «Год активных инвестиций и социального развития» (4.4. Дальнейшее развитие культуры, спорта и туризма), являются: развитие новых видов туризма и развитие делового туризма (MICE) с целью снижения сезонного фактора (<http://lex.uz/docs/4143188>).

Дальнейшее совершенствование системы воздушного транспорта с целью дальнейшего увеличения количества туристов из ближнего и дальнего зарубежья, обеспечения их свободного передвижения внутри страны, притока туристов в страну. Для того, чтобы расширить базу известных международных брендов компании открывать филиалы в Узбекистане Узбекистан обладает огромным туристическим и рекреационным потенциалом, имея в общей сложности 7400 объектов культурного наследия, 209 включены в список всемирного наследия ЮНЕСКО (Ичан-Кала в Хиве, Исторический центр Бухары, Исторический центр Шахрисабза, город Самарканд).

Известно, что концепция развития туризма в Республике Узбекистан на 2019-2023 гг направлена на повышение эффективности реформ по созданию благоприятных экономических условий и факторов, постановке приоритетов и задач по ускоренному развитию туризма, повышению его роли и доли в экономике, диверсификации и качестве услуг для улучшения туристической инфраструктуры (Таблица 1).

Таблица 1.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ ²

Наименование показателя	годы					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Количество иностранных туристов, посещающих Узбекистан (тыс чел.)	4800	5889,9	6302,2	6743,3	7282,8	7865,4
Экспорт туристических услуг (млн \$)	951	1166,9	1271,9	1399,1	1553	1739,4
Количество внутренних туристов (тыс посещений)	14000	15640	17230	18806	20317	21867
Количество гостиниц и аналогичных гостиниц (ед.)	910	1098	1609	2394	2562	2715

² Приложение 1 к Указу Президента Республики Узбекистан от 5 января 201 г. №УП-5611 «Концепция развития туризма в Республике Узбекистан на 2019 - 2023 годы» <http://lex.uz/docs/4143188>

Наименование показателя	годы					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Количество комнат в распределительных сооружениях (тыс)	22,0	24	33,7	48,7	52,1	55,2
Количество мест для размещения инструментов (тыс)	47,8	52,5	73,6	105,9	113,3	120,1
Туроператоры	957	1053	1158	1262	1325	1458

В последние годы были реализованы крупные инвестиционные проекты по развитию инфраструктуры туризма, включая запуск отелей в Ташкенте, таких как New Regency Tashkent и Lotte City Notel Tashkent Palace, создание культурно-развлекательных парков в Андижане, Ургенче и Ташкенте, а также Ангрен-Поп. Открытие электрифицированных железнодорожных линий для Бухары, Карши, Шахрисабза и Хивы. Туристические услуги имеют свои особенности (Таблица 2).

Таблица 2.

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ИХ СУЩНОСТЬ [1]

Особенности услуг	Содержание
Важность туристических услуг как в экономическом, так и в социальном плане	Экономическая значимость туристических услуг определяется тем, что он создает ВВП для экономики региона и страны, производит туристические продукты и предоставляет услуги туристам. Социальная значимость определяется непосредственной занятостью населения, распространением знаний о мире через предоставление туристических услуг и качеством жизни.
Отсутствие хранения туристических услуг, как и другие виды услуг	Невозможно сохранить туристические услуги, как любые другие услуги, потому что они потребляются непосредственно в процессе, а их качество понимается потребителем.
Недостаток финансовых услуг в процессе купли-продажи туристических услуг	Туристические услуги, как и другие услуги, не реализуются в процессе продажи, но потребляются одновременно, услуга поставщика услуг зависит от его профессионализма и, соответственно, общего уровня интереса потребителя к услуге.
Предоставление туристических услуг по месту обслуживания и нет возможности перевозки в другое место.	Тот факт, что туристические услуги нематериальны, невозможность хранить и транспортировать их, а также когда и где они используются, не позволяет транспортировать их в другое место.
Одновременное потребление туристических услуг	Из-за одновременного потребления туристических услуг невозможно хранить, транспортировать или передавать эту услугу другому лицу в финансовом отношении.
Уровень одновременного присутствия потребительских, сервисных и туристских продуктов при предоставлении туристических услуг.	Еще одной важной особенностью туристических услуг является одновременное присутствие потребителя, услуги и туристического продукта (услуги) в его предоставлении.

В Узбекистане полностью создана нормативно-правовая база для организации и ведения финансовой отчетности для предприятий, занимающихся туризмом. Они обязаны составлять финансовые отчеты в соответствии с требованиями национального законодательства. Таким образом, финансовый учет должен вестись в соответствии с нормативными документами различной степени и статуса: законы, стандарты, правила и руководства [4, 5].

В результате исследования теоретических основ учета и анализа затрат и финансовых результатов на предприятиях туризма были сделаны следующие выводы:

В исследовании предлагается ввести «Инструкцию по планированию, учету и расчету затрат на организацию расходов для туристических предприятий и формирование финансовых результатов для туристических компаний» с целью определения фактических затрат на создание туристических продуктов для туристических компаний и формирования финансовых результатов.

Данная предлагаемая процедура представляет собой Налоговый кодекс Республики Узбекистан (НПО от 12.10.2008, № 03/18/497/2044) и Положение о составе и формировании затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг) утвержденный 5 февраля 1999г., ВМ № 54. (18.09384/1266 НХРБ от 24.05.2018). Это облегчит правильную категоризацию затрат в индустрии туризма и их отражение в учетных записях, а также улучшение финансовых результатов.

Список литературы:

1. Темирханова М. Ж. Совершенствование методологии учета затрат на производство туристских продуктов и финансовых результатов их продажи. Ташкент, 2019.
2. Темирханова М. Ж. Особенности совершенствования учетной политики в туристических компаниях и национальной экономике // Бюллетень науки и практики. 2018. Т. 4. №2. С. 332-341.
3. Мальшина Н. А. Логистические принципы в сфере сервиса и туризма как инновационная деятельность // Инновационная деятельность. 2011. №3. С. 107b-113a.
4. Мартыненко Д. В. Анализ туристских ресурсов Дальнего Востока ANALYSIS OF // Актуальные проблемы развития туризма: сб. трудов конференции. 2018. С. 277.
5. Dann G., Nash D., Pearce P. Methodology in tourism research // Annals of tourism research. 1988. V. 15. №1. P. 1-28. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90068-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90068-0)
6. Crouch G. I., Ritchie J. R. B. Tourism, competitiveness, and societal prosperity // Journal of business research. 1999. V. 44. №3. P. 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
7. Perdue R. R., Long P. T., Kang Y. S. Boomtown tourism and resident quality of life: The marketing of gaming to host community residents // Journal of Business Research. 1999. V. 44. №3. P. 165-177. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00198-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00198-7)
8. Sharpley R. Tourism, tourists and society. – Routledge, 2018.
9. Alaei A. R., Becken S., Stantic B. Sentiment analysis in tourism: capitalizing on big data // Journal of Travel Research. 2019. V. 58. №2. P. 175-191. <https://doi.org/10.1177/0047287517747753>

References:

1. Temirkhanova, M. Zh. (2019). Sovershenstvovanie metodologii ucheta zatrat na proizvodstvo turistskikh produktov i finansovykh rezul'tatov ikh prodazhi. Tashkent, (in Russian).
2. Temirkhanova, M. (2018). Features of improving accounting policies in touristic companies and national economy. *Bulletin of Science and Practice*, 4(2), 332-341. (in Russian).
3. Malshina N. A. (2011). Principles of Logistics in the Field of Service and Tourism as Innovation. *Innovation Activity*, (3). 107b-113a. (in Russian).
4. Martynenko, D. V. (2018). Analysis of the Tourism Resources of the far East. *In Aktual'nye problemy razvitiya turizma: sbornik trudov konferentsii*, 277. (in Russian).
5. Dann, G., Nash, D., & Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of tourism Research*, 15(1), 1-28. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(88\)90068-0](https://doi.org/10.1016/0160-7383(88)90068-0)

6. Crouch, G. I., & Ritchie, J. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of business research*, 44(3), 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3)
7. Perdue, R. R., Long, P. T., & Kang, Y. S. (1999). Boomtown tourism and resident quality of life: The marketing of gaming to host community residents. *Journal of Business Research*, 44(3), 165-177. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00198-7](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00198-7)
8. Sharpley, R. (2018). *Tourism, tourists and society*. Routledge.
9. Alaei, A. R., Becken, S., & Stantic, B. (2019). Sentiment analysis in tourism: capitalizing on big data. *Journal of Travel Research*, 58(2), 175-191. <https://doi.org/10.1177/0047287517747753>

*Работа поступила
в редакцию 26.07.2019 г.*

*Принята к публикации
29.07.2019 г.*

Ссылка для цитирования:

Темирханова М. Д. Научно-теоретические основы учета и анализа туристских продуктов // Бюллетень науки и практики. 2019. Т. 5. №9. С. 298-303. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/46/38>

Cite as (APA):

Temirkhanova, M. (2019). Scientific and Theoretical Bases of Accounting and Analysis of Tourist Products. *Bulletin of Science and Practice*, 5(9), 298-303. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/46/38> (in Russian).