МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ТУРИЗМЕ

МЕЖДУНАРОДНАЯ КАФЕДРА ЮНЕСКО
ПО КУЛЬТУРНОМУ ТУРИЗМУ
В ЦЕЛЯХ МИРА И РАЗВИТИЯ

РОССИЙСКАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ
АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА

Редакционная коллегия:

В.А. Квартальнов (главный редактор)
И.В. Зорин (научный редактор)
П.А. Виноградов
Е.Н. Ильина
В.М. Козырев
Л.С. Плахова (ответственный секретарь)

МЕЖДУНАРОДНАЯ КАФЕДРА ЮНЕСКО
ПО КУЛЬТУРНОМУ ТУРИЗМУ
В ЦЕЛЯХ МИРА И РАЗВИТИЯ

РОССИЙСКАЯ
МЕЖДУНАРОДНАЯ
АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА

ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ТУРИЗМЕ

**Рекомендовано Министерством Российской Федерации
*по физической культуре, спорту и туризму***
**в качестве учебника для студентов
высших учебных заведений туристского профиля**

МОСКВА
"ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА"
2005

75.81

УДК 338.486.2:[657.1+658.14/.15](075.8)
ББК 65.433-93я73+65.0525я73
М50

АВТОРЫ:

О.И. Солодухина (гл. 1);
Е.Н. Гаранина, канд. пед. наук (гл. 2);
А.Б. Здоров, канд. экон. наук (гл. 3);
А.А. Локтев, канд. экон. наук (гл. 3);
Е.А. Соболева, канд. экон. наук (гл. 4, 5);
Т.В. Козырева (гл. 6, 7, 8);
В.М. Козырев, д-р экон. наук (гл. 9);
И.И. Ополченов, д-р экон. наук (гл. 10)

Данное издание и представленные в нем материалы не обязательно могут выражать мнения членов Секретариата ЮНЕСКО в части правового статуса любой страны, территории, города, области или их властей, или же их границ. Авторы издания несут ответственность за выбор и освещение фактов, включенных в данную книгу, а также за высказанные здесь мнения, которые могут не совпадать с точкой зрения ЮНЕСКО.

SamISI
Inv № 437808

ISBN 5-279-02446-5

© Российская международная академия туризма, 2001

Глава 1

Финансы туристской организации

§ 1.1. Функции финансов туристской фирмы

Финансы туристской фирмы – это экономические отношения, возникающие в результате движения денег и образующихся на этой основе денежных потоков и связанные с функционированием денежных фондов туристской фирмы.

Материальной основой рыночных отношений выступают деньги, так как они связывают интересы покупателя и продавца. Следовательно, рыночные отношения – это прежде всего финансовые отношения между участниками рынка. Необходимым условием их возникновения является реальное движение денежных средств, в процессе которого создаются и используются их централизованные и децентрализованные фонды.

Наиболее полно сущность финансов проявляется в их функциях. Большинство экономистов признают, что финансы любой фирмы выполняют **две основные функции: распределительную и контрольную.**

В основе финансов лежат распределительные отношения, обеспечивающие источниками финансирования производственный процесс и тем самым связывающие воедино все фазы воспроизводственного процесса: производство, обмен и потребление.

Распределительная функция финансов предполагает, что туристская фирма в оптимальном размере должна быть полностью обеспечена необходимыми денежными средствами при соблюдении принципа: все расходы должны быть покрыты собственными доходами. Временная дополнительная потребность в средствах покрывается за счет кредита или других заемных источников. Часть выручки, поступающей от реализации туристской продукции, направляется на возмещение затрат фирмы

по формированию, производству и реализации туристского продукта, а другая ее часть представляет прибыль, из которой выплачиваются налоги в бюджет. Оставшаяся в распоряжении туристской фирмы часть прибыли распределяется между фондами: резервным, накопления, специального назначения и др.

Основой **контрольной функции** является ведение стоимостного учета затрат на производство и реализацию туристской продукции, на формирование доходов и учета их использования. Размер получаемых туристской фирмой доходов определяет возможности ее дальнейшего развития.

Оптимизация источников денежных средств – одна из главных задач управления финансами туристской фирмы. Эффективное и рациональное ведение хозяйства предопределяет положительные тенденции в развитии туристской фирмы. И наоборот, нарушение кругооборота средств, рост затрат на производство и реализацию туристской продукции снижают доходы туристской фирмы и возможности ее развития, конкурентоспособность и финансовую устойчивость. В этом случае контрольная функция финансов сигнализирует о недостаточном воздействии распределительных отношений на эффективность производства, недостатках в управлении финансовыми ресурсами и организации производства. Игнорирование таких сигналов может привести к банкротству туристской фирмы.

§ 1.2. Финансовые отношения туристских фирм

В процессе предпринимательской деятельности у туристских фирм возникают хозяйственные взаимосвязи со своими контрагентами (поставщиками и покупателями туристской продукции, партнерами по совместной деятельности, объединениями и ассоциациями, финансово-кредитной системой и т. д.), в результате которых появляются финансовые отношения, связанные с организацией производства и реализацией туристского продукта, оказанием дополнительных услуг, формированием финансовых ресурсов.

Финансовые отношения туристской фирмы в зависимости от их экономического содержания можно сгруппировать по определенным направлениям. Они возникают между:

✓ учредителями, акционерами (пайщиками) и туристской фирмой. Эти отношения связаны с формированием и использо-

ванием целевых фондов внутрихозяйственного значения (уставного капитала, фондов накопления, специального назначения и др.), а также с выплатой дивидендов;

✓ туристской фирмой и государством. Они связаны с формированием бюджетных и внебюджетных фондов и с их использованием. Денежные отношения приобретают форму налогов, обязательных платежей и взносов, а в случае получения средств – форму ассигнований, дотаций, субсидий;

✓ туристской фирмой и другими организациями. Связаны с производством и реализацией туристского продукта; уплатой и получением штрафов (пени, неустоек); внесением средств в уставные капиталы других организаций; участием в распределении прибыли, полученной в результате совместной деятельности с другими организациями. Эти отношения являются основными в хозяйственной деятельности, поскольку от эффективности их организации во многом зависит финансовый результат деятельности туристской фирмы;

✓ туристской фирмой и страховыми компаниями и организациями. Эти отношения возникают при страховании имущества, отдельных категорий работников фирмы, коммерческих и предпринимательских рисков;

✓ туристской фирмой и кредитно-банковской системой при уплате комиссий за расчетно-кассовое обслуживание, получении и погашении кредитов, а также при уплате процентов за кредит, покупке и продаже валюты и оказании других банковских услуг;

✓ туристской фирмой и ее работниками при осуществлении: оплаты за труд, премирования, социальных выплат, удержания налогов с физических лиц, взыскания штрафов и компенсаций за причиненный материальный ущерб.

Финансовые отношения, возникающие между туристской фирмой и другими организациями, обусловлены процессами формирования и реализации туристского продукта.

Туристские фирмы по роду своей деятельности разделяются на две категории: туроператоры и турагенты.

Туроператор – это хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который занимается формированием, продвижением и реализацией туристского продукта.

Туристская фирма, выступающая в качестве туроператора на каком-либо сегменте туристского рынка, формирует турпродукт путем приобретения услуг у различных организаций и лиц (у авиакомпаний, страховых компаний, гостиниц, ресторанов,

экскурсоводов и т. п.). В этом случае туристская фирма как туроператор в процессе своей деятельности вступает в финансовые отношения с множеством различных организаций по поводу производства туристского продукта. Готовый туристский продукт она реализует турагентам или непосредственно туристам. На этом этапе хозяйственной деятельности туроператор вступает в финансовые отношения с турагентами или туристами по поводу реализации туристского продукта.

Фирма-туроператор может также формировать туристский продукт путем приобретения услуг у другой фирмы-туроператора по приему туристов, оказывающей весь комплекс услуг. Остальные услуги (по доставке туристов к месту пребывания, страхованию, обеспечению туристов заграничными паспортами, визами) туристская фирма формирует сама. В этом случае фирма-туроператор выступает в качестве и турагента, и туроператора одновременно. Следовательно, на туристском рынке происходит непрерывное движение потоков денежных средств и турпродукта, которые движутся друг другу навстречу.

Описанная схема формирования туристского продукта обусловливает соответствующие финансовые отношения, в которые вступает турфирма в процессе хозяйственной деятельности.

Схема финансово-хозяйственных взаимоотношений туроператора, формирующего туристский продукт путем приобретения услуг у различных организаций и лиц, представлена на рис. 1.1.

Турагент – это хозяйствующий субъект или индивидуальный предприниматель, который занимается продвижением и реализацией туристского продукта, сформированного туроператором. Турагент, как правило, выступает в роли посредника между туроператором и покупателем туристского продукта. Схема финансово-хозяйственных отношений туристской фирмы-турагента представлена на рис. 1.2.

§ 1.3. Государственное регулирование финансовой деятельности туристской фирмы

Во всех странах с рыночной экономикой основу государственного регулирования финансовой деятельности любого хозяйствующего субъекта, в том числе и туристской фирмы, составляют налоговые правоотношения. Это общепринятое правило в полной мере справедливо и для России, где налоговые право-



Рис. 1.1. Схема финансово-хозяйственных взаимоотношений фирмы-туроператора

отношения закреплены в ст. 71 и 72 Конституции РФ. На основе этих статей органами государственной власти и управления разработана действующая нормативная база налоговых отношений туристской фирмы с государством.

Налоговые правоотношения между туристской фирмой и государством включают права и обязанности сторон. Согласно действующему законодательству на туристскую фирму как налогоплательщика налагаются следующие **обязанности:**

- встать на учет в налоговом органе;
- информировать налоговый орган о намерении открыть расчетные, текущие валютные, ссудные, депозитные и другие счета в банках;



Рис. 1.2. Схема финансово-хозяйственных взаимоотношений фирмы-турагента

• уведомлять налоговый орган в 10-дневный срок о принятом судом или собственником решении о ликвидации фирмы;

• самостоятельно и правильно исчислять суммы налогов, своевременно и в полном объеме уплачивать их;

• в случае образования недоимки и отсутствия средств на расчетном счете немедленно использовать для погашения этих задолженностей остатки денежных средств на валютном или депозитных счетах;

• вести в установленном порядке бухгалтерский учет, составлять финансовую отчетность и своевременно представлять ее в налоговые органы, а также обеспечивать ее сохранность не менее 5 лет;

• выполнять требования налоговых органов об устранении выявленных ими нарушений налогового законодательства;

• начислять и взыскивать с сотрудников фирмы подоходный налог, а также своевременно перечислять начисленные суммы подоходного налога.

Согласно законодательству РФ невыполнение или ненадлежащее выполнение вышеизложенных обязанностей влечет за собой применение финансовых санкций, а также мер административной и уголовной ответственности.

§ 1.4. Особенности финансов туристских фирм различных организационно-правовых форм

Особенности финансов туристских фирм различных организационно-правовых форм определяются особенностями формирования уставного капитала, распределения полученной прибыли и взаимоотношений с бюджетом.

В соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации **предпринимательскую деятельность могут осуществлять** юридические лица, а также граждане с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Юридическими лицами могут быть коммерческие и некоммерческие туристские организации. Основной целью деятельности коммерческих организаций является извлечение прибыли. Некоммерческие организации не имеют извлечение прибыли в качестве такой цели. Они могут осуществлять предпринимательскую деятельность лишь для достижения целей, ради которых созданы.

Коммерческие организации могут создаваться в форме хозяйственных товариществ и обществ, производственных кооперативов, государственных и муниципальных унитарных предприятий. Их правовое положение определено Гражданским кодексом РФ и другими федеральными законами.

Хозяйственные товарищества и общества в туризме – это коммерческие организации, имущество которых создается за счет вкладов учредителей (участников), увеличивается в процессе предпринимательской деятельности и принадлежит этим хозяйственным товариществам и обществам на праве собственности.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного товарищества). Их участниками могут быть индивидуальные предприниматели и(или) коммерческие организации.

Хозяйственные общества могут создаваться в форме общества с ограниченной или дополнительной ответственностью и акционерного общества (открытое и закрытое).

Полное товарищество – это хозяйственное товарищество, участники которого (полные товарищи) в соответствии с заключенным между ними учредительным договором занимаются предпринимательской деятельностью от имени товарищества

и несут ответственность по его обязательствам принадлежащим им имуществом.

Уставный капитал полного товарищества создается за счет вкладов участников и является складочным капиталом. Участники полного товарищества солидарно несут субсидиарную ответственность своим имуществом по обязательствам товарищества.

Прибыль (убытки) полного товарищества распределяется между его участниками пропорционально доле их участия в складочном капитале. Если в результате убыточной деятельности товарищества стоимость его чистых активов стала меньше величины складочного капитала, то полученная прибыль не распределяется между участниками, а направляется на увеличение чистых активов до величины, превышающей размер этого капитала.

В сфере туризма наиболее распространенными организационно-правовыми формами коммерческих организаций являются общества с ограниченной ответственностью и акционерные общества. Создание и деятельность этих коммерческих организаций регулируются помимо Гражданского кодекса РФ Федеральными законами «Об обществах с ограниченной ответственностью» и «Об акционерных обществах».

Общество с ограниченной ответственностью – хозяйственное общество, учрежденное одним или несколькими лицами, уставный капитал которого разделен на доли в размерах, определенных учредительными документами. Участники общества с ограниченной ответственностью не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости внесенных ими вкладов.

Уставный капитал общества с ограниченной ответственностью формируется за счет вкладов его участников. Величина уставного капитала определяет минимальный размер имущества, гарантирующий интересы его кредиторов. Минимальный размер уставного капитала – 100 минимальных размеров оплаты труда на день регистрации, должен быть оплачен его участниками на момент регистрации не менее чем на половину.

Распределение прибыли в обществе с ограниченной ответственностью осуществляется в соответствии с законодательством. В первую очередь из прибыли уплачиваются налог на прибыль и другие платежи в бюджет. Далее прибыль распределяется в соответствии с порядком, установленным в уставе общества, на производственное и социальное развитие. Оставшаяся часть прибыли распределяется между участниками общества пропор-

ционально их доле в уставном капитале, если иное не оговорено в учредительных документах.

Акционерное общество – это хозяйственное общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций. Участники акционерного общества (акционеры) не отвечают по его обязательствам и несут риск убытков, связанных с деятельностью общества, в пределах стоимости принадлежащих им акций.

Акционерное общество может быть открытым или закрытым. Акционеры открытого общества вправе отчуждать свои акции без согласия других акционеров. Такое общество может проводить открытую подписку на выпускаемые им акции и их свободную продажу. Число акционеров открытого общества не ограничено.

Уставный капитал акционерного общества формируется путем размещения простых и привилегированных акций (причем доля привилегированных акций в общем объеме уставного капитала не должна превышать 25 %) и направляется на формирование производственных фондов.

Акционерное общество имеет право размещать среди потенциальных инвесторов облигации, которые в отличие от акций выпускаются на определенный срок. Их стоимость должна быть погашена, а проценты должны быть выплачены. Облигации являются по своей сущности заемными средствами и, как правило, направляются на пополнение оборотного капитала.

Прибыль акционерного общества определяется и облагается налогом в том же порядке, который существует для обществ с ограниченной ответственностью. Однако дальнейшее распределение прибыли имеет свои особенности. При распределении прибыли в законодательном порядке предусматривается формирование резервного фонда. Его величина не может быть менее 10 и более 25 % от величины оплаченного уставного капитала. Этот финансовый резерв предназначен для покрытия убытков акционерного общества и может быть использован на выплату дивидендов по привилегированным акциям в том случае, если прибыли отчетного года для этого недостаточно.

Закрытое акционерное общество – это общество, акции которого распределяются только среди его учредителей или иного, заранее определенного круга лиц. Оно не вправе проводить открытую подписку на выпускаемые ими акции. Акционеры закрытого акционерного общества обладают преимущественным правом приобретения акций, продаваемых другими акционера-

ми этого общества. Число участников закрытого акционерного общества не должно превышать 50. В случае превышения этого числа участников закрытое акционерное общество подлежит преобразованию в открытое акционерное общество в течение года, а по истечении этого срока – ликвидации в судебном порядке, если число акционеров не уменьшится до установленного количества.

§ 1.5. Основные и оборотные средства туристской фирмы: их назначение и источники формирования

Важными аспектами финансовой деятельности туристской фирмы являются формирование и использование различных денежных фондов. Через них осуществляется обеспечение хозяйственной деятельности туристской фирмы необходимыми денежными средствами.

Денежные фонды туристской фирмы можно разбить на две группы:

а) *фонды собственных средств,* включающие уставный капитал, добавочный капитал, резервный фонд, фонды накопления и специального назначения, нераспределенную прибыль;

б) *фонды привлеченных и заемных средств,* которые состоят из долгосрочных и краткосрочных кредитов банков, займов, долговых ценных бумаг, кредиторской задолженности и др.

Все это – источники (ресурсы), за счет которых туристская фирма формирует свои основные и оборотные средства.

Баланс туристской фирмы можно представить следующим образом:

АКТИВ	ПАССИВ
I. Внеоборотные активы	III. Капитал и резервы
II. Оборотные активы	IV. Долгосрочные пассивы
Баланс	V. Краткосрочные пассивы
	Баланс

Актив – это имущество туристской фирмы, ***пассив*** – те денежные средства, собственные (раздел III), привлеченные и заемные (разделы IV и V), за счет которых сформировано это имущество.

Имущество – это основные средства, нематериальные активы (внеоборотные активы) и оборотные средства (оборотные активы).

Эффективность хозяйственной деятельности туристской фирмы является высокой, когда связанные с производством активы имеют оптимальные размеры. В содержании каждой группы активов отражены определенные закономерности их финансирования. Эти закономерности на практике нашли выражение в общепринятых правилах, которые в обобщенной форме получили название «золотое правило финансирования». Наибольшую известность получили следующие **правила:**

• за счет собственных средств фирмы должны быть сформированы все ее внеоборотные активы и 10–15 % оборотных средств, остальные же оборотные средства должны быть сформированы за счет привлеченных и заемных средств. Сущность этого правила заключается в том, что в случае изъятия у фирмы всех привлеченных ресурсов в ее распоряжении должны остаться все основные средства и часть оборотных активов для обеспечения бесперебойного функционирования в течение того времени, пока фирма не привлечет дополнительные ресурсы для восстановления прежних и наращивания новых оборотов:

АКТИВ	ПАССИВ
Внеоборотные активы	Собственные средства
10–15 % оборотных активов	
85–90 % оборотных активов	Привлеченные и заемные средства

• необходимые для инвестиций финансовые ресурсы должны находиться в распоряжении фирмы до тех пор, пока они остаются связанными в результате осуществления этих инвестиций. Иными словами, необходимо добиваться согласованности в сроках привлечения и размещения денежных средств;

• сумма налогов должна корреспондировать с краткосрочными активами (например, ценными бумагами) соответственно правилу: ***налоги надо платить в последний день;***

• дебиторская задолженность фирмы по сумме и по срокам должна быть согласована с суммой кредиторской задолженности фирмы.

Однако в практической деятельности важны не столько критерии оптимальности, сколько методы их обеспечения. Оптимизация размеров основных и оборотных средств туристской фир-

мы, а также связанных с ними ресурсов денежных фондов – одна из сложных задач ее финансовой службы. Она требует не только глубоких знаний инструментов формирования и поддержания оптимальных размеров активов туристской фирмы, но и ощущения в ней «отраслевого» духа, а также понимания закономерностей функционирования внешней среды, которая сильно влияет на ее финансовые пропорции.

Структура и состав активов туристских фирм – туроператоров и турагентов имеют особенности, присущие им в силу отраслевой направленности (табл. 1.1).

Таблица 1.1

Структура активов туристских фирм

(%)

Раздел	Наименование статьи актива	Туроператор	Турагент
I	Внеоборотные активы, в том числе:	12	5
	Основные средства	2,8	3,6
	Нематериальные активы	9,2	1,4
II	Оборотные активы, в том числе:	88	95
	Денежные средства	*20*	*70*
	Дебиторская задолженность	62	18
	Расходы будущих периодов	5	6
	Прочие	1	1
III	Итого	100	100

Особенность структуры активов туроператоров и турагентов заключается в низкой доле внеоборотных и большой доле оборотных активов.

Это связано в первую очередь с тем, что для обеспечения производственной деятельности туристским фирмам (туроператорам, турагентам) нет необходимости обзаводиться мощными основными средствами. По статье «Нематериальные активы» у турагентов может учитываться только лицензия на осуществление туристской деятельности и один или несколько программых продуктов. Туроператор, отличающийся более крупным объемом и широтой специализации, может иметь больший набор нематериальных активов.

Особенностями финансовых отношений туроператоров и турагентов, обусловленных спецификой их хозяйственной деятель-

ности, объясняются различия в структуре оборотных средств этих туристских фирм. Высокая доля дебиторской задолженности (62 %) по отношению к остальным видам активов фирм-туроператоров определяется прежде всего тем, что между моментом продажи туристского продукта и моментом его потребления имеется значительный разрыв во времени. Туры формируются и продаются обычно за несколько месяцев до начала отдыха, поэтому одновременно возникает дебиторская задолженность у туроператора и кредиторская задолженность у турагента. При этом следует отметить, что в летнее время (на которое приходится пик туристского сезона) доля дебиторской задолженности в составе финансовых активов у туроператоров увеличивается до 70 %, а доля денежных средств снижается до 15 %. Турагент в процессе реализации туристского продукта постоянно имеет приток денежных средств, чем обусловливается высокая доля денежных средств (до 70 %) в его структуре активов.

Для туристских фирм характерны также особый состав и структура источников финансовых ресурсов. Финансирование туристской деятельности производится в основном за счет привлеченных (более 2/3) и частично за счет собственных средств. Заемных средств нет. Это связано с тем, что туристская фирма получает деньги за проданные путевки раньше, чем предоставляет по ним услуги (табл. 1.2).

Таблица 1.2

Структура пассивов туристских фирм

(%)

Раздел	Наименование статьи пассива	Туроператор	Турагент
I	Собственные средства	35	18
II	Заемные средства	–	–
III	Привлеченные средства, в том числе:	65	82
	Кредиторская задолженность	50	70
	Авансы покупателей	9	5
	Прочие	6	7
	Итого	100	100

SamISI
Inv № 937808

Среди привлеченных средств основную долю (50 % у туроператоров и 70 % у турагентов) составляет кредиторская задолженность. Этими ресурсами туристская фирма может пользоваться бесплатно и на относительно долговременной основе.

Туристские фирмы, как правило, не пользуются кредитованием *под оборотные средства. Потребность в заемных средствах* у турфирмы возникает при изменении ее стратегии (расширении бизнеса, вхождении в новый бизнес, например для строительства гостиниц, турбаз, приобретения автобусов и т. п.).

§ 1.6. Управление денежными потоками

Эффективное управление потоками денежных средств является одним из важных направлений финансовой деятельности туристской фирмы. Оценка финансового состояния турфирмы невозможна без анализа ее денежных потоков. В настоящее время большинство организаций имеет недостаток оборотных средств. Одна из задач управления денежными потоками заключается в выявлении взаимосвязи между потоками денежных средств и прибылью.

Существуют такие понятия, как «движение денежных средств» и «поток денежных средств».

Под ***движением денежных средств*** понимаются все денежные поступления и платежи туристской фирмы. ***Поток денежных средств*** связан с конкретным периодом времени и представляет собой разницу между всеми поступившими и выплаченными фирмой денежными средствами за этот период. Движение денежных средств является первоосновой, в результате чего возникают финансы, т. е. финансовые отношения, денежные фонды, денежные потоки.

В мировой практике денежный поток обозначается понятием «кэш фло» (cash flow), буквальный перевод этого термина – поток наличности. Денежный поток, в котором отток превышает приток, называется «негативный кэш фло» (negative cash flow), в противном случае – это «позитивный кэш фло» (positive cash flow).

Применяется также понятие «дисконтированный (или приведенный) денежный поток». Слово дисконт (discount) означает скидка, следовательно, дисконтирование означает соизмерение будущих денежных потоков с настоящими.

Одним из факторов, влияющих на денежные потоки туристской фирмы, является величина так называемого ***финансового цикла.*** Это время, в течение которого денежные средства фирмы вложены в готовую туристскую продукцию, дебиторскую задолженность, созданные запасы, незавершенное производство, с учетом времени обращения кредиторской задолженности, так как она компенсирует отвлечение средств в дебиторскую задолженность. Таким образом, время финансового цикла (ФЦ) можно рассчитать по формуле

$$ФЦ = ВОЗЗ + ВОД - ВОК,$$

где ФЦ – время финансового цикла;
ВОЗЗ – время обращения запасов и затрат;
ВОД – время обращения дебиторской задолженности;
ВОК – время обращения кредиторской задолженности.

В свою очередь

$$ВОЗЗ = \frac{АП_{м.ср}}{С_п} \cdot 360 \text{ дней};$$

$$ВОД = \frac{ДЗ_{ср}}{В} \cdot 360 \text{ дней};$$

$$ВОК = \frac{КЗ_{ср}}{С_п} \cdot 360 \text{ дней},$$

где $АП_{м.ср}$ – средняя величина материальных оборотных активов (запасы и затраты, включая готовую продукцию);
$ДЗ_{ср}$ – средняя величина дебиторской задолженности, относящейся к производству;
$КЗ_{ср}$ – средняя величина кредиторской задолженности, относящейся к производству;
$С_п$ – полная себестоимость реализуемой продукции;
В – выручка от реализации продукции.

Следовательно, в финансовый цикл включается время нахождения оборотных средств в двух стадиях кругооборота (производственной и товарной) и не включается время их нахождения в денежной стадии. Схематично финансовый цикл представлен на рис. 1.3.

Таким образом, управление денежным потоком сводится к минимизации финансового цикла и соответственно к миними-

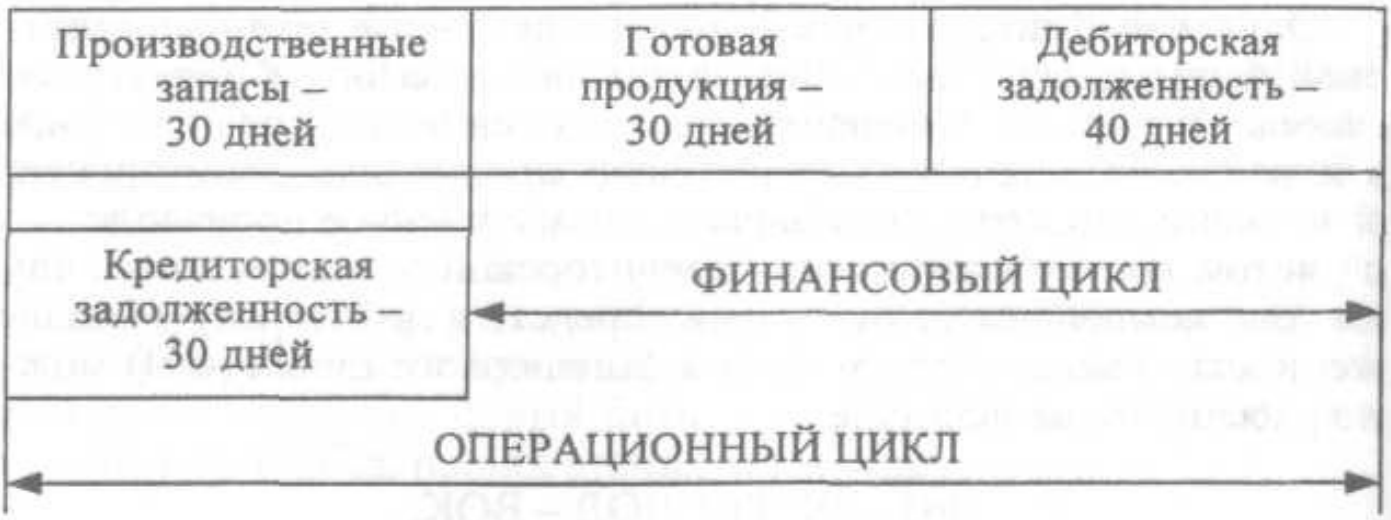

Рис. 1.3. Расчет финансового цикла

зации денежных средств, инвестируемых в оборотные активы. Алгоритм этого управления предусматривает следующие этапы:

- построение схемы сложившегося цикла денежного потока;
- анализ каждой составляющей цикла;
- выработку механизма оптимизации каждой составляющей цикла;
- реструктуризацию цикла денежного потока;
- контроль и поддержание оптимальных значений каждой составляющей и всего цикла денежного потока.

Реализация такого алгоритма требует привлечения широкого круга специалистов туристской фирмы, но ведущая роль должна принадлежать финансистам.

В результате анализа денежных потоков туристская фирма должна получить ответы на главные вопросы: откуда поступают денежные средства, какова роль каждого источника и на какие цели они используются. Выводы следует делать как в целом по туристской фирме, так и по каждому виду ее деятельности. В результате принимаются решения по обеспечению превышения поступлений денежных средств над платежами, по источникам оплаты текущих обязательств, достаточности получаемой прибыли и др.

Анализ потоков денежных средств должен осуществляться на основе как отчетных данных, так и плановых показателей. В качестве отчетных показателей используются данные первичного учета и регулярной отчетности туристской фирмы. Плановые показатели движения денежных потоков туристской фирмы рассчитываются в виде оперативного финансового плана, так называемого ***платежного календаря,*** который разрабатывается на месяц.

Особенность платежного календаря состоит в том, что туристская фирма сначала определяет все свои денежные расходы на месяц, затем изыскивает денежные ресурсы для покрытия расходов, если денежных доходов окажется недостаточно. Планирование возможных платежей и источников их покрытия связано с ежедневным контролем за поступлением выручки от реализации туристской продукции и оплатой поступающих материальных ценностей. Разработка экономически обоснованного платежного календаря (табл. 1.3) – одно из обязательных условий эффективного управления денежными потоками. Это позволяет обеспечить туристскую фирму необходимыми денежными

Таблица 1.3

Платежный календарь

Номер строки	Показатель	Январь	Февраль	Март
1	**Начальное сальдо**			
2	**Поступление средств (всего)**			
2.1	Реализация продукции			
2.2	Погашение дебиторской задолженности			
2.3	Доходы от других видов деятельности			
2.4	Другие денежные поступления			
3	**Расходование средств (всего)**			
3.1	Оплата поставщикам			
3.2	Погашение кредиторской задолженности			
3.3	Выплата зарплаты			
3.4	Уплата налогов			
3.5	Другие текущие расходы			
4	**Сальдо за период (2 – 3)**			
5	**Сальдо нарастающим итогом (1 + 4)**			

средствами, выявить возможности увеличения выручки от реализации туристской продукции и прибыли, повысить эффективность структуры используемых средств.

Превышение планируемых расходов над ожидаемыми поступлениями означает недостаточность собственных возможностей для их покрытия и может являться признаком ухудшения финансового состояния туристской фирмы. В этих случаях необходимо принять следующие меры:

- перенести часть платежей на следующий календарный период;
- ускорить реализацию туристского продукта;
- найти дополнительные источники.

Если имеется излишек денежных средств, это в определенной степени свидетельствует о финансовой устойчивости и платежеспособности туристской фирмы. Для получения дополнительного дохода финансовый менеджер может инвестировать излишние денежные средства (в краткосрочные облигации или векселя).

На многих туристских фирмах наряду с платежным календарем составляется ***налоговый календарь,*** в котором указывается, когда и какие налоги должна уплатить фирма. Это помогает избежать просрочек и пени.

Кроме платежного календаря на туристской фирме должен составляться ***кассовый план*** – план оборота наличных денежных средств, отражающий поступление и выплаты наличных денег через кассу.

§ 1.7. Организация денежных расчетов на туристской фирме

Осуществляя хозяйственную деятельность, туристская фирма сталкивается с необходимостью производить денежные расчеты как внутри самой фирмы, так и вне ее. Внутренние расчеты связаны с выплатой заработной платы и подотчетных сумм работникам, дивидендов акционерам и др. Внешние расчеты обусловлены финансовыми взаимоотношениями по поводу закупки, формирования и реализации туристского продукта, выполнения работ, оказания услуг, уплаты налогов, взносов во внебюджетные фонды, получения и возврата кредитов и др.

Все расчеты туристской фирмы можно разделить на две группы:

1) ***платежи по товарным операциям*** – это операции, связанные с движением туристского продукта и расчеты с производителями туристских продуктов, покупателями, комиссионерами и комитентами;

2) ***расчеты по нетоварным операциям*** – операции, не обусловленные движением туристского продукта и связанные лишь с движением денежных средств, а также расчеты с бюджетом и внебюджетными фондами, кредитными организациями, акционерами, подотчетными лицами и др.

Внутрифирменные расчеты с физическими лицами и некоторые расчеты с юридическими лицами могут осуществляться наличными деньгами через кассу туристской фирмы. Наличные расчеты между юридическими лицами ограничены суммами, устанавливаемыми Центральным банком Российской Федерации.

Внешние расчеты ведутся, как правило, в безналичной форме. Подобный способ расчетов выглядит предпочтительнее платежей наличными деньгами, поскольку позволяет значительно сэкономить на издержках обращения. Кроме того, государство получает возможность контролировать законность совершаемых хозяйственных и расчетных операций, следовательно, хозяйствующим субъектам становится труднее скрыть от учета объекты налогообложения.

Безналичные расчеты между контрагентами производятся через банк (или иное кредитное учреждение), где участники расчетов (клиенты) открывают свои счета и который выполняет роль посредника, беря на себя обязательство проведения всех процедур по списанию и зачислению денежных средств по соответствующим счетам.

Туристская фирма может открывать в банках следующие счета.

Расчетный счет предназначен для осуществления текущих платежей по распоряжению туристской фирмы и зачисления денежных средств в адрес фирмы. Он открывается туристским фирмам, если они имеют статус юридического лица, ведут законченный бухгалтерский учет, самостоятельно платят налоги и вступают в кредитные отношения с банками. Иными словами, владельцы расчетного счета обладают полной экономической и юридической независимостью.

Открытие расчетного счета сопровождается предоставлением туристской фирмой в банк ряда документов:

- заявления на открытие счета;
- свидетельства о государственной регистрации фирмы;

• нотариально заверенных копий учредительного договора о создании туристской фирмы и ее устава;

• документов, подтверждающих полномочия директора туристской фирмы и ее главного бухгалтера;

• нотариально заверенных карточек с образцами подписей директора и главного бухгалтера, а также с оттиском печати туристской фирмы;

• справок из налоговой инспекции, пенсионного фонда и статистических органов о постановке туристской фирмы на учет в этих организациях.

Все перечисленные документы необходимы банку для выявления законности, легальности и подлинности совершаемых банком от имени клиента расчетных операций.

Количество расчетных счетов, открываемых туристской фирме различными банками, законодательно не ограничено. Однако если туристская фирма является недоимщиком по платежам в бюджет, то она должна выбрать по своему усмотрению один счет (***счет недоимщика***), на который должны аккумулироваться все суммы, поступающие в адрес фирмы во всех других банках.

Текущий счет открывается для туристских фирм, не имеющих статуса юридического лица (например, филиалов) или не занимающихся предпринимательской деятельностью. Перечень операций по текущему счету ограничен, а распоряжаться средствами с текущего счета можно лишь в строгом соответствии со сметой, утвержденной вышестоящей организацией.

Специальные счета используются для хранения средств целевого назначения.

При осуществлении операций, стоимость которых выражена в иностранной валюте, туристские фирмы руководствуются законодательными актами и инструкциями, которыми определены основные принципы валютного регулирования в Российской Федерации.

Валютные операции подразделяются на текущие и связанные с движением капитала. К ***текущим операциям*** относятся переводы иностранной валюты в Россию и обратно для осуществления расчетов по внешнеторговым сделкам, предоставление и получение кредитов на срок не более 180 дней, а также неторговые расчеты и др. С движением капитала связаны прямые и портфельные инвестиции, предоставление и получение кредитов на срок более 180 дней и др.

Валютный счет предназначен для осуществления расчетов в иностранной валюте. Эти счета открываются в банках, имею-

щих лицензию Центрального банка РФ на осуществление валютных операций. Они могут открываться в любой из свободно конвертируемых валют, причем на каждый вид валюты – отдельный счет.

В соответствии с валютным законодательством туристской фирме открывается одновременно с валютным счетом и ***транзитный счет,*** на который предварительно зачисляется валютная выручка. С этого счета туристская фирма в обязательном порядке продает на внутреннем рынке 50 % валютной выручки. Уполномоченный банк должен продать полученную от туристской фирмы валютную выручку на торгах межбанковской валютной биржи и зачислить рублевый эквивалент на расчетный счет, а остаток валютной выручки с транзитного счета – зачислить на валютный счет туристской фирмы.

Формы расчетов между плательщиком и получателем денежных средств определяются в договоре.

Расчеты ***платежными поручениями*** являются широко распространенной формой расчетов по товарным и нетоварным операциям. Инициатором в расчетах выступает плательщик, оформляющий платежное поручение, которое представляет собой письменное распоряжение обслуживающему его банку о перечислении определенной суммы с его счета на счет получателя средств. Поручение составляется на специальном бланке и содержит все необходимые для совершения платежа реквизиты. Платежное поручение представляется в банк в четырех экземплярах, первый из которых остается в банке плательщика и используется для списания средств с его счета. Второй и третий экземпляры поручения отсылаются в банк получателя средств, где на основании второго экземпляра происходит зачисление платежа на счет получателя, а третий экземпляр передается получателю средств как приложение к выписке со счета. Четвертый экземпляр поручения возвращается плательщику с отметкой банка о приеме его к исполнению. Срок действия платежного поручения ограничен 10 днями с момента выписки.

Платежное требование-поручение представляет собой требование поставщика к покупателю оплатить на основании приложенных документов (счета-фактуры, накладных и др.) стоимость товаров и услуг. Непременным условием этой формы платежа является согласие плательщика на списание денежных средств с его счета. Такое согласие называется ***акцептом.*** Акцепт оформляется подписями руководителя и главного бухгалтера и скрепляется печатью. Отказ от акцепта платежного тре-

бования-поручения заявляется в течение трех рабочих дней, не считая дня поступления его в банк плательщика. Отказ должен быть обоснован и подтвержден ссылками на условия договора. Безакцептно могут списываться лишь требования, разрешенные в законодательном порядке.

Аккредитивная форма используется только при иногородних расчетах. ***Аккредитив*** – это поручение банка покупателя банку поставщика оплатить сумму, предусмотренную в аккредитивном заявлении, на условиях предоставления поставщиком соответствующих документов. Аккредитивы бывают покрытыми (депонированными) и непокрытыми (гарантированными). Покрытые аккредитивы предполагают предварительное депонирование денежных средств плательщика на специальном счете в банке. По окончании срока аккредитива неиспользованный остаток зачисляется обратно на счет клиента. Выдача непокрытых аккредитивов производится банками под свою гарантию платежеспособным клиентам. На каждом аккредитиве указывается его вид (отзывной или безотзывной). При отсутствии указания он считается отзывным. Отзывной аккредитив может быть изменен или аннулирован банком покупателя по его поручению без согласования с поставщиком. Безотзывной аккредитив не может быть изменен без согласия поставщика, в пользу которого он был открыт.

Аккредитивная форма ускоряет расчеты между покупателями и поставщиками и имеет значительное преимущество по сравнению с предоплатой. При этом исключается бестоварное движение денежных средств, поставщик получает оплату сразу же после осуществления отгрузки товаров в адрес покупателя и предъявления отгрузочных документов в банк.

Расчетные чеки используются при расчетах в момент совершения хозяйственных операций. Расчетный чек выписывается покупателем и передается получателю, который затем предъявляет чек в свой банк для оплаты. Как и аккредитив, чеки могут быть покрытыми за счет клиента, зачисленными на специальный счет в банке и непокрытыми, т. е. гарантированными банком. На основании заявления клиента банк выдает ему чековую книжку на общую сумму, требующую расчета чеками. На обороте каждого чека проставляется сумма лимита. Выписанные чеки действительны в течение 10 дней, не считая дня выписки.

§ 1.8. Финансовая служба туристской фирмы

Для организации финансовой работы на туристской фирме необходимо создание специальной службы, деятельность которой подчинена главной цели – обеспечению финансовой стабильности фирмы, организации эффективного управления финансовыми ресурсами, созданию устойчивых предпосылок для экономического роста и получения прибыли.

Основными составляющими финансовой работы являются:

- обеспечение хозяйственной деятельности туристской фирмы финансовыми ресурсами;
- организация взаимоотношений с финансово-кредитной системой и другими хозяйствующими субъектами;
- сохранение и рациональное использование основного и оборотного капиталов;
- обеспечение своевременности платежей по обязательствам туристской фирмы в бюджет, банкам, контрагентам и работникам.

Иными словами, сущность финансовой работы состоит в обеспечении кругооборота основного и оборотного капиталов и поддержании финансовых отношений, сопутствующих коммерческой деятельности туристской фирмы.

Важнейшими направлениями финансовой работы на туристской фирме являются: финансовое планирование, оперативная и финансово-аналитическая работа.

Финансовое планирование занимает важное место в организации финансовой деятельности туристской фирмы. В ходе финансового планирования каждая туристская фирма всесторонне оценивает свое финансовое состояние, определяет возможность увеличения финансовых ресурсов и выявляет направления наиболее эффективного их использования. Оно осуществляется на основе анализа информации о финансах туристской фирмы, получаемой из бухгалтерской, статистической и управленческой отчетностей.

В области планирования финансовая служба выполняет следующие задачи:

- разработку проекта финансового плана;
- определение потребности в оборотных средствах;
- выявление источников финансирования хозяйственной деятельности;
- разработку плана капитальных вложений;
- участие в разработке бизнес-плана;
- составление кассовых планов;

• участие в составлении планов реализации туристской продукции в денежном выражении и определение плановой суммы балансовой прибыли на год и по кварталам, а также расчет показателей рентабельности туристской фирмы.

В области оперативной работы финансовая служба решает многочисленные задачи, основными из которых являются:

♦ обеспечение в установленные сроки платежей в бюджет, выплат процентов по краткосрочным и долгосрочным ссудам банков, выдачи заработной платы работникам, оплаты счетов предприятий туристской индустрии, а также финансирования затрат плана;

♦ оформление кредитов в соответствии с договорами;

♦ ведение ежедневного оперативного учета реализации туристской продукции, прибыли от ее реализации и других показателей финансового плана;

♦ составление сведений о поступлении денежных средств и справок о ходе выполнения показателей финансового плана и финансового состояния туристской фирмы в целом.

Большое значение на туристской фирме должно уделяться ***финансово-аналитической работе,*** так как ее эффективность во многом определяет результат финансовой деятельности. Финансовая служба, осуществляя постоянный контроль за выполнением показателей финансового, кассового и кредитного планов, планов по прибыли и рентабельности, проводит расчет и анализ окупаемости произведенных затрат, правильности составления смет, использования собственных и заемных средств. Для проведения успешной маркетинговой кампании финансовая служба рассчитывает и утверждает систему скидок в цене контракта, анализирует сбытовые и маркетинговые издержки, создавая таким образом условия для заключения крупных коммерческих сделок.

Финансовая служба является частью единого механизма управления хозяйственной деятельностью, поэтому она тесно связана с другими службами туристской фирмы.

§ 1.9. Финансовое планирование на туристской фирме

Эффективное управление финансами туристской фирмы возможно лишь при планировании всех финансовых потоков, процессов и отношений фирмы.

Планирование связано, с одной стороны, с предотвращением ошибочных действий в области финансов, с другой – с уменьшением числа неиспользованных возможностей.

Финансовый план фирмы призван обеспечить производственный план финансовыми ресурсами. Он оказывает большое влияние на экономику туристской фирмы в целом. Это обусловлено рядом обстоятельств. Во-первых, в финансовых планах происходит соизмерение намечаемых затрат для осуществления туристской деятельности с реальными возможностями туристской фирмы, и в результате корректировки достигается материально-финансовая сбалансированность. Во-вторых, статьи финансового плана связаны со всеми экономическими показателями деятельности туристской фирмы и увязаны с основными разделами предпринимательского плана: производством туристской продукции; совершенствованием управления; повышением эффективности деятельности туристской фирмы, прибыли, рентабельности и экономического стимулирования.

Процесс финансового планирования включает два этапа. *На первом этапе* анализируются финансовые показатели за предыдущий период. Для этого используются основные финансовые документы туристской фирмы – бухгалтерский баланс, отчеты о прибылях и убытках, о движении денежных средств. Они имеют важное значение для планирования, так как содержат данные для анализа и расчета финансовых показателей деятельности туристской фирмы, а также служат основой для составления прогнозных документов.

Второй этап предусматривает составление основных прогнозных документов, находящихся между собой в определенной взаимосвязи через показатели, которые в них содержатся. Существует несколько вариантов разработки финансового плана. По одному из них в состав документов входят прогнозы:

- объемов продаж;
- движения денежных средств;
- отчета о прибылях и убытках;
- баланса.

Основной целью построения указанных финансовых документов является оценка финансового положения туристской фирмы на конец планируемого периода.

Прогноз объемов продаж не случайно вошел в состав финансового плана и стоит в нем на первом месте. Источником подавляющей части финансовых ресурсов является выручка от реализации туристской продукции, в состав которой включают-

ся практически все предстоящие денежные расходы туристской фирмы. Основанием для расчета данных об объеме реализации туристской продукции служат результаты маркетинговых исследований. Прогноз объемов продаж дает представление о той доле рынка, которую туристская фирма предполагает завоевать своей продукцией.

Прогнозы продаж выражаются как в денежных, так и в физических единицах и помогают определить влияние цены, объемов производства, инфляции и изменения соотношения валютного курса российского рубля на потоки наличных денежных средств туристской фирмы.

Обычно прогноз реализации туристской продукции составляется на три года вперед. Данные для первого года приводятся по месяцам и отличаются большой точностью и надежностью, поскольку хорошо известны будущие покупатели, с которыми уже заключены договоры на реализацию туристского продукта. Данные для второго года приводятся поквартально, а для третьего – одной годовой суммой.

Прогноз объемов продаж по конкретному виду туристского продукта может быть представлен в виде таблицы (табл. 1.4).

Таблица 1.4

Прогноз объемов продаж на 2001 г.

№ п/п	Показатель	Фактическое значение, 2000 г.	Январь	Февраль	…	Декабрь	Итого за 2001 г.
1	Объем продаж в натуральном выражении, шт.						
2	Цена за единицу продаж, руб.						
3	Уровень инфляции, %						
4	Курс $/руб.						
5	Объем реализации в денежном выражении, руб.						

Самым важным документом финансового плана считается ***баланс денежных потоков.*** Цель его состоит в том, чтобы добиться синхронности поступления и расходования денежных средств или необходимого уровня ликвидности активов туристской фирмы в будущем. Ликвидность реализуемого туристского проекта может влиять на его прибыльность. Нехватка денежных средств в конкретный момент времени может вызвать неплатежи и даже угрозу несостоятельности. Задержка в платежах приводит к необходимости платить большие штрафы и пени, уменьшающие балансовую прибыль туристской фирмы.

Баланс денежных потоков составляется в виде таблицы, в которой отражаются данные о наличии денежных средств на начало периода, их поступлении и расходовании в течение этого периода. Завершается таблица данными о наличии денежных средств на конец периода.

С помощью ***прогнозного отчета о прибылях и убытках*** определяется величина получаемой прибыли в предстоящем периоде (табл. 1.5).

При проведении прогнозного анализа прибыли на практике широко используется метод «издержки – объем – прибыль», который называют ***анализом безубыточности.*** Он представляет следующие возможности:

- определить объемы производства и продаж туристской продукции с целью их безубыточности;
- установить размер желаемой прибыли;
- увеличить гибкость финансовых планов путем учета различных вариантов изменения ситуации (новых ценовых факторов, динамики объемов продаж и т. д.).

Этот метод планирования прибыли базируется на принципе разделения затрат на условно-постоянные и условно-переменные и расчете маржинальной прибыли. Из выручки от реализации туристской продукции (без НДС, акцизов, таможенных пошлин) вычитаются условно-переменные затраты и получается маржинальная прибыль. Далее из маржинальной прибыли вычитаются условно-постоянные расходы и определяется финансовый результат (прибыль или убыток). ***Точка безубыточности*** – это такой объем выручки, при котором туристская фирма не получает ни прибыли, ни убытка. Более наглядно это представлено графически (рис. 1.4).

Точка критического объема производства показывает такой объем производства, при котором величина выручки от реализации равна ее полной себестоимости.

Таблица 1.5

Прогноз отчета о прибылях и убытках на 2001 г.

Номер строки	Наименование статьи	Январь	Февраль	…	Декабрь	Итого за 2001 г.
1	Выручка от реализации продукции (за минусом НДС и акцизов)					
2	Себестоимость реализации продукции и услуг					
3	Коммерческие расходы					
4	Управленческие расходы					
5	Прибыль (убыток) от реализации (ст. 1 – – ст. 2 – ст. 3 – ст. 4)					
6	Проценты к получению					
7	Проценты к уплате					
8	Прочие операционные доходы					
9	Прочие операционные расходы					
10	Прибыль (убыток) от финансово-хозяйственной деятельности (ст. 5 + + ст. 6 – ст. 7 + ст. 8 – ст. 9)					
11	Прочие внереализационные доходы					
12	Прочие внереализационные расходы					
13	Прибыль (убыток) планового периода (ст. 10 + + ст. 11 – ст. 12)					
14	Прибыль (убыток) нарастающим итогом					
15	Налог на прибыль					
16	Использование прибыли					
17	Нераспределенная прибыль (убыток) планового периода (ст. 13 – ст. 15 – ст. 16)					

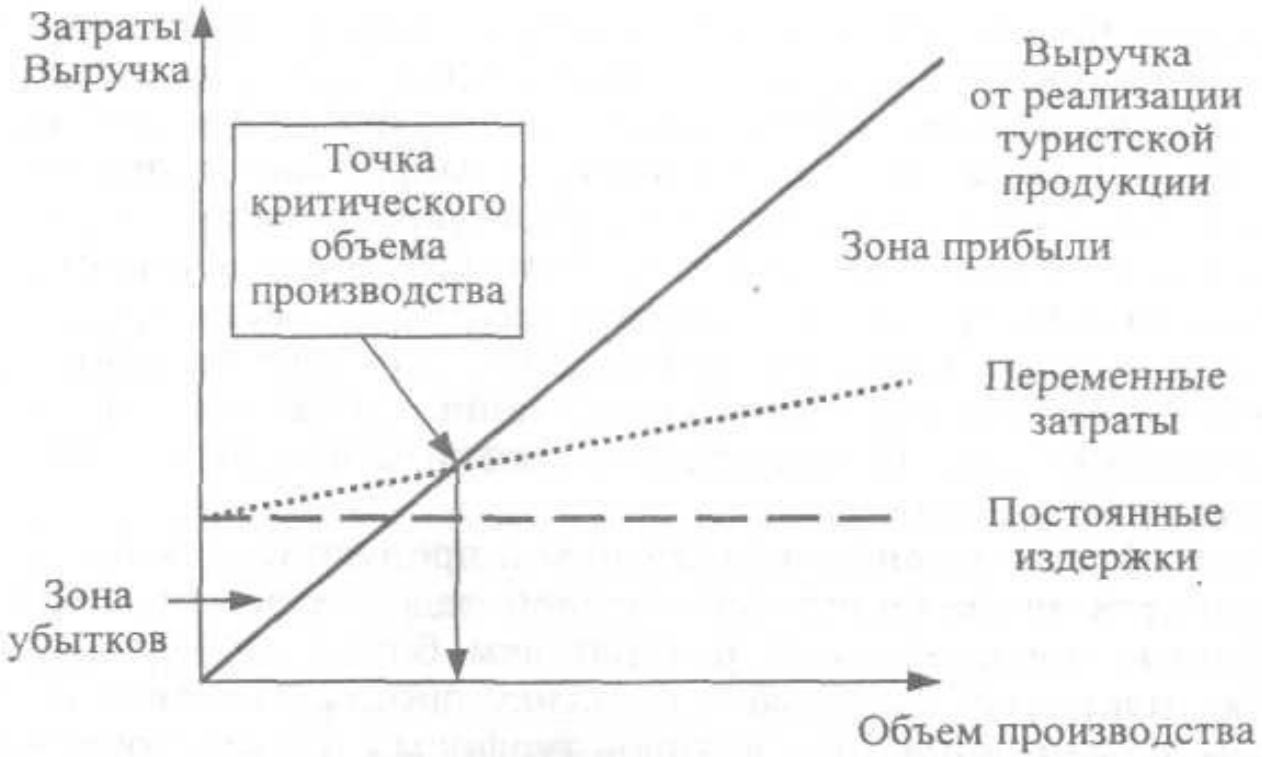

Рис. 1.4. Определение точки безубыточности

После определения точки безубыточности планирование прибыли строится на основе эффекта операционного (финансового) рычага, т. е. того запаса финансовой прочности, при котором предприятие может позволить себе снизить объем реализации, не приходя к убыточности. Эффект операционного рычага состоит в том, что любое изменение выручки от реализации приводит к еще большему изменению прибыли.

Действие данного эффекта связано с непропорциональным воздействием условно-постоянных и условно-переменных затрат на финансовый результат при изменении объемов производства и реализации. Чем выше доля условно-постоянных расходов в себестоимости продукции, тем сильнее воздействие операционного рычага. И наоборот, при росте объема продаж доля условно-постоянных расходов в себестоимости падает и воздействие операционного рычага уменьшается:

$$\text{Сила воздействия операционного рычага} = \frac{\text{Маржинальная прибыль}}{\text{Прибыль}}.$$

Прогноз баланса имеет большое значение при перспективном финансовом планировании. Структура прогнозируемого баланса соответствует общепринятой структуре отчетного баланса туристской фирмы, поскольку в качестве исходного используется отчетный баланс на последнюю дату.

Баланс представляет собой сводную таблицу, в которой отражаются источники ресурсов (пассив) и средства их размещения (актив). Баланс активов и пассивов необходим для того, чтобы оценить, в какие виды активов направляются денежные средства и за счет каких видов пассивов предполагается финансировать создание этих активов. В активе баланса туристской фирмы можно выделить наиболее активную часть средств – текущие активы (касса, расчетный счет, дебиторская задолженность). В пассиве отражаются собственные и заемные средства туристской фирмы, их структура и прогнозы изменения средств на планируемый период.

Рост объема реализации туристской продукции, как правило, приводит к увеличению дебиторской задолженности, так как турфирмы предоставляют покупателям более длительные отсрочки платежей, расширяют практику продажи путевок на условиях консигнации. Рост активов турфирмы должен сопровождаться соответствующим увеличением пассивов, так как возрастает кредиторская задолженность, увеличивается потребность в привлеченных и заемных средствах.

§ 1.10. Стратегическое финансовое планирование на туристской фирме

Содержание оперативных и текущих планов сильно зависит от внешней среды и места туристской фирмы на рынке, которое определяется типом конкуренции. Таким образом, учет изменения положения турфирмы на рынке в рамках долгосрочного планирования – первая и главная задача стратегического планирования. Данная проблема выходит за пределы «чистых» финансов и поэтому не может быть решена только финансовой службой туристской фирмы. Она требует активного вмешательства высшего менеджмента туристской фирмы, ее собственников, нередко кредиторов и акционеров. В контексте этих рассуждений более рационально было бы изначально ставить проблему ***стратегического финансово-экономического планирования,*** а не стратегического финансового планирования.

При любой стратегии поведения туристской фирмы в условиях рыночной экономики (при расширении бизнеса, вхождении в новый бизнес, стратегиях выживания, выхода из данного бизнеса и др.) задача стратегического финансового планирования сводится к выбору и обоснованию источников финансирования

этого выбора туристской фирмы. Выбор стратегии финансирования (консервативный или агрессивный) проявляется в соотношении «ликвидность – прибыльность туристской фирмы». Схематично это можно представить в виде матрицы финансовых решений (рис. 1.5).



РХД – результат хозяйственной деятельности, выраженный величиной прибыли;

РФД – результат финансовой деятельности, выраженный уровнем ликвидности;

РФХД – результат финансово-хозяйственной деятельности, т. е. сумма двух предыдущих результатов

Рис. 1.5. Матрица финансовых решений

Маневрируя показателями ликвидности и прибыльности, можно достичь требуемой стратегии туристской фирмы. По диагонали АВ проходит ***зона равновесия*** (квадраты 1, 2, 3), над диагональю – ***зона успеха,*** где РФХД выше нуля, под диагональю – ***зона дефицита*** – отрицательные значения тех же результатов либо комбинация отрицательных и нулевых результатов.

При этом если обеспечение ликвидности является обязательным условием экономического развития туристской фирмы, то обеспечение прибыльности может сочетаться с такими целями, как завоевание рынка или просто выживание.

Вполне естественно, что в условиях ориентации на максимальную прибыль туристская фирма мобилизует все свои ресурсы, в том числе за счет снижения ликвидности, отказа

от финансовых резервов, вовлечения в оборот заемных ресурсов в больших объемах и др. (квадрат 1). Все это должно осуществляться на основе реального осознания увеличения риска, точного расчета, предвидения и налаженности финансового механизма.

Если целью туристской фирмы является завоевание рынка, тогда в жертву приносится максимальная прибыльность и резко возрастают требования к ликвидности и наличию достаточно больших резервов (квадрат 3).

Если же целью туристской фирмы является выживание (квадрат 2), главное для фирмы – удержать уровень нулевой прибыли при минимальных отклонениях от него, обеспечении ликвидности и при наличии определенных резервов. Основной упор должен быть сделан на собственные источники.

Глава 2

Финансово-хозяйственная деятельность организаций гостеприимства

§ 2.1. Факторы, влияющие на результаты хозяйственной деятельности

Каждый директор гостиницы стремится развивать свое производство, а по большому счету и всю отрасль гостинично-туристского комплекса в целом. Ему приходится прилагать немало усилий, чтобы у организации было достаточно финансовых средств.

Зачастую руководству гостиницы приходится сталкиваться с серьезными проблемами, поскольку в развитии каждой отдельной гостиницы, как в зеркале, отражаются все проблемы развития российской экономики в целом.

Говоря о финансово-экономических проблемах гостиничного хозяйства, необходимо отметить, что они существуют для всех без исключения отелей, независимо от их уровня и форм собственности. На решение этих проблем большое влияние оказывает специализация гостиницы (туристская, курортная, бизнес-отель и т. п.), которая определяет специфические (присущие именно этому виду деятельности) элементы системы управления финансами. Их следует принимать во внимание при определении ключевых задач, стоящих перед финансовой службой отеля.

Итак, прежде чем говорить о проблемах, которые должна решать служба управления финансами гостиничной организации, необходимо четко определить их природу и качественный состав.

С организационной точки зрения гостиница – это сложное, многофункциональное предприятие, которое призвано оказывать целый комплекс разносторонних услуг, и в первую очередь – это коммерческая организация, основной целью деятельности которой является максимизация стоимости собственного

капитала, вложенного в эту организацию, что достигается в том числе посредством увеличения операционной прибыли. В связи с этим не удивительно, что операционная прибыль наряду с приростом стоимости чистых активов в большинстве случаев является основным критерием эффективности управления гостиницей любой формы собственности, а следовательно, и непосредственно работы ее администрации.

Финансовый результат деятельности гостиницы определяется рентабельностью операционной работы конкретных подразделений, вовлеченных в процесс оказания конечной услуги, и эффективностью контроля администрации за общеэксплуатационными и административными расходами. Однако очевидно, что решение этих задач невозможно без наличия достоверной информации о текущей деятельности гостиницы, а если рассматривать вопрос более широко, – без эффективной системы управления ее финансами.

В сущности, работа финансовой службы в гостинице заключается в умелом и правильном планировании движения финансов и составлении бюджета. При этом необходимо исходить из анализа двух направлений:

а) внешних воздействий (внешней среды);

б) внутренних ресурсов (внутренней среды).

Анализ внешней среды воздействия на гостиничный комплекс, как и на любую другую организацию, включает две составляющие:

а) внешнюю среду прямого воздействия;

б) внешнюю среду косвенного воздействия.

К факторам внешней среды прямого воздействия относятся поставщики, посредники, конкуренты, потребители, а также контактные аудитории, т. е. организации и лица, напрямую не связанные с гостиницей, однако имеющие возможность оказывать воздействие на ее деятельность (СЭС, СМИ, банки и т. п.). При анализе внешней среды прямого воздействия необходимо учитывать, что данный комплекс факторов регулируется предприятием. Например, гостиница может выбирать для себя наиболее приемлемых в финансовом плане поставщиков, продукция которых оценивается в плане оптимальности соотношения «цена – качество поставляемой продукции или услуг», влиять на деятельность конкурентов, проводя соответствующую ценовую политику и удерживая постоянных клиентов, а также может формировать рынок потребителей, выбирая сегмент рынка, представителей которого собирается обслуживать, или фор-

мировать потребительские предпочтения тех, кого уже обслуживает. Таким образом, планируя и составляя бюджет, финансовая служба отеля должна исходить из приемлемых для предприятия условий внешней среды, выбирая те, с кем выгодно работать.

Однако во внешней среде существуют ***факторы косвенного воздействия,*** на которые гостиничный комплекс повлиять не в силах. К таким факторам относятся:

• ***политика государства*** (внутренняя политика). Например, прозрачность границ для граждан той или иной страны – потенциальных клиентов отеля (внешняя политика); степень лояльности государства к малому предпринимательству, представителем которого может являться отель, и т. п.;

• ***развитие технологий*** (научно-технический фактор). Например, новые системы бронирования, позволяющие значительно увеличить загрузку отеля; средства уборки, позволяющие экономить время персонала и деньги отеля, а также новые средства безопасности (например, электронные замки), позволяющие повысить престиж предприятия и привлечь новых гостей, и т. д.;

• ***уровень развития экономики*** (экономический фактор). Это и повышение благосостояния населения, его покупательной способности, что в целом определяет возрастание спроса на отдых, это и обменный курс, влияющий на количество иностранных туристов и на уровень их расходов во время отдыха, и многое другое;

• ***демографический фактор.*** Например, увеличение количества физически активных людей среднего возраста и молодежи, которые предпочитают отдыхать по относительно дешевым путевкам в экологически чистой зоне, может повлиять на деятельность подмосковного туристского комплекса;

• ***социально-культурный фактор*** – увеличение или уменьшение значимости культурных традиций.

Действительно, рядовой организации сферы гостеприимства повлиять на изменение вышеперечисленных факторов практически невозможно. Поэтому при составлении бюджета финансовой службе отеля необходимо учитывать изменчивость данной категории факторов. В этой связи существует проблема сбора необходимой достоверной информации и выделения затем релевантной (т. е. той, которая непосредственно относится к делу) информации. Кроме того, учитывая изменчивость внешней среды, необходимо составлять вариативные бюджет и биз-

нес-план, которые можно менять в зависимости от внешней обстановки без ущерба для деятельности организации.

Анализ внутренней среды воздействия на гостиничный комплекс состоит в проверке рациональности использования внутренних ресурсов организации. К ним принято относить персонал, информацию, технологию, материалы и сами финансы.

Рассмотрим каждый из перечисленных ресурсов с точки зрения его рационального использования.

Персонал – один из наиболее важных ресурсов, особенно в гостеприимстве, где на долю гуманитарных технологий приходится 80 % нештатных ситуаций, которые напрямую влияют на загрузку отеля. От того, насколько рационально подобран штат сотрудников, оптимально ли количество персонала и как высок его профессионализм, зависит во многом финансовое благополучие организации в целом. Часто в гостеприимстве финансовые проблемы предприятия зависят от факторов, которые к финансам, казалось бы, не имеют никакого отношения, ведь гостеприимство – это искусство мелочей, и от того, насколько высок уровень обслуживания гостей в отеле, насколько богатым будет предприятие.

Информация – неосязаемый, но очень ценный ресурс. От своевременной и релевантной информации зачастую зависит сам факт существования предприятия. В наше время информация стоит очень дорого, ее трудно получить вовремя, в полном объеме, без искажений, а также сохранить и передать в нужный момент. В идеале каждое принимаемое администрацией решение должно быть основано на качественной и количественной оценке учетной информации, руководство которой в гостинице должен обеспечить финансовый менеджер.

Наиболее важной в гостиничном бизнесе является информация по таким показателям, как:

- загрузка номерного фонда по рыночным сегментам;
- средняя цена размещения по сегментам рынка;
- количество посетителей и средние расходы по каждому звену технологической цепочки обслуживания (питанию, размещению, другим видам обслуживания);
- объем предоставления дополнительных услуг по сегментам рынка;
- операционные расходы по подразделениям (еженедельно);
- заработная плата по подразделениям (еженедельно);
- общеэксплуатационные и административные расходы с разделением по видам затрат (еженедельно).

Для удовлетворения потребностей внешних пользователей в достоверной учетной информации о финансовой службе гостиницы, ориентированной на повышение ее имиджа до уровня мирового класса, необходимо готовить как минимум два комплекта полных финансовых отчетов: по требованиям российского законодательства – для органов налогового и статистического контроля – и по Единой системе счетов предприятий гостиничного бизнеса – для иных заинтересованных сторон (например, собственников). Это необходимо не только для организаций, управляемых транснациональными цепочками или финансируемых с привлечением иностранного капитала, но и для всех иных организаций.

Специфика гостиничного бизнеса выделяет еще одну проблему, связанную с использованием информации как необходимого ресурса в достижении финансовой устойчивости предприятия, – это дискретность производства услуг в сфере гостеприимства и целостность их потребления. Качественное предоставление услуг в гостинице невозможно без использования специализированных информационных технологий, позволяющих централизованно обработать информацию со всех служб, отделов и подразделений и предоставить руководству для последующего анализа полную и объективную картину о работе всей гостиницы. Для этого необходимо применять комплексный подход к информационным технологиям, основная идея которого состоит в том, чтобы все подразделения гостиницы во главе с финансово-экономической службой работали по единым стандартам и в единой информационной среде.

Технологии. То, что технологии – это ресурс, в России поняли недавно и, даже поняв, не торопятся рационально его использовать. А ведь рациональная технология уборки номера экономит время горничной и затраты других ресурсов (энергии, моющих средств, воды и т. п.), повышает имидж гостиницы.

Материалы. Без них невозможно представить хороший гостиничный номер, в который хочется вернуться? Мнение многих гостей на этот счет однозначно – без качественного постельного белья, пушистого махрового халата, коврика в ванной и полотенец с логотипом отеля, качественной сантехники, удобной, добротной, экологически чистой мебели, без качественного гостиничного текстиля, мебели, аксессуаров гостеприимства – нет хорошей гостиницы, а значит, и нет гостей.

Финансы. Чтобы получить полную информацию об этом ресурсе, необходимо вести точный и своевременный учет доходов

и расходов. В мировой практике руководство отеля требует от сотрудников финансовой службы не просто констатации фактов получения доходов или понесения расходов, а глубокого анализа источников формирования прибыли и возникновения убытков по операционной деятельности.

Целью финансового учета гостиницы является определение доходов, предельной и полной себестоимости каждой оказываемой услуги и соответственно рентабельности деятельности по предоставлению данной услуги. Наряду с этим необходимо также решать вопрос об учете наличных поступлений. Это больной вопрос на сегодняшний день для отрасли в целом, поэтому многие организации переходят на альтернативные наличным платежам способы расчетов (внутренний кредит, кредитные карты и т. п.). Такие способы расчетов позволяют выявить дополнительные доходы, которые в противном случае не полностью попадают в доход гостиницы.

§ 2.2. Проблемы налогообложения, кредитования и инвестирования

Все вышеуказанные факторы способны в той или иной степени повлиять на результаты хозяйственной деятельности организации гостеприимства, поэтому, чтобы избежать неожиданностей, касающихся ее стабильного развития, принято составлять *перспективные планы развития организации, или бизнес-планы*, с учетом внешних воздействий и ресурсных ограничений. Бизнес-план организации – это как раз тот инструмент, с помощью которого руководство может решать ее финансово-экономические проблемы:

- ✓ налогообложение;
- ✓ кредитование;
- ✓ инвестирование.

Налогообложение. Каждый директор гостиницы знает как минимум три пути достижения финансового благополучия организации:

1) увеличение доходной части организации за счет роста объемов предоставляемых услуг, прежде всего проживания, что, в свою очередь, достигается правильной ценовой политикой, маркетинговыми исследованиями, умелой рекламой, вхождением в системы бронирования, договорами с долгосрочными партнерами, хорошей кадровой политикой и др.;

2) сокращение расходной части организации за счет снижения себестоимости номера, что достигается применением ресурсосберегающих технологий, уменьшением (если это возможно) налогового бремени, затрат на содержание здания, других эксплуатационных затрат;

3) комплексный подход, включающий оба упомянутых выше пути и являющийся оптимальным для каждого гостиничного предприятия.

Любой из этих путей гостиничная организация может пройти как в одиночку, полагаясь только на свои силы, знания и опыт, так и сотрудничая с Государственным акционерным обществом (ГАО) «Москва», которое создано для развития гостинично-туристского комплекса Москвы. Этим целям служат и подразделения ГАО «Москва», и созданные по его инициативе и работающие при его активном участии структуры различной организационно-правовой формы:

- Ассоциация «Университет гостиничного и ресторанного бизнеса»,
- Паспортно-визовое управление,
- ЗАО «Норд-отель».

Акционерным обществом «Москва» ведется работа по совершенствованию законодательной базы в области налогообложения гостиничных организаций.

В соответствии с п. «а» ст. 5 Закона РФ от 13 декабря 1991 г. № 2030-1 «О налоге на имущество предприятий» (с последующими изменениями и дополнениями) каждая гостиница Москвы может получить льготы на имущество независимо от ее организационно-правовой формы или формы собственности, принадлежности ее к той или иной отрасли, а также независимо от того, является она самостоятельным налогоплательщиком или нет. В Законе сказано: «Стоимость имущества организаций, исчисленная для целей налогообложения, уменьшается на балансовую (нормативную) стоимость объектов жилищно-коммунальной и социально-культурной сферы, полностью или частично находящихся на балансе налогоплательщика».

Прежде всего гостиничная организация должна выйти в налоговую инспекцию своего административного округа с письмом об освобождении ее от налога на имущество в соответствии с действующим законом. Целесообразно провести консультации с налоговой инспекцией о перечне имущества, относящегося к объектам жилищно-коммунальной и социально-культур-

ной сферы, и обязательно согласовать его с органами управления данной отраслью в субъектах РФ, по месту нахождения налогоплательщика.

При этом следует иметь в виду, что к имуществу, подлежащему льготированию, могут быть отнесены такие объекты, как корпуса и помещения под номерной фонд, библиотеки, спортивные сооружения и другие, связанные непосредственно с предоставлением гостиничных услуг, за исключением ресторанов, баров, столовых, кафе, не относящихся (согласно Классификатору отраслей народного хозяйства) к объектам жилищно-коммунальной и социально-культурной сферы. К имуществу, подлежащему льготированию, следует относить коммуникации, оснащение и оборудование, необходимые для жизнеобеспечения перечисленных выше объектов, а именно: системы водоснабжения, отопления, газоснабжения, электроснабжения, охранно-пожарной сигнализации, радио, телевидения, телефонизации, а также имущество, предназначенное для технического обслуживания и ремонта объектов жилищно-коммунальной и социально-культурной сферы, мебель, спортинвентарь, медицинское оборудование, постельное белье и пр.

В целях правильного применения льгот гостиничные организации обязаны обеспечить ведение учета льготируемого имущества в каждом отчетном периоде.

Актуально применение комплексного подхода к вопросу сокращения выплат по налогу на имущество, когда, помимо использования этой льготы, гостиничной организацией проводится (с привлечением независимых экспертов) переоценка основных его средств, что, в свою очередь, сокращает эти выплаты именно в той его части, которая не подлежит льготированию. После пересчета налога на имущество необходимо произвести пересчет налога на прибыль.

Кредитование. Основная проблема кредитования заключается в том, что почти полностью отсутствуют отечественные кредиторы. В этом смысле опыт «Интурбанка» является исключением. Банк получил лицензию и начал осуществлять расчеты с февраля 1991 г. Он создавался на базе системы ВАО «Интурист». На тот период основной его задачей являлось финансирование программы по развитию туризма как внутри страны, так и за рубежом. Шло время, появились новые направления и расширились интересы. Сегодня «Интурбанк» является многопрофильным, универсальным и с 1994 г. имеет генеральную лицензию ЦБ РФ.

В 1998 г. «Интурбанк» получил лицензию на операции с ценными бумагами и драгоценными металлами. Указом Президента России банк наделен полномочиями по финансовому обслуживанию Федеральной целевой программы «Развитие туризма в Российской Федерации», которая в силу скудного финансирования этой отрасли реализуется очень медленно. По размеру собственного капитала банк устойчиво держится в первой тридцатке российских банков (по рейтингам ведущих бизнес-изданий).

При активном участии «Интурбанка» проведена реконструкция отеля «Европа». Кроме того, банк осуществлял кредитование гостиницы «Москва». Финансируется проведение некоторых спортивных мероприятий. Например, банк принимал активное участие в спонсорской поддержке международных соревнований звезд фигурного катания, являлся официальным банком чемпионата мира по хоккею 2000 г.

В настоящее время «Интурбанк» имеет ряд отделений в Москве и филиалы в Иркутске, Ростове, Сочи и Пятигорске.

В сентябре 1996 г. был открыт филиал в Санкт-Петербурге. Его клиентами являются ведущие туристские фирмы и гостиницы города: «Пулковская», «Нева», «Интурист-Балтика», «Интуравто-сервис» и др. Филиалом «Интурбанка» совместно с администрацией города учреждена туристская компания «Содружество», целью которой стало возрождение внутреннего туристского бизнеса между бывшими республиками СССР. Кроме того, филиал обслуживает комитет по туризму и развитию культуры администрации Санкт-Петербурга, спортивные организации, физкультурно-спортивное общество «Федерация профсоюзов "Россия"», некоторые детско-юношеские спортивные школы и т. д.

Для банка важно осуществлять постоянную деятельность по обслуживанию клиентов, создавать им максимально благоприятные условия для сохранения и приумножения капитала. Отсюда на первый план выходит главная задача – устойчивость, надежность в работе, индивидуальный подход к каждому клиенту.

Однако, рассматривая проблемы кредитования гостиниц, необходимо отметить, что на сегодняшний день только лизинг (использование взятого на прокат оборудования с выплатами за него из получаемого дохода) является одним из основных финансовых инструментов, позволяющих осуществлять такие крупномасштабные капитальные вложения в развитие матери-

ально-технической базы, как развитие гостиничного комплекса. В настоящее время гостиницы сталкиваются с проблемой, когда оборудование, действующее на предприятии, уже морально устарело, мебель в номерах не выдерживает никакой критики, компьютерная система не позволяет осуществлять бронирование в полном объеме, в режиме реального времени, а денег на приобретение всего этого нет. Так вот, по сравнению с другими способами приобретения оборудования (оплата по факту поставки, покупка с отсрочкой оплаты, банковский кредит и т. д.), лизинг имеет ряд существенных преимуществ:

- дает возможность предприятию-арендатору расширить производство и наладить обслуживание оборудования без крупных единовременных затрат и без привлечения заемных средств;
- смягчает проблему ограниченности ликвидных средств. Затраты на приобретение оборудования при лизинге равномерно распределяются на весь срок действия договора и высвобождаются средства для вложения в другие виды активов;
- дает возможность в балансе организации поддерживать оптимальное соотношение собственного и заемного капиталов.

Лизинг позволяет арендатору периодически обновлять морально стареющее оборудование.

Арендные платежи по лизингу производятся после установки, наладки и пуска оборудования в эксплуатацию. Тем самым арендующая организация имеет возможность осуществлять платежи из средств, поступающих от реализации продукции, выработанной на арендуемом оборудовании.

Лизинговые соглашения могут предусматривать обязательства арендодателя произвести ремонт и технологическое обслуживание оборудования. Это особенно важно при лизинге сложного оборудования, требующего привлечения высококвалифицированного персонала для пусконаладочных работ, ремонта и обслуживания. Практически на условиях лизинга можно получить объект «под ключ», предоставив осуществление всех формальностей, и благодаря этому сконцентрировать усилия на решении других вопросов.

Ввиду того, что лизинговые платежи осуществляются по фиксированному графику, предприятие-арендатор имеет более широкие возможности координировать затраты на финансирование капитальных вложений и поступления от реализации выпускаемой продукции, чем, например, при купле-продаже оборудования. Все это способствует стабильности финансовых

планов арендатора. Кроме того, приобретение оборудования по лизингу позволяет рентабельным организациям существенно уменьшить налогооблагаемую базу путем оптимизации налоговых отчислений.

Российские фирмы вынуждены упорядочивать свою бухгалтерскую систему, сталкиваясь с ужесточением фискального давления и с необходимостью предоставлять потенциальным отечественным и иностранным инвесторам финансовые отчеты, прошедшие аудиторскую проверку.

Налоговым льготам для лизинговых платежей и забалансовому учету, которые являются привлекательными для лизингового финансирования во всем мире, в России придают большое значение, и они, вероятно, останутся в силе после принятия подготавливаемого Налогового кодекса.

Ранее в различных секторах российской экономики не существовало серьезной конкуренции со стороны иностранных компаний. Теперь их интерес к российскому рынку заметно вырос. Транснациональные поставщики оборудования убедились, что обеспечение финансирования для покупателей является ключом в торговле с Россией. Основными причинами, сдерживающими дальнейшее развитие лизинга в России, эксперты называют следующие нормативно-правовые и макроэкономические проблемы:

- терминологические неопределенности и противоречия, в том числе между Гражданским кодексом РФ и нормативными актами Правительства РФ и его уполномоченных органов, а также ошибки налогообложения (двойное и необоснованное налогообложение лизинговых платежей);
- методологические трудности в определении поля регулирования для Федерального закона «О лизинге»;
- таможенные барьеры (объем таможенных налогов, дополнительное налогообложение за отсрочку, ограничения таможенного режима временного ввоза/вывоза товаров);
- барьеры законодательства о валютном регулировании и контроле (требование лицензирования отсрочки платежей на срок свыше 180 дней);
- несовершенство принципов бухгалтерского учета (отсутствие трактовки лизинга как долгосрочных финансового вложения – для лизингодателя и долгового обязательства – для лизингополучателя);
- несовершенство Арбитражного процессуального кодекса в отношении норм защиты прав собственности (практическая

невозможность изъятия лизингового имущества при нарушении обязательств лизингополучателем);

• искусственное уравнивание лизинга в правах с другими видами сделок в налоговом законодательстве, что не учитывает экономическую суть лизинга и приводит к его недостаточной эффективности;

• недостаточно высокий спрос на лизинг ввиду продолжающегося спада в экономике;

• ухудшение условий окупаемости инвестиционных проектов (сокращение прибыли и фондов амортизации предприятий – главных источников лизинговых платежей);

• слабая государственная поддержка лизинга (указы Президента РФ и постановления Правительства РФ, а также Закон о федеральном бюджете, предусматривающий выделение бюджета развития, во многих отношениях не исполняются).

Помимо перечисленных, к наиболее серьезным ограничениям ведения лизинговой деятельности можно отнести проблемы определения кредитоспособности партнеров, адекватности финансового обеспечения лизинговых сделок, а также недостаток дешевых финансовых ресурсов у некоторых российских лизинговых компаний.

Инвестирование. Привлечение акционерного капитала в мелкие и средние компании (каковыми является большинство гостиниц) как явление не было известно в постперестроечной России. Рынок свободного капитала у нас до сих пор еще не сложился, поэтому и привлекать-то пока особенно нечего. Таково мнение большинства мелких и средних предпринимателей в России. Большие надежды вначале возлагались на иностранные инвестиции, но образ богатого простака-иностранца быстро потускнел в сознании россиян. На смену ему пришел другой – алчного транснационального «инвестора», на корню и за бесценок скупающего национальное российское достояние – алюминиевые и сталелитейные заводы, нефтяные месторождения и телефонные компании, леспромхозы и молокозаводы, рестораны и гостиницы.

Активное проникновение на российский рынок иностранного капитала, сопровождающееся оттоком национального капитала за пределы страны, порождает множество проблем экономического, социального и психологического свойства. Между тем интеграция российской экономики в мировое экономическое пространство – процесс необратимый. Принципы и этика цивилизованного бизнеса все глубже проникают в сознание россий-

ского предпринимателя и его повседневную деловую практику. К сожалению, история отечественного бизнеса насчитывает еще слишком мало времени, чтобы в России успел сформироваться новый тип бизнесмена, свободного от тяжкого наследия социализма и азарта периода «дикого» капитализма.

Государственная политика в отношении малого и среднего предпринимательства (как и бизнеса вообще) также пока еще далека от совершенства. Противостояние государства и общества больнее всего отзывается на тех, кто решился начать свое дело зачастую на пустом месте, «с нуля».

Неразвитость деловой инфраструктуры в России в сочетании с информационной непроницаемостью и пережитками многолетней изоляции страны от остального мира в сознании многих предпринимателей мешает увидеть, что в России сегодня уже работает новая финансовая индустрия – **венчурный капитал.**

Венчурный (или рисковый) капитал – малопонятный для подавляющего большинства россиян феномен. Его путают с банковским кредитованием и благотворительностью. Информации о характере и деятельности венчурных фондов и компаний практически нет, не считая нескольких путаных заметок в московских и петербургских изданиях. Российские поисковые системы в Интернете дают всего 2-3 ссылки на сайты, где без пояснений упоминается слово «венчур». Между тем российский (по месту деятельности) венчурный бизнес существует уже несколько лет.

Название «венчурный» происходит от английского *venture* – рискованное предприятие или начинание. Сам термин «рисковый» подразумевает, что во взаимоотношениях капиталиста-инвестора и предпринимателя, претендующего на получение от него денег, присутствует элемент авантюризма. И это на самом деле так. Венчурное инвестирование, как правило, осуществляется в малые и средние частные или приватизированные организации без предоставления ими какого-либо залога или заклада, в отличие, например, от банковского кредитования. Венчурные фонды или компании предпочитают вкладывать капитал в фирмы, чьи акции не обращаются в свободной продаже на фондовом рынке, а полностью распределены между акционерами – физическими или юридическими лицами.

Инвестиции направляются либо в акционерный капитал (*equity investment* или *financing*) закрытых или открытых акционерных обществ в обмен на долю или пакет акций, либо предос-

тавляются в форме инвестиционного кредита (*debt financing*), как правило, среднесрочного (на срок от 3 до 7 лет).

Процентная ставка по таким кредитам либо не устанавливается, либо составляет LIBOR + 2–4 %. LIBOR (*London Interbank Offered Rate*) – лондонская межбанковская ставка предложения. Это средняя ставка процента, по которой банки в Лондоне предоставляют ссуды против размещения у них депозитов. Информация о ее колебаниях публикуется в «Financial Times», исходя из средней ставки по 3- и 6-месячным долларовым депозитам размером в 10 млн долл. на 11 часов утра каждого делового дня, учитываемой пятью банками: «National Westminster Bank», «Bank of Tokyo», «Deutsche Bank», «Bank Nacional de Paris» и «Morgan Guarantee Trust of New York».

На практике, однако, наиболее часто встречается комбинированная форма венчурного инвестирования, при которой одна часть средств вносится в акционерный капитал, а другая – предоставляется в форме инвестиционного кредита.

Венчурный инвестор, как правило, не стремится приобрести контрольный пакет акций компании (во всяком случае при первичном инвестировании). И в этом – его коренное отличие от стратегического инвестора или партнера, который зачастую изначально желает установить контроль над интересующей его компанией.

Цель венчурного капиталиста иная. Приобретая пакет акций или долю, меньшую, чем контрольный пакет, инвестор рассчитывает, что компания будет использовать его деньги в качестве финансового рычага, чтобы обеспечить более быстрый рост и развитие своего бизнеса. Ни инвестор, ни его представители не берут на себя никакого иного риска (технического, рыночного, управленческого, ценового и пр.), за исключением финансового. Все перечисленные риски несет на себе компания.

Еще одним предпочтением венчурного инвестора является принадлежность контрольного пакета менеджерам компании. Имея у себя контрольный пакет, они сохраняют все стимулы для активного участия в развитии бизнеса. Если компания в период нахождения в ней в качестве совладельца и партнера венчурного инвестора добивается успеха, т. е. если ее стоимость в течение 5–7 лет увеличивается в несколько раз по сравнению с первоначальной (до инвестиций), риски обеих сторон оказываются оправданными и все получают соответствующее вознаграждение. Если же компания не оправдывает ожидание венчурного инвестора, то он может полностью потерять свои деньги (в том слу-

чае, когда компания объявляет себя банкротом) либо (в лучшем случае) вернуть вложенные средства, не получив никакой прибыли. И второй, и третий варианты считаются неудачами. Прибыль венчурного инвестора возникает лишь тогда, когда по прошествии 5–7 лет после инвестирования он сумеет продать принадлежащий ему пакет акций по цене, в несколько раз превышающей первоначальное вложение. Поэтому венчурные инвесторы не заинтересованы в распределении прибыли в виде дивидендов, а предпочитают всю полученную прибыль реинвестировать в бизнес.

Сам процесс продажи в венчурном бизнесе называется выходом (exit). Период пребывания венчурного инвестора в компании называется совместным проживанием (living with company).

Разделение совместных рисков между венчурным инвестором и предпринимателем, длительный период «совместного проживания» и открытое декларирование обеими сторонами своих целей на самом начальном этапе общей работы – слагаемые вполне вероятного успеха. Однако именно такой подход представляет собой основное отличие венчурного инвестирования от банковского кредитования или стратегического партнерства.

Итак, для успешного развития гостинично-туристского комплекса России и решения стоящих финансово-экономических проблем необходима, во-первых, стабилизация экономической и политической ситуаций. Как только происходят политические или экономические осложнения, все сразу отражается на притоке туристов. Во-вторых, на повестке дня остро стоит вопрос создания льготных условий для инвестирования. Их необходимо закрепить в законах на федеральном уровне и на уровне городов. Россия сможет привлечь туристов только в том случае, если уровень обслуживания приблизится к мировым стандартам. Необходимо создать комфортные условия туристам, приезжающим с визитом в Россию, а также для российских туристов, путешествующих по родному краю.

Это лишь небольшая часть задач, которые необходимо решать.

Глава 3

Инвестиционная политика российского туризма

§ 3.1. Инвестиции как фактор развития туристской отрасли

Инвестиции – это процесс использования совокупных материальных, трудовых и финансовых ресурсов, направляемых на увеличение капитала, расширение, модернизацию и техническое перевооружение производства.

Частные инвестиции осуществляются за счет собственного и привлеченного капитала, а также за счет займов. Управление частными инвестициями (количеством) полностью определяется собственником, а осуществляется (по направлениям) непосредственно организацией или фермером.

Для государственных инвестиций основными источниками являются бюджетные ассигнования, долгосрочные ссуды и средства государственных предприятий.

Анализ структуры капитальных вложений

Структурный анализ капитальных вложений можно проводить на народнохозяйственном (макроэкономическом) и отраслевом уровнях, а также на уровнях отдельных предприятий (фирм) или территориально-административных формирований (городов, областей, районов и т. д.). Цели и методы анализа на разных уровнях различны. В настоящее время определяющее значение в России приобрел анализ инвестиционных процессов на уровнях отдельных фирм и территориально-административных формирований (в основном – городских поселений), так как системы и макроэкономического, и отраслевого управления в нашей стране малоэффективны, а основными источниками инвестиций являются собственные и заемные средства организаций, а также средства из бюджетов органов местного самоуправления.

Различают отраслевую, воспроизводственную, технологическую и территориальную структуры капитальных вложений.

Отраслевая структура капитальных вложений – это соотношение стоимостных объемов инвестиций, осуществляемых в конкретных отраслях и подотраслях экономики. Применяется, как правило, для долгосрочного макроэкономического прогнозирования и выявления межотраслевых диспропорций в экономике страны или отдельного самоуправляемого субъекта Российской Федерации. В туризме особенно важны отраслевой и территориальный инвестиционные анализы перспектив развития конкретных подотраслей туристской индустрии (гостиничного хозяйства, транспорта, рекреационных объектов и т. д.).

Воспроизводственная структура капитальных вложений представляет собой соотношение между затратами на новое строительство, расширение, реконструкцию и модернизацию различных видов туристских объектов и организаций (турбаз, гостиниц, досуговых центров, ресторанов, выставочных комплексов и др.). Она важна прежде всего при качественном анализе и прогнозировании состояния (характеристик) конкретных объектов туризма.

Технологическая структура капитальных вложений – это соотношение стоимостных объемов капитальных затрат в активном капитале (машинах, технологическом оборудовании, энергетических установках) и пассивных основных фондах (зданиях, сооружениях, дорогах, причалах и т. д.). Для детального анализа обычно выделяют затраты на основные виды технологического оборудования, транспортных средств и строительно-монтажных работ. Такая структура инвестиций важна при пообъектном сметном проектировании в туризме.

Территориальная (региональная) структура капитальных вложений представляет собой распределение стоимостного объема рассматриваемых инвестиций по территориям, населенным пунктам и объектам. Возможен анализ не только стоимостных объемов капиталовложений, осуществляемых в территориальных рамках, но и их натуральных составляющих (например, закупки конкретных видов транспортных средств или технологического оборудования по регионам или объектам).

Инвестиции являются одним из важных факторов развития туристской отрасли, так как от их объемов и структуры зависят:

- динамика развития отрасли на долгосрочную перспективу;
- финансово-экономические показатели работы отрасли в будущем;

• качественные характеристики туристских объектов и организаций в перспективе;

• пропускные способности, производственные мощности и вместимость туристских объектов;

• структурная пропорциональность развития отрасли (взаимоувязка развития гостиниц, транспорта, сетей питания, связи);

• общая конъюнктура туристского спроса и предложения в территориальном разрезе (конкурентная среда).

Инвестиции – важнейший рычаг управления развитием туризма как в стране в целом, так и в конкретном регионе. Их необходимо анализировать и прогнозировать: при разработке мероприятий по формированию материально-технологической базы туризма, схем размещения и развития туристских объектов; формировании банка данных туристских инвестиционных проектов; проведении мероприятий по стандартизации, сертификации турпродукта, лицензированию туристской деятельности; налоговом прогнозировании; планировании занятости и доходов населения, развития инфраструктуры; а также при научных исследованиях и опытно-конструкторских разработках.

Для привлечения частных, в том числе и иностранных, инвестиций в туристскую отрасль очень важны:

• активность местных властей в области рекламно-информационной деятельности (освещение туристско-рекреационного потенциала территориально-административного образования);

• либеральная административная и налоговая политика как местных, так и федеральных властей, поощряющая частную инвестиционную инициативу;

• эффективная антимонопольная и антикриминальная политика местных властей, направленная на поддержание здоровой конкурентной среды среди туристских организаций.

Показатели общей экономической эффективности инвестиций в туризме

Ключевым элементом в анализе и прогнозировании капиталовложений в туристскую отрасль является их экономическая эффективность, которая в конечном итоге и определяет общую аттрактивность любого туристского проекта для инвестора.

В целом по отрасли *коэффициент общей экономической эффективности капиталовложений* ($Э_о$) рассчитывается как соотношение прироста годового объема национального дохода (чистой продукции) при заданной его вещественной струк-

туре в сопоставимых ценах (ΔD) к вызвавшим его капитальным вложениям (К):

$$Э_о = \frac{\Delta D}{K}.$$

Коэффициенты общей эффективности сравниваются с плановыми нормативами и аналогичными показателями предшествующего периода.

Коэффициент эффективности капитальных вложений по отдельным подотраслям или территориям ($Э_{по}$) в случаях, когда трудно определить чистую продукцию, можно рассчитать как отношение прироста прибыли (ΔП) к капиталовложениям, вызвавшим этот прирост:

$$Э_{по} = \frac{\Delta П}{K}.$$

По отдельным организациям (объектам), а также отдельным мероприятиям *коэффициент эффективности капитальных вложений* ($Э_{пм}$) рассчитывается по формуле

$$Э_{пм} = \frac{Ц - С}{K},$$

где Ц – стоимость годового выпуска продукции (оказания услуг) по проекту в оптовых ценах;
С – себестоимость годового выпуска продукции (оказания услуг);
К – сметная стоимость строящегося объекта (капитальные затраты по осуществлению мероприятия).

Сравнительная экономическая эффективность капитальных вложений

Расчеты сравнительной экономической эффективности капитальных вложений применяются при сопоставлении вариантов хозяйственных и технических решений, размещения проектируемых объектов; при решении задач по выбору взаимозаменяемой продукции (услуг), внедрению новых видов техники и по строительству новых или реконструкции действующих предприятий.

Показателем сравнительной экономической эффективности капитальных вложений является минимум приведенных затрат. *Приведенные затраты* по каждому проекту представляют собой сумму текущих и капитальных затрат, приведенных к одинако-

вой размерности в соответствии с нормативным коэффициентом эффективности:

$$Э_{ср} = (C_1 + E_н \cdot K_1) - (C_2 + E_н \cdot K_2),$$

где $Э_{ср}$ – приведенные затраты на единицу продукции (услуг) или на одного обслуживаемого туриста;
C_1, C_2 – текущие затраты по первому и второму вариантам;
K_1, K_2 – капитальные затраты по первому и второму вариантам;
$E_н$ – нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений.

Текущие затраты по первому и второму вариантам исчисляются по видам издержек (на сырье и материалы, электроэнергию, заработную плату и т. д.) на единицу продукции (услуг) или на одного обслуживаемого туриста.

Капитальные затраты по первому и второму вариантам исчисляются исходя из стоимости оборудования, его доставки и монтажа, а также из стоимости строительно-монтажных работ по данному инвестиционному проекту.

Нормативный коэффициент эффективности капитальных вложений в зависимости от предполагаемых сроков окупаемости данного конкретного проекта может задаваться в интервале от 0,12 до 0,15.

§ 3.2. Инвестиционный процесс как фактор развития туристской фирмы

На уровне отдельной туристской организации (фирмы) инвестиции представляют собой финансовые вложения конкретных физических или юридических лиц в развитие данной организации. При этом вкладываться могут как собственные, так и заемные средства. Главными анализируемыми показателями инвестиционной деятельности турфирмы являются ожидаемая прибыль, сроки окупаемости инвестиций, права инвестора на управление инвестируемой организацией, а также степень коммерческого риска инвестора. С оптимизацией всех этих условий инвестиционного процесса связаны пути и темпы развития любой туристской организации.

Инвесторов классифицируют по степени коммерческого риска, на который они готовы идти в данном конкретном случае. ***Собственно инвестор*** – посредник в инвестиционной деятельности, аккумулирующий чужие финансовые средства и направ-

ляющий их в капиталовложения на условиях минимального риска. Степень риска в данном случае не превышает 5–10 %. В качестве инвесторов выступают банки, инвестиционные фонды, страховые компании, финансово-промышленные группы и т. п.

К субъектам инвестиционной деятельности также относятся:

• ***предприниматель*** (физическое лицо), вкладывающий в инвестиционный проект преимущественно собственный капитал, а также заемный, взятый под личную ответственность. Цели его при этом, как правило, связаны с долговременным активным участием в управлении инвестируемым предприятием. Степень риска в данном случае – около 20 %;

• ***спекулянт*** (инвестор), не стремящийся, как правило, к управлению инвестируемой организацией, а с целью быстрого и максимального извлечения прибыли (обычно в форме скупки и перепродажи акций предприятий) идущий на заранее просчитанный финансовый риск, который может быть весьма существенным;

• ***игрок*** (экстремальный тип инвестора), идущий, как правило, на очень высокие риски (30–60 %) с целью получения единовременной сверхприбыли, руководствуясь интуицией.

Различают прямые, венчурные (рисковые), портфельные и аннуитетные инвестиции.

Прямые инвестиции представляют собой вложения в уставный капитал предприятия с целью приобретения прав на участие в управлении им и долговременного извлечения дохода из его деятельности.

Венчурные инвестиции – это посреднические инвестиционные операции, связанные: с освоением новых сфер предпринимательской деятельности; учреждением стартовых наукоемких фирм; осуществлением новых рисковых проектов. Венчурный капитал инвестируется в проекты, не связанные между собой, в расчете на погашение убытков по одним проектам за счет прибылей по другим и на быструю окупаемость вложенных средств и возможное получение сверхприбылей в будущем. Обычно венчурные капиталовложения осуществляются путем приобретения части акций организации-клиента или предоставления ему ссуд, в том числе с правом конверсии этих ссуд в акции. Рисковый капитал сочетает в себе различные формы приложения капитала (ссудного, акционерного, предпринимательского).

Портфельные инвестиции – это приобретение всех видов ценных бумаг и других активов. В портфель могут входить цен-

ные бумаги одного типа (акции) или различные инвестиционные ценности (облигации, сберегательные и депозитные сертификаты, залоговые свидетельства и др.).

Формируя портфель ценных бумаг, инвестор исходит из соображений безопасности, ликвидности и высокой доходности вложенных средств.

Под ***безопасностью*** понимаются защищенность инвестиций от потрясений на рынке инвестиционного капитала и гарантированность их итоговой окупаемости.

Доходность – это способность обеспечить инвестору получение определенной (рассчитываемой) прибыли на вложенный капитал.

Под ***ликвидностью*** понимается способность инвестируемого капитала быстро и безубыточно превратиться в наличные деньги.

Аннуитетные инвестиции – это личные инвестиции физических лиц, приносящие вкладчику доход через определенные промежутки времени (обычно после выхода на пенсию). В основном – это вложение средств в страховые и пенсионные фонды. Страховые компании и пенсионные фонды выпускают долговые обязательства, которые их владельцы смогут использовать в будущем. Пенсионные фонды обеспечивают своих клиентов денежными средствами на период после выхода на пенсию. Страховые компании при страховании жизни могут предложить получателю определенную сумму денег по страховому полису (либо единовременную выплату, либо аннуитет). Временно свободные накопленные денежные средства страховые компании и пенсионные фонды часто используют для финансирования капиталовложений высокодоходных фирм и проектов.

Для того чтобы инвестиционный процесс действительно являлся фактором развития туристской фирмы, ее руководство при планировании инвестиционной деятельности должно придерживаться базовых принципов:

- определения предельной эффективности капиталовложений (необходимость расчета оптимального объема инвестируемых в конкретный проект средств с тем, чтобы эффективность каждой дополнительной порции капитальных затрат оставалась положительной);
- оптимизации степени риска инвестиций, которая должна просчитываться до начала инвестиционного процесса и корректироваться в ходе его осуществления (чем ранее будет остановлено инвестирование безнадежного проекта, тем меньше будут потери – принцип «замазки»);

• сочетания натурально-вещественных и стоимостных оценок эффективности капиталовложений (только стоимостные расчеты на деле могут принести убытки вследствие непредвиденной инфляции);

• учета адаптационных издержек (на подготовку и переподготовку кадров, приобретение опыта в новых видах деятельности, освоение и наладку оборудования, установление новых деловых связей и т. д.);

• учета сопряженных капиталовложений, при котором необходимо учитывать межотраслевые, межобъектные и межпроектные взаимозависимости капитальных затрат (например, вложения в расширение фирмы-туроператора могут потребовать дальнейших вложений в турагентскую сеть, транспорт, связь, вспомогательные службы и т. д.);

• учета соотношения между ценой спроса на предполагаемый к производству товар (услуги) и себестоимостью его производства. Цена спроса должна существенно превосходить себестоимость, которая должна быть устойчивой на весь предполагаемый срок окупаемости инвестиций;

• учета фактора времени при оценке экономической эффективности и сроков окупаемости инвестиций по альтернативным проектам (дисконтирование). При этом учитываются инфляционные процессы и риски, связанные с увеличением сроков осуществления и окупаемости капиталовложений, а также рассматриваются альтернативные варианты использования инвестируемых средств.

§ 3.3. Направления привлечения инвестиционных ресурсов

Любая организация в рыночных экономических условиях сталкивается с проблемой привлечения дополнительных финансовых средств на инвестиционные нужды. Существуют следующие способы решения данной проблемы:

• получение коммерческого кредита в банке;

• эмиссия ценных бумаг (акций, векселей и т. д.);

• управление капиталом;

• привлечение государственных льготных кредитов, а также иностранных инвестиций.

Рассмотрим каждый из этих способов. На первый взгляд кажется, что самый простой и надежный вариант решения

проблемы – это заем в банке. Однако практика финансового менеджмента показывает, что для долгосрочных проектов привлечение кредитов даже опасно. Любое кредитное соглашение обязательно предусматривает жесткую схему платежей, обеспечивающих возврат основной суммы долга и процентов по кредиту.

Акционерный капитал имеет больше плюсов по сравнению с займом в банке. Новое предприятие в первые годы может вообще не выплачивать дивиденды, а реинвестировать их в свое развитие. Это приводит к ускоренному укреплению позиций фирмы на рынке и повышению курса ее акций.

Другая форма эмиссии ценных бумаг – это ***фьючерсные контракты,*** целью которых является страхование сделок с различными сроками платежа за приобретаемые товары и услуги. Смысл торговли фьючерсами заключается в том, чтобы фьючерсный контракт купить дешевле, а продать дороже. Выигрыш или проигрыш существует в форме ***маржи*** (М) по каждой сделке и определяется по формуле

$$М = Ц_б - Ц_т,$$

где $Ц_т$ – текущая цена контракта по сделке;

$Ц_б$ – базовая цена контракта в течение торговой сессии или дня торговли.

Открывается, например, новая туристская фирма с хорошим потенциалом возможностей по предоставлению услуг, но у нее на начальном этапе возникают серьезные проблемы с привлечением дополнительных финансовых средств. Тогда она выпускает в продажу фьючерсные контракты с обязательством по предоставлению туристских или рекреационных услуг в сроки, указанные в контракте. При этом выигрывают обе стороны: фирма получает недостающие оборотные средства, а покупатель страхуется от колебания валютного курса, следовательно, от изменения стоимости турпродукта.

Отрицательные стороны эмиссии ценных бумаг тоже весьма ощутимы. По существующему законодательству организации не всех организационно-правовых форм вправе производить эмиссию акций. Так, товарищества с ограниченной ответственностью выпускать облигации имеют право, а вот акции – нет. Акционерные общества правомочны выпускать акции, но только при наличии соответствующей лицензии, предусмотренной законодательством РФ для банков, и кредитных учреждений, страховых или инвестиционных институтов.

Привлечение средств посредством эмиссии ценных бумаг для малоизвестных турфирм представляется рискованным шагом, способным привести к убыткам на самых ранних этапах их развития. Поэтому необходимо уделять особое внимание ***финансовому менеджменту,*** который можно определить как систему рационального и эффективного использования капитала, механизм управления финансовыми (денежными) ресурсами. Финансовый менеджмент направлен на увеличение финансовых *ресурсов, инвестиций и наращивание объемов капитала.* Как форма предпринимательской деятельности он имеет свою среду функционирования. Такой средой является ***финансовый рынок,*** т. е. сфера проявления экономических отношений между продавцами и покупателями финансовых ресурсов и инвестиционных ценностей (инструментов образования финансовых ресурсов). Финансовый рынок – это система рынков: валютного, фондового (ценных бумаг) и ссудных капиталов. Проблема его состоит в том, чтобы эффект от приобретаемых на нем финансовых активов существенно перекрывал затраты на их приобретение. Здесь нужна очень высокая квалификация финансового менеджера, которая определяется не столько уровнем его образования, сколько практическими навыками, информированностью и наработанными деловыми связями.

Получить государственный льготный кредит не отказалась бы любая организация. Однако кредиты государства выдаются лишь под проекты общегосударственного значения и практически недоступны для большинства турфирм.

Еще одно очень привлекательное направление привлечения дополнительных финансовых средств – это ***иностранные инвестиции.*** Однако зарубежных инвесторов пугает экономическая и политическая нестабильность России. В настоящее время возникла необходимость в восстановлении навыков рыночного поведения и культуры работы с портфелями ценных бумаг с учетом современного западного опыта.

Портфель ценных бумаг (инвестиционный портфель) – это совокупность собранных воедино различных инвестиционных ценностей, служащих инструментом для достижения конкретной инвестиционной цели вкладчика. Стандартными целями инвестирования в ценные бумаги являются: получение процента, сохранение капитала и обеспечение его прироста.

Для современных российских инвесторов наиболее важными являются сохранность и приращение капитала на основе роста курсовой стоимости ценных бумаг. Ценные бумаги, входящие

в портфель: акции отечественных корпораций и зарубежных компаний, государственные долговые обязательства и облигации, сберегательные и депозитные сертификаты, векселя банков и финансовые фьючерсы и др.

Инвестиционные качества ценных бумаг – это оценка того, насколько ценная бумага ликвидна, рискованна при стабильной курсовой стоимости и способна приносить доход, находящийся на уровне не ниже среднерыночного процента на вклады в банках. Под ***ликвидностью инвестиционных ценностей*** понимается их способность быстро и без потерь в цене превращаться в наличные деньги. ***Рискованность вложения*** в ценную бумагу – это степень возможности того, что наступят обстоятельства, при которых инвестор понесет потери, вызванные инвестициями в данный актив. Определены **виды риска,** которые необходимо учитывать современным российским инвесторам:

- ***капитальный риск*** – риск того, что инвестор не сможет вернуть свои средства, не понеся потерь;
- ***риск ликвидности*** – риск, связанный с возможностью потерь при реализации ценных бумаг из-за изменения оценки их качества;
- ***селективный риск*** – риск неправильного выбора ценных бумаг при формировании портфеля. Этот риск связан с неверной оценкой инвестиционных качеств ценных бумаг;
- ***кредитный (или деловой) риск*** – риск того, что эмитент, выпустивший долговые ценные бумаги, окажется не в состоянии выплачивать проценты по ним или основную сумму долга;
- ***рыночный риск*** – риск потерь от снижения стоимости ценной бумаги в связи с общим спадом на рынке;
- ***инфляционный риск*** – риск того, что при высокой инфляции доходы, получаемые инвесторами от ценных бумаг, обесценятся;
- ***процентный риск*** – риск потерь, которые могут понести инвесторы в связи с изменениями процентных ставок на рынке. Как известно, рост рыночного уровня процента ведет к понижению курсовой стоимости ценной бумаги, особенно облигаций с фиксированным процентом;
- ***временной риск*** – риск покупки или продажи ценной бумаги в неподходящее время, что неизбежно влечет за собой потери;
- ***валютный риск*** – риск, связанный с вложениями в валютные ценные бумаги, обусловленный изменениями курса иностранной валюты;
- ***риск законодательных изменений.***

§ 3.4. Специфика привлечения государственных инвестиций

Развитие туристской отрасли напрямую зависит от создания современного конкурентоспособного туристского комплекса, обеспечивающего широкие возможности для удовлетворения потребностей российских и иностранных граждан в туристских услугах. Развитие туркомплекса обеспечивает также значительный вклад в развитие народного хозяйства страны за счет налоговых поступлений в бюджет, притока иностранной валюты, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования культурного и природного наследия.

Одной из важных задач по достижению этой цели является создание адекватной материально-технической базы и прежде всего средств размещения туристов (гостиниц, кемпингов и т. д.). В противовес практике прошлых периодов все последние федеральные и региональные программы развития туризма предусматривают организацию, реконструкцию и строительство различных видов малых гостиничных предприятий. Финансирование развития материальной базы туризма предполагается осуществлять за счет внебюджетных источников, включая собственные средства организаций сферы туризма, кредиты банков, фондов и общественных организаций, а также за счет ресурсов отечественных и иностранных инвесторов.

Для строительства и реконструкции объектов, включенных в Федеральную целевую программу «Развитие туризма в Российской Федерации», возможно привлечение капитальных вложений и льготных кредитов на конкурсной основе. При этом строительство или реконструкция каждого конкретного объекта будет осуществляться по специально разработанной организационно-финансовой схеме. Привлечение инвесторов и получение кредитов во многом зависят от подготовки соответствующих документов: инвестиционного проекта, технико-экономического обоснования, бизнес-плана.

В основе разработки проекта реконструкции гостиницы, кемпинга и других туристских объектов лежат Методические рекомендации о порядке организации и проведения конкурсов по размещению централизованных инвестиционных ресурсов.

Глава 4

Бизнес-планирование в туризме

§ 4.1. Бизнес-планирование как элемент системы управления деятельностью коммерческих организаций

Бесспорным является факт, что невозможно достичь рационального использования ресурсов такой сложной производственно-экономической системы, какой является современная коммерческая организация, действующая в условиях рыночной экономики, без планирования ее деятельности с учетом возможных изменений в окружающей производственной, социальной, правовой и другой среде. Необходимость разработки на уровне отдельных организаций подробных и всесторонних планов их деятельности, в отличие от проблемы планирования развития национальной экономики в целом, мало у кого вызывает сомнение. Справедливость этого утверждения подтверждена самой практикой экономической деятельности: специалисты неоднократно имели возможность убедиться, что наиболее заметных экономических результатов достигали те страны, на предприятиях которых широко использовались прогрессивные методы и технологии планирования. Выбор наиболее подходящих для данной страны методов государственного регулирования лишь усиливал общий позитивный эффект внутрифирменного планирования.

Практическая направленность планирования на уровне организации обусловила многообразие и предметную ориентированность разрабатываемых методов, одним из которых является бизнес-планирование. Целесообразно рассмотреть основные моменты, выделяющие его из всего многообразия методов внутрифирменного планирования.

Прежде всего это **комплексный подход** как основа методологии бизнес-планирования. Конкретные методы производст-

венного планирования, как правило, направлены на обеспечение эффективности использования тех или иных производственных ресурсов (например, в оперативном планировании – это достижение максимально возможного в плановом периоде объема выпуска продукции, обеспечение наибольшей загрузки оборудования при выполнении производственной программы, снижение потребности в оборотных средствах при решении задач управления запасами и т. п.). В процессе же бизнес-планирования осуществляется планирование бизнеса в целом, т. е. в единстве и взаимосвязанности важнейших предпосылок коммерческой деятельности и условий, влияющих на ее результативность. Можно сказать, что в бизнес-планировании объект (коммерческая организация) рассматривается с системных позиций, т. е. в единстве своих системных элементов и с учетом системного влияния окружающей среды, и структурируется таким образом, чтобы при определении возможности достижения некоторых желаемых (планируемых) результатов были учтены все необходимые условия и предпосылки, которые существенно влияют на обеспечение деятельности организации. Практически это выражается в выделении при структуризации объекта планирования всех видов обеспечивающих деятельность коммерческой организации ресурсов и факторов, влияющих на процесс ее (деятельности) осуществления.

Предпринимательская деятельность, рассматриваемая в единстве ее материальной базы, выражаемой основными и оборотными средствами и т. п., а также в единстве социальных аспектов, учитываемых при регулировании отношений персонала, в том числе между менеджерами организации, собственниками и т. д., управленческих и информационных аспектов и многих других факторов, может быть структурирована (т. е. в ней могут быть выделены отдельные элементы, определены показатели и выявлены взаимосвязи между ними) различными способами.

Во многом такая структуризация традиционна, т. е. базируется на общепринятом при изучении коммерческой организации представлении ее структуры и важнейших, определяющих условия деятельности факторах. **Структуризация предпринимательской деятельности** как объекта бизнес-планирования в значительной мере отражена в рекомендуемом наборе разделов бизнес-плана. В специальной литературе достаточно подробно исследуются вопросы структуры и содержания бизнес-плана. Однако вследствие многообразия коммерческих организаций, обусловленного отраслевой спецификой, особенностями

конкретных условий производственного, технологического, организационного и другого характера, не представляется возможным сформулировать такие рекомендации на все случаи жизни. Поэтому именно системный подход позволяет более осмысленно и целенаправленно осуществлять разработку бизнес-плана, выделять принципиальные моменты, требующие более глубокого исследования и подробного представления и соответственно избегать излишней детализации второстепенных факторов и условий. В конечном итоге системное представление объекта в процессе бизнес-планирования положительно сказывается на качестве подготавливаемых материалов.

Ниже рассмотрим наиболее важные **системные взаимосвязи коммерческой организации,** которые целесообразно отражать в процессе бизнес-планирования.

Внутренняя структура коммерческой организации в различных ее проекциях (организационно-управленческой, производственной, технологической и др.) в значительной мере зависит от отраслевой, т. е. от вида деятельности, специфики, содержания намечаемых в соответствии с инвестиционным проектом мероприятий и от многих других конкретных факторов.

Наибольший интерес представляют системные связи коммерческой организации с окружающей средой, оказывающие существенное влияние на ее производственную и хозяйственную деятельность, отражаемую в бизнес-плане. Выбор конкретных элементов среды, в которой осуществляет свою деятельность коммерческая организация, и направлений воздействия базируется на оценке их влияния на финансовые результаты коммерческой организации или на важности, придаваемой им менеджментом организации и ее собственниками в процессе принятия управленческих стратегических решений. Основные из вышеназванных взаимосвязей представлены на рис. 4.1.

§ 4.2. Рынок как условие развития бизнеса

Наиболее существенное воздействие на характер развития бизнеса со стороны внешней среды оказывают рыночные факторы. В условиях рыночной экономики все необходимые для нормального функционирования организации факторы (машины и оборудование, материальные и трудовые ресурсы, информация, финансовые средства и т. д.) приобретаются на соответствующих рынках, и поэтому, естественно, результаты деятельно-

сти организации непосредственно зависят от состояния и перспектив развития рынка. Важность отдельных видов ресурсов и соответствующих рынков в значительной степени зависит от отраслевой принадлежности коммерческой организации, планов ее развития и содержания инвестиционных проектов. Например, для высокотехнологичного производства важнейшим фактором, способствующим развитию бизнеса, может быть наличие квалифицированной рабочей силы, т. е. рынок труда. К наиболее важным рынкам, от состояния которых зависят перспективы развития коммерческой организации, принято относить финансовый рынок, рынок предметов труда, рынок инвестиционных ресурсов и рынок продукции (работ, услуг).

Финансовый рынок. Возможность организации привлекать внешние финансовые ресурсы обусловливает ее ускоренное развитие, реализацию планов совершенствования или расширения масштабов деятельности. Финансовые ресурсы могут поступать в организацию в виде финансовых средств или инвестиций.

Финансовые средства предоставляются банками и другими кредитными организациями (кредиты), а также организациями, не имеющими лицензий на ведение банковской деятельности (займы).

Инвестиции представляют собой финансовые ресурсы, поступающие в организацию в обмен на ее ценные бумаги и (или) уступки доли участия в управлении и распределении ее финансовых результатов, причем ключевая роль принадлежит высшим менеджерам и собственникам (последним особенно в случае привлечения инвестиций и стратегических инвесторов).

Рынок предметов труда. Поскольку от бесперебойного снабжения предприятия предметами труда зависит ритмичность его производства, а уровень цен непосредственно влияет на величину финансовых результатов, в процессе бизнес-планирования менеджмент должен выработать стратегию взаимоотношений, гарантирующую стабильность в обеспечении материальными ресурсами с учетом стратегических целей развития в плановой перспективе. При этом важно избегать по мере возможности монопольной зависимости от одного или ограниченного круга поставщиков. Это может быть обеспечено гибким сочетанием возможностей отечественного и мирового рынков предметов труда, расширением круга партнеров, а при соответствующих масштабах деятельности – и путем диверсификации производства и построения вертикально интегрированных структур.

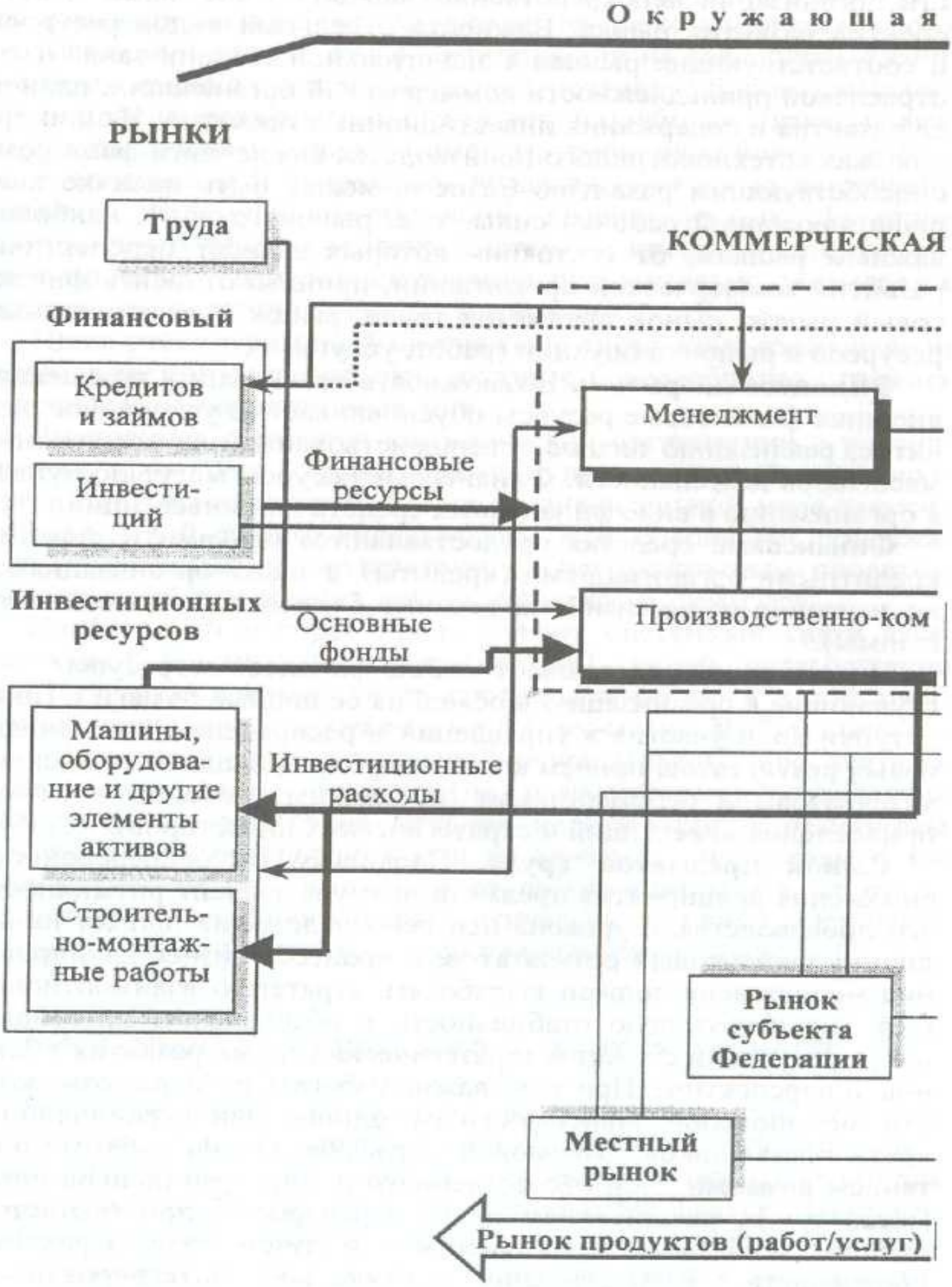

Рис. 4.1. Схема системных взаимодействий коммерческой



организации в процессе планирования бизнес-деятельности

Рынок инвестиционных ресурсов. Для коммерческих организаций, имеющих возможность привлекать дополнительные финансовые ресурсы и планы развития бизнеса которых предусматривают расширение масштабов деятельности, диверсификацию производства или экспансию на рынке, этот рынок является важнейшим. По своему материально-вещественному составу он включает любые виды продукции (работ, услуг), которые используются в процессе осуществления инвестиционных проектов и которые в конечном итоге прямо (например, машины, оборудование, оборотные средства, базы данных, программы и т. п.) или опосредованно (например, строительно-монтажные работы в основных средствах) отражаются в активах предприятия.

В условиях России при бизнес-планировании необходимо учитывать возможные системные связи рынка инвестиционных ресурсов и финансового рынка. Например, нередки случаи, когда крупный зарубежный поставщик оборудования способствует получению российской организации кредитов иностранных банков, с которыми у него (поставщика оборудования) имеются достаточно тесные деловые контакты.

Рынок продукции (работ, услуг). С точки зрения стратегического планирования бизнеса коммерческой организации это важнейший рынок. В процессе информационных исследований именно этого рынка очень часто формулируются целевые установки бизнес-плана для рассматриваемой перспективы. Требованиями таких целевых установок в существенной мере определяется содержание производственных планов и намечаемых инвестиционных проектов.

С системных позиций в процессе бизнес-планирования целесообразно выделить следующие уровни рынка продукции (работ, услуг):

- местный;
- региональный;
- российский;
- мировой.

В специальной литературе существуют различные подходы в определении каждого из уровней этого рынка. Для условий России в бизнес-планировании целесообразно принимать во внимание системные взаимосвязи с таким фактором, оказывающим на развитие бизнеса определяющее влияние, как фактор власти и законодательного регулирования. Учитывая это, ***местный рынок*** можно ограничить территорией, на которой действует местная администрация, т. е. местная власть управляет тер-

риторией, на которой осуществляется сбыт основной части производимой предприятием продукции.

Региональный рынок для коммерческой организации – это рынок соответствующей продукции (работ, услуг), ограниченный территорией субъекта Федерации.

Российский рынок включает территорию всего государства.

В рамках своей компетенции соответствующие органы исполнительной и законодательной власти в состоянии принимать решения, оказывающие существенное влияние на финансовые результаты деятельности коммерческой организации и на процесс принятия ее менеджерами управленческих решений (налоговые льготы, лицензирование, разрешительные документы, гарантии и т. п.). Чем выше уровень рынка, на котором оперирует предприятие, тем большее управленческое искусство требуется от его менеджеров, тем большее число организационно-управленческих проблем они должны решать. Например, выход компании с уровня местного рынка на региональный означает, что ее руководство должно отслеживать ситуацию в нескольких регионах, устанавливать и поддерживать контакты с их административной и деловой элитой, а также осуществлять взаимодействие и с органами власти субъекта Федерации, добиваясь их поддержки в своих деловых начинаниях. Без этого трудно рассчитывать на успешное ведение и расширение бизнеса.

Экспансия, или освоение новых рынков, является непременным условием развития деятельности коммерческих организаций и определяется самими целевыми установками и логикой этой деятельности.

Наиболее существенные взаимосвязи органов исполнительной и законодательной власти и коммерческих организаций показаны на рис. 4.1. Следует отметить, что взаимосвязь бизнеса и власти более сложная, и здесь мы выделили лишь наиболее существенные моменты, упустив из рассмотрения такие важные аспекты проблемы, как учет влияния личностных отношений в бизнес-планировании и т. п.

§ 4.3. Бизнес-планирование в современной технологии привлечения инвестиционных ресурсов

Общепризнанным является факт, что привлечение инвестиций в реальный сектор экономики для России – одна из острей-

ших и ставших уже перманентной проблем. Именно нехватка финансовых средств является в настоящее время важнейшей причиной отсутствия заметного оживления в большинстве секторов производства и сферы услуг. Уже стало привычным к числу основных причин низкой инвестиционной привлекательности России относить все еще не устраненные недостатки в законодательстве, не обеспечивающем инвесторам достаточных гарантий сохранности их финансовых средств, и высокие налоги, препятствующие получению легальным способом приемлемого уровня эффекта и, таким образом, толкающие предпринимателей на путь нарушений (что ставит бизнес в уязвимое положение).

Однако следует признать, что наряду с этими, можно сказать, объективными причинами притоку капиталов в Россию препятствует и ряд субъективных факторов, например таких, как низкий уровень развития инвестиционной инфраструктуры. Дело в том, что для того чтобы инвестирование перестало носить периодический характер, недостаточно иметь лишь банки и инвестиционные фонды. Наряду с этими, безусловно, необходимыми финансовыми институтами в России должен быть создан ряд предпосылок, облегчающих деятельность инвесторов и кредиторов.

Для успешной деятельности инвесторам **необходимо иметь большой объем систематизированной информации,** с различных точек зрения характеризующей представляющие для них интерес проекты, отрасли, регионы и т. п. То есть должна существовать целая сеть информационно-консалтинговых фирм.

Кроме того, **должны существовать отраслевые и профессиональные ассоциации,** которые бы лоббировали отраслевые интересы на уровне исполнительной и законодательной власти, а также в регионах. Это особенно важно, поскольку без действенного механизма лоббирования невозможно достаточно оперативно реагировать на политические и экономические изменения с целью создания или поддержания благоприятных условий инвестирования. Подобная инвестиционная инфраструктура частично уже сложилась в ряде ориентированных на экспорт добывающих отраслей, и это объясняется их повышенной привлекательностью для инвесторов, в том числе и зарубежных. Положение в других, менее инвестиционно привлекательных отраслях, хотя и более сложное, однако не безнадежное. Им для создания благоприятных условий для инвестиционной деятельности необходимо затратить существенно больше усилий, при-

чем не только со стороны органов государственного управления, но и со стороны представителей деловой среды. Проблема должна решаться комплексно, при тесном взаимодействии отраслевой исполнительной власти, бизнеса, заинтересованных регионов. Объединяющим стержнем здесь являются интересы отрасли, стремление к созданию предпосылок для ее долгосрочного и динамичного развития.

В заинтересованной в инвестициях отрасли должны быть созданы предпосылки для внедрения современных технологий работы с инвестиционными проектами. Дело в том, что, несмотря на единство методологических основ бизнес-планирования инвестиционных проектов, каждая отрасль имеет свою специфику, обусловленную особенностями присущих ей видов деятельности. Именно этим наряду с другими факторами в значительной мере обусловлена и отраслевая специализация банков и инвестиционных фондов. Работа с инвестиционными проектами на каждом определенном этапе предполагает знание технологии конкретного производства, важнейшие, характеризующие его нормативы, конъюнктуру рынка отдельных видов товаров и другую конкретную информацию. В отдельном банке или инвестиционном фонде целесообразно иметь специалистов-экспертов по ряду отраслей, отказываясь от рассмотрения непрофильных проектов.

Принимая во внимание вышесказанное, необходимо конкретизировать общие методические положения бизнес-планирования в любой отрасли с учетом специфических особенностей конкретных видов деятельности. Результат системной проработки этого вопроса должен выражаться в определении круга отраслевой информации (собираемой не только по линии государственных органов статистики), а также в разработке методов и приемов бизнес-планирования, отражающих специфику отдельных видов деятельности рассматриваемой отрасли. Следует отметить, что получаемые при этом результаты будут носить вполне конкретный и предметный характер.

Все вышесказанное применимо и к такой отрасли, как туризм. Бизнес-планирование в туризме осуществляется с целью получить представление о наиболее приемлемом варианте развития объектов туристской сферы (туристских организаций), обеспечивающем достижение формулируемых в явном виде целей. Эти цели могут существенно различаться как по отдельным видам деятельности, так и по организациям одной и той же подотрасли туризма.

§ 4.4. Особенности бизнес-планирования в туристской сфере

Туризм в России является одной из самых своеобразных отраслей. За годы реформ отрасль претерпела существенные качественные преобразования, что обусловлено ее спецификой – замкнутостью на человека как конечного получателя услуг. **Ориентированность на человека** определяет то, что в преобразованиях, которые произошли в отрасли за последние годы, четко отразились сложные социально-экономические процессы, которые имели место в обществе.

Одной из отличительных особенностей туризма как отрасли, выделяющей его из числа других отраслей, является его **динамичное развитие.** Индустрия туризма не только претерпела глубокие внутренние преобразования, но и динамично развивалась, увеличивая из года в год объемы оказываемых населению услуг.

Главной причиной этого является социальная направленность туризма, его тесная и глубокая связь с процессами демократических преобразований в обществе и, в частности, с основным из них – либерализацией процедур въезда и выезда из страны, снявшей барьеры, препятствовавшие динамичному развитию туризма как важнейшей отрасли экономики. В эти непростые в социально-экономическом отношении годы туризм сыграл и важную роль в стабилизации внутриполитической ситуации в стране. Развитие такого относительно нового направления туристской деятельности, как деловой туризм, позволило в самые сложные периоды реформирования отечественной экономики поддерживать определенный уровень занятости населения. Хотя при комплексном подходе к этой проблеме и анализе ее с позиции долговременных государственных интересов такое заключение далеко не бесспорно.

Как и в других отраслях, бизнес-планирование в туризме призвано решать ряд проблем управленческого характера. Бизнес-планы разрабатываются с ориентированием как на внешних пользователей, так и для решения внутренних проблем.

К внешним пользователям в первую очередь относятся представители кредитных организаций и инвестиционных фондов, являющихся потенциальными источниками дополнительных финансовых средств.

Для внутреннего пользования бизнес-планы разрабатываются с целью структурированного представления деятельности туристских организаций в прогнозном периоде, т. е. для совершенст-

вования процесса управления и информирования собственников (если функции собственников и топ-менеджеров разделены) о состоянии и перспективах развития совместного бизнеса.

Анализируя вероятные направления развития индустрии туризма в России, можно прийти к выводу, что в ближайшей перспективе в условиях высококонкурентной среды будет наблюдаться **процесс концентрации** путем использования различных форм реорганизации туристских предприятий. Без этого российским предприятиям будет очень сложно отвечать на вызовы конкурентов, в том числе и иностранных. Можно ожидать, что в этих условиях весьма часто будет встречаться такая форма реорганизации коммерческих организаций, как слияние. При этом весьма важным становится предоставление предполагаемым партнерам возможности знакомиться с состоянием дел на своих предприятиях, потенциалом, рынком, стратегическими целями, финансовым состоянием и т. п., т. е. с информацией, содержащейся в типовом бизнес-плане развития коммерческой организации.

Одной из самых актуальных и злободневных проблем, стоящих перед большинством отраслей российской экономики в настоящее время, в том числе и перед туризмом, является **проблема привлечения финансовых средств** с целью расширения масштабов и диверсификации направлений деятельности. Решение этой проблемы лишь за счет собственных средств организаций, как показывает мировой опыт, не может обеспечить должного уровня динамичности развития и укрепления позиций на рынке в условиях имеющей место конкурентной борьбы.

Учитывая специфические особенности бизнес-планирования в туристской сфере, можно сделать вывод, что основным предназначением бизнес-плана туристской коммерческой организации является умение убедить потенциальных кредиторов и инвесторов в надежности бизнеса, для развития которого привлекаются дополнительные финансовые средства. Успешность использования бизнес-планирования в этом направлении зависит прежде всего от разработчиков бизнес-планов. Естественно, это должны быть **высококвалифицированные эксперты** – специалисты в области туризма, а при разработке достаточно масштабного проекта – команда специалистов, в которой каждый отвечает за свое направление (например, за проработку организационно-правовой формы осуществления проекта, за обоснование маркетинговых оценок масштабов деятельности, за разработку финансовых планов и т. д.). Эти специалисты выступают

на стороне инициатора проекта, являющегося, как правило, заказчиком работы. Со стороны потенциальных инвесторов непосредственно с предлагаемыми бизнес-планами работают банковские и инвестиционные специалисты, осуществляющие экспертизу проекта. В ходе такой экспертизы осуществляются:

- проверка методической правильности представленного бизнес-плана;
- правомерность принятых предположений и допущений;
- проверка правильности используемых производственных и финансово-экономических параметров и нормативов.

Очевидно, что выполнить эти работы на высоком уровне могут лишь квалифицированные специалисты, имеющие достаточно глубокие знания в предметной области (различных видах туристской деятельности).

Бизнес-планирование в туризме в определенной степени можно интерпретировать как **связующее звено между отраслью и финансами** в лице финансовых организаций. В значительной мере от успешности функционирования этой связи зависит, будет ли и в каких объемах приток в отрасль дополнительных финансовых средств. Отсюда следует, что в числе прочих факторов успешность привлечения инвестиций определяется еще и тем, насколько эффективно действует эта взаимосвязь, т. е. насколько убедительно специалисты в области туризма могут обосновать необходимость, сохранность и эффективность инвестиций и насколько уверенно банковские эксперты могут подтвердить эти обоснования. Это означает, что и со стороны отрасли, и со стороны финансов должны быть специалисты, владеющие достаточно глубокими познаниями отраслевой специфики. Поэтому заинтересованные в динамичном развитии туризма стороны должны создавать условия, при которых процесс перехода отрасли к рыночным принципам функционирования и рыночным технологиям управления отраслью осуществится как можно скорее, а не пассивно ждать, когда сами собой сформируются предпосылки для этого.

Одним из путей отраслевой специализации в финансовой сфере, как показывает опыт ряда отраслей, является **включение соответствующих финансовых институтов в состав отраслевых финансово-промышленных групп.** Это действительно создает хорошие предпосылки для организации тесного взаимодействия отрасли и финансов. Но такой подход имеет и оборотную сторону: он таит опасность, что технология бизнес-планирования из механизма объективного представления инвестици-

онных проектов может превратиться в декоративный инструмент, когда «свой банк» дает деньги «своей организации».

И все же такой подход формирования благоприятных условий для привлечения в отрасль инвестиций через создание специализированных финансовых организаций может быть для отрасли туризма весьма полезен, но требуются скоординированные усилия органов государственного управления отраслью, представителей бизнеса (организационно это могут быть такие отраслевые общественные организации, как ассоциации, общества) и региональной власти. Наличие этих заинтересованных сторон является одной из основных предпосылок для создания благоприятного инвестиционного климата в рамках отрасли.

Туризм как отрасль имеет необходимые предпосылки для привлечения сторонних финансовых средств. Он динамично развивается, показывая не только высокие темпы роста, но и стремление к глубоким качественным преобразованиям. Туристские услуги ориентированы на платежеспособный спрос, и в отрасли генерируются значительные финансовые потоки. Кроме того, имеются регионы, в которых туризм при должном развитии может стать одной из важнейших отраслей и приносить значительный доход.

Создание специализированных на отраслевых проблемах **финансовых институтов** (прежде всего банков и инвестиционных фондов) отвечало бы интересам всех заинтересованных в развитии туризма сторон. Это может представлять значительный интерес не только для туристских организаций, но и для организаций финансовой сферы. Специализируясь на определенных секторах экономики, финансовое учреждение, например банк, во-первых, имеет возможность привлекать в штат специалистов-финансистов со знаниями отраслевой специфики, во-вторых, в процессе своей деятельности быстро накапливать значительный объем информации, позволяющей свободно ориентироваться в конъюнктуре туристского рынка России и ее зарубежных партнеров в этой области, делать заключения о надежности потенциальных партнеров и перспективности предлагаемых ими сделок.

Поскольку в России имеется ряд регионов, руководство которых связывает большие надежды с развитием своих территорий (например, субъекты Федерации, имеющие на своих территориях значительное число уникальных историко-архитектурных памятников, входящих в туристский маршрут «Золотое кольцо России», или обладающая огромным природно-рекреа-

на стороне инициатора проекта, являющегося, как правило, заказчиком работы. Со стороны потенциальных инвесторов непосредственно с предлагаемыми бизнес-планами работают банковские и инвестиционные специалисты, осуществляющие экспертизу проекта. В ходе такой экспертизы осуществляются:

- проверка методической правильности представленного бизнес-плана;
- правомерность принятых предположений и допущений;
- проверка правильности используемых производственных и финансово-экономических параметров и нормативов.

Очевидно, что выполнить эти работы на высоком уровне могут лишь квалифицированные специалисты, имеющие достаточно глубокие знания в предметной области (различных видах туристской деятельности).

Бизнес-планирование в туризме в определенной степени можно интерпретировать как **связующее звено между отраслью и финансами** в лице финансовых организаций. В значительной мере от успешности функционирования этой связи зависит, будет ли и в каких объемах приток в отрасль дополнительных финансовых средств. Отсюда следует, что в числе прочих факторов успешность привлечения инвестиций определяется еще и тем, насколько эффективно действует эта взаимосвязь, т. е. насколько убедительно специалисты в области туризма могут обосновать необходимость, сохранность и эффективность инвестиций и насколько уверенно банковские эксперты могут подтвердить эти обоснования. Это означает, что и со стороны отрасли, и со стороны финансов должны быть специалисты, владеющие достаточно глубокими познаниями отраслевой специфики. Поэтому заинтересованные в динамичном развитии туризма стороны должны создавать условия, при которых процесс перехода отрасли к рыночным принципам функционирования и рыночным технологиям управления отраслью осуществится как можно скорее, а не пассивно ждать, когда сами собой сформируются предпосылки для этого.

Одним из путей отраслевой специализации в финансовой сфере, как показывает опыт ряда отраслей, является **включение соответствующих финансовых институтов в состав отраслевых финансово-промышленных групп.** Это действительно создает хорошие предпосылки для организации тесного взаимодействия отрасли и финансов. Но такой подход имеет и оборотную сторону: он таит опасность, что технология бизнес-планирования из механизма объективного представления инвестици-

онных проектов может превратиться в декоративный инструмент, когда «свой банк» дает деньги «своей организации».

И все же такой подход формирования благоприятных условий для привлечения в отрасль инвестиций через создание специализированных финансовых организаций может быть для отрасли туризма весьма полезен, но требуются скоординированные усилия органов государственного управления отраслью, представителей бизнеса (организационно это могут быть такие отраслевые общественные организации, как ассоциации, общества) и региональной власти. Наличие этих заинтересованных сторон является одной из основных предпосылок для создания благоприятного инвестиционного климата в рамках отрасли.

Туризм как отрасль имеет необходимые предпосылки для привлечения сторонних финансовых средств. Он динамично развивается, показывая не только высокие темпы роста, но и стремление к глубоким качественным преобразованиям. Туристские услуги ориентированы на платежеспособный спрос, и в отрасли генерируются значительные финансовые потоки. Кроме того, имеются регионы, в которых туризм при должном развитии может стать одной из важнейших отраслей и приносить значительный доход.

Создание специализированных на отраслевых проблемах **финансовых институтов** (прежде всего банков и инвестиционных фондов) отвечало бы интересам всех заинтересованных в развитии туризма сторон. Это может представлять значительный интерес не только для туристских организаций, но и для организаций финансовой сферы. Специализируясь на определенных секторах экономики, финансовое учреждение, например банк, во-первых, имеет возможность привлекать в штат специалистов-финансистов со знаниями отраслевой специфики, во-вторых, в процессе своей деятельности быстро накапливать значительный объем информации, позволяющей свободно ориентироваться в конъюнктуре туристского рынка России и ее зарубежных партнеров в этой области, делать заключения о надежности потенциальных партнеров и перспективности предлагаемых ими сделок.

Поскольку в России имеется ряд регионов, руководство которых связывает большие надежды с развитием своих территорий (например, субъекты Федерации, имеющие на своих территориях значительное число уникальных историко-архитектурных памятников, входящих в туристский маршрут «Золотое кольцо России», или обладающая огромным природно-рекреа-

ционным потенциалом Карелия), такой финансовый институт с высокой степенью вероятности может иметь реальные перспективы создания обширной филиальной сети и существенную поддержку при решении организационных проблем, в том числе по вопросам землеотвода, обустройства, предоставления налоговых льгот и т. п. Наконец, в качестве дополнительного аргумента можно отметить, что сама история становления финансовой сферы в России свидетельствует о том, что в перспективе успех будет на стороне тех банков, которые быстрее других освоят технологии кредитования реального сектора экономики.

Другой привлекательной для финансовых учреждений особенностью туристской отрасли является характерный для нее **значительный масштаб страховой деятельности.** Учитывая это, в состав предполагаемой финансово-промышленной группы целесообразной ввести страховую компанию (или ряд компаний), взаимодействие с которой будет весьма выгодным для банка.

Заинтересованность предприятий отрасли туризма в тесном взаимодействии с финансовой сферой в силу своей очевидности не требует подробного обоснования и объяснения. Однако следует отметить, что туристская отрасль как «заявитель» на инвестиции должна взять на себя инициативу по установлению тесных контактов с финансистами. Речь идет не о переговорах о банковском обслуживании каких-либо конкретных предприятий сферы туризма (такие вопросы успешно решаются на уровне «предприятие – банк»), а о взаимодействии «отрасль туризма – финансы». Поэтому представлять отрасль должны выразители ее общих интересов. Это могут быть представители отраслевых ассоциаций, органов государственного управления и т. п.

Механизмами выявления и формулирования отраслевых интересов являются **специализированные научно-практические конференции, симпозиумы, семинары и т. д.,** в ходе которых освещаются актуальные проблемы туризма и различных видов туристской деятельности, финансирования отрасли и инвестирования объектов туристской сферы. При этом следует отметить **роль отраслевой науки** как инфраструктурного элемента. В сфере туризма, как и во многих других отраслях, наука находится в довольно бедственном положении. Это объясняется прежде всего тем, что государство не может обеспечить достаточный уровень финансирования перспективных научных исследований, а предпринимательский сектор еще не осознал их настоятельную необходимость. В связи с этим особое значение

приобретает вузовская наука, которая вследствие востребованности кадров находится в лучшей ситуации, чем российская наука в целом.

Система подготовки кадров, включающая многообразные способы коммуникации ученых отрасли, управленцев, специалистов-экспертов и представителей бизнеса, является непременным условием формирования современного механизма управления отраслью, действующего на основе рыночных принципов. Именно с этих позиций следует рассматривать **значимость системы подготовки кадров для туристской сферы,** особенно отраслевой вузовской системы, для создания эффективной взаимосвязи «отрасль – финансы». Ее важность обусловлена тем, что именно молодые специалисты, получившие глубокие системные знания рыночной экономики, банковского дела и финансового менеджмента в сочетании со знанием отраслевой специфики, работая в туристских фирмах, банках, инвестиционных фондах, консалтинговых компаниях, будут призваны на практике осуществить работу по созданию в туризме благоприятных условий для привлечения инвестиций. Сравнительно благополучное положение вузовской подготовки специалистов для предприятий туризма объясняется уже отмеченной ранее динамичностью развития этой отрасли и в связи с этим устойчивым спросом на выпускников соответствующих специальностей.

Однако повышенный спрос на специалистов в области туризма имеет и негативные последствия. Ориентируясь на конъюнктуру рынка, многие непрофильные вузы образовали кафедры туризма и обучают малочисленные группы студентов. В то же время именно малочисленность этих групп делает невозможным комплексную подготовку студентов с учетом многообразной отраслевой специфики туризма, предполагающую наличие значительного числа преподавателей-отраслевиков и соответствующей материальной базы, которая имеется, например, в таком специализированном вузе, как РМАТ.

Региональная власть – это также та сторона, которая наряду с бизнесом крайне заинтересована в развитии отрасли и должна выступать в качестве одного из главных инициаторов интеграции интересов в туризме, поскольку, как показывает опыт многих стран мира, туризм является одной из наиболее предпочтительных для развития отраслей экономики. Оказание туристских услуг ориентировано на использование внутрирегиональных ресурсов, ведет к созданию значительного числа новых рабочих мест как в сфере туризма, так и в смежных

отраслях. Кроме того, туризм по сравнению с другими отраслями не наносит значительного ущерба состоянию окружающей среды.

Возможность привлечения туристов следует рассматривать как один из существенных факторов экономического потенциала региона, так как развитие туризма как отрасли предполагает и развитие целого комплекса отраслей (легкой и пищевой промышленности, сельского хозяйства и др.). Это следует учитывать при разработке планов и прогнозов социально-экономического развития регионов. Потребность в разработке таких планов все чаще ощущается региональными властями. По сути дела, они (планы регионов) выступают в качестве своеобразных бизнес-планов со своей методологической спецификой составления. Естественно, в таких планах значительное место должно уделяться планам развития отраслей в увязке с планами финансового обеспечения предусматриваемых инвестиционных проектов.

§ 4.5. Объект туристского интереса как основа бизнес-планирования

Специфика бизнес-планирования в отрасли, в том числе и в туризме, определяется прежде всего особенностями видов деятельности, материальной базой и организационно-правовыми формами их осуществления. В этом отношении туризм как отраслевой комплекс, т. е. комплекс организаций, деятельность которых непосредственно связана с предоставлением туристских услуг, представляет весьма сложный объект. Ограничиваться лишь понятием турпродукта и деятельностью по его реализации было бы не совсем правомерно, поскольку значительный объем оказываемых организациями туристской инфраструктуры услуг приходится на клиентов, которых можно классифицировать как неорганизованных туристов.

Для понимания сути туристской деятельности полезно прибегнуть к системному подходу. В этом случае первичным в туризме можно считать ***объект туристского интереса.*** Таким объектом в самом общем понимании является некоторый территориально закрепленный комплекс свойств, обусловливающий у туристов интерес, побуждающий их предпринять туристскую поездку для ознакомления с ним. Под это определение подпадают самые разнообразные объекты туристского интереса: зару-

бежные страны, отечественные культурно-исторические памятники (церкви, монастыри, уникальные объекты архитектуры, объекты, связанные с жизнью выдающихся исторических деятелей и др.), природно-ландшафтные территории (парки, уникальные природные объекты: рощи, пещеры, водопады, озера, минеральные источники и т. п.), территории, характеризующиеся определенными природно-климатическими условиями (побережье моря, степь, пустыня и др.). Территории, имеющие значительное количество объектов туристского интереса, обладают высоким потенциалом развития туризма прежде всего потому, что в состоянии привлечь значительное число туристов.

Показатель туристской привлекательности мог бы выступать как характеристика тех или иных объектов или территорий. Однако сложность состоит в том, что туристский интерес обусловливается множеством разнородных и порой трудно измеримых количественно факторов. Это же можно сказать и о конкретных формах проявления туристского интереса, выражающих туристскую привлекательность объектов или территорий. Следует также отметить в некотором роде виртуальный характер понятия «туристский интерес», так как при всей объективности лежащих в его основе причин этот интерес во многом зависит от формирующихся культурно-ценностных ориентиров населения и масс-медийного воздействия на него.

Одним из путей формализации оценки туристской привлекательности именно с учетом разнородных и качественных факторов экономического, социального, политического и иного характера могло бы быть **использование теории многокритериального принятия решений.** Существуют программные продукты, например «DEMIS», которые на практике могут быть использованы при создании систем оценки туристской привлекательности объектов и территорий.

При системном подходе легко заметить, что развитие туризма в регионе – процесс управляемый, существенно зависящий **от рекламно-информационной деятельности.** На примере ряда стран можно отметить, что умелая рекламная политика в состоянии в течение многих лет не только поддерживать у публики значительный интерес к некоторым эстрадным исполнителям, но и доводить его до ажиотажа в дни памятных дат и юбилеев. То же касается и искусственно создаваемого интереса ко многим выдающимся российским деятелям науки и культуры, военачальникам и государственным деятелям, имеющим мировую известность.

Так и туристская привлекательность определенных территорий и объектов может повышаться в результате проведения политики патриотического воспитания и усиления в образовательном процессе исторической и культурной составляющих, т. е. вследствие роста общего образовательного и культурного уровня. Естественно, это не является единственным фактором. Туристский интерес должен стать в бизнес-планировании развития объектов туристской сферы важнейшим отправным моментом. Без его учета невозможно обосновать вероятный спрос на туристские услуги и определить их оптимальную структуру. В стратегических планах развития объектов туризма должны несомненно содержаться предложения по формированию и поддержанию к ним туристского интереса. Эти моменты должны быть базовыми в разделах маркетингового планирования отраслевых бизнес-планов.

Как видно на примере сложившейся экономической ситуации в России, важнейшим фактором развития сферы туризма является уровень материального благосостояния как основы для обеспечения необходимой степени мобильности населения и наличия платежеспособного спроса на туристские услуги.

§ 4.6. Бизнес-планирование объектов индустрии туризма

При системном подходе к туристской сфере можно отнести весь комплекс материально-вещественных, информационных, организационных и других предпосылок, обеспечивающих для туриста условия, позволяющие ему удовлетворить свой интерес. Особая роль принадлежит участвующим в этом комплексе организациям. При самом общем рассмотрении в составе этого комплекса можно выделить **три основные группы объектов:**

1) оказывающие услуги по размещению (гостеприимству) туристов;

2) осуществляющие туроператорскую и турагентскую деятельность;

3) выполняющие вспомогательные и обслуживающие функции при оказании туристских услуг.

Объекты *первой группы* составляют материально-вещественную основу индустрии туризма. К ней относятся объекты размещения гостиничного типа (гостиницы, пансионаты, мотели)

и дополнительные средства размещения (кемпинги, молодежные общежития, гостевые дома, туристские и спортивно-оздоровительные комплексы и базы и т. п.). В мире нет единой системы классификации объектов размещения. Даже объекты сравнительно однородного по составу гостиничного хозяйства в различных странах классифицируются по разным признакам (по типу и характеру назначения, по качеству предоставляемых услуг, по степени полноты предоставляемых услуг и т. д.).

Ко второй группе относятся фирмы-туроператоры и фирмы, осуществляющие агентскую деятельность.

К третьей, весьма многочисленной, *группе* относятся организации, деятельность которых является по характеру вспомогательной и обслуживающей по отношению к процессу оказания основных туристских услуг. Среди них можно выделить рекламные агентства, автотранспортные предприятия, переводческие бюро, информационно-аналитические службы, предприятия по производству сувениров и товаров с символикой и т. п.

Объекты, оказывающие услуги по размещению. На эти объекты приходится большая часть основных фондов отрасли. Как и туризм в целом, эта сфера за годы реформ подверглась глубоким преобразованиям. Во многом эти преобразования были обусловлены тем, что само общество, ранее довольно однородное, заметно расслоилось и проявило спрос на существенно более разнообразные, чем ранее, по видам и качеству туристские услуги. Заметным образом на разнообразие туристских услуг повлияли процессы либерализации в области въезда и выезда из страны и т. п. Проведение масштабных преобразований в туристской отрасли тормозится, к сожалению, недостаточно высоким платежеспособным спросом населения.

В бизнес-планировании объектов, осуществляющих различные виды туристской деятельности, есть некоторые особенности. Анализируя процессы развития организаций индустрии туризма, обеспечивающих функции гостеприимства, можно выделить два основных направления инвестиционной деятельности:

1) развитие и совершенствование существующих объектов размещения;

2) создание новых объектов размещения с учетом расширившегося разнообразия видов туристской деятельности и туристских услуг.

Инвестиционные проекты по существующим объектам размещения состоят, как правило, в их доведении в результате ре-

конструкции или модернизации до требуемого уровня по полноте набора и качеству предоставляемых туристских услуг. Потребность в объектах размещения, предоставляющих услуги очень высокого качества, обусловила в ряде городов (прежде всего в столице, ряде курортных городов и т. п.) довольно масштабное их новое строительство. Весьма перспективным направлением инвестиций в туризм для России видится создание (преимущественно в результате нового строительства) не получивших ранее по тем или иным причинам широкого распространения организаций сферы гостеприимства: как гостиничного хозяйства, так и дополнительных средств размещения.

Важным вопросом в бизнес-планировании средств размещения является **определение наиболее рациональной организационно-правовой формы осуществления инвестиционного проекта.** Для изменения организационно-правовой формы организации сферы гостеприимства, которую предполагается реконструировать или модернизировать, надо иметь веские основания. Основными причинами этого могут быть:

- необходимость установления более удобных взаимоотношений между собственниками объектов;
- переход к организационно-правовой форме, расширяющей возможности привлечения дополнительных финансовых средств для осуществления инвестиционных проектов.

Аналогичную проблему решают и инициаторы инвестиционных проектов создания новых организаций (как юридических лиц), в рамках которых осуществляются проекты. Основным принципом, которым при этом следует руководствоваться, является принцип рациональной достаточности. Дело в том, что по степени свободы собственников участвовать в управлении своим имуществом (в том числе и самим правом собственности) и бизнесом все организационно-правовые формы можно по степени гибкости распределить в диапазоне от простых товариществ до открытых акционерных обществ. Однако в обратной зависимости эти организационно-правовые формы располагаются по степени простоты и жесткости требований при создании конкретных юридических лиц. И это является естественным, поскольку в организациях, созданных в более гибких организационно-правовых формах, с одной стороны, именно эта свобода действий должна регламентироваться федеральным законодательством, и в том числе разумно ограничиваться, с другой стороны, федеральным законодательством должна обеспечиваться защита интересов собственников, что предопре-

деляет массу условий, требований и ограничений в таких вопросах, как взаимоотношения собственников, взаимоотношения собственников и менеджеров и т. п.

Также следует помнить, особенно инициаторам и разработчикам инвестиционных проектов создания или развития объектов размещения, что многие процессы в реальной экономике весьма инерционны. Одним из самых приемлемых для действующих организаций способов привлечения финансовых средств, как показывает зарубежный опыт, является эмиссия ценных бумаг. В настоящее время российские организации, за исключением очень незначительного их числа (так называемые голубые фишки), вследствие недостаточной развитости рынка ценных бумаг не имеют возможности прибегать к этому варианту привлечения капитала. Эта проблема – **создание действенного фондового рынка** – представляется самой актуальной и, несмотря на сложность, перспективной в условиях реформирования российской экономики, поскольку открывает больше возможностей направления финансов в реальный сектор экономики, чем пресловутая задача создания банковско-финансового сектора экономики. Наряду со многими сложностями (подорванное доверие широких слоев населения в банки и всякого рода ценные бумаги, а предпринимателей – в различные финансовые инструменты) одним из существенных препятствий на этом пути является то, что подавляющее большинство российских предприятий не в состоянии показать себя должным образом на рынке ценных бумаг: они не могут продемонстрировать необходимого уровня прозрачности своей деятельности, возможную прибыльность своих ценных бумаг и т. п. Для формирования такого имиджа, как правило, требуется минимум 3–4 года. То есть если организация рассчитывает в среднесрочной перспективе прибегнуть к привлечению для своего развития финансовых средств с помощью такого инструмента, как ценные бумаги, ей следует уже в настоящее время задуматься о необходимости формирования имиджа. Наличие временного лага даже при выборе наиболее гибких организационно-правовых форм при реализации инвестиционных проектов предусмотрено и действующим российским законодательством. Одним из возможных способов привлечения капитала может быть **эмиссия облигаций.** И в этом случае акционерные общества имеют преимущества: не менее чем через три года с момента создания они могут выпускать облигации даже без обеспечения.

Пожалуй, самым сложным вопросом при обосновании инвестиционного проекта в бизнес-плане является **исследование рынка.** Его ключевая роль определяется тем, что от точности оценки объема потребности в услугах по размещению туристов и платежеспособного спроса зависит на практике эффективность инвестиционного проекта. Опыт свидетельствует, что ошибки здесь случаются очень часто.

К отраслевой специфике в таком виде туристской деятельности, как размещение, можно отнести то, что **объем платежеспособного спроса определяется объемом потребностей непосредственно субъектов туристских услуг** и их финансовыми возможностями, т. е. выбор конкретных форм удовлетворения потребности в размещении (объекта размещения, качества предоставляемых услуг, ценовых условий и т. п.) зависит непосредственно от предпочтений и возможностей отдельных индивидов. Таким образом, для определения возможного спроса на услуги размещения при разработке бизнес-планов для этого вида туристской деятельности необходимо уметь моделировать поведение различных групп туристов и проводить их количественную оценку в условиях тех или иных объектов и территорий. Этим туризм как область деятельности отличается от многих отраслей сферы материального производства, спрос на продукцию которых зависит от прогнозной потребности в них смежных отраслей. В конечном итоге объем спроса на продукцию в этих отраслях определяется объемом потребностей населения, однако для них эта зависимость не носит такого прямого характера.

В качестве проверенного инструмента прогнозирования спроса на услуги объектов размещения могут использоваться **статистические методы,** позволяющие учитывать такие его особенности, как сезонные колебания и т. п. Однако при том, что основы подобного инструментария давно созданы и хорошо известны, актуальной проблемой в данной области является разработка конкретных способов его адаптации к российским условиям. Инициаторами и спонсорами таких исследований, по всей видимости, должны стать профессиональные ассоциации. В этой же связи следует отметить потребность в формировании баз данных, содержащих информацию в различных разрезах (региональном, социальном, демографическом и т. п.), необходимых для принятия обоснованных решений в процессе разработки бизнес-планов развития сферы гостеприимства в туризме и осуществлении их экспертизы. Следует отметить, что в настоящее время в процессе осуществления инвестиционных про-

ектов создания новых и реконструкции (модернизации) действующих объектов размещения формируется материальная база гостиничного хозяйства, которая должна соответствовать условиям перехода российской экономики к рыночным принципам функционирования. Если этот процесс будет осуществляться без должного исследования и прогнозирования объективных социальных процессов, то возникает опасность перекосов в структуре объектов размещения, что может привести к возникновению дефицита в одних и избыточному предложению других видов услуг, и для исправления этого потребуются дополнительные ресурсы.

Целесообразность проведения исследований по применению статистических методов при исследовании различных сегментов рынка услуг по размещению туристов и оценке маркетинговых стратегий по инвестиционным проектам можно видеть на примере такого направления развития гостиничной деятельности, как **создание в России сети мотелей.** Этот сравнительно новый и недостаточно широко представленный в нашей стране вид услуг по размещению может получить широкое распространение, так как происходит изменение структуры перевозок грузов в народном хозяйстве в пользу автомобильного транспорта, с одной стороны, и в то же время повышается мобильность населения – с другой.

При разработке инвестиционного плана строительства мотеля достаточно очевидна важность обоснования места его размещения на трассе, определения количества номеров и качества предоставляемых услуг. Ясно, что для установления ответов на эти вопросы необходимо наряду с другой информацией подробно изучить схему трассы, на которой предполагается создать мотель, прилегающие к ней населенные пункты и имеющиеся объекты размещения, выявить основные факторы, определяющие величину грузопотоков и интенсивность автотуризма, демографические и социальные характеристики потенциальных клиентов и т. п. Кроме того, для многих из этих данных необходимо определить прогнозные значения на ряд лет. Для достаточно конкретных видов объектов размещения вполне возможна разработка на основе использования статистических методов (например, теории систем массового обслуживания) моделей для расчета их важнейших характеристик.

Для инвестиционных проектов, связанных с развитием сферы гостеприимства, характерным является **значительный удельный вес строительно-монтажных работ.** Эта особенность обу-

словливает необходимость уделять повышенное внимание в процессе разработки бизнес-планов и их экспертизы ряду аспектов. С методологической точки зрения эта особенность бизнес-проектов по объектам размещения больших сложностей не вызывает. Однако следует помнить, что расхождения в расчетных и фактических значениях показателей экономической эффективности (сроков окупаемости, чистого дохода, внутренней нормы рентабельности и т. п.) по многим инвестиционным проектам обусловлены, как показывает опыт, просчетами именно в планировании инвестиционного этапа их реализации. Поэтому при составлении бизнес-планов разработчикам особое внимание следует обращать на необходимость достижения достаточно высокой степени точности в оценках объемов строительно-монтажных работ, продолжительности их выполнения, требующегося объема финансовых средств. Эксперты же, оценивающие представленные бизнес-планы по развитию объектов размещения, должны иметь представление о возможностях той или иной подрядной организации выполнить заявленные объемы строительно-монтажных работ, а также о сложившихся на практике в данном регионе схемах взаимоотношений подрядчиков и заказчиков.

Привязка инвестиционных проектов, связанных с развитием объектов гостеприимства, **к капитальному строительству** обусловливает и принимаемую при бизнес-планировании прогнозную перспективу, и степень детализации расчетов по отдельным этапам реализации проектов. В этом отношении наиболее приемлемым является период планирования, равный длительности периода капитального строительства и выхода объекта на стационарную траекторию (по объемам предоставления услуг). Естественно, при определении периода планирования могут приниматься в расчет и другие факторы. Так, в случае кредитного финансирования промежуток планирования никак не может быть менее срока полного погашения задолженности. Прогнозные расчеты по первым этапам осуществления проекта, в ходе которых происходит много важных организационно-хозяйственных и финансовых событий, необходимо проводить с максимально возможной степенью детализации, т. е. помесячно или, в крайнем случае, поквартально. На последующих этапах целесообразно увеличивать продолжительность шагов расчета до квартала, полугода или года. Использовать помесячный промежуток планирования на протяжении всего периода прогноза нецелесообразно, так как это несколько затрудняет вос-

приятие получаемых количественных результатов потенциальными инвесторами и лицами, принимающими инвестиционные решения. Последнее замечание, конечно, не имеет принципиального характера, но, поскольку принятие решений по предоставлению инвестиций зависит как от объективных, так и субъективных факторов, все должно приниматься в расчет. Именно поэтому такое большое внимание уделяется в бизнес-планировании вопросам формы предоставления документации по инвестиционным проектам.

Объекты, осуществляющие турагентскую и туроператорскую деятельность. Материальная база таких организаций, как правило, сравнительно невелика. В составе их активов значительная доля может приходиться на нематериальные активы (базы данных, информация, программные продукты и т. п.). В силу специфики материально-вещественной базы рассматриваемых организаций их залоговый потенциал относительно невысок и поэтому возможности получения кредитных ресурсов ограничены. Успех в значительной мере определяется возможностями четкого планирования своей деятельности и управления финансовыми потоками. Именно в этой части индустрии туризма в ближайшее время особенно важной будет являться **разработка бизнес-планов для потенциальных партнеров.** Становится очевидным, что конкурировать на таком открытом рынке, как рынок туристских услуг, небольшим компаниям очень сложно. Это обусловливает необходимость их слияния. Кроме того, многие российские туристские компании вышли и выходят на иностранные рынки или их услуги включают и деятельность за рубежом, а ее осуществление существенно упрощается при наличии иностранного партнера, с которым имеется возможность вести взаимовыгодный бизнес. Обязательным элементом поиска таких партнеров является предоставление им бизнес-плана развития собственной компании. Бизнес-планы потенциальных российских партнеров нужны и для иностранных туристских компаний, ищущих пути выхода на российский рынок и в связи с этим подбирающих партнеров-резидентов, знающих специфику ведения бизнеса в России, имеющих необходимые связи и т. п.

Для рассматриваемых видов туристской деятельности (турагентской и туроператорской) существенно влияет на содержание бизнес-плана и **его целевая направленность.** Если бизнес-план предназначен для получения кредитных средств, т. е.

для обоснования в первую очередь возможности выплаты в установленные кредитным договором процентов за пользование кредитом и его основной части (тела кредита), то особое внимание в нем уделяется рассмотрению организационно-правовых аспектов. В этой его части должна быть доказана юридическая безупречность предлагаемой схемы финансирования. Естественно, важным является также рассмотрение возможных вариантов гарантирования возврата кредитных средств. Финансовые потоки в таких бизнес-планах по мере возможности должны иметь документарное подтверждение по объемам, срокам и условиям поступления.

В бизнес-плане для стратегического инвестора или потенциальных партнеров, напротив, следует в меньшей степени останавливаться на текущей деятельности организации. Для таких пользователей особый интерес представляет информация о стратегических планах возможного партнера, занимаемой им части рынка, взаимоотношениях с властными структурами разного уровня. Естественно, в бизнес-плане должны быть подробно описаны возможные выгоды для партнеров от совместного сотрудничества. Поскольку такие бизнес-планы рассчитаны на очень квалифицированных в данной области специалистов, способных без особого труда перепроверить содержащуюся в них информацию, предлагаемые им материалы должны быть в максимальной степени правдивы и откровенны.

Особую деликатность представляют **вопросы по формированию финансовых результатов и налогообложению.** В бизнес-плане целесообразно описать применяемые на практике легальные или общепринятые схемы налогообложения туристских компаний с приведением вариантов действий и соответствующих экономических расчетов в случае возможных изменений в налоговом и страховом законодательстве, валютном регулировании и в других областях, влияющих на уровень доходности предприятий отрасли туризма. Главное для российского предприятия, приглашающего партнеров, показать свою готовность гибко реагировать на возникающие вызовы.

Резюмируя вышесказанное, можно прийти к заключению, что становление инвестиционной инфраструктуры и бизнес-планирования в туризме является обязательным условием привлечения в эту отрасль российских и зарубежных капиталов для ее развития.

Глава 5

Финансово-экономический анализ деятельности туристской организации

§ 5.1. Цели и задачи финансово-экономического анализа

Менеджеры туристской организации, собирающиеся расширять свою деятельность и привлекать финансовые ресурсы, должны уметь определять и проводить финансово-экономическую стратегию развития на несколько лет. Анализ финансово-хозяйственного состояния организации за ряд лет (хотя бы за три года) является определяющим при работе как с российскими, так и с иностранными инвесторами. Даже при наличии прекрасных деловых предложений, дающих в перспективе хороший экономический эффект и имеющих спрос на рынке, серьезные российские и иностранные инвесторы не будут работать с организациями, имеющими низкие финансовые показатели на текущий момент или негативную тенденцию изменения последних.

Потенциальные инвесторы запрашивают у намечающих осуществление инвестиционных проектов организаций заверенные аудиторами формы финансовой отчетности, содержащие данные о наличных активах, возникших обязательствах, результатах финансово-хозяйственной и прочей деятельности за соответствующие периоды. Это является традиционной стандартной процедурой в деятельности банков и других инвестиционных институтов.

Очевидно, что рациональный подход к поиску инвестиционных средств со стороны организаций, претендующих на их получение, должен предполагать возможность оценки ими того впечатления, которое произведет представленная финансовая отчетность на банкиров, заемщиков или предполагаемых партнеров, запросивших эту информацию. Однако столь же ясно,

что для того, чтобы установить это в рамках самой фирмы-соискателя инвестиций, должен быть проведен анализ ее финансовой отчетности и сделана оценка ее финансово-хозяйственного состояния как потенциального заемщика. Специалисты туристской организации, ответственные за привлечение дополнительных финансовых средств, должны быть в состоянии осуществлять работу с финансовой отчетностью и проводить ее анализ методами, сходными с используемыми представителями финансового рынка. Это предполагает также, что такие специалисты должны знать и критерии, на которых базируются аналитики финансовых институтов при оценке финансово-хозяйственного состояния организаций при принятии решений о предоставлении запрашиваемых ими финансовых средств. Более того, перспективные туристские фирмы должны заранее готовить себя к выходу на рынок финансовых капиталов с целью привлечения средств, необходимых для ускоренного развития и расширения масштабов деятельности. Это прежде всего должно предполагать проведение их финансово-бухгалтерскими подразделениями такой стратегии, которая в процессе производственной, хозяйственной и финансовой деятельности могла бы обеспечить в сравнительно короткие сроки выход по показателям финансовой отчетности на уровень, характерный для финансово устойчивых и привлекательных для инвесторов организаций.

Принимая во внимание важность дополнительных финансовых средств для успешного развития отрасли туризма, финансово-экономический анализ рассматривается главным образом как элемент технологии их привлечения.

Финансово-хозяйственное положение организации, различные аспекты ее производственной, финансовой и инвестиционной деятельности в условиях рыночной экономики по тем или иным причинам интересуют многих субъектов экономических и административных отношений. Однако причины, вызывающие этот интерес, а следовательно, требования и задачи, которые эти субъекты ставят перед анализом финансово-хозяйственной деятельности, могут существенно различаться.

Конкретное содержание процесса анализа финансово-хозяйственной деятельности, его временной период, требования к содержанию и форме предоставления используемой при анализе финансовой информации, набор рассчитываемых показателей – все это определяется тем, для кого, с какой целью он (анализ) осуществляется. В табл. 5.1 приводится далеко не полный перечень пользователей результатами анализа финансово-хозяйст-

венной деятельности, а также указываются некоторые цели и задачи его проведения. Пользователи результатами анализа финансово-хозяйственной деятельности подразделяются по характеру отношения к рассматриваемой организации: *внутренние* – собственники, акционеры, работники организации; *внешние* – все прочие пользователи.

Таблица 5.1

Направления использования результатов анализа финансово-хозяйственной деятельности (АФХД) и цели его проведения

Пользователи результатами АФХД	Цели АФХД и задачи, решаемые на его основе
Внешние пользователи	
Органы государственного управления:	
Правительство РФ	Повышение эффективности российской экономики, решение социальных проблем Анализ эффективности функционирования российских организаций в отраслевом и территориальном разрезах, оценка фискальных возможностей и многое другое
Министерство экономического развития и торговли РФ	Экономическая поддержка организаций. Оценка их имущественного положения, проверка выполнения требований предоставления льготных кредитов или государственных гарантий
Министерство имущественных отношений РФ	Повышение эффективности использования государственной собственности. Анализ эффективности деятельности госпредприятий, разработка планов их развития и структуризации
Федеральная служба России по финансовому оздоровлению и банкротству	Повышение эффективности производственного потенциала страны и регулирование экономических отношений. Анализ финансовой состоятельности организаций и оценка возможностей их финансового оздоровления

Продолжение табл. 5.1

Пользователи результатами АФХД	Цели АФХД и задачи, решаемые на его основе
Потенциальные инвесторы:	
Банки и другие заемщики	Решение вопросов о выдаче кредитов/займов или предоставлении гарантий/поручительств. Анализ имущественного положения организаций-заемщиков и оценка их платежеспособности на период предоставления кредитов (займов, гарантий и т. п.)
Прямые инвесторы (стратегические инвесторы, инвестиционные институты, физические лица)	Решение вопросов об инвестировании организаций. Анализ их имущественного положения и тенденций развития, оценка эффективности их деятельности, надежности и перспективности вложений
Портфельные инвесторы (инвестиционные фонды, банки, страховые компании, пенсионные фонды и т. п.)	Мониторинг финансового состояния организаций. Выявление негативных тенденций в их деятельности, предотвращение или снижение финансового ущерба от несостоятельности заемщиков
Лизинговые компании	Решение вопроса о предоставлении основных средств в лизинг и мониторинг финансового состояния лизингополучателей. Обеспечение своевременности поступления лизинговых платежей, предотвращение убытков по причине финансовой несостоятельности лизингополучателей
Внутренние пользователи	
Собственники/акционеры	Повышение эффективности пользования собственностью. Оценка рентабельности функционирования предприятий, анализ негативных тенденций, выработка стратегических решений
Высшее руководство организации	Повышение эффективности использования производственных ресурсов

Окончание табл. 5.1

Пользователи результатами АФХД	Цели АФХД и задачи, решаемые на его основе
	организации. Оценка эффективности производства, выявление негативных тенденций, выработка стратегических и текущих управленческих решений, разработка финансово-кредитной и инвестиционной политики
Менеджмент среднего звена	Обеспечение эффективности функционирования организации. Поддержание высокого уровня рентабельности производства и продаж, осуществление планов развития, принятие текущих управленческих решений

Пользователи финансовой отчетности обычно преследуют две основные цели: *первая* – получение представления об объемах, структуре и составе имущества анализируемой организации, величине и состоянии ее обязательств; *вторая* – выявление намечающихся тенденций изменения эффективности производства, *платежеспособности, финансовой устойчивости* и т. п. Этими задачами определяются требования и к временному периоду анализа. Необходимость решения первой задачи обусловливает потребность иметь в своем распоряжении свежую, актуальную информацию, а второй – иметь возможность наблюдать динамику финансово-хозяйственной деятельности, по крайней мере за последние 2–3 года.

С учетом вышесказанного стандартным требованием к пакету документов финансовой отчетности, запрашиваемых внешними пользователями, является их наличие за 2–3 последних года и за текущий квартал отчетного периода (в России финансовая отчетность представляется накопительным итогом ежеквартально). Однако если информация запрашивается для того, чтобы решить главным образом первую задачу, то она может быть ограничена бухгалтерской отчетностью за последний год и на последнюю отчетную дату. Такие требования, например, предусматриваются Порядком предоставления государственных гарантий на конкурсной основе за счет бюджета развития Российской Федерации (постановление Правительства РФ от 22 ноября 1997 г. № 1470) и Методическими рекомендациями

о порядке организации и проведения конкурсов по размещению централизованных инвестиционных ресурсов, утвержденных Минэкономики РФ, Минфином РФ и Минстроем РФ 20 декабря 1994 г. № ЕЯ-152.

Когда речь идет о значительных инвестициях в действующие организации, то, как правило, сам инвестор организует аудиторскую проверку и подтверждение предоставляемой финансовой отчетности.

Финансовая отчетность и результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности внутренним пользователям обычно предоставляются периодически в виде специально подготавливаемых соответствующими функциональными службами отчетов. Подготовка таких отчетов, их периодичность, структура, содержание и т. п. определяются действующей в организации системой управления производственно-финансовой деятельности. Внеочередная подготовка финансовой отчетности и проведение анализа финансово-хозяйственной деятельности, возможно, не совпадающие даже с периодичностью предоставления финансовой отчетности в государственные органы, может осуществляться по требованию собственников или высшего руководства организации в экстраординарных случаях.

§ 5.2. Финансовая отчетность – информационная база анализа

Процессы принятия решений, имеющих финансово-экономический характер, базируются прежде всего на работе с конкретной фактической информацией, представляющей собой измеримые показатели финансового состояния, рассчитываемые на основе данных бухгалтерской отчетности.

Состояние бухгалтерского учета в большой мере определяет и качество анализа финансово-хозяйственной деятельности. При этом следует выделить два аспекта данной проблемы.

Во-первых, **состояние методологической базы бухгалтерского учета.** В этом плане российская финансовая отчетность все более и более приближается к мировым стандартам. Сложность процесса перехода к международным стандартам учета обусловливается главным образом тем, что это необходимо осуществить в условиях реальной экономической деятельности (взаимных расчетов между организациями, определении их фактических финансовых результатов, расчета налоговых отчисле-

ний и т. д.). Опыт показывает, что при таких условиях уместным является поэтапное эволюционное совершенствование системы финансовой отчетности, позволяющее избежать ошибок или снизить ущерб от них.

Во-вторых, **состояние учета в конкретной организации.** Здесь, несмотря на то, что в настоящее время существуют все предпосылки для возможного создания достаточно эффективной системы финансового учета (имеются методические разработки, компьютерные программы, средства вычислительной техники и т. д.), наблюдается существенно более пестрая картина. Опытные инвесторы знают, что в любой организации существует ряд областей, состояние дел в которых дает обобщающее представление об эффективности ее управления. Одной из таких областей является организация финансовой отчетности и финансового анализа. Если на фирме определенного размера не применяется современная и адекватная масштабам ее деятельности система организации бухгалтерского учета, то какой бы конкурентоспособной ни была продукция или используемая технология, уровень менеджмента удовлетворительным признать нельзя.

Надо отметить, что потенциальные инвесторы, как правило, обращают самое пристальное внимание на то, как организована деятельность финансово-бухгалтерской службы. Ими отмечается, насколько формируемая отчетность сориентирована на нужды внешних потребителей или применение при расчетах по налогообложению и насколько она может быть полезна при выявлении направлений повышения эффективности производства, более полного использования всех производственных ресурсов, при выработке обеспечивающих это управленческих решений. При этом инвесторы оценивают уровень технической, прежде всего компьютерной, оснащенности финансово-бухгалтерских подразделений, степень использования ими специальных программных продуктов.

Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы базируется в первую очередь на принятой российским законодательством бухгалтерской отчетности и методологии ее составления. Данные финансовой отчетности отражают финансово-хозяйственное состояние фирмы и результаты ее деятельности за определенный период времени (квартал, год), а также эффективность использования ресурсов, дают представление о перспективах развития. Сравнение данных отчетности за определенные промежутки времени, например за несколько лет,

дает аналитическую информацию о результатах хозяйственной деятельности фирмы, сложившихся тенденциях ее развития в прошлом и перспективах на будущее. Но в то же время сравнение показателей финансовой отчетности за ряд периодов налагает и определенные ограничения на возможную их интерпретацию как раз вследствие этих методологических корректировок, искажающих влияние инфляционных процессов на динамику показателей бухгалтерской отчетности и др.

Излагаемая ниже технология анализа финансово-хозяйственного состояния фирмы будет базироваться исключительно на информации, содержащейся в официальных формах бухгалтерской отчетности. Естественно, что специалисты-аналитики стремятся к расширению круга используемых для анализа данных, дающих представление о технике и технологии конкретных организаций, о производимой продукции, об уровне и структуре затрат и о многом другом.

Методология анализа, при которой используются только показатели годовой и квартальной бухгалтерской отчетности, имеет и свои плюсы: прежде всего возможность иметь сопоставимые (при неизменной методике учета) показатели, проводить сравнения с другими организациями отрасли, со среднеотраслевым уровнем, проводить межрегиональные сравнения.

Анализ финансово-хозяйственной деятельности по своему характеру является сопоставительным (сравнительным) аналитическим инструментом. Мало определить перечень показателей и расчетных коэффициентов и найти их численные значения; по каждому из них необходимо сделать содержательные заключения. А это невозможно без сравнения с некоторой базовой нормативной величиной. Без такого сравнения анализ финансово-хозяйственной деятельности теряет смысл и практическое значение. Все это обусловливает важность рассмотрения вопроса ***нормативной базы анализа*** финансово-хозяйственной деятельности. Ниже при рассмотрении отдельных конкретных коэффициентов будут указываться их пороговые значения, которые определяют то или иное состояние анализируемого хозяйственного объекта. Здесь же отметим лишь общие принципы задания нормативных (пороговых) значений коэффициентов, рассчитываемых в процессе анализа финансово-хозяйственной деятельности.

С точки зрения задания нормативных значений все коэффициенты могут быть разделены на несколько групп. К одной группе можно отнести те коэффициенты, для которых в процес-

се своей практической деятельности финансисты эмпирическим путем установили приемлемые для себя интервалы их изменения. Как правило, это ***коэффициенты, отражающие соотношения крупных стоимостных агрегатов*** в структуре имущества предприятия и его финансовых обязательствах. Обычно они принимаются едиными для всех отраслей и видов деятельности. При их количественном выражении определяющим является не производственный, а финансовый аспект. Как показывает опыт, финансисты в своей практической деятельности при принятии управленческих решений обращают внимание на величину этих коэффициентов. Если эта величина не лежит в пределах считающейся допустимой области, то финансисты, инвесторы или кредиторы предпочитают не иметь дел с таким заемщиком или инвестиционным проектом, в противном случае в расчет принимаются другие коэффициенты. Можно сказать, что вышеуказанные коэффициенты выступают в качестве «первичного фильтра» в отношении различных инвестиционных начинаний. Естественно, об этом знают и финансовые менеджеры предприятий-заемщиков, поэтому одной из задач их деятельности является обеспечение приемлемого уровня значений основных финансовых показателей.

Однако следует помнить об определенной ограниченности этих нормативов. Дело в том, что численные их значения характерны для предприятий, работающих в условиях развитых рыночных отношений и рыночной инфраструктуры. Поэтому переносить их на условия российской экономики, находящейся на этапе переходного к рынку периода, без критической оценки самой возможности подобного переноса не всегда правомерно.

К другой группе относятся ***коэффициенты, отражающие различные стоимостные и затратные пропорции,*** соотношения стоимости различных статей активов и финансовых обязательств, но значения которых существенно зависят от типа производства, технологических особенностей, отраслевой специфики и т. п. Пороговые значения таких коэффициентов устанавливают путем обобщения данных по ряду однотипных, успешно функционирующих организаций или при проведении специальных отраслевых исследований. К сожалению, в настоящее время подобные исследования практически не проводятся, и аналитики вынуждены использовать в своей работе либо нормативы, установленные для слишком широкого круга объектов (что существенно снижает их регулирующую роль), либо нормативы, рекомендуемые зарубежными специалистами (что не всегда

приемлемо для современных российских условий хозяйствования). В качестве нормативов для этой группы показателей могут выступать среднеотраслевые значения соответствующих коэффициентов.

Для достаточно большого числа коэффициентов, рассчитываемых в ходе анализа, вообще не представляется возможным задать какие-либо нормативы, определяющие допустимую область их значений. В этом случае сравнение осуществляется с использованием фактических значений данных коэффициентов, но за предыдущий период, т. е. исследуется их динамика и на этой основе делается вывод об изменении финансово-хозяйственного состояния анализируемого объекта.

В отношении некоторых коэффициентов в российских условиях необходимо быть очень осторожными при интерпретации результатов расчетов. Например, низкий удельный вес долгосрочных заемных средств в общем объеме финансовых обязательств может свидетельствовать не столько об их высокой финансовой устойчивости и независимости предприятия, сколько о невозможности по тем или иным причинам привлечь дополнительные финансовые средства.

§ 5.3. Вертикальный и горизонтальный анализ баланса

Анализ финансово-хозяйственной деятельности – процесс творческий, и поэтому не может быть предложена единая схема его осуществления. Однако в то же время может быть сформулирован ряд положений, касающихся его проведения исходя из внутренней логики исследования социально-экономических процессов. В соответствии с ней на начальном этапе анализа осуществляется исследование имущественной структуры организации, состава источников финансирования ее деятельности и эффективности использования материальных ресурсов на основе использования наиболее агрегированных показателей финансовой отчетности. Полученные на этом этапе результаты анализа финансово-хозяйственной деятельности позволяют выделить те аспекты имущественного и финансового состояния организации, на которые целесообразно обратить внимание на последующих этапах экономического анализа.

При анализе финансово-хозяйственной деятельности наиболее общую картину состояния организации дает анализ таких

форм бухгалтерской отчетности, как баланс и отчет о прибылях и убытках.

Анализ этих форм бухгалтерской отчетности в динамике дает представление об изменении финансово-экономического состояния организации в течение определенного периода времени. Для выявления общих тенденций развития фирмы и определения ее перспективных возможностей целесообразно сопоставлять между собой показатели нескольких балансов.

Экономический потенциал хозяйствующего субъекта может рассматриваться с двух позиций: имущественного положения организации и ее финансового положения. Оба эти аспекта финансово-хозяйственной деятельности взаимосвязаны: нерациональная структура имущества, его некачественный состав могут привести к ухудшению финансового положения и наоборот. Так, неоправданное омертвление средств в готовой продукции, дебиторской задолженности, производственных запасах может негативно повлиять на возможность своевременно осуществлять текущие платежи, а рост заемных средств – привести к необходимости реализации имущества организации для расчетов с кредиторами.

Устойчивость финансового положения организации в значительной степени зависит от целесообразности и правильности вложения финансовых ресурсов в активы. Активы динамичны по своей природе, в процессе функционирования организации их величина и структура претерпевают постоянные изменения. Наиболее общее представление об имевших место качественных изменениях в структуре средств и их источников, а также в их динамике можно получить с помощью вертикального и горизонтального анализа отчетности.

Вертикальный и горизонтальный анализ на основе финансовой отчетности целесообразно осуществлять на начальном этапе экономического анализа деятельности организации. Очень часто его можно рассматривать как вспомогательный этап, в ходе которого выявляются те аспекты, которые в дальнейшем потребуют углубленного и всестороннего анализа. Вертикальный анализ позволяет выделить с учетом отраслевой специфики наиболее важные для данной организации имущественные компоненты и источники финансовых средств, а горизонтальный – выявляет наиболее существенные изменения в структуре имущества и направлениях финансирования, имевших место в рассматриваемом периоде.

Вертикальный анализ дает представление о структуре средств организации и их источников, выраженных не в абсолютных единицах, а в долях либо в процентах. За единицу, или 100 %, принимается валюта баланса, и каждый абсолютный показатель рассчитывается либо в долях, либо в процентах по отношению к итоговому показателю баланса. Относительные показатели в определенной степени освобождены от негативного влияния инфляционных процессов, что позволяет проводить более объективный анализ хозяйственной деятельности в динамике. (Следует иметь в виду, что последнее утверждение справедливо лишь в том случае, когда стоимостные оценки имущества и финансовых источников вследствие инфляции изменяются приблизительно равными темпами.)

Степень детализации бухгалтерского баланса, по которому проводится вертикальный (структурный) и горизонтальный (динамический) анализ, определяется теми целями, которые ставятся при исследовании.

Иногда вертикальный и горизонтальный анализ целесообразнее проводить по модифицированной отчетности, т. е. некоторые статьи могут быть укрупнены. В тех случаях, когда важно определить значимость отдельных составных частей имущества, анализ следует осуществлять по полной схеме.

При проведении вертикального анализа по агрегированному балансу может быть рекомендована следующая его структура:

АКТИВ

Внеоборотные активы

- нематериальные активы (110)
- основные средства (120)
- незавершенное строительство (130)
- доходные вложения в материальные ценности (135)
- долгосрочные финансовые вложения (140)
- прочие внеоборотные активы (150)

Оборотные активы

- запасы (210)
- НДС по приобретенным ценностям (220)
- дебиторская задолженность (230 + 240)
- краткосрочные финансовые вложения (250)
- денежные средства (260)
- прочие оборотные активы (270)

ПАССИВ

Капитал и резервы

- уставный капитал (410)

- добавочный капитал (420)
- фонды и резервы (430 + 440 + 450 + 460)
- непокрытый убыток прошлых лет (465)
- нераспределенная прибыль отчетного года (470 + 480)

Долгосрочные обязательства

- займы и кредиты (510)
- прочие долгосрочные обязательства (520)

Краткосрочные обязательства

- займы и кредиты (610)
- кредиторская задолженность (620)
- прочие краткосрочные пассивы (630 + 640 + 650 + 660 + 670)

Как пример, в табл. 5.2 приведен вертикальный анализ в разрезе статей агрегированного баланса.

В случае вертикального анализа баланса в развернутой номенклатуре (по всем строкам) более наглядно поуровневое представление его структуры. При этом может быть рекомендовано 3-уровневое отражение структуры баланса. Первый уровень характеризуется структурой в разрезе укрупненного баланса, т. е. удельные веса в общей стоимости активов (в валюте баланса) рассчитываются лишь по итоговым строкам разделов и крупным стоимостным агрегатам баланса. На следующем уровне дается структура в разрезе отдельных разделов баланса, т. е. итоговые значения по разделу принимаются за 100 %, а доли рассчитываются для отдельных строк баланса. И наконец, на третьем уровне отражается структура таких показателей баланса, как основные средства, долгосрочные финансовые вложения, запасы, дебиторская и кредиторская задолженность, краткосрочные финансовые вложения, денежные средства, заемные средства.

Что же дает вертикальный анализ баланса? Будем рассматривать этот вопрос с позиций внешнего для турфирмы эксперта-аналитика, начинающего исследование ее финансово-хозяйственной деятельности.

Рассматривая расчетные показатели по крупным позициям баланса, исследователь получает возможность сделать оценку имущественной структуры организации, в дальнейшем уделяя больше внимания тем материальным ресурсам, удельный вес которых значителен. Например, уже при рассмотрении значений показателей табл. 5.2 по строке «Нематериальные активы» можно сделать вывод о целесообразности детального рассмотрения состава нематериальных активов по данным раздела 3 Прило-

Таблица 5.2

Вертикальный анализ (укрупненный баланс)

АКТИВ	По состоянию на							
	01.01.96		31.12.96		31.12.97		31.12.98	
I. ВНЕОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ								
Нематериальные активы	5,3	8,1	5,4	8,1	5,4	8,3	5,0	8,3
Основные средства	37,1	56,2	38,6	57,9	36,4	56,7	33,7	55,9
Незавершенное строительство	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Долгосрочные финансовые вложения	16,6	25,2	16,3	24,4	16,1	25,0	15,6	25,8
Прочие внеоборотные активы	6,9	10,5	6,3	9,5	6,4	9,9	6,0	10,0
Итого по разделу I	66,0	100	66,6	100	64,2	100	60,3	100
II. ОБОРОТНЫЕ АКТИВЫ								
Запасы	14,6	42,8	13,8	41,1	13,4	37,4	14,6	36,8
НДС по приобретенным ценностям	0,9	2,5	0,9	2,8	0,9	2,5	0,9	2,2
Дебиторская задолженность – долгосрочная	0,8	2,3	0,8	2,4	0,8	2,1	0,7	1,9
Дебиторская задолженность – краткосрочная	13,6	39,9	13,5	40,3	16,1	44,8	18,6	46,7
Краткосрочные финансовые вложения	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Денежные средства	2,7	7,9	2,8	8,5	2,8	7,7	3,0	7,6
Прочие оборотные активы	1,6	4,6	1,6	4,8	2,0	5,5	1,9	4,9
Итого по разделу II	34,0	100	33,4	100	35,8	100	39,7	100
БАЛАНС	100		100		100		100	

Окончание табл. 5.2

ПАССИВ	По состоянию на							
	01.01.96		13.12.96		31.12.97		31.12.98	
III. КАПИТАЛ И РЕЗЕРВЫ								
Уставный капитал	55,1	88,1	54,2	86,0	50,2	84,3	45,9	83,4
Добавочный капитал	6,0	9,5	6,6	10,5	6,5	10,9	6,1	11,1
Фонды и резервы	1,5	2,4	1,5	2,4	1,6	2,6	1,5	2,8
Нераспределенная прибыль	0,0	0,0	0,7	1,1	1,3	2,2	1,5	2,8
Итого по разделу III	62,6	100	62,9	100	59,6	100	55,1	100
IV. ДОЛГОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА								
Займы и кредиты	17,0	94,5	15,5	86,4	16,1	86,3	19,7	98,0
Прочие долгосрочные обязательства	1,0	5,5	2,4	13,6	2,6	13,7	0,4	2,0
Итого по разделу IV	17,9	100	17,9	100	18,6	100	20,1	100
V. КРАТКОСРОЧНЫЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВА								
Займы и кредиты	8,0	40,9	5,6	29,4	4,9	22,7	3,9	15,6
Кредиторская задолженность	8,7	44,8	10,7	56,0	13,4	61,2	15,8	63,6
Прочие краткосрочные обязательства	2,8	14,3	2,8	14,6	3,5	16,1	5,2	20,8
Итого по разделу V	19,5	100	19,1	100	21,8	100	24,8	100
БАЛАНС	100		100		100		100	

жения к бухгалтерскому балансу (форма № 5). Базируясь на этой информации, можно определить, какова доля в составе нематериальных активов прав на объекты интеллектуальной (промышленной) собственности, прав на пользование обособленными природными объектами, организационных расходов,

деловой репутации и др. Подобная информация в случае, когда удельный вес нематериальных активов в составе имущества фирмы достаточно высок, очень важна при принятии решений инвестиционного характера (например, таких как приобретение турфирмы или слияние с ней, выдача кредита или займа и т. п.).

Очевидно, что при оценке ликвидности имущества и определении его рыночной стоимости у потенциальных инвесторов будет совершенно разное отношение ***к оценке нематериальных активов,*** в составе которых очень высока доля организационных расходов и деловой репутации, или активов, бóльшая часть которых приходится на объекты промышленной собственности, включающие права на программы ЭВМ, базы данных, ноу-хау, патенты на изобретение и промышленные образцы и т. п. Анализ состава нематериальных активов может быть весьма актуален для турфирм, занимающихся туроператорской деятельностью, у которых значительные средства идут на рекламу и формирование деловой репутации, разработку программных продуктов, приобретение информации и т. п.

Для капиталоемких объектов отрасли, таких как гостиничное хозяйство, кемпинги, мотели, средства размещения на транспорте, в составе имущества которых значительная доля приходится ***на основные средства,*** необходимо более детально исследовать вопрос структуры этих средств и определить показатели, характеризующие их движение, а следовательно, и интенсивность хозяйственной деятельности. Подобный анализ проводится на основе данных того же раздела 3 Приложения к бухгалтерскому балансу и справки к разделу 3.

Современная структура финансовой отчетности позволяет выделить и оценить в составе основных средств удельный вес стоимости земельных участков и других объектов природопользования, здания, сооружения, машины и оборудование, транспортные средства, производственный и хозяйственный инвентарь и др. Данные финансовой отчетности позволяют рассчитать такие показатели, характеризующие физическое состояние основных средств и хозяйственную деятельность организации, как коэффициент износа и коэффициент ввода и выбытия основных средств и отдельных их элементов.

Коэффициент износа ($К_{изн}$) рассчитывается как частное от деления суммарного начисленного износа (справка к разделу формы № 5) на стоимость (по первоначальной оценке) соответствующих основных средств (раздел 2 формы № 5). Следует

отметить, что коэффициент износа может быть рассчитан как в целом по основным средствам, так и отдельно по их активной и пассивной частям.

Коэффициенты ввода и выбытия ($К_{вв}$ и $К_{выб}$) отражают интенсивность процесса обновления основных средств и очень часто могут выступать как косвенные индикаторы эффективности хозяйственной деятельности и финансового благополучия предприятий, поскольку, как правило, замену фондов и их прирост могут позволить лишь достаточно успешные компании. Коэффициенты ввода и выбытия рассчитываются по следующим формулам:

$$К_{вв} = f_{вв} / F_к,$$
$$К_{выб} = f_{выб} / F_н,$$

где $f_{вв}$ – стоимость основных средств, введенных в течение года;
$F_к$ – стоимость основных средств на конец года;
$f_{выб}$ – стоимость (по первоначальной оценке) выбывших в течение года основных средств;
$F_н$ – стоимость основных средств на начало года.

Коэффициенты ввода и выбытия могут быть рассчитаны как в целом для основных средств, так и по отдельным их элементам (зданиям, сооружениям, машинам и оборудованию и т. д.). Однако необходимо помнить, что эти коэффициенты уместно рассчитывать для достаточно крупных предприятий, имеющих на своем балансе большой объем основных средств.

На предприятиях с небольшим объемом основных средств ввод и выбытие носят, как правило, эпизодический характер, и поэтому соответствующие коэффициенты не могут отражать общие тенденции их инвестиционной политики.

Инвестиционная активность характеризуется также удельным весом ***незавершенного строительства*** в составе внеоборотных активов. Однако следует иметь в виду, что сам факт наличия больших объемов незавершенного строительства не может свидетельствовать об активном развитии организации (поскольку это может быть следствием так называемого долгостроя как раз из-за нехватки финансовых средств). Более точная картина получается, если анализ дополнить исследованием движения стоимости незавершенного производства (раздел 4 «Движение средств финансирования долгосрочных инвестиций и финансовых вложений» формы № 5). Как позитивный факт может рассматриваться значительный удельный вес незавершенного производства при образовании в динамике существенных объе-

мов «нового» незавершенного строительства и перевода «незавершенки» в состав основных фондов.

При достаточно большой доле в составе активов ***долгосрочных финансовых вложений*** (по крайней мере превышающей 5–10 % от валюты баланса) в ходе анализа финансово-хозяйственной деятельности целесообразно исследовать их структуру. Данные финансовой отчетности позволяют рассчитать удельный вес в составе долгосрочных вложений инвестиций в дочерние и зависимые общества, в другие организации, займы (на срок более одного года). В современных условиях эти данные особенно интересуют потенциальных инвесторов, рассматривающих вопрос о своем участии в прямом финансировании организации, поскольку, как показывает российский опыт, именно через дочерние и зависимые общества осуществляется в больших масштабах перераспределение прибыли. Для оценки эффективности отвлечения ресурсов в другие организации (т. е. дочерние и зависимые) необходимо сопоставить общую сумму направленных на это финансовых средств с поступлением доходов (приводятся в форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках» в строке «Проценты полученные»).

Структура имущества, овеществленного в ***оборотных активах*** *(раздел II баланса), дает представление о соотношении запасов,* дебиторской задолженности, краткосрочных финансовых вложений и денежных средств.

Поскольку потребность в оборотных средствах определяется отраслевой спецификой организаций и условиями их текущей деятельности, сами по себе показатели структуры текущих активов мало информативны. Интересные и полезные аналитические выводы могли бы быть сделаны в ходе сравнения показателей структуры оборотных средств рассматриваемой организации и успешно действующих однотипных компаний. Однако подобная нормативная информация может быть получена либо в результате обобщения данных баланса за ряд лет, либо путем проведения специальных отраслевых научных исследований. Ни то, ни другое в нашей стране сделать в настоящее время не представляется возможным. Ниже будут рассмотрены многие показатели, характеризующие соотношение как в целом текущих активов и пассивов, так и отдельных их компонент.

Вертикальный анализ пассива баланса дает представление о финансовых источниках формирования имущественной базы *организации и возникших при этом финансовых обязательствах.* Многие из полученных расчетных показателей структуры пас-

сивов представляют интерес для инвесторов. Здесь прежде всего следует выделить соотношение собственных средств (раздел III баланса «Капитал и резервы») и привлеченных.

Для выработки стратегии текущей деятельности предприятия важным представляется отслеживание и поддержание приемлемого уровня ***кредиторской задолженности.***

Исследование структуры имущества и финансовых источников и обязательств за ряд лет (общепринятой мировой практикой в инвестиционной области является анализ финансовой отчетности по крайней мере за три года) позволяет выявить тенденции, учет которых при выработке стратегии производственной и финансовой деятельности организации обеспечивает рост эффективности использования ее ресурсов. Еще раз подчеркнем, что вертикальный анализ во многом носит вспомогательный характер, позволяя выявлять направления углубленного исследования потенциала организации, и получаемые результаты дают общее представление о соотношении материальных и финансовых предпосылок ее хозяйственной деятельности.

Горизонтальный анализ отчетности заключается в построении одной или нескольких аналитических таблиц, в которых абсолютные показатели заменяются относительными показателями темпов роста или снижения, выраженными в процентах или долях, что позволяет анализировать данные показатели в прошлом и прогнозировать их будущие значения. Основой сравнения, как правило, являются показатели базисного периода. Ценность результатов горизонтального анализа значительно снижается в условиях инфляции, тем не менее эти данные можно использовать при межхозяйственных сравнениях.

Если учесть, что в России последние годы сопровождались сравнительно высокой инфляцией, причем отдельные материально-вещественные и финансовые компоненты характеризовались различными темпами инфляции, использовать рассчитанные показатели горизонтального анализа для получения объективной картины динамики развития организации представляется весьма проблематичным. Однако по мере стабилизации российской экономики и выхода ее из состояния кризиса станет возможным использовать и горизонтальный анализ при осуществлении анализа финансово-хозяйственной деятельности туристских фирм.

Вертикальный и горизонтальный анализ дает общее представление о финансовой политике турфирмы за определенный период. Более детальный анализ финансово-экономического

состояния турфирмы предполагает расчет и исследование целой системы общепринятых во всем мире и России, в частности, системы финансовых и экономических показателей.

§ 5.4. Показатели платежеспособности

Анализ текущих активов и пассивов фирмы с точки зрения оценки возможности отвечать по своим обязательствам, т. е. поддерживать высокую платежеспособность, имеет большое практическое значение. На его основе принимаются решения о предоставлении кредитов, в особенности краткосрочных (при обосновании возможности долгосрочного кредитования наряду с анализом платежеспособности и финансовой устойчивости потенциального заемщика на всех этапах кредитования проводится глубокое исследование производственных, технологических, маркетинговых и финансовых аспектов намеченного к реализации инвестиционного проекта). Принимая во внимание те тяжелые, вплоть до банкротства, последствия, к которым могут привести просчеты в управлении движением текущих активов и пассивов, менеджеры компаний очень внимательно относятся к результатам анализа платежеспособности.

Уровень платежеспособности характеризуется в первую очередь рядом показателей ликвидности. Степень ликвидности фирмы определяется ее способностью обратить свои активы за довольно короткое время в наличность, не обесценивая заметно их стоимость, с целью покрытия своих краткосрочных обязательств. Как уже говорилось, показатель ликвидности может выступать в качестве индикатора платежеспособности фирмы. Если показатели ликвидности организации ухудшаются, значит, руководство фирмы не способно эффективно управлять своими активами и обязательствами, что может привести либо к продаже долгосрочных активов, либо к неплатежеспособности и банкротству. Снижение ликвидности – это снижение рентабельности фирмы, рост убытков, потеря контроля в управлении капиталом. Поэтому ликвидности придается такое большое значение.

Кроме расчета ликвидности баланса используется целая система показателей и коэффициентов для оценки ликвидности активов фирмы и уровня ее платежеспособности. Одним из таких показателей, который часто употребляется при расчете различных коэффициентов и имеет самостоятельное аналитическое

значение, является ***показатель собственных оборотных средств.*** Значение этого показателя представляет собой разницу между текущими активами и текущими пассивами. Данный показатель используется при расчете многих коэффициентов, характеризующих финансово-хозяйственное состояние организаций.

Динамика темпов изменения объема собственных оборотных средств может выступать как обобщающая характеристика эффективности управления организацией. В том случае, когда текущие пассивы превышают величину текущих активов, имеет место дефицит собственного оборотного капитала. Инвесторы придают весьма большое значение этому показателю, поэтому некоторые предприятия в ущерб производственной деятельности часто завышают его значение, увеличивая свои оборотные фонды.

Очень часто, особенно за рубежом, поддержание необходимого уровня собственных оборотных средств является неотъемлемым условием при выдаче банковских кредитов и ссуд, государственных грантов, эмиссии долговых обязательств.

Важнейшими показателями, характеризующими платежеспособность фирмы, являются следующие коэффициенты ликвидности.

Коэффициент текущей ликвидности. Коэффициент ликвидности численно выражает отношение текущих активов к текущим пассивам. При значении коэффициента текущей ликвидности 1,8–2 предприятие по этому показателю считается достаточно благополучным.

Численное значение коэффициента ликвидности показывает, во сколько раз стоимостная оценка текущих активов превышает величину существующих на момент оценки краткосрочных финансовых обязательств. Этот показатель отражает гипотетическую возможность фирмы, реализовав свои текущие активы, осуществить расчет по всем текущим обязательствам. Текущие активы при укрупненном рассмотрении их структуры складываются из величины запасов, дебиторской задолженности, денежных средств, краткосрочных финансовых вложений и прочих текущих активов. Уже из самой структуры текущих активов следует, что даже превышение рекомендуемого уровня коэффициента ликвидности не означает автоматически безусловной возможности осуществления в некоторой ближайшей перспективе всех необходимых текущих платежей. Действительно, эта возможность определяется, с одной стороны, величиной финан-

совых обязательств, которые необходимо погасить, а с другой – величиной наличных денежных средств и перспективами их поступления за счет реализации продукции (услуг), в том числе за счет сокращения запасов готовой продукции, осуществления расчетов с дебиторами, в первую очередь с покупателями и заказчиками. Именно по причине указанной аналитической ограниченности коэффициента текущей ликвидности при анализе платежеспособности фирмы и оценки ее ликвидности он дополняется еще несколькими коэффициентами.

Коэффициент быстрой ликвидности. Этот коэффициент как раз показывает соотношение более ликвидной части текущих активов к величине текущих пассивов. Количественно он определяется как частное от деления стоимости текущих активов без учета стоимости запасов на объем текущих пассивов. Рекомендуемое значение коэффициента быстрой ликвидности – 0,5–1. По своей практической важности данный коэффициент не уступает рассмотренному выше коэффициенту текущей ликвидности. Многие банковские специалисты при принятии решений о предоставлении кредитов полагаются на него даже в большей степени, чем на последний. Иногда расчет коэффициента быстрой ликвидности называют «acid test» (что можно перевести как «лакмусовая бумажка»).

Коэффициент абсолютной ликвидности. Дополняет два рассмотренных выше коэффициента и дает более полное представление о структуре текущих активов в сопоставлении с величиной текущих пассивов. Он показывает, каково соотношение текущих активов в наиболее ликвидной форме, т. е. в денежной форме, к величине текущих пассивов. Рекомендуемое его значение – 0,05–0,2. Практическая важность этого показателя в том, что очень часто неплатежеспособными оказываются фирмы, имеющие значительные запасы других, менее ликвидных, видов текущих активов, но не имеющие достаточно денежных средств для оплаты долгов и текущего финансирования.

В российской литературе нет методологического единства в расчетах различных финансовых коэффициентов, причем нет единства даже в нормативных документах. Так, например, в Методических рекомендациях по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования (утверждены Госстроем, Минэкономики, Минфином и Госкомпромом 31 марта 1994 г. № 7-12/47) коэффициент текущей ликвидности рассчитывается как отношение текущих активов к текущим пассивам, а в Методических положениях по оценке финансово-

го состояния предприятий и установлению неудовлетворительной структуры баланса (утверждены ФУДН[1] 12 августа 1994 г. № 31-р) объем текущих пассивов при расчете этого коэффициента принимают уменьшенным на величину доходов будущих периодов, фондов потребления и резервов предстоящих расходов и платежей.

Нет методологического единообразия и в рекомендациях по расчетам коэффициента абсолютной ликвидности. Более распространенными являются варианты, когда к наиболее ликвидным активам относятся денежные средства, а также когда в их состав включаются денежные средства и краткосрочные финансовые вложения. Подобных примеров применительно и к рассмотренным коэффициентам ликвидности, и ко многим другим можно было бы привести немало. В такой ситуации особенно важно при изучении курса анализа финансово-хозяйственной деятельности понять внутреннюю сущность используемых показателей и рассчитываемых коэффициентов. Это позволит при осуществлении анализа в зависимости от поставленных целей и задач, а также имеющейся в распоряжении финансовой информации определить перечень требующихся коэффициентов и выбрать наиболее уместные способы их расчета.

Однако при всей значимости указанных коэффициентов для получения более полной картины о состоянии ликвидности и уровне платежеспособности они дополняются рядом других расчетных коэффициентов. Ниже будут рассмотрены некоторые из них.

Коэффициент маневренности собственных оборотных средств. Данный коэффициент показывает, какая часть объема собственных оборотных средств (в специальной литературе их иногда еще называют функционирующим, или работающим, капиталом) приходится на наиболее мобильную составляющую текущих активов – денежные средства. Определяется он отношением величины объема денежных средств к величине собственных оборотных средств (разность текущих активов и пассивов).

Уменьшение этого коэффициента указывает на возможное замедление погашения дебиторской задолженности или ужесточение условий предоставления товарного кредита со стороны поставщиков и подрядчиков, а увеличение – свидетельствует о растущей возможности отвечать по текущим обязательствам.

---

[1] ФУДН – Федеральное управление по делам о несостоятельности.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами. Хорошей характеристикой уровня платежеспособности является доля собственных оборотных средств в общем объеме текущих активов. Увеличение этого показателя при достаточно высоких темпах роста объема функционирующего капитала свидетельствует об интенсивном развитии организации.

Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами рассматривается в сочетании с показателями ликвидности, в первую очередь с коэффициентом текущей ликвидности. Рекомендуемым его значением при нормальном уровне текущей ликвидности может быть 0,5–0,6. Такое значение данного коэффициента говорит о том, что в текущей деятельности предприятия оборачивается относительно большой объем собственных оборотных средств. Низкая его величина свидетельствует о сильной зависимости организации при формировании оборотных активов от коммерческого кредита и краткосрочной задолженности. Одной из сложнейших проблем, с которыми столкнулись российские организации в ходе осуществления экономических реформ, является восстановление после либерализации цен необходимого объема оборотных средств в условиях резко снизившегося платежеспособного спроса и низкой возможности привлечения для этого кредитных ресурсов.

§ 5.5. Оценка финансовой устойчивости турфирмы

Для инвесторов, предоставляющих турфирме крупные финансовые средства на значительное время, очень важно убедиться не только в высокой платежеспособности организации, но и в возможности поддерживать соответствующее состояние в течение длительного периода (по крайней мере на срок осуществления проекта и возврата средств), т. е. финансовой устойчивости.

Финансовая устойчивость характеризуется рядом коэффициентов, устанавливающих определенные структурные соотношения между отдельными статьями активов и пассивов организации. Как правило, при расчете коэффициентов финансовой устойчивости используются довольно крупные стоимостные агрегаты баланса, и поэтому определяемые соотношения достаточно устойчивы во времени. Собственно, это свойство и позволяет

использовать их для указанных выше целей. При оценке финансовой устойчивости в числе первых вопросов, интересующих потенциальных инвесторов, стоит вопрос о том, насколько анализируемая организация зависит от привлеченных денежных средств или насколько в своей деятельности оно полагается на собственные ресурсы.

Коэффициент концентрации привлеченного капитала. Данный коэффициент рассчитывается как отношение привлеченного капитала к общему объему используемого капитала (равному стоимостной оценке всех используемых хозяйственных средств). Величина привлеченного капитала находится как сумма долгосрочных и краткосрочных пассивов (сумма итогов разделов IV и V баланса). Эмпирически установлено, что для того чтобы предприятие считалось финансово устойчивым (по этому показателю), доля привлеченного капитала не должна превышать 50 %. Данный коэффициент имеет широкое практическое использование и рассматривается инвесторами и кредиторами как важный индикатор финансовой устойчивости, на основе которого принимаются решения о вложениях капитала. По мере того как значение коэффициента концентрации привлеченного капитала приближается к 50 %, для кредиторов становится все более рискованным делом участвовать в финансировании данной организации. Значение этого коэффициента учитывается, как правило, инвесторами и при определении конкретных условий предоставления финансовых средств: чем выше его значение, тем более жесткие условия кредитования.

Коэффициент концентрации собственного капитала. Этот коэффициент показывает, какая доля в общем объеме хозяйственных средств приходится на собственный капитал. Собственный капитал представляет собой средства пассива организации, свободные от обязательства их возврата. Количественно собственный капитал равен итогу раздела III бухгалтерского баланса. В некотором роде данный коэффициент является дополнением предыдущего – в сумме они дают единицу. Коэффициент концентрации собственного капитала также имеет широкое применение в практике инвестиционной деятельности. Инвесторы полагают, что для финансово устойчивой организации значение этого показателя должно быть не ниже 0,5–0,6, т. е. на 50–60 % имущество организации должно быть сформировано за счет собственного капитала.

Коэффициент структуры долгосрочных вложений. Данный коэффициент отражает долю долгосрочных обязательств

в объеме внеоборотных активов. Он рассчитывается как отношение долгосрочных обязательств (сумма кредитов и займов со сроком погашения, превышающим 12 месяцев, и прочих долгосрочных пассивов) к стоимости внеоборотных активов. При определенных условиях этот коэффициент показывает, какая доля основных средств сформирована с помощью привлеченных кредитных ресурсов. В зависимости от конкретных условий данный коэффициент может интерпретироваться по-разному: для новой организации на начальном этапе развития он может отражать пропорцию участия учредителей, акционеров, банков и прочих заемщиков в создании бизнеса. Сам факт участия в создании бизнеса банковского капитала может порой свидетельствовать о его перспективности и надежности учредителей. Для организаций, функционирующих уже длительное время, этот коэффициент может показывать масштабы осуществляемых мероприятий по расширению или техническому развитию. В этом плане весьма содержательную информацию может дать анализ совместной динамики долгосрочных обязательств и объема незавершенного строительства.

И для коэффициента структуры долгосрочных вложений также трудно указать рекомендуемое значение: низкое его значение может свидетельствовать о невозможности привлечения долгосрочных кредитов и займов, а слишком высокое – либо о возможности предоставления надежных залогов или финансовых поручительств, либо о сильной зависимости от сторонних инвесторов.

§ 5.6. Анализ и управление дебиторской задолженностью

Для того чтобы правильно оценить с точки зрения платежеспособности и ликвидности характер осуществляемых хозяйственных операций, необходимо изменения объемов текущих активов и пассивов в целом и образующих их элементов увязать с динамикой масштабов деятельности фирмы. Только такое сопоставление позволяет ответить на вопрос, что стоит за изменением величины стоимости того или иного элемента текущих активов – неэффективность управления деятельностью турфирмы или это следствие увеличения объемов производства продукции (услуг). Ниже рассматривается ряд коэффициентов, анализ динамики которых позволяет ответить на этот вопрос.

Анализируя оборотные средства и текущие обязательства, необходимо выделять в их составе текущие активы – запасы, дебиторскую задолженность, денежные средства – и текущие пассивы – кредиторскую задолженность.

Анализ и управление дебиторской задолженностью имеют очень большое значение для туристских организаций, функционирующих в условиях рынка. Умелое и эффективное управление этой частью текущих активов является неотъемлемым условием поддержания требующегося уровня ликвидности и платежеспособности. Управление дебиторской задолженностью необходимо как при формировании имиджа надежного заемщика, так и для обеспечения эффективной текущей деятельности организации.

В зависимости от направленности деятельности некоторые туристские организации работают преимущественно за наличный расчет, а некоторые предоставляют свои услуги определенной части покупателей в зависимости от уровня установившихся отношений в кредит. Кредит может быть необходимым условием существования организации, особенно если его предоставляют конкуренты.

Уровень дебиторской задолженности определяется многими факторами: видом продукции (услуг), емкостью рынка, степенью насыщенности рынка данной продукцией (услугами), принятой в организации системой расчетов и др. Если турфирма имеет значительный удельный вес дебиторской задолженности в составе текущих активов, важнейшей задачей финансовых менеджеров является эффективное управление ею.

Информационной базой для анализа дебиторской задолженности является официальная финансовая отчетность: бухгалтерский отчет (раздел «Оборотные активы»), форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу» (раздел 2 «Дебиторская и кредиторская задолженность» и справки к нему). Для более детального анализа качества дебиторской задолженности пользуются данными журналов-ордеров или ведомостей учета расчета с покупателями и заказчиками, подотчетными лицами и т. д.

Ликвидность дебиторской задолженности определяется главным образом скоростью и сроками ее оборачиваемости. Качество дебиторской задолженности определяется степенью соответствия сроков задолженности условиям платежа.

Как и в случае с запасами, при исследовании динамики дебиторской задолженности возникает вопрос: чем обусловлены те или иные ее изменения – варьированием масштабов деятельности, успехами или просчетами менеджеров? Для того чтобы от-

§ 5.7. Анализ и управление запасами

Стоимость хозяйственных средств, отражаемых по статье «Запасы», складывается из стоимости сырья и материалов, малоценных и быстроизнашивающихся предметов, затрат в незавершенном производстве, запасов готовой продукции и др.

В зависимости от технологической деятельности туристские организации, входящие в состав хозяйственных туристских комплексов, имеют различную структуру запасов. Задача любой организации – поддерживать оптимальный уровень запасов. Если этот уровень ниже необходимого, возможна потеря выручки; в то же время избыточный уровень запасов обусловливает рост затрат на их хранение, увеличивает налогооблагаемую базу, создает возможность морального старения готовой продукции. Как правило, из-за чрезмерного роста запасов у фирмы может быть недостаток средств для расширения бизнеса либо возникнет необходимость привлечения дополнительных займов для успешного функционирования предприятия. Чрезмерное увеличение объема готовой продукции может быть первым сигналом об ухудшении позиций на рынке.

Состояние запасов и политика управления ими характеризуется рядом показателей, увязывающих их величину с масштабами деятельности организации. Это прежде всего так называемые ***коэффициенты деловой активности,*** показывающие скорость оборота запасов.

Коэффициент оборачиваемости запасов. Этот коэффициент выражается в днях и в оборотах. Он определяет либо среднее количество дней, в течение которых запасы хранятся на предприятии, либо среднее количество оборотов, осуществляемых запасами в течение года. Этот коэффициент рассчитывается по формулам:

$$K_{\text{зап. (в оборотах)}} = \frac{\text{Себестоимость реализованной продукции}}{\text{Средняя величина запасов}};$$

$$K_{\text{деб. (в днях)}} = \frac{360 \times \text{Средняя величина запасов}}{\text{Себестоимость реализованной продукции}}.$$

Информационной базой для расчета указанного показателя являются формы № 1, 2 бухгалтерской отчетности. Средние запасы определяются как сумма запасов на начало и конец года, деленная пополам.

Большое значение имеет интерпретация динамики показателей оборачиваемости запасов. Считается, что положительной

тенденцией являются рост в динамике оборотов запасов и сокращение дней оборачиваемости. Но это справедливо только при поверхностном рассмотрении вопроса, поскольку сокращение периода оборачиваемости запасов может быть следствием финансовых затруднений и сложностей с оплатой поставщиков.

§ 5.8. Анализ кредиторской задолженности

Кредиторская задолженность отражает стоимостную оценку финансовых обязательств организации перед различными субъектами экономических отношений.

Для эффективного управления фирмой очень важно знать состояние финансовых взаимоотношений с поставщиками и подрядчиками, поскольку именно ими поставляются все необходимые для нормального функционирования материальные ценности, выполняются требующиеся работы и оказываются соответствующие услуги. Объемы задолженности по поставкам этой продукции (работ, услуг) отражены по статьям баланса «Кредиторская задолженность поставщикам и подрядчикам» и «Векселя к оплате» (сумма векселей к оплате учитывается при расчетах в том случае, когда векселями обеспечиваются главным образом поставки продукции, оплата работ, услуг). Соответственно было бы правильно соотнести эту задолженность не со всеми затратами, а лишь с материальными затратами (форма № 5 «Приложение к бухгалтерскому балансу», раздел 6 «Затраты, произведенные организацией»).

Таким образом, могут быть предложены следующие формулы для расчета ***коэффициентов оборачиваемости кредиторской задолженности по оплате продукции*** (работ, услуг):

$$K_{\text{кред. (в оборотах)}} = \frac{\text{Материальные затраты}}{\begin{array}{c}\text{Средняя сумма}\\ \text{задолженности}\\ \text{поставщикам}\\ \text{и подрядчикам}\end{array} + \begin{array}{c}\text{Средняя сумма}\\ \text{задолженности}\\ \text{по векселям}\end{array}};$$

$$K_{\text{кред. (в днях)}} = \frac{360}{K_{\text{кред. (в оборотах)}}}.$$

При анализе финансового состояния большое значение имеет сравнение показателей кредиторской и дебиторской задолженности. При этом важно сравнивать не только их объемы в абсо-

лютном выражении, что осуществляется при определении коэффициентов ликвидности, но и продолжительность периодов оборачиваемости. Если период оборачиваемости дебиторской задолженности заметно превышает аналогичный показатель по кредиторской задолженности, то это чревато возникновением затруднений в осуществлении текущих платежей.

§ 5.9. Анализ результативности текущей деятельности и использования ресурсов

Туристская фирма, как и любая другая организация, осуществляет свою деятельность в условиях непрерывно изменяющейся внешней среды: нормативно-правовой базы, определяющей законодательные рамки; взаимодействия со всеми субъектами экономических отношений; налогового регулирования; спроса и предложения работ (услуг); цен и тарифов на потребляемые сырье и материалы, работы (услуги) и т. д. Более того, принимаемые управленческие решения приводят к изменению самой организации: применяемой ею технологии, состава и количества клиентов и многого другого. В конечном счете все внешние и внутренние изменения условий деятельности туристских организаций влияют на результативность. *Повышение* результативности функционирующей организации означает, что в постоянно изменяющихся условиях менеджеры фирмы способны находить правильные пути решения, ведущие к увеличению эффективности, что привлеченные дополнительные финансовые средства использованы рационально и т. д.

Результативность бизнеса характеризует целая группа показателей рентабельности. *Сам по себе рост выручки, всех видов* прибыли уже характеризует деятельность любой организации как довольно успешную. Однако для того чтобы ответить на вопрос, чем вызвано это увеличение – просто абсолютным расширением масштабов деятельности или снижением затрат, более полным и рациональным использованием материально-вещественного и кадрового потенциала, необходимо *рассчитать коэффициенты рентабельности*, увязывающие полученные финансовые результаты с объемом используемых ресурсов.

Некоторые инвесторы рассматривают показатели рентабельности как основополагающие при рассмотрении вопросов вло-

жения капитала, как имеющие даже большее значение, чем показатели ликвидности и финансовой устойчивости. Если в течение нескольких лет показатели рентабельности улучшаются, это свидетельствует об эффективности управления, способности предприятия получать прибыль в настоящем и в будущем.

Показатели результатов деятельности организации можно разделить на две большие группы:

1) показатели результативности текущей деятельности;

2) показатели результативности использования ресурсов организации.

Эффективность текущей деятельности туристской фирмы может быть измерена показателями рентабельности, увязывающими объем получаемой в отчетном периоде прибыли с величиной требующихся для этого затрат. При расчете разных показателей рентабельности могут использоваться различные виды прибыли. В форме № 2 «Отчет о прибылях и убытках», иллюстрирующей формирование финансового результата, приводится несколько видов прибыли, отличающихся по широте учета при их расчете различных хозяйственных операций.

Выручка за минусом себестоимости продукции дает прибыль от основной деятельности, а разность выручки и затрат на производство продукции (работ, услуг) – прибыль от продаж. Оба этих показателя широко используются при расчете показателей рентабельности. При оценке результата текущей деятельности прибыль, как правило, относится на объем либо затрат на производство (в этом случае определяется рентабельность производства), либо выручки (расчет рентабельности продукции).

С учетом вышесказанного могут быть предложены следующие формулы для расчета показателей рентабельности:

• ***рентабельность производства*** (по прибыли по основной деятельности):

$$К_{рен.пр\text{-}ва} = \frac{\text{Выручка} - \text{Себестоимость реализации}}{\text{Затраты на производство}};$$

• ***рентабельность продукции*** (по прибыли по основной деятельности):

$$К_{рен.\ продукции} = \frac{\text{Выручка} - \text{Себестоимость реализации}}{\text{Выручка}}.$$

Данные коэффициенты целесообразно рассчитывать в случае, когда прочие и внереализационные доходы и расходы либо

сравнительно невелики, либо существенно зависят от объемов основной деятельности. На практике широкое использование имеют показатели рентабельности производства и продукции, рассчитываемые по чистой прибыли (т. е. по прибыли отчетного периода за вычетом налога на прибыль и других налогов и сборов, относимых на прибыль, остающуюся в распоряжении организации). Популярность этих показателей объясняется тем, что чистая прибыль является тем финансовым результатом, который наряду с амортизацией составляет собственные средства организации и который может сравнительно свободно использоваться для реализации своей политики социально-экономического развития, дивидендной политики и т. п.

Для того чтобы получить представление о результативности использования ресурсов организации, рассчитывается ряд показателей рентабельности, увязывающих объем получаемой прибыли с величиной используемых материальных или финансовых средств. Результативность внеоборотных и финансовых ресурсов может выражаться двояким образом: либо как доля, которую составляет годовой объем прибыли в объеме используемого ресурса (коэффициенты рентабельности), либо как число оборотов (лет), за которое рассматриваемый ресурс может быть возмещен по стоимости за счет прибыли (коэффициенты оборачиваемости или показатели сроков окупаемости). Рассмотрим несколько наиболее часто употребляемых на практике коэффициентов.

Коэффициент рентабельности использования основного капитала. Рассчитывается как отношение чистой прибыли (чистая прибыль – прибыль отчетного года за вычетом налога на прибыль и других налогов и сборов, относимых на прибыль, остающуюся в распоряжении организации) к среднегодовому объему всех используемых хозяйственных средств или всего привлеченного капитала (полусумма итога баланса на начало и конец периода). Данный показатель рассчитывается по формуле

$$K_{\text{рен. ОК}} = \frac{\text{Прибыль отчетного периода} - \text{Налог на прибыль и другие налоги и сборы, относимые на прибыль}}{\text{Итог баланса на начало года} + \text{Итог баланса на конец года}} \times 2.$$

Данный коэффициент показывает, сколько прибыли приходится на 1 руб. используемых хозяйственных средств. Он дает самое общее представление о результативности исследуемого бизнеса вне зависимости от источников привлечения капитала и других факторов.

Рентабельность собственного капитала. Этот показатель несколько конкретизирует и дополняет рассмотренный выше коэффициент. Находится он как отношение величины чистой прибыли к среднегодовому объему собственного капитала. Для его расчета может быть рекомендована следующая формула:

$$К_{рен.\ СК} = \frac{\text{Прибыль отчетного периода} - \text{Налог на прибыль и другие налоги и сборы, относимые на прибыль}}{\text{Собственный капитал на начало года} + \text{Собственный капитал на конец года}} \times 2.$$

Коэффициент рентабельности собственного капитала представляет большой интерес для собственников фирмы и потенциальных инвесторов, так как он показывает, какова эффективность авансированных собственниками и акционерами средств. *Этот коэффициент в случае значительного объема привлеченного* капитала может существенно отличаться от значения коэффициента рентабельности основного капитала, поскольку при формировании финансовых результатов в этом случае существенными являются затраты на выплату процентов по кредитам и займам. Именно этот показатель в наибольшей степени подходит в качестве критерия при решении вопроса об участии в капитале: высокая рентабельность собственного капитала, как правило, обеспечивает способность выплачивать высокие дивиденды и таким образом привлекать в случае необходимости дополнительный капитал.

Показатели рентабельности основных средств, связывая результативность текущей деятельности (чистую или другой вид прибыли) с имеющимися хозяйственными средствами или финансовыми ресурсами, отражают результативность всего бизнеса. Эти показатели очень часто используются инвесторами в процессе принятия решений о вложении их средств в данную организацию.

Глава 6

Бухгалтерский учет в турфирме

§ 6.1. Основы теории бухгалтерского учета

Бухгалтерский учет – упорядоченная система сбора, регистрации и обобщения информации в денежном выражении о совершаемых хозяйственных операциях всех заинтересованных должностных лиц и служб.

Хозяйственная операция – факт финансово-хозяйственной деятельности, оформленный документально, влияющий на состояние капитала, имущество и финансовые обязательства организации.

Бухгалтерский учет – процесс сплошного, непрерывного, взаимосвязанного наблюдения и отражения хозяйственной деятельности организации в первичных документах при помощи различных измерителей.

Сплошное наблюдение и отражение означает обязательный учет всех хозяйственных средств.

Непрерывность во времени требует постоянного наблюдения и записи в документах совершающихся фактов.

Взаимосвязанность отражения хозяйственной деятельности в бухгалтерском учете вызвана зависимостью совершающихся в организации фактов.

В бухгалтерском учете применяются три вида измерителей-показателей:

- натуральные – для определения количества (кг, шт.);
- трудовые – для определения затрат рабочего времени (часы, дни);
- денежные (стоимостные) – для обобщения.

Предмет бухгалтерского учета

Предметом изучения бухгалтерского учета является финансово-хозяйственная деятельность организации, направленная на выполнение уставных обязательств.

Хозяйственная деятельность организации состоит из основных хозяйственных процессов: снабжения, производства, реализации. Хозяйственные процессы включают отдельные хозяйственные операции, содержанием которых является движение хозяйственных средств и смена ими одной формы на другую.

Объектами учета являются:

1) объекты, обеспечивающие хозяйственную деятельность организации (хозяйственные средства и их источники);

2) объекты, составляющие хозяйственную деятельность организации (хозяйственные процессы и их результаты).

Классификацию хозяйственных средств предприятия проведем по двум классификационным признакам.

1. **Хозяйственные средства по составу и функциональной роли** (во что вложили?) – рис. 6.1.

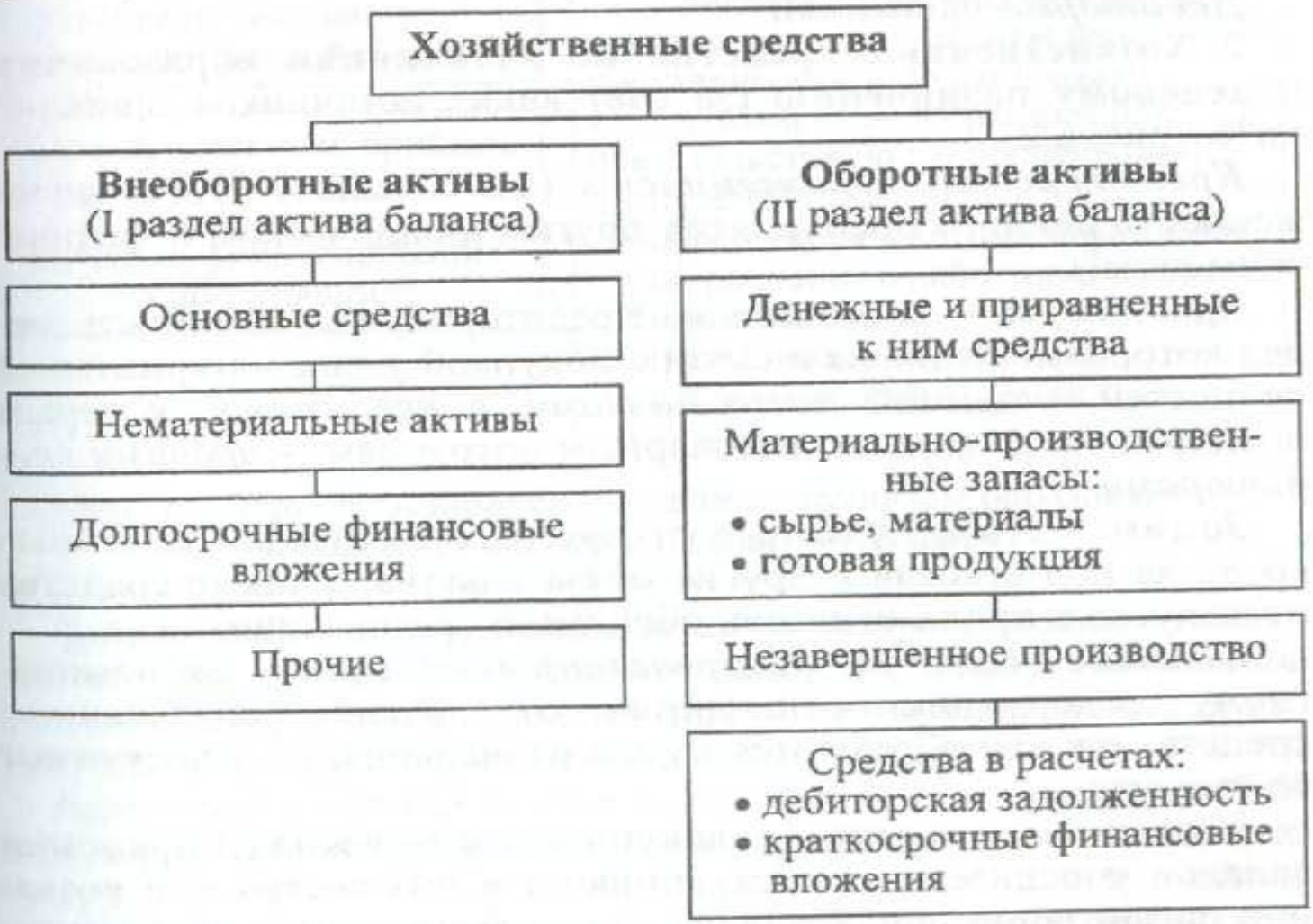

Рис. 6.1. Хозяйственные средства по составу и функциональной роли

Финансовые вложения – это инвестиции организации в доходные активы, т. е. вложения денежных средств в уставный капитал других организаций, в ценные бумаги, а также предоставление займов другим организациям. По временно́му признаку финансовые вложения подразделяют на долгосрочные (сроком более года) и краткосрочные (менее года).

Оборотные средства (оборотный капитал) используются в текущей производственной деятельности организации в основном менее года и практически полностью переносят свою стоимость на новый вид оборотных средств.

Дебиторская задолженность (нам должны) – это долги по расчетам других юридических и физических лиц данной организации. Например, это:

- задолженность покупателей за приобретенную, но неоплаченную продукцию;
- задолженность подотчетных лиц за выданные им под отчет денежные средства;
- задолженность по полученным векселям, по выданным авансам и т. д.

Дебиторы – должники.

2. **Хозяйственные средства по источникам образования и целевому назначению** (за счет каких источников приобрели?) – рис. 6.2.

Кредиторская задолженность (мы должны) – это задолженность данного предприятия другим юридическим и физическим лицам.

Кредиторы – заимодатели. Кредиторов, задолженность перед которыми возникла в связи с покупкой у них материальных ценностей, называют *поставщиками*, а кредиторов, которым предприятие должно по нетоварным операциям, – *прочими кредиторами*.

Займы – это полученные от других организаций денежные средства под векселя и другие обязательства, а также средства от выпуска и продажи акций, облигаций организации.

Обязательства по распределению по своему экономическому содержанию отличаются от других привлеченных средств, так как образуются путем начисления, а не поступают со стороны.

Уставный капитал – совокупность в денежном выражении вкладов учредителей (собственников) в имущество при создании организации для обеспечения его деятельности в размерах, определенных учредительными документами.

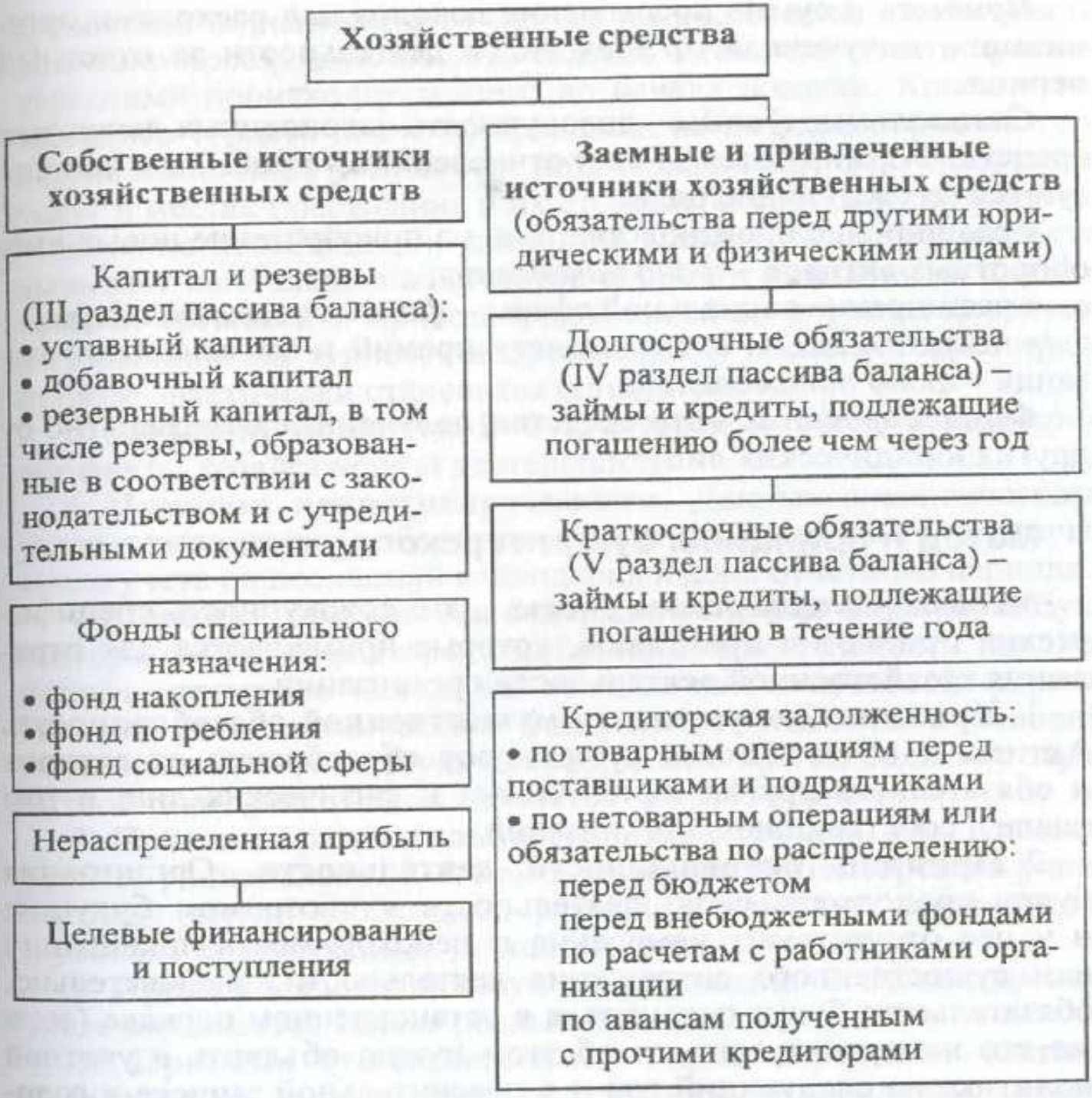

Рис. 6.2. Хозяйственные средства по источникам образования и целевому назначению (пассив баланса)

Добавочный капитал образуется за счет переоценки основных средств по решению правительства в сторону увеличения их стоимости, а также за счет превышения продажной цены собственных акций над их номинальной стоимостью.

Резервный капитал создается за счет отчислений из прибыли предприятия и предназначен для покрытия непредвиденных потерь и убытков, а также для выплаты дивидендов учредителям, имеющим привилегированные акции при недостаточности прибыли.

Прибыль – сумма превышения доходов над расходами организации, полученная от всех видов деятельности за отчетный период.

Специальные фонды – совокупность накопленных денежных средств. Формируются за счет отчислений из прибыли и используются на следующие цели:

- расширение производства, т. е. на приобретение новых внеоборотных активов – *фонд накопления*;
- расширение социальной сферы – *фонд социальной сферы*;
- потребление, т. е. на выплату премий и материальной помощи – *фонд потребления*.

Финансирование – это средства, полученные безвозвратно от других юридических лиц.

Метод и принципы бухгалтерского учета

Метод бухгалтерского учета – это совокупность специфических приемов и принципов, которые применяются для отражения хозяйственной деятельности организации.

1. **Принцип (допущение) имущественной обособленности.** Активы и обязательства существуют обособленно от активов и обязательств других юридических и физических лиц, в том числе и собственников организаций.

2. **Принцип непрерывности деятельности.** Организация будет продолжать свою деятельность в обозримом будущем и у нее отсутствуют намерения и необходимость ликвидации или существенного сокращения деятельности, следовательно, обязательства будут погашаться в установленном порядке (если же это намерение есть, то об этом нужно объявить в учетной политике на следующий год и в пояснительной записке к годовому отчету за истекший финансовый год).

3. **Принцип последовательности.** Выработанная учетная политика применяется последовательно от одного отчетного года к другому.

4. **Принцип временной определенности фактов хозяйственной деятельности.** Факты хозяйственной деятельности предприятия отражаются в бухгалтерском учете и отчетности за тот период, в котором они имели место быть, независимо от фактического времени поступления или выплаты денежных средств, связанных с этими фактами.

Отметим, что действующие нормативные акты не учитывают специфику турфирм. Применение к туроператорам допущения

временной определенности фактов хозяйственной деятельности довольно проблематично. Это связано с тем, что оплата путевок туристами происходит задолго до начала поездки. Кроме того, заставить туриста после возвращения из поездки передать турфирме какие-либо документы, подтверждающие факт получения услуг в местах пребывания и их стоимость, практически сложно.

Именно несоблюдение принципа временной определенности вызывает наибольшее количество споров и разногласий с налоговыми органами и приводит к наложению крупных финансовых санкций на туристские организации, после которых предприятие фактически становится банкротом.

5. **Принцип полноты.** В бухгалтерском учете отражаются все факты хозяйственной деятельности.

6. **Принцип непротиворечивости.** Данные аналитического учета тождественны оборотам и остаткам по счетам синтетического учета на последний календарный день отчетного периода.

7. **Принцип приоритета содержания перед формой.** В бухгалтерском учете факторы хозяйственной деятельности предполагают отражение исходя не столько из их правовой формы, сколько из экономического содержания факторов и условий хозяйствования (так, ссуда руководителю при задержке по заработной плате работникам считается неправомерной).

8. **Принцип рациональности.** Бухгалтерский учет должен вестись рационально, т. е. при постановке бухгалтерского учета на предприятии необходимо учитывать величину организации и условия хозяйственной деятельности.

9. **Принцип достоверности информации.** В бухгалтерском учете отражаются только реальные факты.

10. **Принцип существенности.** Фирма определяет тактику поведения по выбору порядка списания материальных ценностей и отдельных затрат на себестоимость продукции.

11. **Принцип осторожности (осмотрительности).** Предполагается бóльшая готовность к признанию в бухгалтерском учете расходов и обязательств, чем возможных доходов и активов, не допускается создание скрытых резервов. Ведется асимметричный учет прибылей и убытков, т. е. прибыль отражается в учете после совершения операций, а убыток – с момента возникновения предположения о его возможности. Для покрытия таких убытков предусматривается создание специальных резервов.

Приемы (правила) бухгалтерского учета:

1) *использование бухгалтерских счетов* и метода двойной записи на счетах;

2) *составление бухгалтерского баланса;*

3) *документирование* – способ первичной регистрации хозяйственных операций или их подтверждение правильно оформленным документом. Первичные учетные документы составляются в момент совершения хозяйственной операции или непосредственно после ее окончания и должны содержать обязательные реквизиты;

4) *оценка* – процесс выражения хозяйственных средств в стоимостном (денежном) выражении;

5) *инвентаризация* – сверка документов бухгалтерского учета с фактическим наличием хозяйственных средств на предприятии по местам их хранения;

6) *калькулирование* – способ учета затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Характеристика бухгалтерских счетов.

Бухгалтерский счет – это учетный регистр, открываемый для учета наличия и движения определенного вида хозяйственных средств, или их источников, или хозяйственных процессов, или их результатов.

По своей форме бухгалтерский счет – это таблица, левая часть которой называется *дебет* (от лат. он должен) и обозначается буквой «Д»; правая часть – *кредит* (от лат. он верит, доверяет), обозначается буквой «К».

Для большинства счетов (балансовых) характерно наличие остатка (сальдо) на начало и на конец месяца, а также оборотов за месяц по дебету и кредиту.

Счет открывается начальным остатком из баланса, который называется ***начальное сальдо Сн*** (в переводе с итальянского означает «расчет») – это разница между дебетом и кредитом; ***конечное сальдо Ск*** определяется расчетным путем.

Оборот счета – сумма записей текущих операций за отчетный период по дебету – дебетовый оборот, по кредиту счета – кредитовый оборот.

Виды счетов:

1) активные;

2) пассивные;

3) активно-пассивные;

- с односторонним сальдо;
- с двухсторонним сальдо;

При одинаковом строении счетов значение сторон (Д и К) в активных и пассивных счетах различно.

Активные счета

Предназначены для учета наличия и движения хозяйственных средств (рис. 6.1), т. е. на активных счетах учитываются денежные средства и во что они вложены. Представлены в активе бухгалтерского баланса.

Например:

50 «Касса»

Д	К
Сн – остаток хозяйственных средств на начало отчетного периода	
Хозяйственные операции, вызывающие *увеличение (+)* данного вида хозяйственных средств в отчетном периоде	Хозяйственные операции, вызывающие *уменьшение (–)* данного вида хозяйственных средств в отчетном периоде
Од – оборот по дебету за отчетный период	**Ок** – оборот по кредиту за отчетный период
Ск = Сн + + Од – Ок (остаток хозяйственных средств на конец отчетного периода)	

Пассивные счета

Предназначены для учета наличия и движения источников хозяйственных средств (рис. 6.2). Представлены в пассиве бухгалтерского баланса.

Например:

60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками»

Д	К
	Сн – остаток источника хозяйственных средств на начало отчетного периода
Хозяйственные операции, вызывающие *уменьшение (–)* данного вида источников хозяйственных средств в отчетном периоде	Хозяйственные операции, вызывающие *увеличение (+)* данного вида источников хозяйственных средств в отчетном периоде
Од – оборот по дебету за отчетный период	**Ок** – оборот по кредиту за отчетный период
	Ск = Сн + + Ок – Од (остаток источника хозяйственных средств на конец месяца)

Что делать, если ничего не ясно?
Выучи следующее правило!

Открыть счет – значит записать название счета и обозначить начальное сальдо (Сн), величина которого берется из бухгалтерского баланса.

Если счет указан в активе баланса, то счет активный, следовательно, начальное сальдо будет дебетовым.

Если счет указан в пассиве баланса, то счет пассивный, следовательно, начальное сальдо – кредитовое.

Количество открытых счетов равно количеству счетов, указанных в балансе.

Счет, который не указан в балансе, имеет нулевой начальный остаток.

Суммы, увеличивающие начальный остаток, записывают на стороне остатка, а суммы, уменьшающие начальный остаток, – на противоположной стороне.

Конечное сальдо записывается на той же стороне, где и начальный остаток. Конечный остаток по счету определяется сложением начального остатка и оборота той же стороны счета и вычитанием из полученного итога оборота противоположной стороны.

Активно-пассивные счета бывают двух видов:

1. ***Активно-пассивные счета с односторонним сальдо*** (дебетовым или кредитовым) – счет обладает в зависимости от ситуации свойствами либо активного, либо пассивного счета.

Например, счет 90 «Прибыль и убытки»:

а) в случае, когда доходы превышают расходы, организация имеет прибыль, т. е. источник хозяйственных средств. Источники хозяйственных средств учитываются на пассивных счетах, а в пассивном счете начальный остаток записывается по кредиту:

Счет 90 «Прибыль и убытки»

Д	К
	Сн

б) в случае, когда расходы превышают доходы, организация имеет убыток, т. е. непокрытые затраты материальных и финансовых ресурсов. Хозяйственные средства учитываются на активных счетах, а в активном счете начальный остаток записывается по дебету:

Счет 90 «Прибыль и убытки»

Д	К
Сн	

2. ***Активно-пассивные счета с двухсторонним (развернутым) сальдо***, т. е. одновременно присутствуют и дебетовое, и кредитовое сальдо, а счет одновременно обладает свойствами и активного, и пассивного счетов.

Например:

Счет 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

Д	К
Сн – дебиторская задолженность на начало отчетного периода	Сн – кредиторская задолженность на начало отчетного периода
Хозяйственные операции, вызывающие увеличение (+) дебиторской задолженности	Хозяйственные операции, вызывающие увеличение (+) кредиторской задолженности
Хозяйственные операции, вызывающие уменьшение (–) кредиторской задолженности	Хозяйственные операции, вызывающие уменьшение (–) дебиторской задолженности
Од – оборот по дебету за отчетный период	Ок – оборот по кредиту за отчетный период
Ск – дебиторская задолженность на конец отчетного периода	Ск – кредиторская задолженность на конец отчетного периода

По степени детализации учета счета подразделяются на синтетические, аналитические и субсчета.

Синтетические счета – это наиболее высокий уровень обобществления в бухгалтерском учете; дают обобщенную характеристику объекта учета в едином денежном измерителе, представлены в плане счетов; данные синтетических счетов используются при заполнении форм бухгалтерской отчетности.

План счетов бухгалтерского учета – систематизированный перечень синтетических счетов с инструкцией по его применению, позволяет вести раздельный учет отдельных видов хозяйственных средств, их источников, совершаемых операций по единой методологии, принятой в РФ. План счетов позволяет

привести все разнообразие учетной информации к доступному виду для пользователей.

Синтетические счета, не требующие аналитического ведения, называются *простыми,* а счета, требующие ведения аналитического учета, называются *сложными.* Некоторые сложные синтетические счета непосредственно связаны с аналитическими счетами, другие требуют предварительной группировки аналитических счетов.

Аналитические счета открывают в дополнение к синтетическим с целью их детализации; учет ведется как в стоимостном, так и в натуральном выражении.

Различают два вида аналитических счетов:

1) предназначенные для учета товарно-материальных ценностей (инвентарные счета);

2) предназначенные для учета расчетов.

Субсчет – промежуточное звено между синтетическим счетом и аналитическими счетами. Каждый субсчет объединяет несколько аналитических счетов; субсчета объединяются одним синтетическим счетом.

Между синтетическими и аналитическими счетами существует тесная связь, которая состоит в следующем.

Сальдо на начало отчетного периода данного синтетического счета равно сумме остатков на начало отчетного периода по счетам аналитического счета, открытых к этому счету.

Оборот по дебету данного синтетического счета равен сумме записей по дебету всех аналитических счетов, открытых к этому счету.

Оборот по кредиту данного синтетического счета равен сумме записей по кредиту всех аналитических счетов, открытых к этому счету.

Сальдо на конец отчетного периода данного синтетического счета равно сумме остатков на конец отчетного периода по счетам аналитического счета, открытых к этому счету.

Для сверки данных синтетического и аналитического учета составляют ***оборотные ведомости*** по каждому синтетическому счету на основании открытых аналитических счетов к этому счету.

Существуют два вида оборотных ведомостей:

1) составленная по аналитическим счетам, предназначенным для учета товарно-материальных ценностей (инвентарным счетам);

2) составленная по аналитическим счетам, предназначенным для учета расчетов.

Метод двойной записи. В бухгалтерском учете каждая хозяйственная операция записывается дважды, т. е. одновременно на двух счетах (по дебету одного счета и кредиту другого счета). Наблюдаем действие закона сохранения: сколько взяли из какого-либо источника, столько и вложили в активы, т. е. в хозяйственные средства.

Взаимосвязанное отражение хозяйственных операций на счетах бухгалтерского учета называется ***методом двойной записи.***

Взаимная связь между счетами по одной хозяйственной операции называется ***корреспонденцией счетов***. Корреспондирующие счета – взаимосвязанные счета по одной хозяйственной операции.

Текст, указывающий на взаимосвязь счетов по одной хозяйственной операции, с указанием суммы операции называется ***бухгалтерской проводкой, статьей, счетной формулой, бухгалтерской записью.***

Например, хозяйственная операция, когда с расчетного счета в кассу сняли 333 руб., в бухгалтерском учете отражается следующей бухгалтерской записью:

Д 50 (счет активный – Сн дебетовое – по кассе увеличение, увеличение отражается на стороне Сн, т. е. по дебету)
К 51 (счет пассивный – Сн кредитовое – по расчетному счету уменьшение, уменьшение отражается на противоположной стороне Сн, т. е. по кредиту). } 333 руб.

Составить бухгалтерскую проводку – значит указать, на какую сторону (по дебету или кредиту) каких (наименование) счетов нужно записать сумму операции.

Составление бухгалтерских проводок, т. е. запись корреспондирующих счетов на документах, называется ***контировкой.***

Бухгалтерские проводки бывают *простые* – корреспондируют два счета:

Дебет счета 20
Кредит счета 70 } 567 руб. – начислена заработная плата работникам основного производства

и *сложные*, когда один счет корреспондирует с несколькими счетами:

Дебет счета 10 – 1000 руб.
Дебет счета 19 – 200 руб.
Кредит счета 60 – 1200 руб. } – получили материалы от поставщиков на сумму 1200 рублей, включая НДС.

Бухгалтерская проводка составляется на самом документе, которым оформляется хозяйственная операция, или в ведомости, или в журнале, или на специальном бланке – ***мемориальном ордере.***

Что делать, если ничего не ясно?

Выучи следующее правило!

Порядок отражения хозяйственных операций на счетах:

Первое действие – *выбираем необходимые корреспондирующие счета.*

Второе действие – *определяем, какие это счета, активные или пассивные, для этого смотрим:*

- *что учитывается на данном счете;*
- *где отражается объект учета – в активе баланса (рис. 6.1) или в пассиве баланса (рис. 6.2);*
- *если в активе баланса – то счет активный, если в пассиве баланса – то счет пассивный.*

Третье действие – *определяем, как влияет данная хозяйственная операция на счета – увеличивает или уменьшает начальное сальдо.*

Если хозяйственная операция увеличивает начальный остаток, то ее сумму записываем на стороне начального остатка, если уменьшает, то ее сумму записываем на противоположной стороне начального остатка.

Составление бухгалтерского баланса.

Бухгалтерский баланс – это способ обобщения и группировки хозяйственных средств предприятия по составу и источникам на определенную дату.

Бухгалтерский баланс – система показателей, отражающая имущественное и финансовое положение организации по состоянию на определенную (отчетную) дату в денежном выражении, представляющая данные о хозяйственных средствах организации (активах) и их источниках (пассивах).

Бухгалтерский баланс с 01.01.2000 г. состоит из пяти разделов. Он является формой отчетности, т. е. представляется в установленные сроки и определенные адреса (в налоговые органы и в органы государственной статистики).

По своему строению бухгалтерский баланс – это двухсторонняя таблица, левая часть которой – *актив* (отражает состав и размещение хозяйственных средств), а правая часть – *пассив*

(отражает источники образования хозяйственных средств и их целевое назначение).

В переводе с латинского «баланс» означает «двухчашечный, весы».

В балансе должно присутствовать обязательное равенство итогов: сумма всех статей актива баланса должна быть равна сумме всех статей пассива баланса.

Составить баланс – это значит в актив баланса записать дебетовые конечные остатки (Ск), а в пассив баланса записать кредитовые конечные остатки (Ск).

Равенство обусловлено тем, что в активе и пассиве показаны одни и те же хозяйственные средства, но они рассмотрены с разных точек зрения (табл. 6.1).

Таблица 6.1

Структура бухгалтерского баланса

Актив	На начало периода	На конец периода	Пассив	На начало периода	На конец периода
I. Внеоборотные активы II. Оборотные активы			III. Капитал и резервы IV. Долгосрочные обязательства V. Краткосрочные обязательства		
Баланс			Баланс		

Величина итогов называется ***валютой баланса.*** Счета и бухгалтерский баланс связаны друг с другом.

Типовые изменения бухгалтерского баланса под влиянием хозяйственных операций

В результате хозяйственных операций хозяйственные средства и их источники приходят в движение, вызывая изменения в балансе. Все хозяйственные операции по признаку их влияния на баланс делятся на четыре вида (типа).

1-й вид. Хозяйственные операции, изменяющие структуру актива баланса без изменения итога актива баланса.

Этот вид операции имеет место, если из содержания документа явствует, что налицо факт перемещения любых хозяйственных средств от одного подотчетного лица или места хранения к другому.

Пример 1. Получили наличные деньги с расчетного счета на хозяйственные нужды – сумма 1 ден. ед.

Первое действие – выбираем необходимые корреспондирующие счета.

В содержании хозяйственной операции сказано, что деньги с расчетного счета фирмы поступают в кассу, т. е. данной операцией связаны счет 51 «Расчетный счет» и счет 50 «Касса».

Второе действие – определяем, какие они – активные или пассивные.

На счетах учитываются деньги безналичные и наличные, т. е. хозяйственные средства из актива баланса (рис. 6.1) – счета активные.

Третье действие – определяем, как влияет данная хозяйственная операция на счета – *увеличивает или уменьшает* начальное сальдо.

В результате данной операции на расчетном счете денежные средства уменьшаются, а денежные средства в кассе увеличиваются.

Если хозяйственная операция на уменьшение, то ее сумму записываем на противоположной стороне начального остатка, т. е. по кредиту счета 51 «Расчетный счет».

Если хозяйственная операция на увеличение, то сумму хозяйственной операции записываем на стороне начального остатка, т. е. по дебету счета 50 «Касса».

Счет 51 «Расчетный счет»

Д	К
Сн – 100	
	1
Об – 0	Об – 1
Ск – 99	

Счет 50 «Касса»

Д	К
Сн – 1	
1	
Об – 1	Об – 0
Ск – 2	

В балансе эта операция отражается следующим образом (табл. 6.2).

Таблица 6.2

Бухгалтерский баланс до и после первой хозяйственной операции

Актив	Сумма		Пассив	Сумма	
	до	после		до	после
Расчетный счет (51)	100	99	Уставный капитал (80)	70	70
Касса (50)	1	2	Кредиторская задолженность:		
			перед работниками по оплате труда (70)	30	30
			перед бюджетом (68)	1	1
Баланс	101	101	Баланс	101	101

2-й вид. Хозяйственные операции, изменяющие структуру пассива баланса без изменения итога пассива баланса.

Второй вид имеет место, если из содержания документа явствует, что налицо факт перемещения средств от одного владельца к другому или перевода из одного фонда в другой (прибыль распределяется в резерв, на развитие производства, оплачена задолженность поставщикам за счет кредитов банка и т. д). Задействован дебет одного пассивного счета и кредит другого пассивного счета.

Пример 2. Удержан подоходный налог из заработной платы работников в размере 3 ден. ед.

Первое действие – выбираем необходимые корреспондирующие счета. Содержание хозяйственной операции заключается в удержании части заработной платы в виде налога (не выда-

ется) для последующего перечисления в бюджет, т. е. данной операцией корректируются задолженности (обязательства) фирмы перед работниками и перед бюджетом, которые учитываются на счете 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда» и счете 68 «Расчеты с бюджетом».

Второе действие – определяем, какие они – активные или пассивные.

На счетах учитывается кредиторская задолженность, т. е. источник хозяйственных средств – из пассива баланса (см. рис. 6.2) – оба счета пассивные.

Третье действие – определяем, как влияет данная хозяйственная операция на счета – увеличивает или уменьшает начальное сальдо.

В результате данной операции задолженность перед работниками уменьшается, а перед бюджетом увеличивается.

Если хозяйственная операция на уменьшение, то ее сумму записываем на противоположной стороне начального остатка, т. е. по дебету счета70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Если хозяйственная операция на увеличение, то ее сумму записываем на стороне начального остатка, т. е. по кредиту счета 68 «Расчеты с бюджетом».

Счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

Д	К
	Сн – 30
3	
Об – 3	Об – 0
	Ск – 27

Счет 68 «Расчеты с бюджетом»

Д	К
	Сн – 1
	3
Об – 0	Об – 3
	Ск – 4

В балансе эта операция отражается следующим образом (табл. 6.3).

Таблица 6.3

Бухгалтерский баланс до и после второй хозяйственной операции

Актив	Сумма		Пассив	Сумма	
	до	после		до	после
Расчетный счет (51)	99	99	Уставный капитал (80)	70	70
Касса (50)	2	2	Кредиторская задолженность:		
			перед работниками по оплате труда (70)	30	27
			перед бюджетом (68)	1	4
Баланс	101	101	Баланс	101	101

3-й вид. Хозяйственные операции, увеличивающие актив и пассив баланса на равную величину.

Третий вид имеет место, если из содержания документа явствует, что налицо факт получения средств (учредитель внес, кредит из банка получен, временно заимствованы средства у кредиторов, получены от поставщиков материалы, приняты работы или услуги, образовалась задолженность по фондам или бюджету при обязательных отчислениях). Задействован дебет активного счета и кредит пассивного.

Пример 3. Поступил на расчетный счет аванс от заказчика на 30 ден. ед.

Первое действие – выбираем необходимые корреспондирующие счета. Содержание хозяйственной операции заключается в получении аванса (денежных средств) на расчетный счет от заказчика под выполненные работы, оказанные услуги в будущем. Данная операция влияет на расчетный счет в банке и на задолженность (обязательства) фирмы перед заказчиком, т. е. корреспондируют счета 51 «Расчетный счет» и 64 «Расчеты по авансам полученным».

Второе действие – определяем, какие они – активные или пассивные.

На счете 51 учитываются денежные средства, т. е. хозяйственные средства – из актива баланса (см. рис. 6.1) – счет активный; на счете 64 учитывается кредиторская задолженность по полученным авансам, т. е. источник хозяйственных средств – из пассива баланса (см. рис. 6.2) – счет пассивный.

Третье действие – определяем, как влияет данная хозяйственная операция на счета – увеличивает или уменьшает начальное сальдо.

В результате данной операции денежных средств на счете стало больше и выросла задолженность перед заказчиком по полученному авансу.

Если операция на увеличение, то сумму хозяйственной операции записываем на стороне начального остатка, т. е. в активном счете по дебету счета 51 и в пассивном счете по кредиту счета 64.

Счет 51 «Расчетный счет»

Д	К
Сн – 99	
30	
Об – 30	Об – 0
Ск – 129	

Счет 64 «Расчеты по авансам полученным»

Д	К
	Сн – 0
	30
Об – 0	Об – 30
	Ск – 30

В балансе эта операция отражается следующим образом (табл. 6.4).

4-й вид. Хозяйственные операции, уменьшающие актив и пассив баланса на равную величину.

Этот вид имеет место, если из содержания документа явствует, что налицо факт возврата ранее полученных средств или осуществлен платеж по долгам (учредитель вышел, кредит банку возвращен, возвращены заимствованные средства кредиторам, перечислены налоги).

Пример 4. Перечислили в бюджет налоговые платежи в размере 4 ден. ед.

Таблица 6.4

Бухгалтерский баланс до и после третьей хозяйственной операции

Актив	Сумма		Пассив	Сумма	
	до	после		до	после
Расчетный счет (51)	99	129	Уставный капитал (80)	70	70
Касса (50)	2	2	Кредиторская задолженность:		
			перед работниками по оплате труда (70)	27	27
			перед бюджетом (68)	4	4
			по полученным авансам (64)	0	30
Баланс	101	131	Баланс	101	131

Первое действие – выбираем необходимые корреспондирующие счета. Содержание хозяйственной операции заключается в перечислении денежных средств с расчетного счета фирмы на счет бюджета. Данная операция влияет на счет в банке и на задолженность (обязательства) фирмы перед бюджетом, т. е. корреспондируют счета 51 «Расчетный счет» и 68 «Расчеты с бюджетом».

Второе действие – определяем, какие они – активные или пассивные.

На счете 51 учитываются денежные средства, т. е. хозяйственные средства – из актива баланса (см. рис. 6.1) – счет активный; а на счете 68 учитывается кредиторская задолженность перед бюджетом, т. е. источник хозяйственных средств – из пассива баланса (см. рис. 6.2) – счет пассивный.

Третье действие – определяем, как влияет данная хозяйственная операция на счета – увеличивает или уменьшает начальное сальдо.

В результате данной операции денежных средств на счете стало меньше и задолженность перед бюджетом уменьшилась.

Если операция на уменьшение, то сумму хозяйственной операции записываем на противоположной стороне начального остатка, т. е. в активном счете 51 – по кредиту, а в пассивном счете 68 – по дебету.

Счет 51 «Расчетный счет»

Д	К
Сн – 129	
	4
Об – 0	Об – 4
Ск – 125	

Счет 68 «Расчеты с бюджетом»

Д	К
	Сн – 4
4	
Об – 4	Об – 0
	Ск – 0

В балансе эта операция отражается следующим образом (табл. 6.5).

Таблица 6.5

Бухгалтерский баланс до и после четвертой хозяйственной операции

Актив	Сумма		Пассив	Сумма	
	до	после		до	после
Расчетный счет (51)	129	125	Уставный капитал (80)	70	70
Касса (50)	2	2	Кредиторская задолженность:		
			перед работниками по оплате труда (70)	27	27
			перед бюджетом (68)	4	0
			по полученным авансам (64)	30	30
Баланс	131	127	Баланс	131	127

Что делать, если ничего не ясно?
Выучи следующее правило!

1-й тип – корреспондируют два активных счета (А), причем один увеличивается, а второй уменьшается на равную величину: $А\uparrow; А\downarrow$

2-й тип – корреспондируют два пассивных счета (П), причем один увеличивается, а второй уменьшается на равную величину: $П\uparrow; П\downarrow$

3-й тип – корреспондируют активный и пассивный счета, которые увеличиваются на равную величину: $А\uparrow; П\uparrow$

4-й тип – корреспондируют активный и пассивный счета, которые уменьшаются на равную величину: $А\downarrow; П\downarrow$

Способы исправления ошибок в учетных регистрах

Учетные регистры – специальные формы, приспособленные для регистрации и группировки в них сведений о хозяйственных операциях.

Ошибки в бухгалтерском учете бывают *локальные* – искажение информации только в одном учетном регистре – и *транзитные* – ошибка автоматически проходит через несколько учетных регистров.

Существуют три способа исправления ошибок:

1) корректурный способ;
2) способ дополнительных проводок;
3) способ «красное сторно».

Корректурный способ применяется при локальных ошибках. Ошибочный текст или сумму зачеркивают тонкой линией и сверху ставится правильная запись. Исправление ошибки оговаривается и подтверждается.

Способ дополнительных проводок применяется при транзитных ошибках, когда правильно указана корреспонденция счетов, но приуменьшена сумма операции.

Для исправления составляют дополнительную бухгалтерскую проводку на разность между правильной и приуменьшенной суммами операции.

Способ «красное сторно» применяется при транзитных ошибках. Неправильная запись аннулируется, снимается отрицательными числами.

Отрицательные числа в бухгалтерском учете записываются:

- либо красными чернилами;
- либо обычными чернилами, но ошибочная сумма заключается в прямоугольник.

§ 6.2. Учет денежных средств

Учет кассовых операций

Порядок ведения кассовых операций в организациях Российской Федерации регламентируется постановлением ЦБ РФ, утвержденным решением Совета директоров ЦБ РФ от 22.09.93 г. № 40; указаниями ЦБ РФ «О первоочередных мерах по выполнению Указа Президента РФ от 18.08.96 г. № 1212 "О мерах по повышению собираемости налогов и других обязательных платежей и упорядочению наличного и безналичного денежного обращения"» от 12.11.96 г. № 360; письмом Департамента регулирования денежного обращения ЦБ РФ от 17.02.94 г. № 14-4/35 «О разъяснениях по применению "Порядка ведения кассовых операций в Российской Федерации"»; письмом ЦБ РФ «По вопросам упорядочения наличноденежного обращения» от 28.01.97 г. № 14-4/50; письмом ГНИ РФ от 05.02.98 г. № ВК-6-16/84 «Классификатор контрольно-кассовых машин, используемых на территории Российской Федерации».

Синтетический учет наличных денежных средств ведется на *активном балансовом счете 50 «Касса»,* к которому открывают субсчета:

1 – «Поступило» (в дополнение открывают аналитические счета по видам поступлений);

2 – «Израсходовано» (в дополнение открывают аналитические счета по видам расходов).

В соответствии с нормативными документами каждое предприятие для осуществления расчетов наличными деньгами должно иметь кассу. Помещение кассы для обеспечения необходимых условий сохранности денежных средств должно быть оборудовано и защищено в соответствии с действующим порядком. Всю полноту ответственности за создание таких условий несет руководитель организации. Сумма средств, которая может находиться в кассе, определяется лимитом, устанавливаемым банком по согласованию с организацией.

Если организация имеет несколько счетов в двух и более банках, то она по своему усмотрению может обратиться в один из них с расчетом на установление ***кассового лимита.*** После того как лимит кассового остатка установлен, организация рассылает остальным обслуживающим ее банкам уведомление об определенном ей лимите остатка кассы. Если организация не представила расчет ни в один из обслуживающих ее банков, то лимит остатка кассы считается нулевым, а денежная наличность в кассе – сверхнормативной и в обязательном порядке должна сдаваться в банк.

Лимит остатка кассы при необходимости в течение года может быть пересмотрен по обоснованной просьбе организации (в случае изменения объемов кассовых оборотов, условий сдачи выручки и т. п.), а также в соответствии с договором банковского счета.

Учет кассовых операций осуществляет кассир, который под расписку должен быть ознакомлен с правилами ведения кассовых операций. На основании заключенного договора о материальной ответственности кассир несет ответственность за сохранность средств в кассе, правильность оформления первичных кассовых документов и ведение кассовой книги.

Наличные деньги в кассу кассир принимает по ***приходному кассовому ордеру*** (ф. № КО-1), подписанному главным бухгалтером, с выдачей лицу, сдающему деньги в кассу, квитанции о приеме. Квитанция является частью приходного ордера, заполняется одновременно с ним и выдается только после получения денег кассиром.

Деньги из кассы кассир выдает по ***расходному кассовому ордеру*** (ф. № КО-2) на основании платежных ведомостей, заявлений о произведенных расходах с приложенными к ним товарными чеками, квитанциями, справками, удостоверяющими факт расходования денег и иными оправдательными документами. Приходные и расходные кассовые ордера заполняются бухгалтером собственноручно, без подчисток и исправлений.

Приходные и расходные кассовые ордера имеют раздельную нумерацию и регистрируются в ***журнале регистрации приходных и расходных кассовых документов.***

Все факты поступления и выдачи наличных денег учитываются в ***кассовой книге,*** страницы которой должны быть пронумерованы, прошнурованы, опечатаны сургучной бумагой и заверены подписями директора и главного бухгалтера. Записи в кассовой книге ведутся под копирку в двух экземплярах.

Второй экземпляр является отрывным и представляет собой ***отчет кассира,*** который ежедневно в конце рабочего дня передается в бухгалтерию с приложенными к нему приходными и расходными документами. Подчистки в кассовой книге запрещены, а исправления в ней возможны только с заверяющей подписью кассира и главного бухгалтера. В отчете кассира подсчитываются итоги прихода и расхода денежных сумм за день и определяется остаток на конец дня.

В турфирмах при условии обеспечения полной сохранности кассовых документов кассовая книга может вестись автоматизированным способом, при котором ее листы формируются в виде машинограммы «Вкладной лист кассовой книги». Одновременно с ней формируется машинограмма «Отчет кассира». Обе названные машинограммы должны составляться к началу следующего рабочего дня, иметь одинаковое содержание и включать все реквизиты, предусмотренные формой кассовой книги. Нумерация кассовой книги в этих машинограммах осуществляется автоматически в порядке возрастания с начала года.

Кассир после получения машинограмм «Вкладной лист кассовой книги» и «Отчет кассира» обязан проверить правильность составления указанных документов, подписать их и передать отчет кассира вместе с приходными и расходными кассовыми документами в бухгалтерию под расписку во вкладном листе кассовой книги.

В целях обеспечения сохранности и удобства использования машинограммы «Вкладной лист кассовой книги» в течение года хранятся кассиром отдельно за каждый месяц. По окончании календарного года (или по мере необходимости) их брошюруют в хронологическом порядке. Общее количество листов за год заверяют подписями руководителя и главного бухгалтера, и книгу опечатывают.

Согласно указанию ЦБ РФ от 07.10.98 г. № 375-У установлен предельный размер расчетов наличными деньгами в РФ между юридическими лицами в сумме 10 тыс. руб.

Для учета операций с наличной валютой к счету 50 «Касса» открывается субсчет 50-2 «Валютная касса». Поступление (выдача валюты) оформляется кассовыми приходными (расходными) ордерами в обычном порядке. Ордера выписываются в валюте платежа: долларах США, немецких марках, греческих драхмах, английских фунтах стерлингов и т. д. Операции в кассовой книге отражаются как в валюте платежа, так и в ее рублевом эквиваленте по курсу ЦБ РФ на дату совершения операции.

В кассе организации могут храниться также денежные документы: почтовые марки и марки госпошлины, вексельные марки, приобретенные железнодорожные и авиабилеты, путевки в дома отдыха и т. п.

Синтетический учет денежных документов в оценке по номинальной стоимости организуется на *активном, балансовом счете 56 «Денежные документы».*

Аналитический учет ведется по каждому их виду в книге учета денежных документов.

По указанию руководителя организации перед составлением годового отчета, не ранее 31 декабря, проводится ***инвентаризация*** средств в кассе. Порядок проведения инвентаризации денежных средств и расчетов, оформления ее результатов установлен Методическими указаниями по инвентаризации имущества и финансовых обязательств, утвержденными приказом Минфина РФ от 13.06.95 г. № 49.

Инвентаризация средств в кассе проводится комиссией, назначаемой руководителем организации. Инвентаризация оформляется актом. В результате инвентаризации средств в кассе могут быть выявлены излишки или недостача денежных средств.

Излишки средств приходуются как доход предприятия – по *дебету счета 50 и кредиту счета 80 «Прибыли и убытки»,* а ***недостача*** средств списывается с кредита счета 50 в *дебет счета 84 «Недостачи и потери от порчи ценностей»,* с которого затем списываются в *дебет субсчета 73-3 «Расчеты по возмещению материального ущерба».*

Учет денежных средств на расчетном и прочих счетах в банке

Для учета денежной наличности в банке турфирма открывает расчетный счет.

Расчетный счет – это счет юридического лица (резидента по законодательству), занимающегося коммерческой деятельностью по основной деятельности, а также счет частного предпринимателя, т. е. хозяйствующий субъект находится на полном хозяйственном расчете и составляет самостоятельный баланс.

Синтетический учет денежных средств на расчетном счете ведется на *активном балансовом счете 51 «Расчетный счет»,* к которому открывают субсчета:

1 – «Поступило» (в дополнение открывают аналитические счета по видам поступлений);

2 – «Израсходовано» (в дополнение открывают аналитические счета по видам расходов).

Сальдо по счету показывает, сколько денежных средств находится на счете в банке на определенную дату; дебетовый оборот отражает, сколько денежных средств поступило на счет за период, а кредитовый – сколько денежных средств списали со счета за период.

Порядок открытия расчетного счета регламентируется инструкцией Госбанка СССР от 1986 г. с последующими изменениями и дополнениями.

Турфирмы могут иметь неограниченное количество рублевых расчетных (текущих) счетов, по одному в каждом самостоятельно выбранном банке, и производить расчеты с любого из них.

Движение средств на расчетном счете оформляется документами, утвержденными банком, основными из которых являются:

- чек денежный и объявление на взнос наличными – при наличных расчетах;
- платежное поручение, чек расчетный, аккредитив, платежное требование-поручение – при безналичных расчетах.

Чек денежный представляется банку для снятия с расчетного счета организации указанной в чеке суммы наличных денег.

Чек выписывается от руки чернилами или шариковой ручкой, при этом фамилия, имя и отчество получателя средств и сумма пишутся с заглавной буквы, обязательно с начала строки, а свободные места в строках прочеркиваются сплошной чертой.

Чеки подписывают руководитель организации и главный (старший) бухгалтер или уполномоченные ими лица и скрепляют печатью организации.

Списание денежных средств с расчетного счета при безналичных расчетах оформляется платежным поручением, расчетным чеком.

Платежное поручение – это письменное распоряжение плательщика обслуживающему его банку о перечислении указанной суммы со своего счета на счет получателя денежных средств (поставщика, финансовых органов).

Платежи по безналичным расчетам осуществляются в соответствии с Положением о безналичных расчетах в Российской Федерации, введенным в действие с 1 июля 1992 г. Данные платежи банк осуществляет только с согласия владельца расчетного счета.

Порядок заполнения платежных поручений регламентирован письмом ЦБ РФ от 14 октября 1997 г. № 30, введенным в действие с 1 января 1998 г.

Расчетный чек – это письменное поручение владельца счета (чекодателя) своему учреждению банка о перечислении указанной в чеке суммы со своего счета на счет получателя денежных средств (чекодержателя).

Зачисление денежных средств на расчетный счет при наличных расчетах оформляется объявлением на взнос наличными.

Объявление на взнос наличными – это документ, который представляется банку при взносе наличных денег на расчетный счет. Объявление на взнос наличными заполняют в одном экземпляре, в нем обязательно указывают источник вносимых денег (выручка за реализацию турпродукта, оказанные услуги, депонированная заработная плата и др.). В подтверждение получения денег банк выдает квитанцию, которая служит оправдательным документом и основанием для составления в бухгалтерии расходного кассового ордера и списания денежных средств в кассе.

Зачисление денежных средств на расчетный счет при безналичных расчетах оформляется с помощью платежных требований-поручений.

Платежное требование-поручение – это распоряжение получателя денежных средств к банку плательщика перечислить указанную сумму со счета плательщика на счет получателя за оказанные услуги, выполненные работы, поставленные товарно-материальные ценности.

По мере совершения операций на счете банк выдает своему клиенту выписку из его расчетного счета.

Выписка из расчетного счета – это второй экземпляр лицевого счета предприятия, где показано движение денежных средств на расчетном счете.

Бухгалтер выписку сначала проверяет, т. е. проверяется наличие оправдательных документов, подтверждающих правомерность списания и зачисления средств на счет, которые прилагаются к банковской выписке; затем обрабатывает путем проставления на полях кодов счетов, корреспондирующих с расчетным счетом, и порядковых номеров первичных документов.

Проверка и обработка выписок производится в день их поступления.

Учет валютных средств

Для учета наличия и движения валютных средств организация открывает валютный счет, порядок открытия которого аналогичен порядку, изложенному при открытии расчетного счета.

Синтетический учет средств на валютном счете ведется на *активном балансовом счете 52 «Валютный счет»,* к которому открываются следующие субсчета:

1 – транзитные валютные счета;

2 – текущие валютные счета;

3 – валютные счета за рубежом.

Согласно Закону РФ «О бухгалтерском учете» бухгалтерский учет по валютным счетам ведется в рублях на основании пересчета иностранной валюты по курсу ЦБ РФ на дату совершения операции.

Согласно Положению по бухгалтерскому учету «Учет имущества и обязательств организации, стоимость которых выражена в иностранной валюте», утвержденному приказом Минфина РФ от 13.06.95 г. № 50, денежные средства, числящиеся на валютных счетах организации, подлежат пересчету в рубли по курсу, котируемому ЦБ РФ. При этом составляются бухгалтерские записи:

Дебет счета 52 «Валютный счет»
Кредит счета 90 «Прибыли и убытки»

или

Дебет счета 90 «Прибыли и убытки»
Кредит счета 52 «Валютный счет».

Если приказом по учетной политике гостиницы, турфирмы предусмотрен вариант текущего учета курсовых разниц на счете 83 «Доходы будущих периодов», субсчет «Курсовые разницы», то при этом будут иметь место следующие бухгалтерские записи:

Дебет счета 52 «Валютный счет»
Кредит счета 83 «Доходы будущих периодов», субсчет «Курсовые разницы» – положительные курсовые разницы;

Дебет счета 83 «Доходы будущих периодов», субсчет «Курсовые разницы»
Кредит счета 52 «Валютный счет» – отрицательные курсовые разницы.

Если курсовые разницы предварительно учитывались на счете 83 «Доходы будущих периодов», то по окончании года они списываются на счет 90 «Прибыли и убытки».

Зачисление курсовых разниц может осуществляться либо по мере их принятия к бухгалтерскому учету, либо единовременно в конце отчетного года.

§ 6.3. Учет основных средств

Под амортизируемым имуществом понимается имущество, которое длительное время используется в производстве и по частям, по мере износа, переносит свою стоимость на готовую продукцию. К нему относятся:

- основные средства;
- нематериальные активы.

Понятие и классификация основных средств

В соответствии с Положением по бухгалтерскому учету «Учет основных средств» (ПБУ 6/97), утвержденным приказом Минфина России от 03.09.97 г. № 65н, ***основные средства*** – материальная часть имущества организации, используемая в качестве средств труда при производстве продукции, выполнении работ или оказании услуг либо для управления организацией и не предназначенная для продажи.

С 1 января 2001 г. устанавливается только один критерий для отнесения средств труда к основным средствам – срок полезного использования, который составляет период, превышающий 12 месяцев или обычный операционный цикл, если он превышает 12 месяцев.

Срок полезного использования определяется при постановке объекта на учет и соответствует периоду времени, в течение которого данный вид основных средств способен приносить доход.

Для отдельных объектов основных средств срок полезного использования зависит от количества продукции или объема работ, ожидаемых от их использования.

Срок полезного использования определяется на основании: технических условий их эксплуатации; решений государственных органов (нормативный срок службы основных средств) или определяется организацией самостоятельно, если он отсутствует

в технических условиях либо не установлен в централизованном порядке.

Классификацию основных средств проведем по пяти классификационным признакам.

1. ***По принадлежности*** все основные средства подразделяют на собственные и арендованные.

Собственные основные средства принадлежат организации на правах собственности. Бухгалтерский учет собственных основных средств ведется на активном балансовом инвентарном одноименном счете **01.**

Арендованные основные средства – это объекты, права собственности на которые принадлежат другим юридическим лицам, но временно используются в данной организации.

Различают три вида аренды:

1) договор на текущую аренду;

2) договор на долгосрочную аренду;

3) лизинговое соглашение.

При *текущей аренде* срок аренды не превышает 12 месяцев, а права и обязанности собственника остаются за арендодателем. В бухгалтерском учете арендатора основные средства отражаются на забалансовом счете 001 «Основные средства за балансом».

При *долгосрочной аренде* срок аре́нды превышает 12 месяцев и право собственности на арендованный объект, как правило, переходит от арендодателя к арендатору по истечении срока аренды или до его окончания при условии внесения арендатором выкупной цены. В бухгалтерском учете арендатора основные средства отражаются на активном балансовом инвентарном счете 03 «Долгосрочно арендованные основные средства».

2. ***По назначению*** все основные средства подразделяют на производственные и непроизводственные.

Производственные основные средства связаны с осуществлением предпринимательской деятельности. Затраты по собственным производственным основным средствам относят на себестоимость продукции (работ, услуг).

Непроизводственные основные средства, числящиеся на балансе предприятия, непосредственно не связаны с осуществлением предпринимательской деятельности, а используются для удовлетворения культурно-бытовых нужд работников предприятия (средства жилищного, коммунального хозяйства, здравоохранения, физической культуры, социального обеспечения, народного образования, культуры).

В бухгалтерском учете этот признак имеет существенное значение, так как на себестоимость турпродукта относят амортизационные отчисления только по производственным основным средствам.

Отметим, что если основные средства «работают» в туристских организациях, услуги которых оплачиваются (платные услуги на сторону), т. е. основные средства обеспечивают получение выручки, то такие основные средства должны быть признаны *в качестве производственных*.

При определении производственного или непроизводственного характера основных средств решающими аргументами являются наличие выручки и ее отражение на счетах реализации.

Дебет счетов 20, 23, 25, 26
Кредит счета 02
} Начислена амортизация производственных основных средств за счет себестоимости продукции (работ, услуг).

Дебет счета 29
Кредит счета 02
} Начислена амортизация непроизводственных основных средств за счет затрат по содержанию непроизводственной сферы.

3. ***По признаку использования*** все основные средства подразделяют на находящиеся:

- в эксплуатации;
- на реконструкции и техническом перевооружении;
- в запасе;
- на консервации;
- в аренде.

Данная группировка используется при начислении амортизационных отчислений. По основным средствам, находящимся на реконструкции и техническом перевооружении, в запасе, на консервации, амортизационные отчисления не начисляются.

Амортизация по основным средствам, находящимся в аренде, в бухгалтерском учете отражается следующей записью:

Дебет счета 91
Кредит счета 02
} Начислен износ по основным фондам, переданным в аренду или списана амортизация основных средств, сданных в текущую аренду на внереализационные расходы.

4. ***По видам*** все основные средства подразделяют:
- на здания;
- сооружения;
- передаточные устройства;
- машины и оборудование;
- транспортные средства;
- инструмент;
- хозяйственный инвентарь;
- многолетние насаждения;
- капитальные затраты по улучшению земель;
- капитальные вложения в арендованные объекты, относящиеся к основным средствам;
- прочие основные средства.

Классификация по видам положена в основу аналитического учета основных средств.

5. ***По отраслям*** основные средства подразделяют на следующие группы: используемые в промышленности, сельском хозяйстве, строительстве, торговле, здравоохранении и т. д.

Данная группировка позволяет обеспечить учет основных средств по отраслям народного хозяйства.

Оценка основных средств

Необходимым условием правильного учета основных средств является применение единого принципа их оценки.

Различают три вида оценки основных средств:

1) первоначальную;
2) восстановительную;
3) остаточную.

В соответствии с ПБУ 6/97 объекты основных средств отражаются в бухгалтерском учете при их постановке на учет по первоначальной стоимости. Первоначальная стоимость основных средств зависит от способа их приобретения.

В настоящее время в хозяйственной практике организации всех форм собственности применяют следующие **способы (каналы) приобретения основных средств:**
- от поставщика за плату;
- от учредителя в качестве вклада в уставный капитал;
- безвозмездное поступление;
- сооружение хозяйственным способом;
- сооружение подрядным способом;
- получение по договору мены, аренды.

Первоначальная стоимость основных средств, *приобретенных за плату,* определяется как сумма фактических затрат организации на приобретение, доставку, транспортировку основных средств, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов (кроме случаев, предусмотренных законодательством Российской Федерации).

В состав фактических затрат на приобретение основных средств входят:

- суммы, уплачиваемые в соответствии с договором поставщику (продавцу);
- суммы, уплачиваемые организациям за осуществление работ по договору строительного подряда и иным договорам;
- суммы, уплачиваемые организациям за информационные и консультационные услуги, связанные с приобретением основных средств;
- регистрационные сборы, государственные пошлины и другие аналогичные платежи, произведенные в связи с приобретением (намерением) прав на объект основных средств;
- таможенные пошлины и иные платежи;
- невозмещаемые налоги, уплачиваемые в связи с приобретением объекта основных средств;
- вознаграждения, уплачиваемые посреднической организацией, через которую приобретен объект основных средств;
- иные затраты, непосредственно связанные с приобретением основных средств.

Первоначальная стоимость основных средств, внесенных учредителем в качестве вклада в уставный капитал, определяется по договоренности сторон.

Первоначальная стоимость основных средств, полученных организацией безвозмездно, определяется по рыночной стоимости на дату оприходования и подтверждается документально или экспертным путем.

Первоначальная стоимость основных средств, сооруженных хозяйственным способом, определяется как сумма фактических затрат организации на их сооружение, за исключением НДС и иных возмещаемых налогов.

Первоначальная стоимость основных средств, сооруженных подрядным способом, определяется по сметной стоимости работ.

Первоначальной стоимостью основных средств, полученных по договору мены, т. е. в обмен на другое имущество, отличное от денежных средств, признается стоимость обмениваемого

имущества, по которой оно было отражено в бухгалтерском балансе.

Первоначальная стоимость основных средств, полученных для осуществления совместной деятельности или по финансовому лизингу, определяется исходя из стоимости, предусмотренной в договоре о совместной деятельности или финансового лизинга, без НДС, за исключением организаций малого бизнеса.

Восстановительная стоимость основных средств – стоимость воспроизводства объекта основных средств в современных экономических условиях. По восстановительной стоимости основные средства оцениваются в результате их переоценки.

Согласно ПБУ 6/97 организация имеет право не чаще одного раза в год (на начало отчетного года) переоценивать объекты основных средств по восстановительной стоимости путем индексации или прямого пересчета по документально подтвержденным рыночным ценам с отнесением возникающих разниц на добавочный капитал организации, если иное не установлено законодательством Российской Федерации.

Переоценка производится:

- путем индексации балансовой стоимости отдельных объектов с применением индексов изменения стоимости основных фондов, дифференцированных по типам зданий и сооружений, видам машин и оборудования, транспортных средств и других основных фондов, по регионам, периодам изготовления (приобретения);
- путем прямого пересчета стоимости отдельных объектов основных фондов по документально подтвержденным рыночным ценам на них.

Результаты переоценки балансовой стоимости основных средств отражаются в бухгалтерской и статистической отчетности, начиная с квартала, следующего за кварталом, в котором завершена переоценка основных средств, и учитываются при начислении амортизационных отчислений и налогообложении.

Прирост стоимости внеоборотных активов по результатам их переоценки отражается по кредиту счета 83 «Добавочный капитал» в корреспонденции с дебетом счета 01.

Под остаточной стоимостью основных средств понимается разница между первоначальной (восстановительной) стоимостью основных средств и суммой начисленного износа. По остаточной стоимости основные средства отражаются в I разделе бухгалтерского баланса.

Учет капитальных вложений

Специфика воспроизводства основных средств обусловливает формирование особого хозяйственного процесса, который называется «долгосрочные инвестиции», или «капитальные вложения».

Под ***капитальными вложениями*** понимают вложения денежных средств в строительство или приобретение новых внеоборотных активов, в том числе и новых основных средств, а также реконструкцию действующих или их техническое перевооружение и модернизацию.

Расход денежных средств на капитальные вложения означает их отвлечение (иммобилизацию) в имущество длительного пользования, т. е. изъятие из оборота на долгие годы. Поэтому на капитальные вложения необходимо использовать средства продуманно, специально изыскивая источники их финансирования.

Источники финансирования капитальных вложений подразделяются на собственные и привлеченные.

К ***собственным*** (внутренним) ***источникам*** относят:

- фонд накопления;
- амортизационный фонд;
- чистую прибыль;
- нераспределенную прибыль.

Фонды накопления – средства нераспределенной прибыли, зарезервированные и уже направленные в качестве финансового обеспечения производственного развития организации.

В остатках данного фонда одновременно представлены часть чистой прибыли, зарезервированной (еще не использованной) на финансирование капитальных вложений, которая учитывается на счете 84, субсчет 3 «Фонд накопления образованный», и часть чистой прибыли, уже направленной (использованной) на финансирование инвестиций в основные фонды, которая учитывается на счете 84, субсчет 3 «Фонд накопления использованный».

Сумма амортизации основных средств как источника капитальных вложений определяется расчетно как величина кредитового оборота по счету 02 за данный отчетный период в корреспонденции с дебетом счетов затрат на производство и с дебетом счета 91 в части основных средств, переданных в аренду. Суммы созданных источников при их использовании отражению в бухгалтерском учете не подлежат. В связи с этим бухгал-

теру необходимо иметь расшифровку сумм наличия, образования и использования амортизационного фонда и фонда накопления по их видам и составу.

По мере использования средств на приобретение основных фондов и осуществление других капитальных вложений сверх начисленного износа по основным производственным средствам применяется внутренняя корреспонденция по субсчету «Фонды накопления».

Учет капитальных вложений осуществляется с использованием двух активных специальных балансовых калькуляционных счетов: 07 «Оборудование к установке» и 08 «Вложения во внеоборотные активы», в зависимости от того, требует ли поступившее на склад оборудование монтажа или нет.

Учет основных средств, приобретенных за плату.

В бухгалтерском учете приобретение основных средств отражается по дебету калькуляционного счета 08 «Вложения во внеоборотные активы», субсчет «Приобретение объектов основных средств», по первоначальной стоимости (сумме фактических затрат, связанных с приобретением основных средств).

1) Дебет счета 08-4
Кредит счета 60
} Акцептован счет (принят к оплате) поставщика (продавца) в связи с приобретением объекта основных средств в соответствии с договором купли-продажи по первоначальной стоимости (сумме фактических затрат без НДС).

Акцепт – согласие плательщика на оплату.

2) Дебет счета 19-5, субсчет «НДС при начислении капитальных вложений»
Кредит счета 60 (76)
} Учтен вступительный НДС, выделенный в счетах-фактурах поставщика.

НДС является возмещаемым налогом, т. е. уплате в бюджет подлежит разница между начисленным и вступительным НДС.

Начисленный НДС удерживается организацией (нами) с покупателей товаров (работ, услуг) и затем перечисляется в бюджет (оплачивается нашими покупателями!), учитывается на счете 68.

Вступительный НДС, или ***НДС по приобретенным ценностям,*** оплачивается организацией (мы оплачиваем!) при приоб-

ретении товаров (работ, услуг), учитывается на активном балансовом одноименном счете 19.

3) Дебет счета 08-4
Кредит счета 76 (60)
} Приняты к оплате счета за информационные и консультационные услуги, услуги, связанные с приобретением основных средств; или принят к оплате счет посреднической организации (начислено вознаграждение посреднической организации), через которую приобретен объект основных средств.

4,а) Дебет счета 08-4
Кредит счета 67 (68)
} Начислены суммы невозмещаемых налогов, уплачиваемых в связи с приобретением основных средств (налог на приобретение автотранспортных средств и др.); приняты к уплате регистрационные сборы, государственная пошлина и другие аналогичные платежи, связанные с приобретением денежных средств.

4,б) Дебет счета 08
Кредит счета 68
} Приняты к оплате таможенные пошлины.

При принятии основных средств на учет на основании акта приемки делается следующая бухгалтерская запись:

5) Дебет счета 01
Кредит счета 08-4
} Принят на баланс объект основных средств в сумме фактических затрат (по первоначальной стоимости).

6) Дебет счетов 60, 76
Кредит счета 51
} Оплачен счет поставщика.

7,а) Дебет счета 68
Кредит счета 19-5
} НДС по приобретенным основным средствам производственного назначения относится на возмещение бюджетом.

Согласно Федеральному закону от 01.04.96 г. № 25-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон РФ "О налоге на добавленную стоимость"» суммы налога, уплаченные при приобретении основных средств, в полном объеме вычитаются из сумм налога, подлежащих взносу в бюджет, в момент принятия

на учет производственных основных средств при выполнении следующих условий:

- приобретаемый объект имеет производственное назначение;
- оплачен счет поставщика;
- имеется в наличии счет-фактура;
- организация осуществляет деятельность, облагаемую НДС, т. е. по кредиту счета 68, по субсчету «Расчеты по НДС», отражены суммы начисленного НДС.

Таким образом, НДС, уплаченный при приобретении основных средств производственного назначения, списывается в течение 6 месяцев в уменьшение задолженности бюджету.

НДС, уплаченный при приобретении основных средств непроизводственного назначения и легковых автомобилей, а также при оплате аренды недвижимого имущества, право аренды по которому не зарегистрировано, погашается за счет собственных источников финансирования.

7,б) Дебет счета 84
Кредит счета 19

Суммы НДС, не возмещенные из бюджета, по отдельным объектам основных средств покрываются за счет прибыли, остающейся в распоряжении организации.

Делаем внутреннюю запись по субсчету 84-3 «Фонды накопления»:

Дебет счета 84-3 – «Фонд накопления образованный»;
Кредит счета 84-3 – «Фонд накопления использованный».

Вступительный НДС при осуществлении не облагаемой НДС деятельности включается в первоначальную стоимость объекта и относится на издержки производства и обращения.

При осуществлении нескольких видов деятельности с разным режимом налогообложения вступительный НДС распределяется пропорционально выручке от реализации, полученной по каждому виду деятельности.

Учет основных средств, поступивших от учредителя в счет вклада в уставный капитал.

Размер вклада указывается в учредительных документах. При передаче основных средств приводятся их перечень, первоначальная стоимость, износ, цена соглашения, по которой они вносятся в уставный капитал. В бухгалтерском учете вклад

в уставный капитал основных средств отражается следующими записями:

1) Дебет счета 75 / Кредит счета 80 — Отражен в учредительных документах размер уставного капитала.

2) Дебет счета 08 / Кредит счета 75 — Учредитель внес вклад в уставный капитал в виде объекта основных средств.

3) Дебет счета 08 / Кредит счета 76 — Расходы по доставке и установке основных средств, полученных в качестве вклада в уставный капитал (несет принимающая сторона).

4) Дебет счета 08 / Кредит счетов 67, 68 — Начислены невозмещаемые налоги, оплачиваемые при приобретении основных средств.

5) Дебет счета 01 / Кредит счета 08 — Принят на учет объект основных средств, внесенный учредителем в счет вклада в уставный капитал.

Учет безвозмездно полученных основных средств.

Первоначальная стоимость основных средств, полученных организацией безвозмездно, определяется по рыночной стоимости на дату оприходования.

1) Дебет счета 08 / Кредит счета 98 — Оприходован безвозмездно полученный объект основных средств.

2) Дебет счета 08 / Кредит счета 76 (60) — Учтены расходы по доставке объекта и иные затраты по доведению его до состояния, в котором он пригоден к использованию.

3) Дебет счета 01 / Кредит счета 08 — Принят на баланс объект основных средств по рыночной стоимости объекта.

4) Дебет счетов 20, 44 / Кредит счета 02 — Начислена амортизация по безвозмездно полученным основным средствам.

5) Дебет счета 98 / Кредит счета 91 — Включена стоимость безвозмездно полученных основных средств в состав внереализационных доходов в сумме начисленной по ним амортизации.

В соответствии с Законом РФ от 27.12.91 г. № 2116-1 «О налоге на прибыль предприятий и организаций» (п. 6 ст. 2) в состав внереализационных доходов, подлежащих налогообложению, включаются суммы средств, полученные безвозмездно от других предприятий при отсутствии совместной деятельности. Налогообложение средств, полученных безвозмездно от физических лиц, согласно указанному Закону не предусмотрено. Поэтому в целях налогообложения стоимость безвозмездно полученных активов включается в состав налогооблагаемой прибыли, что отражается по строке 4.5 Справки о порядке определения данных, отражаемых по строке 1 «Расчеты налога от фактической прибыли».

Плательщиком же налога на добавленную стоимость при безвозмездной передаче нематериальных активов будет передающая сторона.

Учет сооруженных основных средств.

Возможны два способа возведения основных средств: хозяйственный и подрядный.

При сооружении основных средств ***подрядным способом*** строительные работы по возведению объекта выполняются другими сторонними организациями.

Фактические затраты в бухгалтерском учете собираются на счете 08-3 «Строительство отдельных объектов основных средств» вместе с суммами НДС:

Дебет счета 08-3
Кредит счета 60
} Приняты к оплате счета подрядчика за выполненные строительные работы по договору строительного подряда и иным договорам.

При сооружении основных средств ***хозяйственным способом*** строительные работы по возведению объекта выполняются собственными силами.

Согласно Инструкции Госналогслужбы РФ от 11.10.95 г. № 39 работы, выполненные хозяйственным способом, облагаются налогом по мере выполнения и отнесения их на счет 08-3. В бухгалтерском учете данные операции отражают следующими записями:

1) Дебет счета 08-3
Кредит счетов 02, 10, 50, 51, 69, 70 и др.
} Отражены фактические затраты по строительству объектов основных средств, осуществляемому хозяйственным способом.

2) Дебет счета 08-3 } Начислены НДС на затраты
Кредит счета 68 } при хозяйственном способе.

3) Дебет счета 91 } Списаны расходы по строительству
Кредит счета 08-3 } хозяйственным способом при вводе объекта основных средств в эксплуатацию.

4) Дебет счета 01 } Принят к бухгалтерскому учету объект
Кредит счета 91 } основных средств, построенный хозяйственным способом, в сумме фактических затрат.

Учет основных средств, поступивших по договору текущей аренды.

Арендная плата за основные средства, используемые в производственной деятельности по договору текущей аренды, включается организацией-арендатором в себестоимость туристского продукта и облагается НДС.

В бухгалтерском учете арендатора делаются следующие записи:

1) Дебет счетов 26, 44 } Начислена арендная плата
Дебет счета 19 } за отчетный период.
Кредит счета 76 }

2) Дебет счета 76 } Оплачен счет арендодателя.
Кредит счета 51 }

Амортизация основных средств

Для учета амортизации основных средств, накопленной за время эксплуатации объектов основных средств, используется пассивный счет 02 «Амортизация основных средств», к которому открываются два субсчета:

1 – «Амортизация собственных основных средств»;

2 – «Амортизация долгосрочно арендуемых основных средств».

В ПБУ 6/97 понятие «износ основных средств» заменено на понятие «начисленная амортизация».

Необходимо отметить, что показатели износа и амортизации основных средств различаются по своему экономическому содержанию.

Износ – «качественный» стоимостной показатель снижения стоимости основных средств. При переоценке изменяется величина износа, а не амортизации.

Амортизация – это процесс по переносу стоимости объектов основных средств на себестоимость продукции (работ, услуг) либо на счета учета других источников (непосредственно на счет прибылей и убытков).

Амортизация – «количественный» показатель, представляет собой накопление денежных средств для приобретения новых основных средств путем включения амортизационных отчислений в издержки производства.

Особенность учета амортизации основных средств как источника финансирования капитальных вложений заключается в том, что в новом Плане счетов не выделен специальный счет, на котором бы аккумулировались средства данного источника.

Амортизация основных средств как источник финансирования капитальных вложений отражается кредитовым оборотом счета 02 «Амортизация основных средств» за данный отчетный период с дебетом соответствующих счетов издержек производства.

Средства амортизационных отчислений поступают в составе выручки от реализации продукции (работ, услуг) на расчетный счет организации.

В соответствии с ПБУ 6/97 начисление амортизации основных средств производится с учетом следующих факторов:

- амортизируемой стоимости;
- срока полезного использования каждого вида основных средств;
- способа начисления амортизации.

Амортизируемая стоимость определяется вычитанием из первоначальной стоимости ликвидационной стоимости.

С выходом ПБУ 6/97 организации имеют право использовать следующие **способы начисления амортизации:**

1) линейный способ;

2) способ уменьшаемого остатка;

3) кумулятивный способ – списание стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования;

4) способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг).

Линейный способ – традиционный способ, состоит в равномерном начислении амортизации в течение срока полезного использования объекта.

Амортизация начисляется исходя из первоначальной стоимости объекта основных средств и нормы амортизации, определенной (исчисленной) от срока полезного использования этого объекта основных средств.

Все основные средства, введенные в эксплуатацию до 1 января 1998 г., могут амортизироваться только линейным способом.

Начисление амортизации по основным средствам производственного назначения линейным способом может производиться:

- по стандартным нормам;
- с применением понижающего коэффициента;
- с применением механизма ускоренной амортизации.

Правительством РФ установлена предельная величина понижающего коэффициента в размере 0,5 к норме амортизационных отчислений.

Механизм ускоренной амортизации применяется по активной части основных средств по перечню высокотехнологических отраслей и эффективных видов машин и оборудования, который устанавливается федеральными органами исполнительной власти (основание: п. 7 постановления Правительства РФ от 19.08.94 г. № 967).

Амортизационные отчисления, начисленные ускоренным методом, должны использоваться строго по целевому назначению.

При введении механизма ускоренной амортизации организация применяет равномерный (линейный) метод ее начисления, при этом годовая норма амортизационных отчислений по соответствующему объекту увеличивается, но не более чем в два раза.

Способ уменьшаемого остатка – при этом способе годовая сумма начисления амортизационных отчислений определяется исходя из остаточной стоимости объекта основных средств на начало отчетного года и нормы амортизации, исчисленной исходя из срока полезного использования данного объекта при постановке его на учет.

Пример. Допустим, что первоначальная стоимость объекта – 100 тыс. руб. Срок полезного использования – 5 лет, т. е. ежегодно должна амортизироваться 1/5 стоимости объекта.

Определяем годовую норму амортизации. Годовая норма амортизации – 1/5 от 100 %, т. е. 20 % (табл. 6.5).

Таблица 6.5

Начисление амортизации по способу уменьшаемого остатка

Период	Годовая сумма амортизации, тыс. руб.	Накопленные амортизационные отчисления, тыс. руб.	Остаточная стоимость, тыс. руб.
В первый год	100 × 20 % = 20	20	80
Во второй год	80 × 20 % = 16	36	64
И т. д.			

Следует отметить, что применение этого способа не позволяет начислить полную амортизацию стоимости объекта основных средств в установленный срок. Необходимо применять повышающий коэффициент. В международной практике применяется любая увеличенная твердая ставка, чаще всего – удвоенная норма амортизации по сравнению с нормальной (2 × 20 % = 40 %).

Но применение повышающего коэффициента не предусмотрено ПБУ 6/97 (национальным стандартом).

Отметим, что ни в одной стране, в том числе и в странах с развитой рыночной экономикой, международные стандарты учета в полном объеме не применяются.

Кумулятивный способ – способ списания стоимости по сумме чисел лет срока полезного использования. Способ предусматривает, что годовая сумма начисления амортизационных отчислений определяется умножением первоначальной стоимости объекта основных средств на годовое соотношение, т. е. исчисляется коэффициент, где в числителе – число лет, остающихся до конца срока службы объекта, а в знаменателе – сумма чисел лет срока службы объекта (кумулятивное число).

Пример. Допустим, первоначальная стоимость объекта – 150 тыс. руб. Полезный срок службы – 5 лет.

Кумулятивное число числа 5 составляет 15 (1 + 2 + 3 + 4 + 5). Амортизация начисляется следующим образом (табл. 6.6).

Указанные способы применяются для расчета годовой суммы амортизации, при определении которой ее 1/12 ежемесячно отражается по кредиту счета 02 «Амортизация основных средств».

Способ списания стоимости пропорционально объему продукции (работ, услуг). Способ предусматривает, что еже-

Таблица 6.6

Начисление амортизации по кумулятивному способу

Период	Годовая сумма амортизации, тыс. руб.	Накопленные амортизационные отчисления, тыс. руб.	Остаточная стоимость, тыс. руб.
Конец 1-го года	150 × 5/15 = 50	50	100
Конец 2-го года	150 × 4/15 = 40	90	60
Конец 3-го года	150 × 3/15 = 30	120	30
Конец 4-го года	150 × 2/15 = 20	140	10
Конец 5-го года	150 × 1/15 = 10	150	0

годная сумма амортизации определяется путем умножения процента, исчисленного при постановке на учет данного объекта как отношение его первоначальной стоимости к предполагаемому объему выпуска продукции (работ, услуг) за срок его полезного использования, на показатель фактически выполненного объема продукции (работ, услуг) за данный отчетный период.

Применение одного из способов по группе однородных объектов основных средств производится в течение всего срока их полезного использования.

При принятии решения о выборе способа начисления амортизации необходимо учитывать, что в соответствии с Положением о составе затрат в себестоимость продукции включаются амортизационные отчисления, рассчитанные линейным способом по единым нормам.

Таким образом, при определении налогооблагаемой прибыли основные средства амортизируют линейным способом по единым нормам.

Амортизационные отчисления по объекту основных средств производятся с первого месяца, следующего за месяцем принятия этого объекта на бухгалтерский учет, и начисляются до полного погашения стоимости этого объекта либо списания его с бухгалтерского учета в связи с прекращением права собственности или иного вещного права.

Для малых организаций предусмотрено дополнительное списание стоимости основных средств, которое обеспечивает

формирование дополнительных финансовых ресурсов в размере 50 % стоимости основных средств, срок службы которых более 3 лет.

ПБУ 6/97 определило **объекты, по которым амортизация не начисляется** (их перечень необходимо отразить в учетной политике организации):

- основные средства, полученные безвозмездно в процессе приватизации;
- жилищный фонд;
- объекты внешнего благоустройства и другие аналогичные объекты лесного хозяйства, дорожного хозяйства;
- специальные сооружения судоходной обстановки;
- продуктивный скот;
- многолетние насаждения, не достигшие эксплуатационного возраста;
- приобретенные издания;
- земельные участки;
- объекты природопользования;
- основные средства, приобретенные с использованием бюджетных ассигнований.

Аналитический учет основных средств

Аналитический учет основных средств по местам эксплуатации и использования организуется по инвентарным объектам. Инвентарным является объект со всеми приспособлениями и принадлежностями, или отдельный конструктивно обособленный предмет, предназначенный для выполнения самостоятельных функций, или же обособленный комплекс конструктивно сочлененных предметов, представляющих собой единое целое и предназначенных для выполнения определенной работы. Если у одного объекта несколько частей имеют разный срок полезного использования, то каждая такая часть учитывается как самостоятельный инвентарный объект.

Каждому инвентарному объекту присваивается инвентарный номер, который сохраняется за объектом в течение всего срока службы. Аналитический учет основных средств организуется на инвентарных карточках учета основных средств (форма № ОС-6, утвержденная в 1997 г.) или в книгах, основными реквизитами которых являются: наименование объекта, его инвентарный номер, техническая характеристика, дата ввода в экс-

плуатацию, норма амортизации на полное восстановление, сумма начисленного износа, место нахождения (эксплуатации), срок полезного использования.

§ 6.4. Учет нематериальных активов

Определение и классификация нематериальных активов

Нематериальные активы – это объекты долгосрочного пользования (более одного года), не имеющие материально-вещественного содержания (физической субстанции), но имеющие стоимостную оценку и приносящие доход, размер которого определяется с высокой степенью неопределенности.

Особенностью стоимостной оценки нематериальных активов организации является то, что они имеют реальную ценность не благодаря их материальным носителям, а в силу правовой защищенности условий их использования.

Бухгалтерский учет наличия и движения объектов нематериальных активов ведется на активном балансовом одноименном счете 04.

Нематериальные активы должны отвечать следующим требованиям:

- непосредственно использоваться в основной деятельности организации и приносить доход;
- иметь документальное подтверждение затрат, связанных с их приобретением (созданием);
- право организации на владение данными нематериальными правами должно быть подтверждено соответствующим документом (патентом, лицензией, договором), оформленным в соответствии с законодательством.

Для учета нематериальных активов большое значение имеет соблюдение порядка оформления передачи организации прав на их использование. Например, согласно ст. 1027 и 1028 Гражданского кодекса РФ передача в пользование прав на фирменное наименование, коммерческое обозначение правообладателя, на охраняемую коммерческую информацию и другие объекты исключительных прав (товарный знак, знак обслуживания и т. д.) по договору коммерческой концессии (франчайзинг) предусматривает обязательную регистрацию договора органом регистрации правообладателя.

Франчайзинг – предоставление крупной «родительской» компанией кому-нибудь лицензии (франшизы) на производство товаров или услуг под фирменной маркой этой компании (обычно на фиксированный период и на ограниченной территории).

Виды нематериальных активов:

1. ***Объекты интеллектуальной собственности,*** регулируемые патентными и авторскими правами, оформляются и передаются на основе лицензионных и авторских договоров. К таким активам относятся:
   - патенты на изобретение;
   - промышленные образцы;
   - селекционные достижения;
   - свидетельства на полезные модели;
   - фирменные наименования;
   - товарные знаки;
   - ноу-хау – коммерческие, технологические, финансовые и организационные секреты;
   - знаки обслуживания – обозначения, позволяющие различать однородные услуги юридических и физических лиц;
   - программы для ЭВМ;
   - базы данных;
   - технологии интегральных микросхем;
   - авторские права на произведения науки, литературы, искусства.
2. ***Права пользования природными ресурсами,*** земельными участками, недрами.
3. ***Отложенные затраты*** – организационные расходы и расходы на НИОКР (научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы). Организационные расходы – расходы организации в период ее создания до момента регистрации.
4. ***Цена фирмы*** – деловая репутация фирмы (гудвилл) – разница между покупной и оценочной стоимостью имущества, т. е. разница между стоимостью фирмы как единого целостного имущественно-финансового комплекса, имеющего определенную репутацию, и балансовой стоимостью имущества этой фирмы.

Различают два вида оценки нематериальных активов:
- первоначальную;
- остаточную.

В бухгалтерском учете нематериальные активы при их постановке на учет отражаются по первоначальной стоимости,

которая зависит от способа приобретения и определяется аналогично первоначальной стоимости основных средств.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **приобретенных за плату,** определяется как сумма фактических затрат организации на приобретение объекта за исключением НДС и иных возмещаемых налогов.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **внесенных учредителем в качестве вклада в уставный капитал,** определяется по договоренности сторон.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **полученных** организацией **безвозмездно,** определяется по рыночной стоимости на дату оприходования и подтверждается документально или экспертным путем.

Первоначальная стоимость нематериальных активов, **созданных на данном предприятии,** определяется как сумма фактических затрат на их создание за исключением НДС и иных возмещаемых налогов.

Первоначальной стоимостью нематериальных активов, **полученных по договору мены,** т. е. в обмен на другое имущество, отличное от денежных средств, признается стоимость обмениваемого имущества, по которой оно было отражено в бухгалтерском балансе.

Под ***остаточной стоимостью*** нематериальных активов понимается разница между их первоначальной стоимостью и суммой начисленного износа. По остаточной стоимости нематериальные активы отражаются в разделе I бухгалтерского баланса.

Бухгалтерский учет поступления нематериальных активов

Учет нематериальных активов, приобретенных за плату.

В бухгалтерском учете приобретение нематериальных активов (НМА) отражается по дебету калькуляционного счета 08 «Капитальные вложения», субсчет «Приобретение отдельных объектов НМА», по первоначальной стоимости:

1) Дебет счета 08-4
   Кредит счета 60
   } Акцептован счет поставщика в связи с приобретением НМА.

2) Дебет счета 19-5, субсчет «НДС при начислении капитальных вложений»
   Кредит счета 60 (76)
   } Учтен вступительный НДС, выделенный в счетах-фактурах поставщика.

3) Дебет счета 08
Кредит счета 76 (60)
} Приняты к оплате счета за информационные и консультационные услуги, услуги, связанные с приобретением НМА.

4) Дебет счета 04
Кредит счета 08
} Принят на баланс объект НМА по сумме фактических затрат (по первоначальной стоимости).

5) Дебет счета 60 (76)
Кредит счета 51
} Оплатили счет поставщика.

6,а) Дебет счета 68
Кредит счета 19-5
} НДС по приобретенным НМА производственного назначения относится на возмещение бюджетом.

Проводка 6,а) осуществляется при выполнении следующих условий:

- приобретаемый объект имеет производственное назначение;
- оплачен счет поставщика;
- имеется в наличии счет-фактура;
- предприятие осуществляет деятельность, облагаемую НДС, т. е. по кредиту счета 68, субсчет «Расчеты по НДС», отражены суммы начисленного НДС.

6,б) НДС, уплаченный при приобретении НМА непроизводственного назначения, погашается за счет собственных источников финансирования.

Дебет счета 84
Кредит счета 19
} Суммы НДС, не возмещенные из бюджета по отдельным объектам НМА, покрывается за счет прибыли, остающейся в распоряжении организации.

Делаем внутреннюю запись по субсчету 88-3 «Фонды накопления»:

Дебет счета 84-3 – «Фонд накопления образованный»;
Кредит счета 84-3 – «Фонд накопления использованный».

Учет созданных нематериальных активов.

В бухгалтерском учете данные операции отражают следующими записями:

1) Дебет счета 08-3
Кредит счетов 02, 10, 50, 51, 69, 70 и др.
} Отражены фактические затраты по созданию НМА.

2) Дебет счета 08-3 } Начислен НДС на затраты
Кредит счета 68 } по созданию НМА.

3) Дебет счета 91 } Списаны расходы по созданию
Кредит счета 08-3 } объекта НМА при вводе
его в эксплуатацию.

4) Дебет счета 04 } Принят к бухгалтерскому учету
Кредит счета 91 } объект НМА.

Учет НМА, поступивших от учредителя в счет вклада в уставный капитал.

1) Дебет счета 75 } Отражен в учредительных документах
Кредит счета 80 } размер уставного капитала.

2) Дебет счета 08 } Учредитель внес вклад в уставный
Кредит счета 75 } капитал в виде НМА.

3) Дебет счета 08 } Расходы по доведению объекта
Кредит счета 76 } до состояния использования
(несет принимающая сторона).

4) Дебет счета 08 } Начислены невозмещаемые налоги,
Кредит счета 68 } оплачиваемые при приобретении НМА.

5) Дебет счета 04 } Принят на учет НМА, внесенный
Кредит счета 08 } учредителем в счет вклада в уставный
капитал.

Учет безвозмездно полученных НМА.

1) Дебет счета 08 } Оприходован безвозмездно
Кредит счета 98 } полученный НМА.

2) Дебет счета 08 } Учтены расходы по
Кредит счета 76 (60) } доведению его до состояния,
в котором он пригоден
к использованию.

3) Дебет счета 04 } Принят на баланс НМА
Кредит счета 08 } по рыночной стоимости объекта.

4) Дебет счетов 20, 44 } Начислена амортизация по безвоз-
Кредит счета 05 } мездно полученным НМА.

5) Дебет счета 98 } Включена стоимость безвозмездно
Кредит счета 91 } полученных НМА в состав внереализационных доходов в сумме начисленной по ним амортизации.

В соответствии с Законом РФ от 27.12.91 г. № 2116-1 «О налоге на прибыль предприятий и организаций» (п. 6 ст. 2) в состав внереализационных доходов, подлежащих налогообложению, включаются суммы средств, полученные безвозмездно от других предприятий при отсутствии совместной деятельности.

Налогообложение средств, полученных безвозмездно от физических лиц, согласно указанному закону не предусмотрено. Поэтому в целях налогообложения стоимость безвозмездно полученных нематериальных активов включается в состав налогооблагаемой прибыли, что отражается по строке 4.5 Справки о порядке определения данных, отражаемых по строке 1 «Расчеты налога от фактической прибыли».

Плательщиком же налога на добавленную стоимость при безвозмездной передаче нематериальных активов будет передающая сторона.

При постановке нематериального актива на баланс заполняется ***карточка учета нематериальных активов*** (форма № НМА-1), утвержденная постановлением Госкомстата России от 30.10.97 г. № 71а «Об утверждении унифицированных форм первичной учетной документации по учету труда и его оплате, основных средств и нематериальных активов, материалов, малоценных и быстроизнашивающихся предметов, работ в капитальном строительстве».

В карточке учета нематериальных активов указываются все основные показатели и характеристики принимаемого на учет объекта.

Амортизация нематериальных активов

По начислению амортизации все нематериальные активы условно подразделяют на три группы:

1) нематериальные активы, которые амортизируют с использованием счета 05;

2) нематериальные активы, которые амортизируют по кредиту счета 04;

3) нематериальные активы, по которым амортизация не начисляется.

Первая группа – нематериальные активы, стоимость которых погашается путем включения амортизационных отчислений в себестоимость продукции (работ, услуг) **с использованием счета 05** «Амортизация НМА».

Обязательным условием начисления амортизации по нематериальному активу является его принадлежность организации на правах собственности.

Дебет счетов 20, 23, 25, 26, 44
Кредит счета 05
} Начислена амортизация по НМА, используемым в рамках уставной деятельности фирмы за счет себестоимости продукции (работ, услуг).

Дебет счета 91
Кредит счета 05
} Начислена амортизация по НМА, используемым вне рамок уставной деятельности фирмы за счет прибыли.

Вторая группа нематериальных активов появилась с 1 января 1995 г. после введения нового Плана счетов, утвержденного приказом Минфина России от 28.12.94 г. № 173.

В комментариях к счету 04 «Нематериальные активы» выделены объекты, по которым начисленные суммы амортизационных отчислений списываются **непосредственно в кредит счета 04** без использования счета 05 «Амортизация нематериальных активов».

Так амортизируют объект нематериальных активов – «Цена фирмы».

В соответствии с п. 3 письма Минфина России от 23.12.92 г. № 117 «Об отражении в бухгалтерском учете и отчетности операций, связанных с приватизацией предприятий» цена фирмы в течение 10 лет, но не более срока деятельности предприятия, переносится ежемесячно на издержки производства путем отражения соответствующих сумм по дебету счетов затрат на производство и кредиту счета 04, субсчет «Разница между покупной ценой и оценочной стоимостью имущества».

Дебет счета 20 (44)
Кредит счета 04
} Начислена амортизация по объекту НМА – «Деловая репутация организации».

Третья группа – нематериальные активы, по которым амортизация не начисляется. В международной практике **не аморти-**

зируют объекты, чья стоимость с течением времени не падает, а также объекты, приносящие прибыль, которая с течением времени не уменьшается.

В отечественной практике к данной группе нематериальных активов в соответствии с п. 4.23.1 приказа Минфина России от 12.11.96 г. № 97 относятся расходы по созданию организаций, признанные в соответствии с учредительными документами вкладом учредителей в уставный капитал.

К организационным расходам относятся расходы: на получение специального разрешения по осуществлению в соответствии с законодательством отдельных видов деятельности; оплату услуг консультантов; подготовку документации; регистрационные сборы и т. д. В составе нематериальных активов эти расходы принимаются только по вновь созданным организациям. Организационные расходы должны быть признаны учредительными документами в качестве вклада в уставный капитал.

В соответствии с п. 4.23.1 приказа Минфина России от 12.11.96 г. № 97 к группе неамортизируемых нематериальных активов относятся также товарные знаки и знаки обслуживания. Не амортизируется и такой вид нематериальных активов, как право пользования квартирой.

Положением от 29.07.98 г. № 34н предусмотрено погашение стоимости амортизируемых нематериальных активов с использованием следующих способов:

1) пропорционально объему продукции (работ, услуг);

2) исходя из норм, исчисленных организацией на основе срока их полезного использования (линейный способ).

Из-за отсутствия каких-либо стандартных норм организации самостоятельно определяют срок полезного использования, например исходя из времени, обусловленного договором.

Срок договора берется за основу расчета норм амортизации по данному виду нематериальных активов. Срок полезного использования нематериального актива может также определяться исходя из срока, в котором нематериальный актив приносит прибыль.

По объектам, срок полезного использования которых установить трудно или невозможно, годовая норма амортизации определяется в расчете на 20 лет (т. е. 5 % в год), но не более срока деятельности организации.

§ 6.5. Учет материально-производственных запасов

Порядок учета и оценки материальных ценностей определен Положением № 34 и Положением по бухгалтерскому учету «Учет материально-производственных запасов» (ПБУ 5/98), утвержденным приказом Минфина России от 15.06.98 г. № 25-н (введен в действие с 1 января 1999 г.).

При введении нового плана счетов бухгалтерского учета отказались от выделения в российской системе бухгалтерского учета такого объекта учета, как малоценные и быстроизнашивающиеся предметы.

Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы (МБП) включают:

- предметы стоимостью до 100 МРОТ (минимальный размер оплаты труда) за единицу на дату приобретения независимо от срока их службы;
- предметы, служащие менее одного года, независимо от их стоимости;
- специальную одежду, специальную обувь, а также постельные принадлежности независимо от их стоимости и срока службы;
- предметы, предназначенные для выдачи на прокат, независимо от их стоимости;
- форменную одежду (униформу), предназначенную для выдачи работникам. Форменная одежда выдается персоналу (швейцарам, лифтерам, гардеробщикам, портье, сотрудникам службы обслуживания, службы приема и размещения и т. п.) на срок ее службы с последующим возвратом для ее списания.

В соответствии с этим решением не будет специальных счетов 12 «Малоценные и быстроизнашивающиеся предметы» и 13 «Износ малоценных и быстроизнашивающихся предметов».

По новым правилам предмет со сроком полезного использования, превышающим 12 месяцев, учитывается в составе основных средств и по ним начисляется амортизация в установленном порядке.

Если срок полезного использования менее 12 месяцев, то предмет учитывается в составе средств в обороте на счете 10 «Материалы» и его стоимость списывается на затраты производства полностью по мере отпуска их в производство (эксплуатацию).

Учет приобретения материальных ценностей

При определении учетной политики организации предоставляется право выбора порядка отражения в бухгалтерском учете процесса приобретения и заготовления материальных ценностей.

Разумный выбор отдельных положений учетной политики позволяет фирме обеспечить сокращение затрат и минимизировать налоги.

Существуют два варианта учета приобретения материальных ценностей:

1) отражение по фактической себестоимости на счете 10;

2) отражение по учетным ценам на счете 10, используя счета 15 и 16.

Первый вариант, традиционный для отечественной практики, – оприходование материалов отражается в бухгалтерском учете на **счете 10** по их фактической себестоимости.

Материальные ценности при их принятии в бухгалтерском учете отражаются в оценке их фактической себестоимости приобретения, которая включает:

- стоимость материальных ценностей по данным расчетных документов без НДС;
- расходы по заготовке и доставке, которые состоят из таможенных пошлин и сборов, расходов по транспортировке, хранению, доставке, осуществляемых сторонними организациями, вознаграждений, уплаченных снабженческим, внешнеэкономическим организациям, стоимости услуг товарных бирж, процентов по кредитам поставщиков по отсрочке оплаты, включая проценты по выданным векселям;
- расходы по доведению материальных ценностей до состояния готовности к их использованию;
- прочие расходы, связанные с приобретением ценностей.

При приобретении материальных ценностей **от поставщика за плату** в бухгалтерском учете делают следующую запись:

1) Дебет счета 10
   Дебет счета 19
   Кредит счетов 60, 71, 76 } Оприходованы материальные ценности по сумме фактических затрат.

2) Дебет счетов 60, 76
   Кредит счета 51 } Оплатили счет поставщика.

3) Дебет счета 68
   Кредит счета 19 } НДС по приобретенным МБП производственного назначения относится на возмещение бюджетом.

4) Дебет счетов 20, 23, 26, 29
Кредит счета 10
} Отнесли на затраты израсходованные в производстве материалы.

Стоимость оплаченных материалов, оставшихся на конец месяца в пути или не вывезенных со складов поставщиков, в конце месяца отражается по дебету счета 10 и кредиту счета 60 без оприходования этих ценностей на склад.

В начале следующего месяца эти суммы сторнируются и числятся в текущем учете как дебиторская задолженность по счету 60.

При **безвозмездном поступлении** материальных ценностей в бухгалтерском учете делают следующую запись:

Дебет счетов 10, 41
Кредит счета 91
} Оприходованы безвозмездно полученные неамортизируемые ценности по рыночной стоимости.

Стоимость безвозмездно полученного имущества увеличивает налогооблагаемую прибыль организации.

Второй вариант предполагает отражение приобретения материалов в бухгалтерском учете по **учетным ценам** на **счете 10** с использованием еще двух счетов: **счета 15** «Заготовление и приобретение материальных ценностей» и **счета 16** «Отклонение в стоимости материальных ценностей».

В момент приобретения материальных ценностей не всегда представляется возможным определить их фактическую себестоимость, поэтому оприходование материальных ценностей, фактически поступивших в организацию, отражается по учетным ценам следующей записью:

1) Дебет счета 10
Кредит счета 15
} Оприходованы материальные ценности, фактически поступившие на предприятие по учетным ценам.

Организациям предоставлено право самостоятельно устанавливать принципы формирования учетной цены. За учетную цену (по выбору предприятия) может быть принята, например, любая из следующих:

- среднезаготовительная цена с учетом транспортно-заготовительных расходов;
- средние покупные цены;
- фактическая себестоимость материалов по данным предыдущего периода;

• фиксированная цена, утверждаемая на определенный период времени;

• цена поставщика.

Любой выбранный метод должен быть закреплен в учетной политике организации. Именно эта цена будет использоваться в дальнейшем для расчета себестоимости списания материала в производство по методу ЛИФО, ФИФО или средней себестоимости.

На основании поступивших в организацию расчетных документов поставщиков в зависимости от каналов поступления материалов и характера расходов по их заготовке и доставке в бухгалтерском учете делаются следующие записи:

2) Дебет счета 15
Дебет счета 19
Кредит счетов 60, 71, 76 } Отражена фактическая себестоимость (фактурная стоимость) поступивших материальных ценностей.

Таким образом, по дебету счета 15 формируется информация о фактической себестоимости материалов, а по кредиту – информация об их учетной цене.

3) Дебет счетов 60, 76
Кредит счета 51 } Оплачен счет поставщика.

4) Дебет счета 68
Кредит счета 19 } НДС по приобретенным материальным ценностям производственного назначения относится на возмещение бюджетом.

5) Дебет счетов 20, 23, 26, 29
Кредит счета 10 } Отнесли на затраты израсходованные в производстве материалы.

Разница же в стоимости приобретения материальных ценностей по фактической себестоимости и рассчитанной по учетным ценам списывается следующим образом.

7,а) В случае превышения фактической себестоимости материальных ценностей над их стоимостью по учетным ценам:

Дебет счета 16
Кредит счета 15 } Списана разница между фактической себестоимостью приобретения материальных ценностей и стоимостью, рассчитанной по учетным ценам.

Пример. Оприходованы материалы по учетным ценам в размере 1000 руб. При получении счетов-фактур фактическая себестоимость составила 1118 руб.

Данные хозяйственные операции отражаются на следующих счетах бухгалтерского учета:

Счет 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

Д	К
60	
1118 – фактическая себестоимость материальных ценностей	
10	
1000 – стоимость по учетным ценам	
16	
118 – отклонение между фактической себестоимостью и стоимостью по учетным ценам	

Дебет счета 20
Кредит счета 16
} Списана сумма отклонений в стоимости материалов на затраты пропорционально стоимости списанных материалов.

7,б) В случае превышения стоимости материальных ценностей по учетным ценам над фактической себестоимостью в бухгалтерском учете делают следующие бухгалтерские записи:

Дебет счета 15
Кредит счета 16
} Списана разница между стоимостью, рассчитанной по учетным ценам, и фактической себестоимостью приобретения материальных ценностей.

Пример. Оприходованы материалы по учетным ценам в размере 1000 руб. При получении счетов-фактур фактическая себестоимость составила 900 руб.

Данные хозяйственные операции отражаются на следующих счетах бухгалтерского учета:

Счет 15 «Заготовление и приобретение материальных ценностей»

Д	К
60	
900 – фактическая себестоимость материальных ценностей	
16	
100 – отклонение между фактической себестоимостью и стоимостью по учетным ценам	
10	
1000 – стоимость по учетным ценам	

8) В конце отчетного месяца сумма отклонений в стоимости материалов сторнируется пропорционально стоимости списанных материалов:

Дебет счета 20
Кредит счета 16
} Сторнирована себестоимость списанных материалов.

Остаток на конец месяца по счету 15 показывает наличие материальных ценностей в пути.

Остаток по счетам 15, 16 отдельно в активе баланса не показывается, а присоединяется без корреспонденции на счетах бухгалтерского учета к стоимости производственных запасов.

Выбор метода оценки потребленных производственных запасов

В соответствии с п. 58 ПБУ 5/98 израсходованные материальные ресурсы (сырье, материалы, топливо, товары, кроме товаров, учитываемых по продажной (розничной) стоимости) разрешается отражать в учете одним из четырех методов:

1) по себестоимости каждой единицы;

2) по средней себестоимости, определяемой по окончании каждого месяца по каждому виду материальных запасов;

3) по себестоимости первых по времени приобретения материально-производственных запасов – метод ФИФО (First-in-first-out);

4) по себестоимости последних по времени приобретения материально-производственных запасов – метод ЛИФО (Lust-in-first-out).

Выбор метода оценки оказывает существенное влияние на конечный финансовый результат деятельности туристской организации. Так, применение метода ФИФО приводит к снижению себестоимости турпродукта и завышению стоимости остатков материально-производственных запасов. Метод ЛИФО увеличивает себестоимость турпродукта и снижает стоимость остатков запасов.

§ 6.6. Учет расчетов по оплате труда

Основные положения организации заработной платы, формы и системы оплаты труда

Классификация и учет личного состава организации.

Трудовые отношения всех работников и работодателей регулируются Кодексом законов о труде Российской Федерации (КЗоТ). Прием на работу оформляется приказом (распоряжением), который объявляется работнику под расписку. Приказ издается на основании письменного трудового договора (контракта).

Трудовой договор – это соглашение между организацией и работником о выполнении работы по определенной специальности или должности с соблюдением действующих правил внутреннего трудового распорядка.

Договор гражданско-правового характера – это вид договоров, при котором стороны не вступают в трудовые отношения, а определяют результат труда, имущественные взаимоотношения и другие гражданские проблемы взаимодействия.

Подобные договоры определены Гражданским кодексом РФ.

Договорами гражданско-правового характера являются договоры подряда, поручения, аренды, купли-продажи, мены, авторские договоры, договоры контрактации и т. п.

Сопоставим трудовой договор и договор гражданско-правового характера.

1. Взаимоотношения сторон регулируются разными отраслями законодательства: при заключении трудового договора (контракта) это трудовое законодательство, т. е. КЗоТ РФ, а при за-

ключении договоров гражданско-правового характера – Гражданский кодекс РФ.

2. Различны объем и характер прав и обязанностей сторон договора, ответственность, порядок расторжения и другие юридические вопросы.

По трудовому договору работник обязуется выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему распорядку, а предприятие обязуется выплачивать работнику заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные законодательством о труде или контрактом (ст. 15 КЗоТ РФ).

По договорам гражданско-правового характера одна сторона берется выполнить определенный объем работ, а заказчик должен оплатить выполненную работу, приняв ее в случае соответствия указанным в договоре характеристикам.

3. Предметом трудового договора является выполнение работ по определенной специальности, квалификации или должности; предметом всех гражданско-правовых договоров является определенный результат труда, выполнение индивидуального задания (заказа или поручения).

4. Работнику по трудовому договору предоставляются социальные гарантии и льготы (оплата больничных листов, отпуска, выплата пособий на детей). Заказчик не удерживает взносы в ФСС РФ, поэтому и суммы заработка по этим договорам не имеют социальных льгот, если это не оговорено как «особые условия» при составлении договора.

Для организации учета труда, в соответствии со статистической отчетностью (форма № П-4), персонал предприятия подразделяется следующим образом:

- работники списочного состава;
- внешние совместители;
- работники, выполнявшие работы по договорам гражданско-правового характера;
- другие лица несписочного состава.

Учетом личного состава работников занимается отдел кадров.

Оперативный учет численности работников и отработанного времени.

Первичными документами по учету численности рабочих и служащих и их движения являются приказы (распоряжения) о приеме, увольнении или переводе на другую работу и о предоставлении отпусков.

На рабочих и служащих, принятых на постоянную, временную или сезонную работу, отдел кадров заполняет карточку, на руководящих работников и специалистов – личный листок по учету кадров.

Каждому работнику при приеме на работу присваивается табельный номер, который в дальнейшем проставляется на всех документах по учету личного состава, выработки и заработной платы. В случаях увольнения или перевода на другую работу его табельный номер, как правило, не может присваиваться другому работнику в течение одного-двух лет.

Бухгалтерия на основании первичных документов открывает на каждого работника карточку-справку с указанием справочных данных для накапливания из месяца в месяц сведений о заработке или лицевой счет работника (формы № Т-54 и Т-54а) с последующим использованием их показателей для расчета среднего заработка.

Оперативный учет численности работников туристских организаций ведется в отделе кадров на личных карточках (форма № Т-2). Учет отработанного времени ведется в табеле учета использования рабочего времени (форма № Т-13).

Неявки или опоздания на работу по уважительным причинам оформляются документами: листками временной нетрудоспособности, справками о выполнении государственных и общественных обязанностей и другими документами. Эти документы сдаются табельщикам и после отметки в табеле передаются в бухгалтерию для расчетов с работниками.

Затраты рабочего времени группируются по следующим признакам:

- отработанное время;
- неотработанное оплачиваемое время;
- неотработанное неоплачиваемое время.

Показатели труда и его оплаты.

Важнейшим показателем, отражающим затраты труда, являются нормы труда.

Нормы труда состоят из нескольких показателей: нормы выработки, нормы времени, нормы обслуживания, нормы численности работников и т. п.

Комплекс норм устанавливается администрацией для своих работников в соответствии с определенным уровнем технологии, технического оснащения и организации производства именно этой фирмы.

Норма выработки – это количество продукции или производственных операций, подлежащее выполнению за единицу учетного времени (час, смену, месяц).

Норма времени – это величина затрат рабочего времени, установленная для выполнения единицы работы.

Норма обслуживания – это установленный объем работ по обслуживанию работником или группой работников определенного количества рабочих мест, производственных площадей; используется при учете работ обслуживающего профиля.

Норма численности работников – это установленное число работников профессионально-квалификационного уровня для выполнения определенных управленческих или производственных функций либо заданного объема работ.

Формы и системы оплаты труда.

Под оплатой труда принято понимать выраженную в денежной форме долю труда работников в общественном продукте, которая поступает в личное потребление.

Различают две формы основной оплаты труда: повременную и сдельную, каждая из них подразделяется на системы оплаты труда:

- ***повременная:***
  - ✓ простая повременная,
  - ✓ повременно-премиальная;
- ***сдельная:***
  - ✓ прямая сдельная,
  - ✓ сдельно-премиальная,
  - ✓ сдельно-прогрессивная,
  - ✓ косвенно-сдельная,
  - ✓ аккордная.

Система оплаты труда – это способ исчисления размеров вознаграждения, подлежащего выплате работнику в соответствии с произведенными им затратами труда или по результатам труда.

При разработке системы оплаты труда закладываются три базовых элемента, определяющих в своем сочетании все виды оплаты труда:

- форма оплаты труда;
- тарифная система;
- нормозатраты труда.

Повременная оплата труда состоит в том, что оплачивается работа за единицу времени в соответствии с тарифной ставкой.

При ***простой повременной*** оплате труда заработная плата определяется умножением часовой тарифной ставки на отработанное время.

В ***повременно-премиальной*** системе оплаты труда кроме заработной платы выплачивается премия, т. е. процентная надбавка к месячной или квартальной заработной плате. Премия выплачивается в соответствии с условиями договора, если работником и подразделением в целом выполнен план работы за премиальный период.

Сдельная оплата труда – это система оплаты труда, при которой размер заработка зависит от количества изготовленной продукции (объема выполненных работ, оказанных услуг) и установленных сдельных расценок.

Сдельная расценка определяется умножением часовой (дневной) тарифной ставки, соответствующей разряду выполняемой работы, на установленную норму времени в часах или днях или путем деления часовой (дневной) тарифной ставки, соответствующей разряду выполняемой работы, на часовую (дневную) норму выработки.

Прямая сдельная система оплаты труда определяется умножением числа единиц произведенной продукции на сдельную расценку одной единицы продукции.

Сдельно-премиальная система оплаты труда – кроме прямой сдельной, начисляют премии за перевыполнение норм выработки, достижение определенных качественных показателей, сдачу работ с первого предъявления, отсутствие брака и т. д.

Сдельно-прогрессивная система оплаты труда заключается в том, что на перевыполненную продукцию расценка единицы продукции выше (повышается за выработку сверх нормы).

Косвенно-сдельная система оплаты труда предусматривает оплату труда наладчиков, комплектовщиков, помощников мастеров и других работников в процентах к заработку основных рабочих обслуживаемого участка. При этом вычисляется коэффициент обслуживания.

Аккордная система оплаты труда – оплата сразу за всю сделанную работу с учетом сроков окончания.

Тарифная система.

Тарифная система вводится для определения справедливого размера оплаты труда с учетом его сложности, значимости и условий труда различных категорий персонала. Она содержит

информацию о размере оплаты труда работников в зависимости от вида и качества работ и включает:

- тарифно-квалификационные справочники;
- нормы выработки (нормы времени, нормы обслуживания, нормированное задание);
- тарифные сетки и тарифные ставки;
- схемы должностных окладов для прочего персонала.

Тарифно-квалификационные справочники содержат подробные характеристики основных видов работ с указанием требований, предъявляемых к квалификации исполнителя. Требуемая квалификация при выполнении той или иной работы определяется разрядом. Более высокий разряд соответствует работе большей сложности.

Тарифная сетка дифференцирует оплату труда в зависимости от сложности выполняемых работ и квалификации. Содержит тарифные разряды и коэффициенты, представляет собой таблицы с почасовыми или дневными тарифными ставками, начиная с первого низшего разряда.

Для большинства отраслей промышленности рекомендовано применять шестиразрядные тарифные сетки, дифференцируемые в зависимости от условий работы. В каждой сетке предусматриваются тарифные ставки для оплаты работ сдельщиков и повременщиков.

Тарифная ставка – это размер оплаты труда в единицу времени по тарифному разряду. Тарифные ставки бывают часовыми, дневными, месячными. Служат для установления соотношений в оплате труда между разрядами работ. Так, тарифная ставка первого разряда определяет размер оплаты труда за единицу времени рабочего низшей квалификации. Тарифные ставки по разрядам определены непосредственно в таблицах исходя из условий и вида работы. Соотношение оплаты труда рабочих более высокого разряда и первого устанавливается с помощью тарифного коэффициента.

Оплата труда руководителей, специалистов и служащих производится, как правило, на основе должностных окладов, устанавливаемых администрацией также самостоятельно в соответствии с должностью и квалификацией работника. Организации могут для этих работников устанавливать и иные виды оплаты труда, например в процентах от выручки, в долях от полученной прибыли.

Разряды, присвоенные рабочим, а также конкретные должностные оклады, установленные работникам, указывают в контрактах, договорах или в приказах по организации. Эти резуль-

таты доводят и до бухгалтерии для осуществления расчетов с работниками.

Состав и характеристика фонда оплаты труда.

Фонд оплаты труда определяется как общая сумма средств в денежной и натуральной формах, распределяемых между работниками организации в соответствии с количеством и качеством их труда.

В фонд заработной платы включаются:

1) *оплата за отработанное время:*

✓ все начисленные организацией суммы оплаты труда независимо от источника финансирования;

✓ стимулирующие выплаты (премии, надбавки, вознаграждения за выслугу лет, стаж работы, по итогам работы за год и другие подобные им выплаты и вознаграждения);

✓ стоимость продукции, выдаваемой в порядке натуральной оплаты труда;

✓ выплаты компенсирующего характера, связанные с режимом работы и условиями труда, т. е. доплаты, обусловленные районным регулированием оплаты труда (районные коэффициенты, надбавки к заработной плате за работу в районах Крайнего Севера и др.), доплаты за условия труда, надбавки при выполнении работ в определенных условиях (например, вахтовым методом) и др.

В фонд оплаты труда входят также выплаты работникам, не состоящим в списочном составе организации, но привлеченным на обусловленные сроки для выполнения работ по основной деятельности организации;

2) *оплата за неотработанное время:*

✓ оплата очередных и дополнительных отпусков;

✓ стоимость бесплатно предоставляемых работникам в соответствии с действующим законодательством коммунальных услуг, продуктов питания, форменной одежды, обмундирования и др.;

✓ оплата рабочего времени работников, привлекаемых к выполнению государственных или общественных обязанностей;

✓ оплата простоев не по вине работника;

✓ оплата перерывов в работе кормящих матерей;

✓ оплата льготных часов подростков;

✓ выплаты на период трудоустройства уволенным работникам в связи с сокращением численности или штата работников, реорганизацией или ликвидацией организации и др.

Кроме того, существуют различные доплаты и выплаты, не включаемые в фонд оплаты труда, но увеличивающие доходы работников организации. К таким доплатам и выплатам относят материальную помощь, дивиденды и проценты по акциям, трудовые и социальные льготы, компенсационные выплаты в связи с повышением цен, надбавок к пенсиям и др.

Следует различать затраты на оплату труда, включаемые в фонд оплаты труда организации, и затраты на оплату труда, относимые на издержки производства и обращения.

Если в первые входят все суммы оплаты труда независимо от того, относятся они на издержки производства и обращения основного и вспомогательных производств, на затраты обслуживающих производств и хозяйств или выплачиваются из фондов накопления, прибыли в порядке ее использования и др., то ко вторым относят только ту часть затрат на оплату труда, которую включают в себестоимость продукции (работ и услуг) и издержки обращения.

Для целей бухгалтерского учета (в основном для использования в качестве базы при распределении косвенных расходов) оплату труда, включаемую в себестоимость продукции (работ, услуг), подразделяют на основную и дополнительную заработную плату.

Основная заработная плата – это выплаты за фактически отработанное время, начисляемые в соответствии с системой оплаты труда в организации, где находится трудовая книжка работника.

Дополнительная заработная плата включает выплаты, предусмотренные законодательством о труде и коллективными договорами, за неотработанное время рабочих и служащих:

- ✓ оплаты очередных отпусков;
- ✓ оплаты времени выполнения государственных и общественных обязанностей;
- ✓ оплаты перерывов в работе кормящих матерей;
- ✓ оплаты льготных часов подростков и др.

Дополнительная заработная плата включается в состав себестоимости путем распределения пропорционально основной заработной плате или путем создания резервов.

Порядок оплаты отпусков.

Согласно трудовому законодательству отпуск за первый год работы предоставляется рабочим и служащим по истечении одиннадцати месяцев непрерывной работы в данной организа-

ции. Отпуск за второй и последующие годы предоставляется в любое время года в соответствии с графиком очередности отпусков, утвержденным администрацией организации и согласованным с профсоюзным комитетом. Минимальная продолжительность отпуска – 24 рабочих дня.

Основанием для расчета суммы отпускных является приказ, в котором указывается, кому предоставляется отпуск, с какого числа и продолжительность отпуска. Оплата ежегодного отпуска работников предприятия производится исходя из заработка за последние три календарных месяца, предшествовавших уходу в отпуск (с первого числа до первого числа). Замена отпуска компенсацией не допускается.

Для оплаты отпусков и выплаты компенсаций за неиспользованные отпуска средний дневной заработок исчисляется:

1) в случае, если весь расчетный период отработан полностью, – путем деления суммы начисленной заработной платы в расчетном периоде на количество месяцев расчетного периода и на коэффициент 25,25, если количество дней отпуска установлено в рабочих днях, или на 29,6, если в календарных днях;

2) в случае, если каждый из месяцев расчетного периода отработан не полностью, – путем деления суммы начисленной заработной платы за проработанное время на количество рабочих дней по календарю шестидневной рабочей недели, приходящихся на отработанное время (при предоставлении отпуска в рабочих днях) или на количество календарных дней, приходящихся на отработанное время (при предоставлении отпуска в календарных днях);

3) в случае, когда в расчетном периоде отдельные месяцы отработаны не полностью, – путем деления суммы начисленной заработной платы в расчетном периоде на суммарное количество дней (рабочих, календарных), определенных для полностью отработанных месяцев, исходя из условий, установленных для полностью отработанного периода, и для не полностью отработанных месяцев, исходя из условий, установленных для не полностью отработанного периода.

Если в расчетном периоде в целом или в отдельных месяцах расчетного периода отработано от одного до пяти дней при пятидневной рабочей неделе, то эти дни приводятся к графику шестидневной рабочей недели при предоставлении отпуска в рабочих днях.

Общая сумма среднего заработка определяется умножением среднего дневного заработка на продолжительность отпуска.

Если работник увольняется или переводится в другую организацию и не использовал очередной отпуск, то ему начисляется компенсация. Для этого рассчитывают количество дней неиспользованного отпуска: за каждый месяц работы полагается, как минимум, 2 дня отпуска. Работникам, высвобождаемым с предприятий в связи с сокращением штатов, выплачивается выходное пособие в размере среднего месячного заработка.

Условия выплаты выходного пособия обусловлены в ст. 36 и 40.3 КЗоТ РФ. В частности, ст. 36 КЗоТ РФ установлено, что работникам выплачивается выходное пособие в размере не менее двухнедельного среднего заработка при прекращении трудового договора (контракта) в случаях:

- призыва или поступления работника на военную службу; отказа работника от перевода на работу в другую местность вместе с организацией, а также отказа от продолжения работы в связи с изменением существенных условий труда (т. е. по основаниям, предусмотренным пп. 3 и 6 ст. 29 КЗоТ РФ);
- обнаружившегося несоответствия работника занимаемой должности или выполняемой работе вследствие недостаточной квалификации либо состояния здоровья, препятствующих продолжению данной работы;
- восстановления на работе работника, ранее выполнявшего эту работу (т. е. по основаниям, предусмотренным пп. 2 и 6 ст. 33 КЗоТ РФ);
- вследствие нарушения администрацией законодательства о труде, коллективного или трудового договора (ст. 32 КЗоТ РФ).

В соответствии со ст. 40.3 КЗоТ РФ работникам при расторжении трудового договора (контракта) в связи с осуществлением мероприятий по сокращению численности или штата, а также при реорганизации и ликвидации организаций выплачивается выходное пособие в размере среднего месячного заработка.

Обычно расчет среднего заработка работника производится на основе показателей его заработной платы за три месяца. Однако организация не всегда должна следовать этому простому и привычному методу.

При расчете среднего заработка, например, с целью выдачи работнику денежной компенсации за неиспользованный отпуск или удержания за прогулы без уважительной причины, а также в некоторых других случаях бухгалтерии следует использовать расчетный период 12 календарных месяцев.

Организации (кроме бюджетных) могут самостоятельно устанавливать всем или отдельным категориям работников расчет-

ный период 12 календарных месяцев (с 1-го до 1-го числа). Для расчета берутся 12 месяцев, предшествующих событию, с которым связана соответствующая выплата среднего заработка.

Продолжительность расчетного периода 12 месяцев при этом в обязательном порядке согласовывается в коллективном договоре (соглашении) или отдельно разрабатываемом локальном нормативном акте.

Расчетный период 12 месяцев целесообразно использовать при исчислении среднего заработка тех работников, оплата труда которых сильно различается в отдельные месяцы календарного года, т. е. носит сезонный характер, а также при оплате среднего заработка работникам, находящимся на бестарифной или комиссионной оплате труда, когда их заработок напрямую зависит от суммы реализованной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, суммы заключенных работниками договоров на реализацию продукции и т. п.

Организация обязана использовать расчетный период 12 месяцев и в том случае, если работник не работал хотя бы несколько дней в течение трех месяцев и если для этого были основания, не позволяющие исключать эти три месяца из расчетного периода.

Из расчетного периода для подсчета среднего заработка исключаются время, а также выплаченные суммы, когда:

- работнику выплачивается или сохраняется средний заработок в соответствии с законодательством РФ;
- работник получал пособия по временной нетрудоспособности или пособия по беременности и родам;
- работнику, воспитывающему ребенка-инвалида, предоставлялись дополнительные оплачиваемые выходные дни на основании ст. 163.1 КЗоТ РФ;
- работник находился в отпуске без сохранения заработной платы на основании ст. 76 КЗоТ РФ;
- работник в других случаях освобождается от работы с полным или частичным сохранением заработной платы или без оплаты в соответствии с законодательством РФ;
- работник не работал в связи с простоем не по своей вине, в том числе из-за приостановки деятельности организации, цеха или производства;
- работник не участвовал в забастовке, но в связи с ней не имел возможности выполнять свою работу.

Организация обязана использовать расчетный период 12 месяцев при исчислении среднего заработка работника, допускав-

шего прогул без уважительной причины (в том числе отсутствие на работе более трех часов в течение рабочего дня), а также принимавшего участие в забастовке.

Расчет среднего заработка при расчетном периоде 12 месяцев производится в том же порядке, что и при использовании расчетного периода 3 календарных месяца.

Если работник состоял в трудовых отношениях с организацией менее 12 календарных месяцев, расчетным периодом для исчисления среднего заработка является количество полных месяцев (с 1-го до 1-го числа), проработанных в организации до наступления события, вызвавшего необходимость расчета среднего заработка.

Исчисление среднего заработка при сдельной оплате труда.

Работникам, получающим сдельную оплату труда, пособия исчисляются из их среднего заработка за два последних месяца, в котором наступила нетрудоспособность, с прибавлением к заработку каждого месяца среднемесячной суммы премий.

Если в указанных двух месяцах рабочий или служащий фактически проработал не все дни, то для исчисления пособия берется заработок за фактически отработанные дни в каждом из этих двух месяцев, а среднемесячная сумма премий в каждом из месяцев учитывается пропорционально отработанному времени.

При отсутствии в данном периоде заработка (например, вследствие нетрудоспособности) пособие исчисляется из дохода за фактически проработанные дни в месяце нетрудоспособности.

Кроме того, порядок исчисления пособий по временной нетрудоспособности при сдельной оплате труда применяется, если размер заработка зависит от выработки, а также к работникам с помесячной оплатой труда, получающим ежемесячные премии вместе с заработной платой данного месяца.

Среднедневной заработок работников, получающих сдельную оплату труда, для исчисления пособия определяется путем деления исчисленного фактического заработка на число всех рабочих дней по графику в периоде, за который взят заработок. При этом в число рабочих дней, на которые делится заработок, не включаются дни временной нетрудоспособности, очередного и дополнительного отпусков.

Исходя из среднедневного заработка и в зависимости от размера назначенного пособия в процентах к заработку начисляет-

ся дневное пособие. Общая сумма пособия определяется путем умножения дневного пособия на число рабочих дней, пропущенных в данном месяце вследствие нетрудоспособности.

Исчисление среднего заработка при повременной и помесячной оплате труда.

Работникам, имеющим повременную и помесячную оплату труда, для начисления пособия берется месячный должностной оклад или персональный оклад, дневная или часовая тарифная ставка с учетом постоянных доплат и надбавок, получаемых на день наступления нетрудоспособности, и среднемесячной суммы премий, исчисленной в соответствии с вышеизложенным порядком.

При повременной и помесячной оплате труда среднедневной заработок определяется путем деления исчисленной фактической суммы заработка на число всех рабочих дней месяца нетрудоспособности.

Исчисление дневного пособия и общей суммы пособия при повременной и помесячной оплате труда производится в том же порядке, как и при сдельной оплате труда.

Если в течение времени, за которое берется заработок для исчисления пособия, работник был переведен на другую работу или у него изменился размер ставки либо система оплаты труда (например, вследствие перевода с повременной оплаты на сдельную), то для исчисления пособия берется его заработок соответственно за время работы со дня перевода, изменения ставки либо системы оплаты труда.

В том случае, если размер пособия меньше фактического заработка работника, то недостающую сумму предприятие может доплатить за счет собственных средств. С этой суммы предприятие должно исчислить страховые взносы в государственные внебюджетные фонды. Если эта выплата будет оформлена как материальная помощь, то в пределах 12-кратного МРОТ она не будет облагаться подоходным налогом, но удержать страховые взносы в Пенсионный фонд необходимо.

Удержания и вычеты из заработной платы

Бухгалтерия производит не только начисления заработной платы, но и удержания и вычеты из нее.

В соответствии с законодательством из заработной платы рабочих и служащих производятся следующие удержания:

• государственные налоги, когда объектом обложения служит заработная плата – подоходный налог;
• отчисления в Пенсионный фонд;
• штрафы по постановлению судебных и административных органов;
• алименты по приговорам суда;
• возмещение материального ущерба, причиненного работником организации.

Кроме того, по поручению работников перечисляются суммы торговым организациям в оплату товаров, купленных в кредит, страховым организациям по договорам страхования, учреждениям банков по выданным им ссудам.

Плательщиками подоходного налога являются граждане РФ, иностранные граждане и лица без гражданства, получавшие доходы из источников в РФ в отчетном календарном году и проживающие постоянно (свыше 183 дней) или временно (до 183 дней в году) на территории РФ.

Объект налогообложения – совокупный годовой доход, полученный в денежной и натуральной форме в виде материальных и социальных благ на территории РФ и за ее пределами для постоянно проживающих на территории РФ, а для временно проживающих – полученный доход на территории РФ.

Если доход получен в иностранной валюте, то для определения совокупного дохода он пересчитывается в валюту РФ по курсу ЦБ на дату получения дохода.

Если доход в натуральной форме, то он включается в совокупный доход по рыночной стоимости имущества, а при выплате дохода в виде продукции собственного производства в совокупный доход включается цена реализации сторонним покупателям.

В совокупный доход включаются: оплата коммунальных и бытовых услуг за счет средств организации; оплата подписки, абонементов; содержание детей в дошкольных учреждениях; оплата обучения детей в учебных заведениях; компенсационные выплаты, превышающие нормируемые, и т. д.

Не включаются в объект налогообложения: выплаты, производимые за счет фонда социального страхования, в том числе и путевки, предоставляемые за счет средств этого фонда, за исключением оплаты дней нетрудоспособности и выплат по беременности и родам; стоимость подарков в пределах 12 МРОТ; стоимость призов в пределах 12 МРОТ; сумма материальной помощи в пределах 12 МРОТ, за исключением материальной помощи, оказываемой в чрезвычайных ситуациях; стоимость путе-

вок, оплачиваемых работником за детей в лагеря отдыха, санаторно-курортные учреждения, в том числе и путевки для отдыха родителей с детьми (из фонда материального поощрения); доход от продажи недвижимого имущества не более 5000 МРОТ; доход от продажи иного имущества не более 1000 МРОТ; выигрыши по лотереям, проводимые по решению правительства.

Налог исчисляется как совокупный облагаемый доход, умноженный на ставку.

Налоговый период – это календарный год или иной период времени, по истечении которого исчисляются налогооблагаемая база и подоходный налог.

Подоходный налог ежемесячно начисляется и удерживается в момент выплаты дохода.

Аналитический учет труда и заработной платы с персоналом по оплате труда

Для определения общей суммы выплат за месяц необходимо суммировать первичные документы, суммировать заработок за выработанную продукцию, добавить выплаты, доплаты и произвести удержания.

Причитающийся заработок показывается в этих ведомостях расчлененно по структурным подразделениям и службам организации и видам выплат, т. е. в разрезе, который необходим для контроля за использованием фонда оплаты труда и составления различных справок и отчетности.

Таким образом, расчетные или расчетно-платежные ведомости выполняют двойную функцию: они являются формой аналитического учета к счету «Расчеты с персоналом по оплате труда», показатели которого в свою очередь используются также для составления справок и отчета по труду.

Рассчитывать средний заработок отдельных работников (для определения сумм пособий за время болезни по листкам временной нетрудоспособности, за время отпуска и др.) по нескольким расчетным ведомостям технически неудобно. Поэтому на каждого работника открывают справочные карточки (лицевые счета). В них отражают сведения о стаже работы, времени поступления в организацию, продолжительности отпуска, начисленной за каждый месяц оплате труда и удержаниях по их видам.

При проверке расчетно-платежных документов необходимо выявить соответствие сумм, указанных в первичных докумен-

тах, выработке, итоговой сумме начисленной оплаты труда, сверить фамилии работников в ведомостях с данными учета списочного состава, произвести арифметическую сверку итогов ведомости по горизонтали и вертикали с тем, чтобы убедиться в точности сделанных подсчетов причитающейся оплаты, удержанных и подлежащих выплате сумм.

Правильное начисление оплаты труда и систематический контроль за расходованием фонда оплаты труды – важный принцип работы бухгалтерии организации.

Выдачу заработной платы, премий и других выплат осуществляют из кассы под расписку в платежных ведомостях.

В соответствии с действующим законодательством о труде заработная плата работника выплачивается не реже чем каждые полмесяца (ст. 96 КЗоТ РФ) в сроки, установленные коллективным договором и согласованные с учреждениями банка. Для отдельных категорий работников могут быть установлены другие сроки выплаты.

Существуют безавансовый и авансовый порядок расчетов оплаты труда за первую половину месяца.

По истечении трех дней выдачи заработной платы кассир построчно проверяет и суммирует выданную заработную плату, а против фамилий, не получивших ее, в графе «Расписка в получении» проставляет штамп или пишет от руки «Депонировано». Платежная ведомость закрывается двумя суммами: «Выдано наличными» и «Депонировано». На депонированные суммы кассир составляет реестр невыданной заработной платы, после чего передает в бухгалтерию платежную ведомость и реестр невыданной заработной платы для проверки и выписки расходного кассового ордера на выданную сумму заработной платы.

Суммы невостребованной заработной платы кассир сдает в банк на расчетный счет предприятия с указанием «Депонированные суммы». Это необходимо для того, чтобы банк хранил их и учитывал отдельно и не мог использовать на прочие выплаты организации, так как рабочие и служащие могут их потребовать в любой день. Своевременно не полученную рабочими и служащими заработную плату предприятие хранит в течение трех лет.

Аналитический учет депонированной заработной платы организуется по каждой невостребованной сумме в специальной книге депонированной заработной платы. Выдача из кассы оформляется расходным кассовым ордером.

Синтетический учет труда и заработной платы с персоналом по оплате труда

Учет расчетов по оплате труда.

Для учета расчетов по оплате труда используется счет 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Как элемент издержек производства и обращения оплата труда должна быть отнесена на соответствующие счета затрат в зависимости от характера и назначения использованного в организации труда. Начисление заработка производственных рабочих отражается по кредиту счета «Расчеты с персоналом по оплате труда» и дебету счета «Основное производство»; персонала администрации организации – по дебету счета «Общехозяйственные расходы».

Начисление заработной платы оформляется бухгалтерской записью:

Дебет счетов: 20 «Основное производство»
23 «Вспомогательные производства»
25 «Общепроизводственные расходы»
26 «Общехозяйственные расходы»
Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

Распределение заработной платы по указанным счетам производится ежемесячно на основании первичных документов.

Начисление пособий по временной нетрудоспособности отражается бухгалтерской записью:

Дебет счета 69, субсчет «Расчеты по социальному страхованию»
Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

При **начислении премии** из фонда потребления делается следующая проводка:

Дебет счета 84-5 «Фонд потребления»
Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

Удержания из заработной платы в учете организации отражаются следующей бухгалтерской записью:

Дебет счета70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»
Кредит счетов 68, 69, 28, 73, 76

Выдача заработной платы отражается проводкой:

Дебет счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»
Кредит счета 50 «Касса»

Учет дополнительной заработной платы.

Дополнительная заработная плата отражается аналогично основному заработку, но учет ее имеет некоторые отличия. Бóльшую часть дополнительной заработной платы составляют суммы на оплату отпусков. Последние могут предоставляться работникам в разное время и, следовательно, недостаточно равномерно в течение года.

Создание резерва на оплату отпусков работников позволило бы суммы на оплату отпусков включить в издержки производства равномерными долями. Этот резерв, характеризующий предстоящие платежи организации, образуется из расчета фактически начисленной работникам оплаты труда и процентного отношения суммы выплат за время отпуска к общему фонду оплаты труда по расчету организации.

Расчетная сумма оплаты труда за отпускной период исчисляется на основании предусмотренного организацией, в соответствии с действующим законодательством о труде, количества отпускных дней по категориям персонала и профессиям.

На сумму начисленного резерва ежемесячно делается проводка:

Дебет счетов: 20 «Основное производство»
23 «Вспомогательные производства»
25 «Общепроизводственные расходы»
26 «Общехозяйственные расходы»
Кредит счета 96 «Резервы предстоящих расходов и платежей»

На счет «Расчеты с персоналом по оплате труда» относят фактически начисленные суммы за отпускной период по мере ухода работников в отпуск. При этом делается бухгалтерская запись:

Дебет счета 96 «Резервы предстоящих расходов и платежей»
Кредит счета 70 «Расчеты с персоналом по оплате труда»

В конце года необходимо провести инвентаризацию этого резерва. Если сумма резерва излишне начислена, то она сторнируется, если же не доначислена, то она доначисляется.

Учет расчетов с персоналом по прочим операциям.

Учет расчетов с персоналом по прочим операциям ведется на счете 73, на котором могут быть открыты субсчета:

73-1 «Расчеты за товары, проданные в кредит»;

73-2 «Расчеты по предоставленным займам»;
73-3 «Расчеты по возмещению материального ущерба».

Учет расчетов за товары, проданные в кредит, зависит от выбора источников погашения этих кредитов:

- за счет кредитов банков, приобретенных на эти цели;
- за счет собственных средств.

Если организация возмещает торговым организациям суммы за товары, проданные его сотрудникам в кредит за счет кредитов банка, в бухгалтерском учете делаются следующие проводки:

- при оплате банком расчетных документов – Д73-1 К66;
- по мере удержания с работников платежей – Д70, 50 К73-1;
- при перечислении удержанных денежных сумм в погашение кредитов банка – Д66 К51.

Если организация не пользуется кредитом банка, то она отражает:

- удержание суммы платежей из заработной платы работника на основании соответствующих документов – Д70 К76;
- перечисленные суммы торговым организациям – Д76 К51.

Расчеты по займам, предоставленным организацией своим сотрудникам на индивидуальное жилищное строительство, на приобретение садовых домиков и т. д., отражаются на счете 73-2. При этом в бухгалтерском учете делаются записи:

- при получении организацией кредита для выдачи сотруднику – Д51 К66;
- при выдаче займа, предоставленного работнику, – Д73-2 К51, 50;
- если средства выданы работнику без предварительного зачисления на расчетный счет организации – Д73-2 К66;
- при погашении займа сотрудником – Д50, 51, 70 К73-2;
- при погашении организацией кредита банка – Д66 К51.

В соответствии с Инструкцией Госналогслужбы России от 29.06.95 г. № 35 «По применению Закона РФ "О подоходном налоге с физических лиц"» при получении физическим лицом займа в целях налогообложения подоходным налогом должна исчисляться материальная выгода. При предоставлении займа физическому лицу организация выступает в качестве налогового агента по исчислению и уплате в бюджет подоходного налога. Материальная выгода подлежит налогообложению в составе совокупного годового дохода физического лица в течение всего срока предоставленного займа и исчисляется по истечении каждого месяца. Для расчета материальной выгоды определяются

две трети ставки рефинансирования. При этом делается запись Д70 К68.

Расчеты по возмещению материального ущерба осуществляются организацией в случаях причиненных работником организации материального ущерба в результате хищений, недостач товарно-материальных ценностей и других видов ущерба. При этом в учете отражаются следующие операции:

- обнаружена недостача по результатам инвентаризации – Д94 К10, 41, 12;
- суммы, подлежащие взысканию с работников, – Д73-3 К91;
- при взыскании с работника сумм недостач – Д70 К73-3.

§ 6.7. Синтетический и аналитический учет затрат в туризме

Разнообразие затрат требует использования в синтетическом учете целой группы активных калькуляционных счетов:

20 «Основное производство»;
23 «Вспомогательные производства»;
25 «Общепроизводственные расходы»;
26 «Общехозяйственные расходы»;
28 «Брак в производстве»;
29 «Обслуживающие производства и хозяйства»;
44 «Расходы на продажу»;
91 «Прочие доходы и расходы»;
96 «Резервы предстоящих расходов»;
97 «Расходы будущих периодов».

Аналитический учет ведут в развитие всех синтетических счетов по учету затрат. Уровень их аналитичности определяется теми показателями, которые необходимы организации для контроля и управления. В частности, по счету 20 «Основное производство» для оперативного обеспечения менеджеров конкретной и достоверной информацией аналитический учет организуют по каждому заказу, виду продукции (работ, услуг) в отдельности, в разрезе статей калькуляции и мест предоставления услуг.

Аналитический учет общехозяйственных и других видов расходов ведут по статьям смет расходов, по местам возникновения затрат, центрам ответственности и другим признакам.

При калькулировании полной себестоимости турпродукта ежемесячно определяется полная фактическая себестоимость

турпродукта путем сбора всех затрат по формированию и реализации турпродукта на активном балансовом калькуляционном счете 20 «Основное производство».

Оплата туроператором прав на получение туристских услуг у организаций, оказывающих услуги туристам в местах их пребывания, отразится по кредиту счета 51 «Расчетный счет» (52, 71) и дебету счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», субсчет «Приобретенные права на услуги».

Стоимость прав на услуги, в частности сформированных туров, списывается на себестоимость турпродукта с кредита счета 60 «Расчеты с поставщиками и подрядчиками», субсчет «Приобретенные права на услуги», в дебет счета 20 «Основное производство».

В себестоимость турпродукта непосредственно включаются и собственные **прямые затраты** туроператора, связанные с формированием турпродукта – дебет счета 20 «Основное производство», кредит счетов 70, 69, 68, 60, 76, 52 и др.

НДС учитывается по прямым расходам, относимым на себестоимость по дебету счета 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям».

Косвенные расходы туроператора – это расходы по управлению и содержанию туристской организации; в течение отчетного периода они учитываются по дебету собирательно-распределительного счета 26 «Общехозяйственные расходы» и кредиту счетов 70, 69, 68, 02, 05, 60, 76, 52 и др.

В конце отчетного периода косвенные затраты с кредита счета 26 «Общехозяйственные расходы» списываются в дебет счета 20 «Основное производство», при калькулировании полной себестоимости, либо в дебет счета 90 «Продажи», при калькулировании ограниченной себестоимости.

При традиционном способе учета затрат в конце отчетного периода по дебету счета 20 «Основное производство» отражается сумма фактических затрат по формированию турпродукта.

С кредита счета 20 приходуются сформированные турпродукты в дебет счета 40 «Выпуск продукции (работ, услуг)», субсчет «Турпродукт». В конце отчетного периода сформированные туры по величине понесенных затрат списываются с кредита счета 40 в дебет счета 90 «Продажи».

Затраты по продвижению турпродукта включают все **коммерческие расходы,** к которым относятся комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, расходы на рекламу, расходы на участие в выставках, ярмарках

и др. Коммерческие расходы в турфирмах отражаются по дебету счета 44 «Расходы на продажу» в корреспонденции с разными счетами (76, 60).

Коммерческие расходы подлежат распределению между стоимостью реализованных и нереализованных туров. В доле, относящейся к реализованным турам, они ежемесячно списываются с кредита счета 44 «Расходы на продажу» в дебет счета 90 «Продажи».

Издержки обращения представляют собой совокупность выраженных в денежной форме затрат материальных, денежных, трудовых ресурсов, возникающих в процессе доведения турпродукта от туроператора до потребителя (покупателя). Учет издержек обращения также ведется на счете 44 «Издержки обращения».

Ежемесячно туристские организации выявляют расчетным путем сумму издержек обращения, приходящуюся на реализованные турпутевки. В конце отчетного периода сумма текущих издержек обращения списывается на реализацию в дебет счета 90 «Продажи» с кредита счета 44 «Издержки обращения».

Издержки обращения распределяются пропорционально:

- стоимости турпродуктов по продажным ценам;
- количеству турпродуктов;
- балансовой стоимости турпродуктов.

Глава 7

Управленческий учет в турфирме

§ 7.1. Основы управленческого учета

Понятие управленческого учета

Управленческий учет – это система организации, сбора и накопления необходимых учетных данных, направленная на решение конкретных управленческих задач.

Управление – это анализ отчетности и принятие соответствующих решений по внесению изменений в деятельность организации.

Управленческий учет организуется исходя из целей и задач управляющих, никак не регламентируется государством, служит интересам организации, основан на логике, опыте и общей приемлемости.

Предметом управленческого учета является производственная деятельность организации в целом и ее структурных подразделений. Хозяйственные операции исключительно финансового характера выходят за рамки предмета управленческого учета.

Объектами управленческого учета являются издержки фирмы, внутреннее ценообразование, результаты хозяйственной деятельности, бюджетирование и внутренняя отчетность.

На базе расчетов в системе управленческого учета можно просчитывать различные альтернативные варианты решения одной задачи, выбирать из них оптимальный и оперативно принимать эффективное решение. Применение финансового анализа позволяет выявить уязвимые места, требующие особого внимания, и подсказывает пути их ликвидации.

Управленческий учет содержит как «историческую» информацию, так и оценки и планы на будущее. Цель финансового учета – показать, «как это было», а управленческого – «как это должно быть».

Цели управленческого учета:

• оказание информационной помощи управляющим в принятии оперативных управленческих решений;

• контроль, планирование и прогнозирование экономической эффективности деятельности организации и ее центров ответственности;

• обеспечение базы для ценообразования;

• выбор наиболее эффективных путей развития организации.

Система управления организации дает ответ на следующие *ключевые вопросы:*

♦ каковы должны быть оптимальный состав и величина активов организации, при которых можно достичь поставленных перед ней целей и задач?

♦ где найти источники финансирования и каков должен быть их оптимальный состав?

♦ как организовать текущее и перспективное управление финансовой деятельностью, обеспечивающее платежеспособность и финансовую устойчивость организации?

В управленческом учете возможно использование как неколичественной информации (слухи, результаты социологических опросов и т. п.), так и количественной, которая в свою очередь делится на учетную и неучетную. Принцип документальной обоснованности учетной информации в управленческом учете может игнорироваться, в связи с чем используются как фактические, так и прогнозные оценки.

К информации управленческого учета предъявляются следующие требования – адресность, оперативность, достаточность, аналитичность, полезность, гибкость и инициативность, достаточная экономичность.

Пользователями информации финансового учета являются внешние потребители, а управленческого – внутренние.

Методы управленческого учета включают:

• методы финансового учета;

• индексный метод;

• приемы экономического анализа;

• *математические методы* (корреляцию, линейное программирование и др.).

В основе выбора конкретной методологии управленческого учета лежат **три аспекта управления бизнесом:**

♦ технология бизнеса в целом и конкретного *вида деятельности* в частности;

♦ учетная политика организации и правила бухгалтерского учета конкретного вида деятельности;

♦ нормативная база конкретного вида бизнеса.

Внешний интерфейс управленческого учета состоит из трех взаимосвязанных систем: учета затрат, показателей деятельности, управленческих отчетов.

Каждый вид хозяйственной деятельности имеет специальные, присущие только ему формы управленческой отчетности и модели управления, а следовательно, – специализированную форму управленческого учета. При этом в каждой организации есть и общий управленческий учет (учет затрат, стандартная управленческая отчетность, показатели деятельности в форме планов подразделений и др.).

Создание системы управленческого учета имеет три этапа, на каждом из которых решаются специфические задачи.

Первый этап – формирование управленческого решения учетной задачи или анализ и описание существующего решения.

Второй этап – увязка принятых решений с существующими управленческими решениями и учетными технологиями, а также с учетной политикой и бухгалтерской практикой.

Третий этап – внедрение учетных технологий.

Функции бухгалтера-аналитика, осуществляющего управленческий учет

Бухгалтеры, наделенные управленческими функциями, называются бухгалтерами-аналитиками (бухгалтерами-менеджерами).

В целом функции аппарата управления можно свести к планированию, координации, контролю, принятию решений, стимулированию.

Планирование. Планирующая функция управления включает выбор долговременных и ближних целей и разработку стратегических планов для их достижения. Этому предшествуют формирование итогов за отчетный период, их обобщение и анализ. Сформированные выводы используются в дальнейшем планировании и прогнозировании.

На стадии планирования бухгалтер-аналитик участвует в разработке частных бюджетов организации, которые затем сводятся им в общий (генеральный) бюджет, представляемый на утверждение руководству, участвует в обсуждении производственной программы организации и в оценке предложений по капитальным вложениям, а также выявляет наиболее рентабель-

ные виды продукции, рекомендует потенциальные рынки сбыта и оптимальные цены.

Осуществляя **координационную функцию,** аппарат управления должен решить, как лучше сгруппировать ресурсы фирмы, чтобы обеспечить выполнение намеченных планов.

Контроль экономической деятельности турфирмы предполагает обеспечение исполнения решений установленным способом и использование обратной связи, чтобы цели турфирмы и ее стратегические планы реализовывались оптимальным образом.

По окончании отчетного периода бухгалтер-аналитик составляет отчеты об исполнении бюджета (плана) каждым центром ответственности, в которых приводится сравнительный анализ запланированных и достигнутых результатов. При этом выявляются нежелательные расхождения между фактическими и плановыми показателями и их причины, чтобы в дальнейшей работе исключить влияние этого отрицательного фактора.

Принятие решения означает выбор наилучшего варианта осуществления целей компании.

Стимулирование. Бюджеты и отчеты об их исполнении, подготовленные бухгалтером-аналитиком, стимулируют деятельность персонала, поскольку сами бюджеты содержат плановые показатели, которые должны быть достигнуты. Бухгалтер-аналитик, осуществляющий управленческий учет, создает основу для повышения эффективности управления организацией, так как этот учет увязывает учетный процесс с процессом управления.

Основа управленческого учета – это сбор информации об издержках организации и калькулирование.

§ 7.2. Характеристика и классификация затрат

Явные и неявные издержки

Службы управления нуждаются в самой разной информации о затратах.

Затраты – потребленные, потраченные или потерянные материальные, трудовые и финансовые ресурсы для извлечения прибыли в процессе хозяйственной деятельности организации. Существует много видов затрат, и проявляют они себя по-разному.

Система оперативного управленческого учета, использующего затратные показатели, позволяет достичь традиционных целей учета затрат и определения дохода, при этом одновременно удовлетворяются разнообразные потребности отдельных менеджеров организации. Обеспечивается это путем организации учета затрат в соответствии с системой их классификации. Данные по затратам подвергаются перекрестной классификации для удовлетворения практически всех потребностей, связанных с принятием управленческих решений и регулированием финансово-хозяйственной деятельности организации.

Использование системы классификации затрат позволяет анализировать и прогнозировать показатели продаж и чистого дохода по туристской организации в целом и по отдельным видам турпродукта, по клиентам и продавцам, по каналам реализации и другим категориям. Такое разбиение данных применяется в управлении себестоимостью, при планировании прибыли и оценке качества работы, а также для контроля затрат. Вся эта информация объективно необходима менеджерам для управленческого учета. Для того чтобы лучше понять характер поведения затрат, проведем их классификацию по нескольким базовым признакам.

К **явным (или бухгалтерским) издержкам** относятся издержки, которые проходят по счетам бухгалтерского учета, т. е. когда фирма тратит денежные средства (со счетов 50, 51, 52, 55) на оплату ресурсов в размере, необходимом для того, чтобы удержать этот ресурс в своем распоряжении.

К **неявным издержкам** относятся издержки, которые носят внутренний характер и не связаны с денежными выплатами со счетов фирмы, а следовательно, не учитываются в бухгалтерских отчетах. К ним относятся издержки упущенных возможностей, связанные с использованием собственных денежных средств фирмы. Примером могут служить издержки по размещению денежных средств в акциях. Неявные издержки составляют разницу между суммой дивидендов и максимально возможной выручкой при ссуживании этих денег под процент.

Планируя свою деятельность, фирма должна учитывать альтернативные возможности использования имеющихся средств. Например, увеличивая срок получения дебиторской задолженности, следует учесть не только то, что возрастут налоги с оборота или может измениться валютный курс не в пользу орга-

низации, но и какую при этом выгоду организация упустит в процессе ожидания средств по сравнению с альтернативным их использованием в случае своевременного поступления (например, вложив средства в ценные бумаги, на депозит на этот срок и т. п.).

С точки зрения возможностей упущенной выгоды необходимо соблюдать следующий принцип налогового планирования – платить налоги необходимо в последний день установленного для этого срока. Если организация платит налоги не заранее, как только исчислена сумма налога, а в последний день, то это равносильно получению беспроцентного кредита от бюджета на эти дни.

Хранение наличности также приносит неявные издержки, равные «упущенному» проценту из-за неиспользования этих денег как заемных средств; ссуживание денег под процент дает издержки, равные выгоде, которую владелец денег упустил, не потратив эти деньги на формирование турпродукта.

К неявным издержкам фирмы относятся и недополученные доходы из-за неэффективного использования патентов, знаков обслуживания, месторасположения, ноу-хау, а также других преимуществ.

Явные и неявные издержки образуют **экономические издержки** фирмы.

Прямые и косвенные затраты

Бухгалтерские, или явные, издержки по способу включения в себестоимость услуг делят на прямые и косвенные.

Прямые издержки в момент их возникновения можно непосредственно отнести на объект калькулирования на основе первичных документов (накладных, нарядов). К таким издержкам относятся расходы, связанные с формированием и реализацией отдельных видов работ и услуг.

Прямые расходы обычно включают заработную плату производственных рабочих, расходы на сырье, оплату электрической и тепловой энергии и некоторые другие.

Прямые затраты сразу относят на счет 20 «Основное производство».

Косвенные издержки связаны с формированием и реализацией нескольких различных видов туристского продукта, которые в момент их возникновения не могут быть отнесены непосредственно на объект калькулирования.

Косвенные расходы расчетным путем распределяются между соответствующими видами турпродукта.

Если туристская фирма осуществляет различные виды деятельности: формирует и реализует свои собственные турпутевки, а также реализует чужие турпутевки, то косвенные затраты распределяются пропорционально размеру выручки, полученной от туроператорской и турагентской (посреднической) деятельности, в общей сумме выручки.

Косвенные расходы обычно включают общепроизводственные и общехозяйственные расходы, которые собирают на одноименных счетах 25 и 26 и после соответствующего распределения относят на себестоимость отдельных видов оказанных услуг через счет 20 «Основное производство».

Примером общехозяйственных расходов являются также управленческие и хозяйственные расходы, не связанные с производственным процессом: заработная плата с начислениями управленческого аппарата; арендная плата за помещение управленческого и общехозяйственного назначения; амортизация, ремонт и содержание основных средств управленческого и общехозяйственного назначения; оплата информационных, аудиторских и консультационных услуг; расходы на подготовку и переподготовку кадров и другие подобные расходы.

Отметим, что чем больше удельный вес прямых затрат в себестоимости, тем точнее она подсчитана.

Производственные и коммерческие затраты

По участию в процессе производства все виды затрат подразделяются на производственные и коммерческие.

Производственные затраты связаны с основным видом деятельности фирмы, например у туроператора это затраты по формированию турпродукта. В конце отчетного периода они собираются на счете 20 «Основное производство».

Коммерческие (внепроизводственные) затраты связаны с реализацией турпродукта и включают расходы на рекламу, средства, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, комиссионные сборы и другие подобные расходы. Все они учитываются отдельно на счете 43 «Коммерческие расходы».

Производственные и коммерческие затраты образуют полную себестоимость продукта.

Основные и накладные затраты

По экономической роли затраты турфирм делят на основные и накладные.

Основные затраты – это прямые издержки, которые непосредственно связаны с процессом предоставления услуг, т. е. расходы по размещению, на питание, на экскурсионное и транспортное обслуживание. Основные затраты прямо и непосредственно включают в себестоимость турпродукта.

Накладные затраты – это издержки, которые необходимы для формирования, продвижения и реализации турпродукта, но их нельзя прямо отнести на конкретный вид продукта по следующим причинам:

- если это невозможно практически, т. е. издержки нельзя непосредственно отнести на отдельный вид турпродукта (например, расходы на социальное обеспечение работников фирмы);
- из-за целесообразности или нецелесообразности, т. е. отнесение издержек на отдельный вид турпродукта экономически не оправданно.

Экономически более оправданно включать издержки в суммарные начисления на все виды турпродукта с дальнейшим их распределением по видам с помощью ставок накладных расходов. ***Ставка накладных расходов*** выражается в форме издержек на единицу затрат труда, например в процентах от издержек на оплату труда. Фактически ставка накладных расходов является нормативными издержками, предназначенными для распределения накладных расходов на себестоимость турпродукта.

К накладным относят и те расходы, которые образуются в связи с организацией, обслуживанием турфирмы и ее управлением. Они состоят из общепроизводственных и общехозяйственных расходов.

Одноэлементные и комплексные затраты

По составу (однородности) затраты подразделяют на одноэлементные и комплексные.

Одноэлементными называются затраты, состоящие из одного элемента: заработная плата, амортизация и др.

Комплексными называются затраты, состоящие из нескольких элементов. К ним можно отнести цеховые и общезаводские

расходы, в состав которых входят заработная плата соответствующего персонала, амортизация зданий и другие одноэлементные расходы.

Постоянные и переменные затраты

Наиболее важной и используемой для целей планирования и контроля является классификация издержек по типу «поведения» затрат в зависимости от изменения объема производства или от уровня деловой активности компании. Рост или снижение объема производства вызывает соответствующий рост или снижение уровня определенных затрат. При этом другие затраты остаются неизменными.

Переменными называются затраты, которые варьируются с изменением объемов деятельности. Эти затраты могут зависеть от продолжительности труда, вида и класса обслуживания, стоимости питания, а также стоимости гостиничного обслуживания, от числа туристов и т. п.

Затраты относятся к переменным, если их величина зависит от объема оказанных услуг. Переменные затраты по своим абсолютным размерам в зависимости от объема оказанных услуг могут как возрастать (при увеличении продолжительности тура увеличиваются расходы на питание туристов), так и уменьшаться (при увеличении продолжительности тура расходы по гостиничному обслуживанию сокращаются). Это проиллюстрировано на рис. 7.1. Один из интересных аспектов поведения переменных расходов заключается в том, что эти издержки постоянны в расчете на единицу продукции, услуги. Хотя и здесь есть одна тонкость, связанная с системой скидок с цены услуг при групповом туризме, однако поведение переменных затрат на единицу продукции, услуги не изменяется – возрастает или снижается лишь их уровень на единицу продукции, услуги.

Данные о переменных затратах используются для установления трансфертных цен.

Трансфертная цена – это цена на продукцию или услуги, оказываемые одним подразделением (сегментом) крупной децентрализованной организации другому подразделению той же организации. Эти цены часто рассматриваются как заменитель рыночной цены во внутренних операциях компаний, включающих по крайней мере один центр прибыли или центр инвестиций.

Переменные расходы включают те расходы, которые сразу относятся на счет 20 «Основное производство».

Поскольку рост объема оказания услуг связан с увеличением валовых издержек, кривая валовых издержек имеет «восходящий» характер при любых значениях объема услуг.

Средние издержки

Фирма, желая добиться максимальной прибыли, стремится снизить издержки на единицу продукции. В связи с этим интересен показатель средних издержек.

Средние издержки – это величина валовых издержек, приходящаяся на единицу турпродукта.

Очевидно, что средние валовые издержки равны сумме средних постоянных и средних переменных издержек.

Предельные издержки

Предельные издержки – это прирост затрат фирмы при изменении объема реализации услуг на одну дополнительную единицу турпродукта.

$$\text{Предельные издержки} = \frac{\Delta\ \text{Валовые издержки}}{\Delta\ \text{Реализованные турпродукты}}.$$

Предельные издержки показывают, во что обойдется фирме увеличение объема производства на единицу турпродукта.

Поскольку постоянные издержки не меняются и не зависят от объема услуг, изменение валовых издержек определяется изменениями только переменных издержек. Отсюда следует:

$$\text{Предельные издержки} = \frac{\Delta\ \text{Переменные издержки}}{\Delta\ \text{Реализованные турпродукты}}.$$

Функциональная зависимость средних и предельных издержек показана на рис. 7.3.

Для кривой предельных издержек характерен спад издержек до величины Q_{min}, а затем наблюдается их рост.

Так, на рис. 7.3 графически отражается действие одного из фундаментальных законов экономики – **закона уменьшающейся отдачи ресурсов.**

По этому закону увеличение переменного фактора при неизменной величине постоянного фактора непременно приведет к ситуации, когда каждая последующая единица переменного фактора будет оказывать на объем выпуска турпродукта меньшее влияние, чем его предыдущая единица.

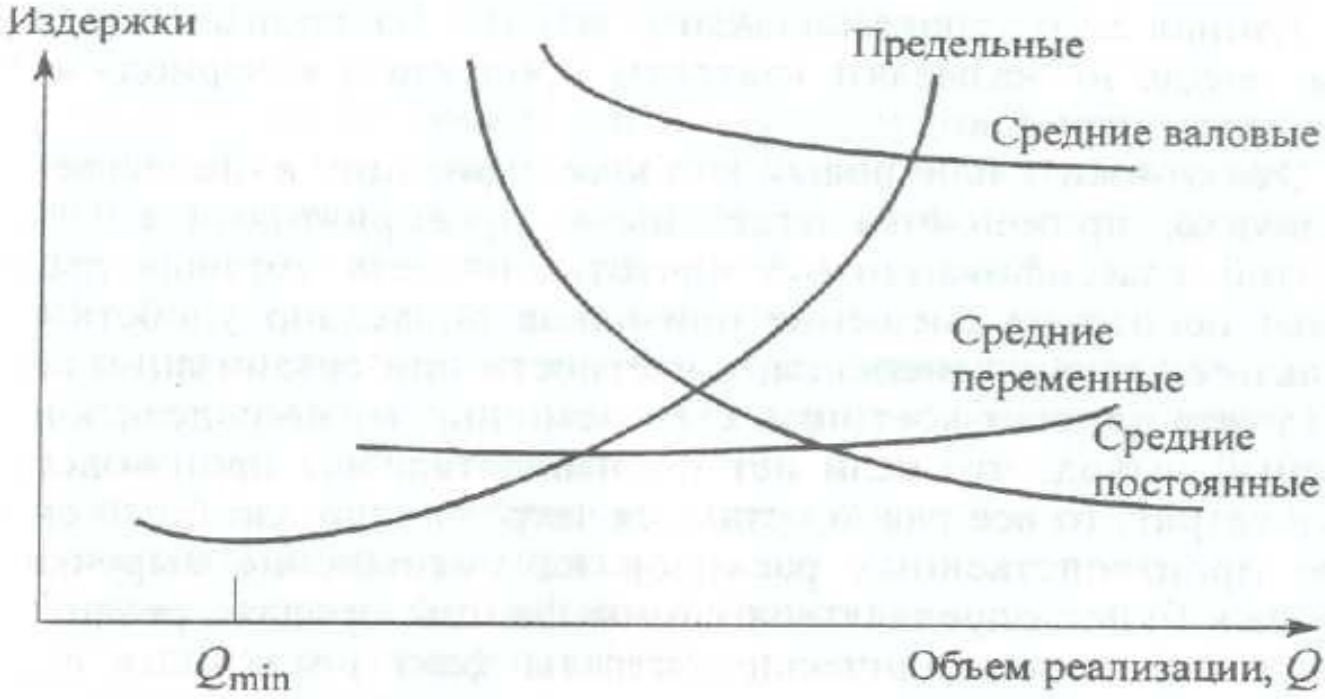

Рис. 7.3. Кривые предельных и средних издержек

Средние переменные будут снижаться до тех пор, пока предельные издержки меньше средних переменных издержек. Когда же предельные издержки превысят значение средних переменных, средние переменные станут возрастать.

Кривая средних постоянных издержек имеет вид гиперболы, так как

$$\text{Средние постоянные издержки} = \frac{\Sigma\ \text{Постоянные издержки}}{Q} = \frac{\text{Const}}{Q},$$

где Q – объем реализации.

Иными словами, в расчете на единицу услуг постоянные затраты будут величинами дегрессивными.

Средние валовые издержки снижаются, пока предельные издержки меньше средних валовых издержек, но они начнут повышаться, как только величина предельных затрат превысит валовые.

Следовательно, линия предельных издержек пересекает кривые средних переменных и средних валовых издержек в точках их минимума.

Производственные и периодические затраты

Следующий вид классификации затрат связан с объемом производства.

Данная классификация делит затраты на производственные (на Западе их называют «затраты продукта») и периодические («затраты периода»).

Это относительно новый вид классификации в отечественной практике; применяется отдельными предприятиями с 1992 г. В этой классификации нет чистоты, но есть мощный прагматизм; некоторое смешение признаков оправдано удобством ее практического применения, в частности при организации системы учета «директ-костинг». С ее помощью можно сделать интересный вывод, что если нет производства, нет производственных затрат, то все равно остаются затраты периода. Если списание производственных расходов на уменьшение выручки от продаж будет определяться самим фактом продаж, реализации услуг, то на периодические затраты факт реализации влияет мало.

Таким образом, **периодические затраты** практически не связаны по своей экономической сути с формированием и продвижением туристского продукта; их можно рассматривать в качестве периодических убытков каждого отчетного периода.

Издержки, которые нельзя идентифицировать с видом продукции, услуг, называются периодическими, поскольку их можно соотнести только с периодом, в течение которого они были понесены.

Периодические затраты являются функцией длительности отчетного периода. Так, амортизация помещения или арендная плата за пользование помещением за три месяца при прочих равных условиях будет в три раза больше, чем за один месяц.

Периодические затраты возникают в течение определенного периода времени в результате какого-либо конкретного стратегического решения, принятого руководством организации. Они не связаны с объемом производства или объемом сбыта. Уровень таких расходов устанавливается решением администрации. Таким же решением они могут быть увеличены, сокращены или устранены. Типичными примерами дискреционных затрат являются расходы на исследование и разработки, стоимость рекламных средств и затраты на программы повышения квалификации персонала.

Производственные затраты связаны с осуществлением собственно производственной деятельности. Они имеют место при формировании и продвижении турпродукта, но в большей своей части отсутствуют при свертывании туристской деятельности.

Группировка затрат по видам расходов

Группировка по видам расходов является в экономике общепринятой и включает две классификации: по экономическим элементам затрат (или по экономическому содержанию) и по калькуляционным статьям (или по целевому назначению) расходов.

Деление затрат **по экономическим элементам** применяется при формировании себестоимости на фирме в целом и включает пять основных групп расходов:

1) материальные затраты;
2) затраты на оплату труда;
3) отчисления на социальные нужды;
4) амортизация основных фондов;
5) прочие затраты.

Каждая из вышеперечисленных групп объединяет однородные по экономическому содержанию затраты, которые не могут быть разложены на собственные части и рассчитываются независимо от того, где они произведены и каково их производственное назначение.

Классификация затрат по экономическим элементам позволяет определить ***структуру себестоимости***. Для этого исчисляют процентное соотношение удельного веса каждого вида затрат и всей себестоимости.

В управленческом учете затраты группируются по носителям затрат в разрезе статей калькуляции. Под носителем затрат понимают виды продукции, работ, услуг, предназначенных для реализации на рынке.

Группировка затрат **по калькуляционным статьям** используется при составлении калькуляции (расчет себестоимости единицы продукции). Калькуляция позволяет определить, во что обходится организации единица каждого вида продукции, себестоимость отдельных видов работ и услуг. Необходимость данной классификации обусловлена тем, что расчет себестоимости по экономическим элементам затрат не позволяет учесть, где и в связи с чем произведены затраты, а также характер этих затрат в отдельных видах услуг. Для туризма это обстоятельство имеет особое значение. Определение же затрат по калькуляции как способ их группировки относительно конкретной единицы продукции позволяет отследить каждую составляющую себестоимости продукции (работ, услуг) на любом уровне.

По калькуляционным статьям расходы группируются в зависимости от места их возникновения и относятся на каждый вид продукции (работ, услуг) прямым или косвенным методом.

Эта классификация специфична для каждой отрасли промышленности (сферы услуг), поэтому состав затрат в каждой отрасли различен и определяется соответствующими отраслевыми (или межотраслевыми) инструкциями и методиками.

Как правило, по статьям затрат выделяются:

1) сырье и материалы;

2) топливо и энергия;

3) основная и дополнительная заработная плата производственных рабочих;

4) отчисления на социальное страхование;

5) расходы на подготовку и освоение производства;

6) расходы на содержание и эксплуатацию оборудования;

7) цеховые расходы;

8) общезаводские расходы;

9) прочие производственные расходы;

10) внепроизводственные (коммерческие) расходы.

В результате группировки затрат по калькуляционным статьям образуется ряд комплексных статей, состоящих из нескольких элементов расходов. К таким статьям, в частности, относятся цеховые расходы, общезаводские расходы, внепроизводственные расходы и др.

В указанные статьи входят затраты, относящиеся к различным элементам (например, заработная плата, амортизация и прочие элементы).

Для туристских организаций перечень калькуляционных статей утвержден приказом Государственного комитета Российской Федерации по физической культуре и туризму от 08.06.98 г. № 210, зарегистрированным Минюстом России от 24.08.98 г. № 1595, «Об утверждении особенностей состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью».

Перечень затрат, формирующих себестоимость туристского продукта, содержит следующие калькуляционные статьи:

1) затраты на приобретение прав на следующие услуги туристам:

по размещению и проживанию;

по транспортному обслуживанию (перевозке);

по питанию;

по экскурсионному обслуживанию;

по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний;

по визовому обслуживанию (а также иные затраты, связанные с оформлением турпоездки);

культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;

по добровольному страхованию от несчастных случаев, болезней и медицинскому страхованию в период турпоездки;

по обслуживанию гидами-переводчиками и сопровождающими;

2) затраты по освоению новых туров;

3) затраты, связанные с оплатой услуг организаций по подбору кадров;

4) представительские расходы в пределах сумм, установленных законодательством Российской Федерации;

5) затраты, возникающие по не востребованной туристами части услуг, права на которые приобретаются неразделяемыми комплектами для целей формирования туров. Последние включают затраты по фрахтованию транспортного средства, по приобретению блока мест в транспортном средстве, по размещению и проживанию в организации гостиничной сферы и иных организациях, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги.

§ 7.3. Себестоимость турпродукта, ее состав

В международной практике, так же как и в российской, затраты оцениваются по себестоимости.

Себестоимость формируется под воздействием множества разнообразных факторов. Необходимо установить, какие из них являются решающими на различных стадиях формирования и реализации туристского продукта, и организовать анализ этих факторов.

Состав затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта, регламентирован Положением «О составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли» (далее – Положение о составе затрат), которое утверждено постановлением Правительства РФ от 05.08.92 г. № 552; с изменениями и дополнениями, утвержденными Правительством РФ от 01.07.95 г. № 661, от

20.11.95 г. № 1133, от 14.10.96 г. № 1211, от 22.11. 96 г. № 1387, от 11.03.97 г. № 273, от 27.05.98 г. № 509, а также письмами Минфина России:

- «О включении затрат по наладке оборудования в себестоимость продукции» от 01.04.96 г. №16-00-14-348;
- «О затратах, подлежащих включению в себестоимость продукции» от 26.01.96 г. № 16-00-17-18;
- «Об отдельных вопросах учета и отчетности для целей налогообложения» от 22.04.97 г. № 16-00-17-26.

В соответствии с п. 2 постановления Правительства РФ от 05.08.92 г. № 552 Государственным комитетом РФ по физической культуре и туризму разработаны и утверждены «Особенности состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью». Приказ Государственного комитета РФ по физической культуре и туризму от 08.06.98 г. № 210 зарегистрирован Минюстом России от 24.08.98 г. № 1595.

С момента вступления в силу приказа № 210 туристские организации получили законодательное обоснование затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта.

Рассмотрим особенности формирования себестоимости туристского продукта у туроператора.

В соответствии с вышеперечисленными документами **себестоимость туристского продукта** представляет собой стоимостную оценку используемых в процессе производства природных ресурсов, сырья, материалов, топлива, энергии, основных фондов, трудовых ресурсов, а также других затрат. В частности, к ним относятся:

1) затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией туристского продукта, т. е. затраты на приобретение прав у специализированных предприятий, организаций и учреждений на следующие услуги туристам:

по транспортному обслуживанию у автотранспортных предприятий, авиационных компаний, железнодорожных ведомств, предприятий морского и речного транспорта и др.;

по размещению и проживанию в гостиницах, мотелях, кемпингах, пансионатах, домах отдыха и др.;

по питанию в столовых, ресторанах, кафе, барах;

по экскурсионному обслуживанию;

культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;

по визовому обслуживанию;

между альтернативными образцами действий. Следует ли приостановить производство каких-то услуг? Стоит ли осваивать новые виды туристского продукта? Какую ценовую политику проводить? Система управления себестоимостью предназначена для принятия оптимальных решений, касающихся не только совершенствования старых, но и разработки новых видов туристского продукта, назначения цены, маркетинга, ассортимента.

Принятие управленческих решений основано на применении калькулирования. В русском языке слово «калькуляция» (лат. calculatio – вычисление) появилось в XIX в. и означает исчисление себестоимости. В современной экономической литературе ***калькулирование*** определяется как система экономических расчетов себестоимости единицы отдельных видов продукции (работ, услуг).

Под методом калькулирования себестоимости понимают совокупность приемов документирования и отражения затрат, обеспечивающих определение себестоимости, а также отнесения издержек на единицу продукции (работ, услуг).

Методы учета затрат классифицируют по трем признакам: а) по полноте учитываемых затрат, б) по объектам учета затрат, в) по оперативности учета и контроля за затратами.

С точки зрения полноты учитываемых издержек возможно калькулирование полной (абзорпшинг-костинг) и ограниченной (директ-костинг) себестоимости турпродукта. В зависимости от оперативности учета и контроля затрат различают методы учета фактической (исторической) себестоимости и учета нормативных затрат. По объектам учета затрат выделяют попроцессный, попередельный и позаказный методы.

Принятие решений по ценообразованию турпродукта

В условиях рыночной экономики процесс ценообразования становится скорее искусством, чем наукой. Искусство определения цены заключается в осознании положения на рынке в целом и в предсказании реакции потребителя на предлагаемую цену.

В управленческом учете используются два термина: «долгосрочный нижний предел цены» и «краткосрочный нижний предел цены».

Долгосрочный нижний предел цены показывает, какую минимальную цену можно установить, чтобы покрыть полные затраты предприятия на производство и реализацию продукции. Этот предел соответствует полной себестоимости продукции.

• ценообразование с ориентацией на спрос;
• ценообразование на основе издержек (затратный метод).

Ценообразование с ориентацией на уровень конкурентов достаточно характерно для туристских организаций. При данном методе ценообразования цены устанавливаются ниже рыночных, на уровне рыночных или выше рыночных в зависимости от требовательности клиентов, предоставляемого сервиса, реальной или предлагаемой ответной реакции конкурентов. Отличительной особенностью турфирм, использующих данный метод ценообразования, является отсутствие постоянной зависимости между ценами и затратами.

Ценообразование с ориентацией на спрос основано на изучении желаний потребителей и установлении цен, приемлемых для целевого рынка. Данный метод применяется в том случае, если цена является решающим фактором в приобретении турпродукта клиентами. При этом выявляется потолок цен – максимальная сумма, которую потребитель будет готов уплатить за данную услугу.

Ценообразование на основе издержек (затратный метод) построено на калькулировании полной себестоимости туристского продукта. Используется теми предприятиями, которые стремятся в первую очередь получить прибыль от инвестиций.

Преимущества затратного метода:

• ценообразование значительно упрощается, если туристская организация может достаточно точно определить структуру полной себестоимости турпродукта;

• применение данного метода основными конкурентами фирмы создает условия для снижения ценовой конкуренции;

• у турфирм появляется возможность уделять значительно меньше внимания колебаниям спроса на туристские продукты.

При разработке ценовой стратегии туристская организация должна использовать перечисленные три метода ценообразования во взаимодействии, поскольку ориентация только на один из них не способствует проведению гибкой ценовой стратегии и даже приводит к прямым или косвенным убыткам.

Цена имеет два предела: нижний и верхний. Нижним пределом цены выступают понесенные затраты, т. е. себестоимость туристского продукта; верхний предел определяется спросом на данный вид турпродукта. В этом смысле можно говорить о цене спроса на туристские услуги и цене предложения.

Ценообразование в сфере туризма имеет характерные особенности.

• Высокая эластичность цен в различных сегментах туристского рынка.

• Разрыв во времени между моментом установления цены и моментом купли-продажи туристского продукта.

• Цены на туристский продукт являются розничными ценами, так как турпродукт предназначен непосредственно для потребления.

• Неспособность туристских услуг к хранению, вследствие чего розничные торговцы не разделяют с производителями риска, связанного с образованием нереализованных запасов. Высокая степень влияния конкурентов. На одни и те же туристские услуги действуют два уровня цен – внутренние и внешнеторговые, например тарифы на транспорт, на гостиничные услуги, услуги по обслуживанию туристов; поэтому с учетом международных требований цены на туристские услуги для иностранных туристов устанавливаются на более высоком уровне, чем для отечественных туристов.

• Спрос на туристские услуги носит ярко выраженный сезонный характер, поэтому в сфере туризма применяется сезонная дифференциация цен и тарифов.

• Значительная стоимость операций с туристскими услугами.

• Для устойчивости спроса на услуги туризма цена не должна вызывать у покупателей отрицательных эмоций, т. е. уровень цен на туристские услуги рассматривается потребителями как вполне допустимый; хорошо, если уровень цен на определенный пакет услуг, предоставленный туристской организацией, ниже затрат самостоятельно путешествующего туриста на аналогичный пакет услуг.

• Высокий уровень ориентации на психологические особенности потребителя, поскольку цена путешествия может быть связана со статусом клиента, его положением в обществе.

• Цены на туристский продукт необходимо ориентировать не на среднего потребителя, а на определенные типовые группы; типологию потребления следует рассматривать как основу повышения эффективности коммерческой деятельности туристской организации.

• Значительная степень государственного регулирования в сфере транспорта, которое часто включает элементы контроля цен.

• На процесс формирования цен на туристские услуги оказывает влияние туристская рента.

• Цены на туристский продукт тесно связаны с рекламой туристского продукта: так, снижение цены оказывает реклам-

ное воздействие на потребителя, ведет к росту спроса на туристский продукт; в свою очередь, хорошо организованная реклама может позволить повысить уровень цен на туристский продукт.

• Цена одной туристской путевки зависит от вида тура (групповой или индивидуальный).

$$\text{Цена одной турпутевки} = \frac{\text{Продажная цена турпродукта}}{\text{Количество туристов в группе и лиц, сопровождающих группу}}.$$

Чем больше численность группы, тем ниже стоимость тура в расчете на одного человека. Цена тура на одного человека зависит от количества туродней: чем продолжительнее тур, тем дороже он будет стоить при прочих равных условиях.

Указанные особенности предопределяют **ценообразование** туристских организаций на двух уровнях.

Первый уровень соответствует стратегии ценообразования и представляет собой совокупность цен, подлежащих обязательному опубликованию в каталогах, брошюрах, путеводителях и других печатных изданиях. Данные цены затрагивают глобальные вопросы положения туристского продукта и фирмы, долгосрочной прибыли на инвестированный капитал.

Второй уровень, определяющий в целом тактику ценообразования, характеризует цены, по которым осуществляется реализация туристских услуг исходя из конкретной ситуации.

Ценовые стратегии

Ценовая стратегия – это выбор возможной динамики изменения исходной цены туристского продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели туристской организации.

Определение ценовой стратегии зависит от сочетания и взаимодействия многих факторов, важнейшими из которых являются:

• степень новизны турпродукта, т. е. на какой туристский продукт устанавливается цена: на новый или на продукт сформировавшегося рынка сбыта;

• характеристики турпродукта, относительная его исключительность по сравнению с другими турпродуктами;

• издержки и ожидаемая прибыль;

• условия конкуренции;

• особенности рынка сбыта;

• имидж туристской организации и прочие факторы, касающиеся деятельности турфирмы на рынке.

Для успешного ***продвижения нового туристского продукта*** может быть использовано несколько ценовых стратегий.

Стратегия «снятия сливок» (высоких цен) предполагает первоначально высокий уровень продажных цен на новые туристские продукты, это возможно в условиях отсутствия конкуренции и предложения абсолютно новых туристских услуг. Турфирма пользуется своей временной монополией до момента, пока рынок не окажется насыщенным и не появятся аналоги; затем фирма идет на снижение уровня продажных цен.

Стратегия цен проникновения на рынок предполагает преднамеренно низкий уровень продажных цен, возможно использование демпинговых цен с целью завоевания рынка сбыта, оказания влияния на как можно большее число потребителей туристских услуг. С освоением рынка и увеличением объема продаж цена постепенно повышается, но так, чтобы это не препятствовало дальнейшему росту объемов реализации.

Стратегия цен проникновения на рынок особенно удачно применяется в отношении туристских услуг, затраты на оказание которых падают в соответствии с «эффектом опыта». Эффект опыта выражает эмпирическую закономерность, которая состоит в том, что по мере накопления опыта в какой-либо сфере деятельности затраты на единицу продукции (работ, услуг) уменьшаются.

Для успешного использования данной стратегии необходимо:

• чтобы на рынке туристских услуг сложилась ситуация, когда конкуренты не успевают отреагировать на уменьшение цены и существует предпосылка того, что конкуренты не подключатся к «игре на снижение»;

• чтобы понесенные затраты по формированию и реализации услуг турфирмы были настолько низкими, что даже при невысоких ценах обеспечивалось бы получение достаточной суммы прибыли.

На практике туристские организации часто вначале применяют стратегию «снятия сливок» – первоначальная высокая цена создает своего рода образ туристского продукта высокого качества, и обычно первоначальная группа потребителей менее чувствительна к цене, чем последующие. Затем используется стратегия цен проникновения на рынок – при этом снижение цен благожелательно воспринимается потребителями, в то вре-

мя как значительное увеличение первоначальной низкой цены часто сталкивается с сопротивлением рынка.

Стратегия престижных цен эффективна, если можно свести к минимуму конкуренцию путем применения патентной защиты, знаков обслуживания, приверженности торговой марке, фирменным наименованиям. Престижные цены представляют собой намеренно высокие цены, предназначенные для привлечения потребителей, которые более обеспокоены качеством туристского продукта, его уникальностью или статусом, чем ценой.

Стратегия «следования за лидером» предполагает учет ценовой политики ведущей фирмы на рынке туристских услуг, т. е. ориентацию цен на свои туристские продукты с движением и характером цен лидера. Уровень цен на новые турпродукты должен приближаться к «стандартам», установленным лидером, отклонение от цены фирмы-лидера допускается только в известных пределах. Данная стратегия внешне весьма привлекательна и удобна для фирм, не желающих проводить свои собственные разработки ценовой стратегии, однако может привести к серьезным ошибкам и просчетам.

По отношению ***к туристским продуктам сформировавшегося рынка*** сбыта используются следующие ценовые стратегии.

Стратегия скользящей падающей цены является логическим продолжением стратегии «снятия сливок», ее применение эффективно при тех же условиях. Суть данной стратегии состоит в том, что цена последовательно скользит по кривой спроса. Для того чтобы стимулировать спрос и оградить организацию от конкуренции, необходимо разрабатывать новые виды туристского продукта.

Стратегия преимущественной цены является продолжением стратегии цен проникновения на рынок, применяется при опасности вторжения конкурентов в область деятельности туристской организации. Суть стратегии – в достижении преимущества по отношению к конкурентам либо по затратам (в этом случае цена устанавливается ниже цен конкурентов), либо по качеству турпродукта (тогда цена устанавливается выше цен конкурентов и продукт оценивается как уникальный и престижный).

Стратегия цены сегмента рынка предполагает учет определенных различий в спросе. Каждое решение по формированию цены должно учитывать реальные ожидания и запросы потребителей, а также их желание и возможность уплатить оп-

ределенную сумму за туристские услуги. В качестве примера влияния сегментации рынка на стратегию ценообразования можно привести цены на турпродукты для пожилых людей, уровень которых ниже аналогичных турпродуктов для других возрастных категорий. Указанный факт объясняется особенностями данного сегмента: люди пожилого возраста довольно чувствительны к ценам, поэтому наибольшее число поездок совершают в несезонный период, т. е. покупают туры по сниженным ценам и предпочитают размещение на базе самообслуживания, что значительно дешевле, а также пользуются специальными скидками, предоставляемыми авиакомпаниями и гостиницами.

Методика калькулирования полной себестоимости турпродукта

Калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта. При этом методе рассчитываются средние валовые издержки или полная себестоимость единицы турпродукта.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта – это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта.

В основе этого метода лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Рассмотрим калькулирование себестоимости у туроператора, который и формирует стоимость туристского продукта. Объектом калькуляции будет служить стоимость обслуживания группы туристов при групповом типе тура и стоимость обслуживания индивидуального туриста при индивидуальном типе тура.

В настоящее время основная часть потока туристов состоит из укомплектованных групп. Это означает, что туристская фирма определяет оптовую цену поездки для всей группы.

При этом обычно предоставляется скидка для массовой оптовой сделки в зависимости от объема операции – до 10 %, по срокам и продолжительности – до 5 %, в зависимости от продолжительности проживания туристов в гостинице – до 10 %.

В целом цена на туристское обслуживание групп может быть ниже рыночной цены для разовых сделок в среднем на 10–20 %.

Туристу могут быть предоставлены либо определенные виды услуг по его выбору, либо полный комплекс услуг. Полный комплекс услуг может быть предоставлен путем продажи так называемых инклюзив-туров (*inclusive tour*) или пэкидж-туров (*packadge tour*).

При **инклюзив-турах**, применяемых при авиаперевозках, стоимость перевозки туристов к месту назначения и обратно определяется на основе специально разрабатываемых инклюзив-тарифов, которые могут быть наполовину ниже обычных.

Общий уровень рентабельности и цены инклюзив-тура должен быть не ниже обычного тарифа стоимости транспортировки.

Клиентам сообщается паушальная (общая) цена инклюзив-тура без разбивки ее на отдельные виды услуг.

Пэкидж-туры предлагают предоставление клиенту полного комплекта услуг, которые, однако, могут и не включать транспортные расходы. Организуются пэкидж-туры по определенной, заранее рекламируемой программе.

Структура туров варьируется в зависимости от страны, состава туристов, их покупательной способности, характера, ассортимента и качества услуг.

Калькуляция – это документ, в котором рассчитывается и которым оформляется продажная цена турпродукта при затратном методе ценообразования.

В зависимости от целей калькулирования различают плановую (нормативную), фактическую (отчетную) и сметную калькуляции.

Плановая калькуляция составляется на плановый период на основе действующих на начало этого периода норм и смет.

Фактическая калькуляция отражает совокупность всех понесенных затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг).

Сметная калькуляция рассчитывается при проектировании новых видов продукции (работ, услуг) при отсутствии норм расхода.

Калькуляцию рекомендуется оформлять в виде представленного ниже документа (табл. 7.1). В калькуляцию включаются также дополнительные услуги, доплата за обед с дегустацией блюд русской кухни (125 руб.), концертная программа во время обеда или ужина (55 руб.), сеанс сауны с бассейном (75 руб.), катание в экипажах (летом), в санях (зимой) (45 руб.), экскурсия в Гусь-Хрустальный (35 руб.).

Таблица 7.1

Калькуляция

на группу ___40___ человек на полтора дня

по маршруту: Москва – Владимир – Суздаль – Боголюбово – Москва

Наименование калькуляционных статей	Показатели		
	в %	в стоимостном выражении, руб.	
		на группу	на 1 чел.
1. Страховка		–	
2. Визы		–	
3. Транспортные расходы		2600	65
4. Расходы на проживание		4000	100
5. Расходы на питание		3200	80
6. Расходы на экскурсионную программу		900	22,5
Итого прямых затрат		10700	
7. Косвенные расходы туроператора	10	1070	
Затраты по сбыту и реализации		–	
Полная себестоимость		11770	294,25
Налоги:			
на пользователей автодорог	1	117,7	
НДС	20	2354	
Прибыль	20	2354	58,9
Продажная цена		16595,7	414,9
Налог с продаж (НСП)	5	829,8	
Продажная цена с учетом НСП		17425,5	435,6

Обычно турфирмы включают в стоимость турпутевки страховые полисы и за это берут со страховой фирмы комиссию в размере 10–15 %.

Если **страховка** не является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она вообще не входит и оформляется как дополнительная услуга. Отметим, что операции по страхованию и перестрахованию освобождены от уплаты НДС.

Следующая калькуляционная статья – **визы.** Стоимость виз, как и страховки, рассматривается исходя из стоимости на одного человека и количества человек в группе. Оформление туристских виз осуществляется с помощью вызова от зарубежной фирмы на определенное количество туристов. Консульством после рассмотрения выдается виза, общая для всей группы или предназначенная для отдельных туристов.

Калькуляционная статья **«Транспортные расходы»** включает стоимость: проезда до страны пребывания (авиаперелет, железная дорога, автобус, теплоход и т. д.), перевозки туристов от места сборов до аэропорта вылета, от аэропорта прилета до гостиницы или иного места проживания, транспортных расходов на экскурсионное обслуживание при автобусных экскурсиях и т. д.

В калькуляцию включаются те расходы, которые входят в обязательную программу тура.

Стоимость авиаперелета, например, как и иного средства транспортировки, определяется исходя из стоимости билета на одного человека и численности группы. В расчете учитывается групповая скидка, предоставляемая перевозчиком. Процент скидки зависит от компании перевозчика, наличия и условий договоров, заключенных между туроператором и перевозчиком. Размер скидки в среднем составляет от 5 до 30 %.

Расчет усложняется, если туроператор занимается и чартерными рейсами или при сложной схеме движения группы, при использовании нескольких видов транспорта.

Калькуляционная статья **«Расходы на проживание»** рассчитывается исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, расселения, сезона заезда, количества человек в группе и предоставляемых групповых скидок, количества суток проживания.

Калькуляционная статья **«Расходы на питание»** рассчитывается в зависимости от вида туризма. При въездном туризме, т. е. при калькулировании туров на прием иностранных туристов в России, эти расходы рассчитать достаточно сложно. При выездном туризме стоимость питания зависит от условий тура: завтрак, полупансион, полный пансион. Как правило, стоимость питания включается в стоимость проживания. В большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки. В некоторых гостиницах стоимость завтрака, обеда и ужина указывается отдельно от стоимости номера.

Калькуляционная статья **«Расходы на экскурсионную программу»** включает только те расходы по экскурсионному

обслуживанию, которые входят в обязательную программу тура. Обычно это 2–3 экскурсии, при этом указывается, что при желании на месте турист может оплатить дополнительные экскурсии.

Стоимость экскурсий зависит от цены входных билетов в музеи, парки, а также стоимости услуг экскурсовода, гида, сопровождающего. В калькуляцию включают либо стоимость группового билета, либо результат умножения стоимости одной экскурсии на количество туристов.

Стоимость услуг гида-переводчика либо выделяется в самостоятельную калькуляционную статью, либо включается в косвенные (накладные – общехозяйственные) расходы фирмы.

Косвенные расходы туроператора – это расходы по содержанию туристской организации. Они включают: расходы на организацию набора групп, амортизацию основных средств и нематериальных активов, арендные платежи, оплату услуг банков и предприятий связи, содержание офиса, заработную плату и т. д.

Косвенные расходы включаются в себестоимость различными методами (например, в себестоимость в виде процентного соотношения к итоговой величине прямых затрат). Полная себестоимость определяется сложением прямых и косвенных затрат. Нормативный уровень накладных затрат берется из анализа фактических данных по ним за предыдущие периоды.

Продажная цена включает, кроме полной себестоимости, косвенные налоги и прибыль. Норма прибыли для туристских организаций составляет 20 %, ее величина корректируется с учетом спроса, предложений и уровня конкуренции на рынке туристских услуг.

Туристские организации применяют **скидки со стоимости турпродукта,** например:

- сезонные скидки;
- скидки для детей и школьников, обычно детям до 7 лет предоставляется скидка 50 %, школьникам – 40 %;
- специальные скидки, предоставляемые авиакомпаниями и гостиницами для людей в возрасте 50–65 лет;
- скидки для постоянных клиентов;
- скидки в случае, если турист, забронировавший тур, дает фирме право самостоятельного выбора одной из трех дат своего отправления и одного из трех пунктов назначения отдыха.

При разработке продажных цен на туристские продукты учитываются **комиссионные вознаграждения посредникам.**

Практика туристского бизнеса различает следующие виды комиссионных вознаграждений посредникам:

- комиссия для туроператоров (оптовиков), которые разрабатывают программы и реализуют их самостоятельно или через посредника;
- розничная комиссия выплачивается турагентам, которые перепродают программы туроператорам или сами бронируют гостиничные номера;
- комиссия для других организаций, которые выступают в качестве посредников между турагентом, туристом и гостиницей.

При заключении договора между туроператором и турагентом возможны следующие варианты:

- туроператор продает турагенту пакет тура по определенной цене. Турагент делает надбавку на эту цену в свою пользу. Туроператор не вмешивается в установление этой надбавки;
- в целях полной продажи турпакетов и для сохранения своего имиджа туроператор предоставляет турагенту турпакет для реализации по твердой фиксированной цене. В этом случае турагент получает комиссионное вознаграждение в форме скидки со стоимости турпакета.

Распределение косвенных затрат

В многопрофильных организациях косвенные расходы подлежат предварительному распределению по видам деятельности пропорционально выбранной базе распределения:

- по сумме всех прямых затрат по видам деятельности;
- стоимости продукции по ценам реализации, т. е. пропорционально размеру выручки от реализации, полученной от каждого вида деятельности в общей сумме выручки от реализации, без НДС.

Далее косвенные затраты распределяются по объектам калькулирования, т. е. по отдельным видам продукции (работ, услуг) пропорционально выбранной базе распределения:

- по одному виду прямых затрат, например пропорционально фонду оплаты труда;
- пропорционально общей величине прямых затрат (чаще других вариантов применяется в туристских организациях). В среднем уровень накладных расходов у туроператора составляет от 5 до 20 % общей суммы всех прямых затрат;
- по методу прямого счета. Предположим, косвенные расходы туроператора за отчетный период составили 30 тыс. руб.

Если за отчетный период планируется сформировать и отправить только одну группу, вся сумма (30 тыс. руб.) при калькулировании данного тура отразится в статье, которая называется «Накладные (косвенные) расходы туроператора»;

- дифференцированным способом с использованием процента;
- по способу применения системы функционального учета.

Использование единой базы распределения (носителя издержек) представляется неправильным, так как применение исключительно объемозависимых баз распределения приводит к тому, что производство одного вида продукции (работ, услуг) субсидирует производство другого. В системе функционального учета применяется несколько баз распределения, поэтому показатели себестоимости адекватно отражают степень поглощения затрат и являются самыми точными.

Много времени и сил может уйти на распределение накладных расходов. Тем не менее их фактическая величина редко совпадает с предварительной оценкой накладных расходов. Поэтому почти всегда приходится иметь дело либо с не полностью распределенными, либо излишне распределенными накладными расходами, т. е. сумма накладных расходов, отнесенных на турпродукцию, будет меньше или больше фактически понесенных накладных затрат. Перед бухгалтером возникает задача их ежеквартальной или ежегодной корректировки. Если из бухгалтерских счетов видно, что в течение года накладные расходы были не полностью распределены, т. е. фактически они превысили сумму плановых расходов, следовательно, нормативный коэффициент накладных расходов при прогнозировании был немного занижен. Поэтому необходимо добавить определенную сумму к накладным расходам отчетного периода и повысить их нормативный коэффициент.

Затраты по продвижению турпродукта включают все коммерческие расходы (комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, расходы на рекламу, участие в выставках, ярмарках и др.), которые подлежат распределению между стоимостью реализованных и нереализованных туров в доле, относящейся к реализованным турам.

Характеристика системы «директ-костинг»

Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация по формированию и реализации единицы турпродукта.

Однако традиционный метод не учитывает одно важное обстоятельство: изменение себестоимости единицы турпродукта от объема реализации турпродуктов.

Если туристская организация увеличивает объем реализации турпродуктов, то себестоимость единицы турпродукта снижается, если же у туристской организации сокращается объем реализации турпродуктов, то себестоимость растет.

В современных условиях хозяйствования преимущество необходимо отдать методу калькуляции себестоимости по величине покрытия.

Рассмотрим второй способ группировки и включения затрат в себестоимость турпродукта. Система «директ-костинг» является атрибутом рыночной экономики, поэтому значение данного способа в современных условиях возрастает.

В различных странах этот способ именуется по-разному: в США – директ-костинг, в Германии – учет частичных, граничных затрат, в Великобритании – учет маржинальных затрат, во Франции – маржинальный учет, в России – директ-костинг, динамический метод учета затрат, учет ограниченной (сокращенной) себестоимости, себестоимость по величине покрытия.

Название «директ-костинг» (в переводе означает учет прямых затрат) является предпочтительным: оно обусловлено исторически, отражает сущность системы, лаконично, интернационально.

Сложные рыночные процессы, проходящие в нашей стране, воздействуют на колебание объемов производства и реализации услуг, увеличивают долю постоянных затрат в их общем объеме, что значительно влияет на поведение себестоимости услуг (продукции, работ), а это, в свою очередь, отражается на прибыли.

По мере нарастания этих тенденций увеличивается потребность фирм в использовании информации о затратах, не искаженных в результате распределения косвенных расходов. Такую информацию в виде показателей себестоимости в части производственных затрат и маржинального дохода дает директ-костинг. Полученные сведения позволяют находить наиболее выгодные комбинации цены и объема производства, проводить эффективную политику цен.

Данный способ также дает информацию о возможности использования в конкурентной борьбе демпинга – продажи турпродукта по заведомо заниженным ценам, что связано с установлением нижнего предела цены. Демпинг применяется в периоды временного сокращения спроса на какой-то вид турпродукта, а также для завоевания рынков сбыта.

Для проведения эффективной ценовой политики важно учесть следующий момент: чтобы туристские услуги были конкурентоспособными, цена на турпутевки должна быть ниже затрат самостоятельно путешествующего туриста с таким же комплектом и уровнем услуг.

Система «директ-костинг» обеспечивает возможность быстро реагировать в ответ на меняющиеся условия рынка. С образованием организаций с различной формой собственности и в условиях включения механизмов свободного ценообразования потребность в данном способе будет возрастать, так как от этого зависит дальнейший рост эффективности учета.

С помощью способа «директ-костинг» происходит сближение целей бухгалтерского (финансового) и производственного (управленческого) учета. Не случайно, директ-костинг называют также «управление себестоимостью» или «управление предприятием», подчеркивая единство учета, анализа и принятия управленческих решений в этой системе.

Данный способ основан ***на группировке затрат*** в зависимости ***от объема производства***. Названный признак группировки расходов предусматривает разделение затрат на переменные и постоянные, или производственные и периодические.

Напомним, что постоянные (периодические) затраты не зависят от объема производства, исчисляются равными долями за равный промежуток времени и являются относительно постоянными. Однако постоянные затраты, рассчитанные на единицу турпродукта, при изменении объема реализации могут увеличиваться или уменьшаться.

Переменные (производственные) затраты зависят от объема производства и изменяются пропорционально изменению объема реализации. Переменные затраты, рассчитанные на единицу турпродукта, представляют собой постоянную величину.

Директ-костинг предусматривает расчет только переменных (производственных) затрат, ***в основе*** этого метода лежит ***расчет средних переменных затрат и средней величины покрытия.***

Пример.

1. Цена турпродукта «А»	500 руб.
2. Средние переменные затраты по формированию турпродукта «А»	300 руб.
3. Маржинальный доход (п. 1 – п. 2)	200 руб.

Как видно из примера, валовая прибыль, средняя величина покрытия, маржинальный доход (или брутто-прибыль, предель-

ная прибыль, сумма покрытия) составляют 200 руб. После списания постоянных затрат в уменьшение валовой прибыли получаем нетто-прибыль, или прибыль от реализации.

Предельная прибыль – это дополнительный доход от продажи одной дополнительной единицы продукции.

Маржинальный доход играет весьма активную роль, сигнализируя об общем уровне рентабельности как всего производства, так и отдельных турпродуктов. Чем выше разница между продажной ценой турпродукта и суммой переменных затрат, тем выше сумма его покрытия и выше уровень его рентабельности. Ограничение себестоимости турпродукта лишь переменными затратами позволяет упростить нормирование, планирование, учет, калькулирование и контроль резко уменьшившегося числа статей затрат.

Переменные (производственные) затраты формируют производственную себестоимость реализованных услуг; постоянные (периодические) не включаются в производственную себестоимость, а непосредственно списываются на уменьшение прибыли от реализации услуг, полученной в данном отчетном периоде.

В этом проявляется первая особенность директ-костинга. Ценность такого разделения – в упрощении учета и повышении оперативности получения данных о прибыли.

Величина производственных затрат является переменной по отношению к объемам реализации услуг. Они легко поддаются нормированию на единицу оказанных услуг, так как в основном это прямые затраты ресурсов и денег.

Периодические расходы подразделяют на административные и коммерческие. К ним относится существенная часть общей массы расходов на управление, обслуживание производства, сбыт услуг, зависящая не от объема формирования и реализации турпродукта, а от организации производственно-коммерческой деятельности, деловой политики администрации, продолжительности отчетного периода, структуры фирмы и других факторов.

В общие управленческие и коммерческие расходы, не связанные непосредственно с формированием турпродукта и потому не включаемые в производственную себестоимость услуг, входят следующие затраты:

- административно-управленческие расходы;
- на содержание общехозяйственного персонала, не связанного с производственными процессами, включая отчисления

на социальное и медицинское страхование, социальные льготы и прочее;

• амортизационные отчисления, расходы на капитальный, текущий ремонт зданий, сооружений, машин и приборов управленческого и общехозяйственного назначения;

• арендная плата за конторские помещения и конторское оборудование, другие основные средства управленческого и общехозяйственного назначения, не предназначенные для использования в производстве;

• на содержание конторских помещений, офисов, включая расходы на освещение, отопление, уборку, охрану, транспортное обслуживание и связь;

• расходы на получение, обработку и размножение управленческой и коммерческой информации;

• расходы по сбыту и реализации услуг, включая транспортные расходы, комиссионные, расходы на рекламу, исследование рынка и др.;

• проценты по краткосрочным кредитам банка и другим краткосрочным займам;

• расходы по имущественному и личному страхованию в сбытовой и управленческой деятельности;

• другие общие управленческие, коммерческие и общехозяйственные расходы.

Периодические расходы можно подразделить на зависимые от интенсивности деятельности фирмы и от деловой политики, которой придерживается данное руководство.

К первым можно отнести заработную плату управленческого и обслуживающего персонала, постоянную часть амортизации, арендную плату, проценты за кредит и др. К зависимым от деловой политики относятся расходы: на научно-исследовательские, проектные, изыскательские, опытно-конструкторские работы; на рекламу; повышение квалификации персонала; содержание представительств фирмы и др.

Калькулирование в системе «директ-костинг» позволяет выявить турпродукты с бóльшей рентабельностью, так как разница между продажной ценой и суммой производственных затрат не затушевывается в результате списания периодических (общехозяйственных) затрат на себестоимость конкретных турпродуктов. Данный способ делает себестоимость «более обозримой», снижая при этом трудоемкость распределения накладных расходов между различными видами туристских услуг, упрощая нормирование, планирование и учет затрат.

Сумма постоянных расходов за данный отчетный период показывается в отчете о доходах отдельной строкой, поэтому их влияние на величину прибыли хорошо видно.

При системе учета полной себестоимости часть нераспределенной суммы накладных расходов переходит из одного периода в другой, поэтому контроль за ними ослабевает.

Если определение результатов деятельности фирмы базируется на исчислении полной себестоимости услуг, то выявляется так называемая ***нетто-прибыль***, или нетто-убыток; если же результат основан на учете частичных затрат, то определяется ***брутто-прибыль*** (предельная прибыль, сумма покрытия, или маржинальный доход).

Важной особенностью системы «директ-костинг» является соединение производственного и финансового учета. По системе «директ-костинг» учет и отчетность на предприятиях организованы таким образом, что появляется возможность регулярного контроля данных по схеме «затраты – объем – прибыль». Основная модель отчета для анализа затрат прибыли может, например, выглядеть следующим образом:

Выручка от реализации	1100 тыс. руб.
Переменные затраты	800 тыс. руб.
Маржинальный доход	300 тыс. руб.
Постоянные затраты	150 тыс. руб.
Прибыль от реализации	150 тыс. руб.

Маржинальный доход представляет собой разность между выручкой от реализации и переменными затратами, или сумму постоянных затрат и прибыли от реализации.

Величина маржинального дохода является важной информацией для управления предприятием. Эта величина показывает «вклад» турпродукта в покрытие постоянных затрат и тем самым в том же объеме – в прибыль организации.

Уменьшая предельную прибыль на величину общехозяйственных затрат, мы получаем прибыль от реализации.

Итак, при ведении учета по системе «директ-костинг» выявляются два финансовых результата:

1) предельная прибыль (маржинальный доход, брутто-прибыль, сумма покрытия);

2) прибыль от реализации услуг (нетто-прибыль).

Уменьшая величину прибыли от реализации на часть постоянных расходов по сравнению с традиционным способом группировки и списания расходов на реализацию услуг, мы получаем уменьшение налога на прибыль.

Анализ безубыточности

Еще одной особенностью системы «директ-костинг» является разработка методики экономико-математического и графического представления и анализа отчетов для прогноза прибыли (выпущенной продукции).

В прямоугольной системе координат строится график зависимости себестоимости (затрат и дохода) от количества реализованного турпродукта (рис. 7.4). По вертикали откладываются данные о себестоимости и доходе, а по горизонтали – количество единиц турпродукта.

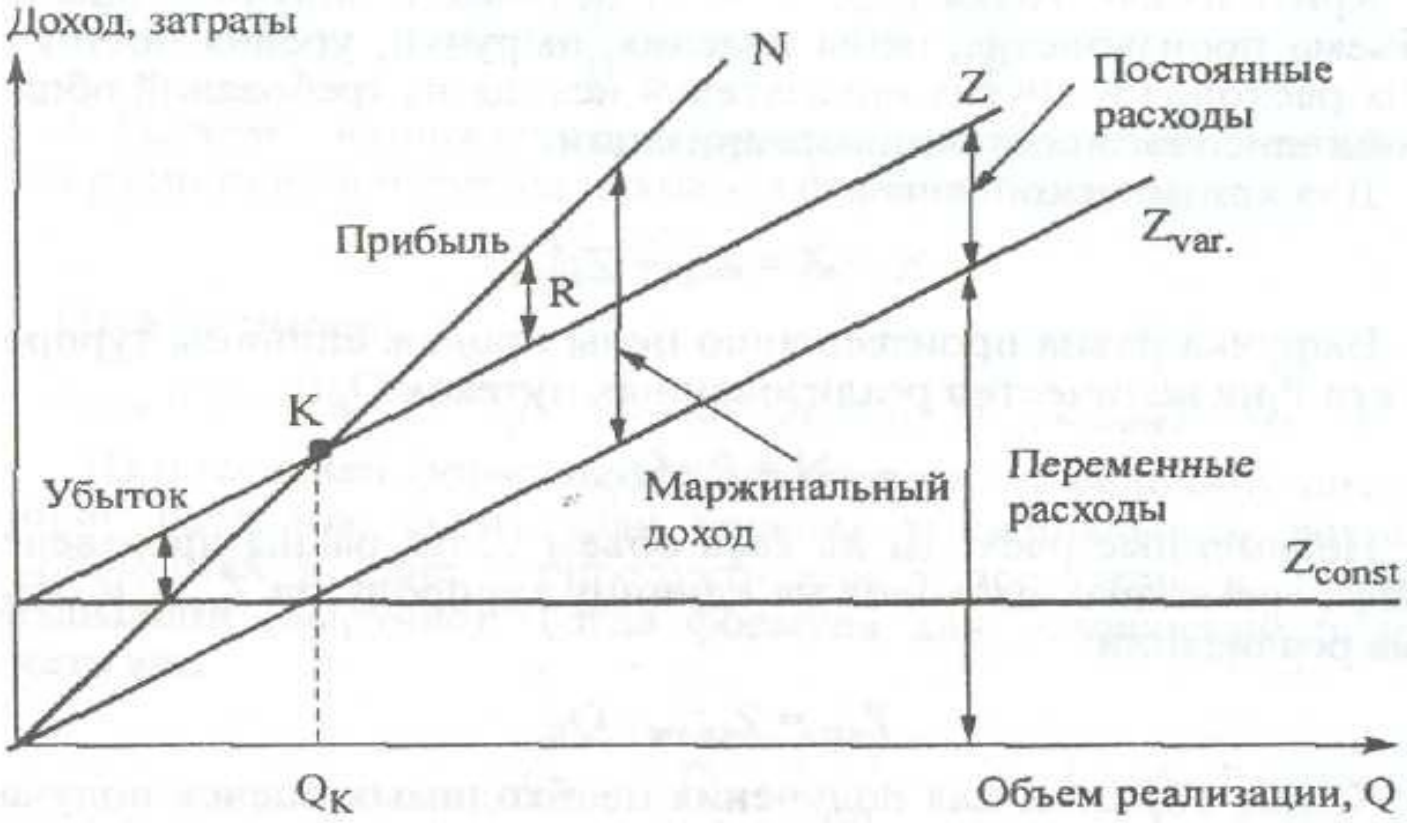

Рис. 7.4. *График взаимосвязи показателей реализации,* затрат и прибыли:

N – выручка от реализации;
Z – *полная себестоимость турпродукта*;
Z_{var} – переменные расходы;
Z_{const} – постоянные расходы;
K – точка *критического объема производства*

В точке критического объема производства К нет прибыли, но нет и убытка. Справа от нее находится область чистых прибылей. Для каждого значения количества единиц услуг чистая прибыль определяется как разность между величинами маржинального дохода и постоянных расходов.

Слева от критической точки находится область чистых убытков, которая образуется в результате превышения величины постоянных расходов над величиной маржинального дохода.

Аналитические возможности системы «директ-костинг» раскрываются наиболее полно при исследовании связи себестоимости с объемом реализации услуг и прибылью.

Запишем исходное уравнение для анализа. Выручка от реализации услуг N связана с себестоимостью Z и прибылью от реализации R следующим образом:

$$N = Z + R.$$

Критическая точка (где R = 0) позволяет получить оценку объема производства, цены изделия, выручки, уровня постоянных расходов и других показателей исходя из требований общего финансового состояния организации.

Для критической точки

$$N = Z = Z_{var} + Z_{const}.$$

Выручка равна произведению цены продаж единицы турпродукта P на количество реализованных путевок Q_K:

$$N = P \cdot Q_K.$$

Переменные расходы на весь объем услуг равны произведению переменных расходов на единицу турпродукта $Z_{cp\ var}$ и объема реализации:

$$Z_{var} = Z_{cp\ var} \cdot Q_K.$$

Таким образом, для получения необходимых оценок получаем основное уравнение

$$P \cdot Q_K = Z_{const} + Z_{cp\ var} \cdot Q_K,$$

где Z_{const} – постоянные расходы на весь объем услуг, которые при данном способе не распределяются по отдельным видам услуг.

Это уравнение позволяет решить целый ряд других задач.

1. ***Расчет критического объема производства.***

$$P \cdot Q_K - Z_{cp\ var} \cdot Q_K = Z_{const}; \quad Q_K (P - Z_{cp\ var}) = Z_{const};$$

$$Q_K = \frac{Z_{const}}{P - Z_{cp\ var}} = \frac{Z_{const}}{d},$$

где d – маржинальный доход на единицу изделия, т. е. разность между ценой изделия и переменными затратами.

Маржинальный доход на весь выпуск определяется как разность между выручкой и суммой переменных затрат.

2. ***Расчет критического объема выручки от реализации.*** Предыдущее уравнение умножаем на цену и получаем необходимую формулу:

$$Q_K = \frac{Z_{const}}{P - Z_{cp\ var}};\ P \cdot Q_K = \frac{P \cdot Z_{const}}{P - Z_{var}} = \frac{P \cdot Z_{const}}{P\left(1 - \frac{Z_{cp\ var}}{P}\right)};$$

$$N = \frac{Z_{const}}{1 - \frac{Z_{cp\ var}}{P}},\ \text{или}\ N = \frac{Z_{const}}{\frac{d}{P}}.$$

3. ***Расчет критического уровня постоянных затрат.*** Для расчета используется исходная формула выручки:

$$N = Z_{const} + Z_{var}.$$

Отсюда имеем:

$$Z_{const} = N - Z_{var} = P \cdot Q_K - Z_{cp\ var} \cdot Q_K = Q_K\,(P - Z_{cp\ var}) = Q_K \cdot d.$$

Из последней формулы можно определить величину постоянных расходов, если задан уровень маржинального дохода в процентах к цене турпродукта или в процентах к объему реализации (выручке). Тогда формула для вычислений будет иметь вид

$$Z_{const} = Q_K \cdot \frac{d \cdot N}{100}.$$

4. ***Расчет критической цены реализации.*** Цена реализации определяется исходя из заданного объема реализации и уровня постоянных и переменных затрат в расчете на единицу турпродукта.

Имеем

$$N = Z_{const} + Z_{var},\ \text{или}\ P \cdot Q_K = Z_{const} + Z_{cp\ var} \cdot Q_K,$$

откуда

$$P = \frac{Z_{const}}{Q_K} + Z_{cp\ var}.$$

Если известно соотношение между величиной маржинального дохода и выручкой (или между величиной маржинального

дохода на единицу турпродукта и ценой турпродукта), то минимальную цену изделия можно определить по формуле

$$P = \frac{Z_{ср\ var}}{1 - \frac{d}{P}}.$$

5. ***Расчет уровня минимального маржинального дохода.*** Если известны величина постоянных расходов и ожидаемая величина выручки, то уровень минимального маржинального дохода в процентах к выручке определяется из формулы

$$d = \frac{Z_{const}}{N} \cdot 100\%.$$

6. ***Расчет планового объема для заданной суммы плановой (ожидаемой) прибыли.*** Если известны постоянные затраты, цена единицы изделия, переменные затраты на единицу изделия, а также сумма расчетной (желаемой) прибыли, то объем продаж определяется по следующей формуле:

$$Q_{пл} = \frac{Z_{const} + R_{пл}}{P - Z_{ср\ var}},$$

где $Q_{пл}$ – объем продаж, обеспечивающий получение плановой суммы прибыли;

$R_{пл}$ – плановая сумма прибыли.

Данная формула прямо следует из определения маржинального дохода как суммы постоянных затрат и плановой прибыли.

7. ***Расчет объема продаж, дающего одинаковую прибыль по различным видам турпродукта.*** Алгебраическое решение задачи содержится в следующей формуле (анализ двух вариантов):

$$(P_1 - Z_{ср\ var\,1}) \cdot Q_K - C_1 = (P_2 - Z_{ср\ var\,2}) \cdot Q_K - C_2,$$

откуда и следует расчет величины объема продаж:

$$Q_K = \frac{C_2 - C_1}{d_2 - d_1},$$

где C_1, C_2 – постоянные затраты по различным вариантам;

d_1, d_2 – маржинальный доход на единицу турпродукта по различным вариантам.

Проведем с помощью директ-костинга анализ безубыточности на условном примере.

Пример. Одна предприимчивая студентка решила заработать на продаже туристам сувениров – матрешек. Наведя справки, она узнала, что за лицензию продавца ей нужно будет заплатить 10 руб. и что арендная плата за место для торговли составит 140 руб. За одну матрешку с правом возврата нереализованного товара студентка должна заплатить 3 руб. Студентка решила, что подходящей ценой для матрешки будет 8 руб.

Естественно, ее волновал вопрос, будет ли данное предприятие прибыльным. В качестве первого шага она решила рассчитать количество матрешек, которое необходимо продать, чтобы не понести убытки:

$$\begin{matrix}\text{Выручка}\\ \text{от реализации}\\ \text{(продажи)}\end{matrix} = \begin{matrix}\text{Переменные}\\ \text{расходы}\end{matrix} + \begin{matrix}\text{Постоянные}\\ \text{расходы}\end{matrix} + \begin{matrix}\text{Прибыль}\\ \text{(убыток)}\end{matrix}.$$

Так как в точке безубыточности прибыль (убыток) равна нулю, то

$$\begin{matrix}\text{Выручка}\\ \text{от реализации}\\ \text{(продажи)}\end{matrix} = \begin{matrix}\text{Переменные}\\ \text{расходы}\end{matrix} + \begin{matrix}\text{Постоянные}\\ \text{расходы}\end{matrix}.$$

Если обозначить количество матрешек, которое должно быть продано, чтобы не понести убытки, через X, то получим:

$$8 \cdot X = 3 \cdot X + 150 \text{ руб.},$$

где Продажи = Продажная цена (8 руб.) · X; Переменные расходы = Переменные расходы на единицу товара (3 руб.) · X;

$$\begin{matrix}\text{Постоянные}\\ \text{расходы}\end{matrix} = \begin{matrix}\text{Плата}\\ \text{за лицензию}\\ \text{(10 руб.)}\end{matrix} + \begin{matrix}\text{Арендная}\\ \text{плата}\\ \text{(140 руб.)}\end{matrix} = 150 \text{ руб.}$$

Из уравнения получим $5 \cdot X = 150$ руб., отсюда $X = 30$ шт.

Таким образом, чтобы не понести убытки, нужно продать 30 матрешек. Необходимое количество проданных матрешек является важной информацией, так как студентке нужно оценить вероятность такой величины спроса, которая сделала бы продажу прибыльной.

Предположим, студентка решила, что ей нужна прибыль от реализации в размере 400 руб. Сколько матрешек нужно продать, чтобы достигнуть этой цели?

$$\text{Выручка от реализации (продажи)} = \text{Переменные расходы} + \text{Постоянные расходы} + \text{Прибыль}.$$

$$8 \cdot X = 3 \cdot X + 150 \text{ руб.} + 400 \text{ руб.};$$
$$X \cdot (8 - 3) = 550 \text{ руб.}$$

Отсюда X = 110 штук. Итак, реализация 110 матрешек даст прибыль в размере 400 руб.

Такой подход можно применять на предприятиях, реализующих один вид продукции (работ, услуг). На практике предприятие продает множество товаров, и анализ безубыточности продаж в натуральном выражении становится бесполезным, поэтому объем реализации рассчитывается в стоимостном выражении.

Предположим, студентка решила продавать кроме матрешек изделия из гжели, хохломы и вологодские кружева. Если обозначить выручку от реализации в рублях в точке безубыточности через Y, то получим:

$$Y = \text{Доля переменных расходов} \times Y + \text{Постоянные расходы};$$
$$Y = 0{,}375 \cdot Y + 150 \text{ руб.}$$

Доля переменных расходов (Д) определяется из пропорции:

$$\begin{matrix} 3 \text{ руб.} - Д \\ 8 \text{ руб.} - 1 \end{matrix} \qquad Д = 3 \text{ руб.} \cdot 1/8 \text{ руб.} = 0{,}375.$$

Решая уравнение, получим $0{,}625 \cdot Y = 150$ руб. Отсюда $Y = 240$ руб., т. е. объем продаж в точке безубыточности равен 240 руб.

На рис. 7.5 отражены полученные выше результаты (К – точка окупаемости). Хорошо виден разный характер поведения переменных (производственных) и постоянных (периодических) затрат.

Чем ниже уровень постоянных расходов, тем меньший объем продаж необходим для того, чтобы покрыть их, и тем ниже точка безубыточности.

В точке безубыточности:

Продажи	240 руб.	(100 %)
Издержки постоянные	150 руб.	(62 %)
Издержки переменные	90 руб.	(38 %)
Прибыль	0	

Другой методикой анализа безубыточности, которая может дать дополнительное понимание соотношений между объемом



Рис. 7.5. График безубыточности (иллюстрация примера)

реализации, затратами и прибылью, является использование маржинального дохода.

Маржинальный доход – это то, что остается от чистой продажной цены после вычета переменных затрат. Из маржинального дохода в первую очередь должны возмещаться постоянные расходы, а оставшаяся часть будет прибылью от реализации.

Продажная цена одной матрешки	8 руб.
Переменные расходы на одну матрешку	3 руб.
Маржинальный доход	5 руб.

Так как каждая единица продукции (матрешка) покрывает постоянные расходы и затем приносит прибыль от реализации в размере 5 руб., то точка безубыточности в единицах продукции будет равна:

$$\frac{\text{Постоянные расходы}}{\text{Маржинальный доход}} = \frac{150 \text{ руб.}}{5 \text{ руб.}} = 30 \text{ штук.}$$

Таким образом, после продажи 30 матрешек будут возмещены постоянные (периодические) расходы и каждая дополнительно реализованная единица продукции будет приносить предельную прибыль, равную 5 руб.

При выражении точки безубыточности в стоимостной оценке в формуле используется не предельная прибыль, а коэффициент предельной прибыли.

Коэффициент предельной прибыли – процентное соотношение, рассчитанное следующим образом:

$$\frac{\text{Предельная прибыль}}{\text{Продажная цена единицы продукции}} = \frac{5 \text{ руб.}}{8 \text{ руб.}} = 0{,}625.$$

Точка безубыточности в стоимостном выражении рассчитывается следующим образом:

$$\frac{\text{Постоянные расходы}}{\text{Коэффициент предельной прибыли}} = \frac{150 \text{ руб.}}{0{,}625} = 240 \text{ руб.}$$

Отметим, что анализ безубыточности не может эффективно применяться в случаях резких и частых колебаний продажных цен и затрат производства.

От простого примера перейдем к более общим выводам, которые можно сделать из анализа безубыточности.

Левераж маржинального анализа

Постоянные (периодические) расходы тесно связаны с показателем «левераж». Термин «левераж» происходит от слова «lever», означающего «рычаг».

Архимеду принадлежат слова: «Дайте мне точку опоры, и я переверну мир». Они сказаны о возможностях рычага в физике. На самом деле и в физике, и в финансах возможности рычага не так велики, хотя и имеют существенное значение.

Постоянные расходы действующей организации являются базовым элементом концепции операционного (производственного) левеража (operating leverage). До тех пор пока полученная организацией прибыль недостаточна для покрытия постоянных расходов, она терпит убытки. После того как достигнут объем производства, при котором обеспечивается покрытие постоянных расходов, любое наращивание объема производства обеспечивает рост прибыли.

Рассмотрим действие операционного (производственного) левеража на примере.

Пример. Фирма имеет следующую структуру издержек: постоянные издержки – 100 тыс. руб.; доля переменных издержек – 60 %.

Данные табл. 7.2 показывают прибыль (убыток) при возрастающих уровнях продаж и относительные изменения в объеме продаж и прибыльности.

Таблица 7.2

Зависимость прибыли от изменения объема продаж

Объем продаж, тыс. руб.	Переменные расходы, тыс. руб.	Постоянные расходы, тыс. руб.	Прибыль (убыток), тыс. руб.	Увеличение по сравнению с предшествующим периодом, %	
				продаж	прибыли
100	60	100	(60)	–	–
200	120	100	(20)	100	–
250	150	100	–	25	–
300	180	100	20	20	Не определено
360	260	100	44	20	120
432	259,2	100	72,8	20	65

Согласно приведенным данным, начиная с точки безубыточности, в результате первого увеличения объема продаж на 20 % происходит значительный рост прибыли, так как увеличение начинается с нулевого уровня. Следующие 20 % роста объема продаж увеличивают прибыль на 120 % по сравнению с предыдущим уровнем, а дальнейший рост объема продаж – только на 65 % по сравнению с предшествующим уровнем.

Эффект левеража снижается по мере того, как объем продаж увеличивается по сравнению с уровнем безубыточности, так как база, с которой сравнивается увеличение прибыли, постепенно становится больше. Левераж, безусловно, действует в обоих направлениях. Заметим, что в результате падения объема продаж с 200 до 100 тыс. руб., т. е. на 50 %, предприятие терпит убытки в трехкратном размере.

Из приведенного примера можно сделать важный вывод: организации, работающие в непосредственной близости от точки безубыточности, будут иметь относительно большую долю изменений прибыли или убытков на заданное изменение объе-

ма. Выше точки безубыточности эта изменчивость будет, конечно, желательна, ниже – может привести к неблагоприятным результатам, которые значительно хуже, чем те, которые отражают изменения только в объеме продаж.

Формула операционного левериджа:

$$\text{Операционный левераж} = \frac{\text{Предельная прибыль}}{\text{Прибыль от реализации}} =$$

$$= \frac{\text{Поступления от объема продаж} - \text{Переменные расходы}}{\text{Поступления от объема продаж} - \text{Переменные расходы} - \text{Постоянные расходы}}.$$

Итак, рост продаж изменяет операционный левераж, который уменьшается по мере удаления от точки безубыточности, потому что фиксированные издержки становятся относительно меньше по сравнению с продажами и переменными издержками. Операционный левераж показывает степень влияния усилий по увеличению продаж на рост прибыли от реализации продукции (работ, услуг). Если операционный левераж фирмы велик, то даже небольшой рост объема продаж приведет к значительному росту прибыли, но при этом и малое снижение объема продаж может свести на нет прибыль.

Таким образом, хотя организация и осуществляет постоянные затраты для того, чтобы увеличить мощности или сократить переменные расходы, ей зачастую целесообразно уменьшить постоянные расходы для снижения риска, связанного с высоким уровнем точки безубыточности.

Левераж финансирования (interest – charges leverage). Этот вид левериджа возникает тогда, когда фирма осуществляет подпроцентное заимствование.

Формула левериджа финансирования:

$$\text{Левераж финансирования} = \frac{\text{Поступления от объема продаж} - \text{Переменные расходы} - \text{Постоянные расходы}}{\text{Поступления от продаж} - \text{Переменные расходы} - \text{Постоянные расходы} - \text{Прибыль}}.$$

Комбинированный левераж (combined leverage). Для измерения совокупного влияния обоих видов левериджа применяется оценка по формуле комбинированного левериджа:

$$\text{Комбинированный левераж} = \frac{\text{Поступления от продаж} - \text{Переменные расходы}}{\text{Поступления от продаж} - \text{Переменные расходы} - \text{Постоянные расходы} - \text{Проценты}}.$$

Принятие решений по ассортименту фирмы

Директ-костинг имеет большое значение для управления и анализа деятельности организации, в частности для принятия решений об ассортиментной политике, а также о закрытии или объявлении банкротства в случае убыточной деятельности.

Рассмотрим на примере, каким образом использование директ-костинга может способствовать принятию решений об ассортименте реализуемых турпродуктов.

По данным табл. 7.3, турпродукт II имеет низкую прибыльность (рентабельность). Однако прежде чем отказаться от формирования и реализации данного турпродукта, необходимо провести следующий анализ. Для получения прибыли важно, чтобы сумма выручки превышала сумму переменных издержек.

Для этого целесообразно использовать такие показатели, как сумма покрытия и коэффициент покрытия.

Суммой покрытия называется разница между выручкой от реализации и всей суммой переменных затрат. Расчет суммы покрытия позволяет определить, сколько средств зарабатывает туристская организация, формируя и реализуя турпродукт, чтобы окупить постоянные издержки и получить прибыль.

Коэффициентом покрытия называется доля суммы покрытия в выручке от реализации или доля средней величины покрытия в цене турпродукта.

Коэффициент покрытия определяется следующим образом:

$$\text{Коэффициент покрытия} = \frac{\text{Сумма покрытия}}{\text{Сумма выручки от реализации}} = \frac{(124{,}5 - 96)\text{ тыс. руб.}}{124{,}5\text{ тыс. руб.}} = 0{,}229.$$

Для того чтобы определить, при каком объеме реализации окупятся валовые издержки предприятия, необходимо рассчитать точку безубыточности, под которой понимается такая выручка от реализации или такой объем реализации турпродуктов, которые обеспечивают покрытие всех затрат и нулевую прибыль.

Таблица 7.3

Показатели финансово-хозяйственной деятельности фирмы

№ п/п	Показатели	Виды турпродуктов			Итого
		I	II	III	
1	Объем реализации, шт.	60	120	50	
2	Продажная цена, руб.	500	600	450	
3	Выручка от реализации, тыс. руб. (п. 1 × п. 2)	30	72	22,5	124,5
4	Переменные затраты по формированию турпродукта, тыс. руб.	18	60	18	
5	Общая сумма переменных затрат, тыс. руб.				96
6	Средние переменные затраты, тыс. руб. (п. 4 : п. 1)	300	500	360	
7	Средняя величина покрытия*, руб. (п. 2 – п. 6)	200	100	90	
8	Постоянные затраты за отчетный период, тыс. руб.				18
9	Постоянные затраты**, тыс. руб. (п. 4 × п. 8 : п. 5)	3,4	11,2	3,4	18
10	Средние постоянные издержки, руб. (п. 9 : п. 1)	57	93	68	
11	Полная себестоимость единицы турпродукта, руб. (п. 10 + п. 6)	357	593	428	
12	Валовые издержки, тыс. руб. (п. 4 + п. 9)	21,4	71,2	21,4	114
13	Прибыль от реализации, тыс. руб. (п. 3 – п. 12)	8,6	0,8	1,1	10,5
14	Прибыль от реализации одной турпутевки, руб.(п. 2 – п. 11)	143	7	22	

* Средняя величина покрытия, или предельная прибыль, – это дополнительный доход от продажи одной дополнительной единицы турпродукта.

** Распределение постоянных издержек по видам турпродукта производится пропорционально переменным затратам.

Выручка от реализации, соответствующая точке безубыточности, называется ***пороговой выручкой,*** а объем реализации (продаж) в точке безубыточности – ***пороговым объемом реализации*** (продаж).

Воспользуемся формулой точки безубыточности:

$$\text{Пороговая выручка} = \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Коэффициент покрытия}} =$$

$$= \frac{\text{Постоянные издержки} \times \text{Сумма выручки от реализации}}{\text{Сумма покрытия}} =$$

$$= 18 \text{ тыс. руб.} : 0{,}229 = 78{,}6 \text{ тыс. руб.}$$

Итак, точка безубыточности в стоимостном выражении рассчитывается как отношение постоянных затрат к коэффициенту покрытия, а в натуральном выражении – как отношение постоянных затрат к средней величине покрытия.

Если туристская организация получает выручку от реализации больше пороговой выручки (124,5 тыс. руб. – 78,6 тыс. руб.), то она работает прибыльно. Чтобы оценить, насколько фактическая выручка превышает выручку, обеспечивающую безубыточность, необходимо рассчитать запас прочности (процентное отклонение фактической выручки от пороговой) по следующей формуле:

$$\text{Запас прочности} = \frac{(\text{Фактическая выручка} - \text{Пороговая выручка}) \cdot 100\ \%}{\text{Фактическая выручка}} =$$

$$= \frac{(124{,}5 \text{ тыс. руб.} - 78{,}6 \text{ тыс. руб.}) \cdot 100\ \%}{124{,}5 \text{ тыс. руб.}} = 36{,}9\ \%.$$

Для определения воздействия изменения выручки от реализации на изменение прибыли рассчитывают показатель операционного левераж (производственного рычага) по формуле

$$\text{Эффект производственного рычага (операционный левераж)} = \frac{\text{Выручка} - \text{Переменные издержки}}{\text{Прибыль от реализации}} =$$

$$= \frac{\text{Постоянные издержки} + \text{Прибыль от реализации}}{\text{Прибыль от реализации}} =$$

$$= 1 + \frac{\text{Постоянные издержки}}{\text{Прибыль от реализации}} = \frac{\text{Маржинальный доход}}{\text{Прибыль от реализации}} =$$

$$= \frac{28{,}5 \text{ тыс. руб.}}{10{,}5 \text{ тыс. руб.}} = 2{,}71.$$

Чем выше эффект производственного рычага, тем более рискованным с точки зрения изменчивости прибыли является положение фирмы. Поскольку фирма имеет в ассортименте турпродукт II с низкой рентабельностью по полной себестоимости, посмотрим, как изменится прибыль организации, если отказаться от этого вида турпродукта. В случае отказа от формирования и реализации турпродукта II выручка от реализации сократится на объем выручки от реализации этого изделия: 124,5 тыс. руб. – – 72 тыс. руб. = 52,5 тыс. руб.

При этом также сократятся валовые издержки предприятия на сумму переменных затрат, необходимых для формирования турпродукта II, на величину 54 тыс. руб. (114 тыс. руб. – 60 тыс. руб.). Так как постоянные затраты не зависят от объема реализации, отказ от формирования турпродукта II не повлияет на их величину. Итак, в случае отказа от формирования турпродукта II туристская организация будет иметь убытки: –1,5 тыс. руб. (52,5 тыс. руб. – 54 тыс. руб.). А общие убытки будут равны 2,3 тыс. руб. (0,8 тыс. руб. + 1,5 тыс. руб.), где 0,8 тыс. руб. – прямая потерянная прибыль.

Таким образом, имея информацию только о полной себестоимости, можно принять неверное решение и потерять прибыль. Использование директ-костинга позволяет избежать подобных ошибок и принять разумные управленческие решения.

По данным табл. 7.3 средняя величина покрытия по турпродукту III даже ниже, чем по турпродукту II. Поэтому при сокращении спроса на туристском рынке фирме выгоднее отказаться от формирования турпродукта III, чем от других видов турпродукта.

Таковы основные положения затрат и оптимизации прибыли в системе «директ-костинг».

Пример на сравнение расчета себестоимости в системах «абзорпшинг-костинг» и «директ-костинг»

Идеальных систем, способов не бывает. У каждого из них есть свои достоинства и недостатки. Главная задача – понять особенности каждого способа с тем, чтобы, нивелируя негативные стороны, максимально эффективно использовать положительные их преимущества.

Отметим, что в большинстве западных компаний система «директ-костинг» применяется параллельно с учетом полной себестоимости (система «абзорпшинг-костинг»).

Современные отечественные компании, которые предпочитают учет на основе экономических показателей, в процессе работы обнаруживают, что калькуляция себестоимости по прямым затратам представляется лучшим способом, чем калькуляция с полным распределением издержек. Разделение затрат на постоянные и переменные позволяет контролировать статьи переменных издержек на основе их соотношения с каждой единицей продукции, а статьи постоянных издержек – на основе учета их фактической общей величины за отчетный период. Калькуляция себестоимости по переменным издержкам позволяет контролировать и устанавливать уровень рентабельности и рассчитывать такую себестоимость, которая в сегодняшних условиях работы предприятия на рынке могла бы обеспечить ему определенную прибыль. Объединение методов калькулирования затрат, учета производственных результатов и их анализа позволяет принять разумные управленческие решения в условиях конкурентной борьбы.

Итак, по признаку полноты включения затрат в себестоимость существуют два способа группировки и включения затрат в себестоимость услуг. Рассмотрим их на примере.

Пример. Туроператор имеет следующие экономические показатели деятельности:

остаток сформированных туристско-экскурсионных путевок на начало месяца –

сформировано туристско-экскурсионных путевок в отчетном периоде, в натуральных единицах 900 шт.

остаток сформированных туристско-экскурсионных путевок на конец отчетного периода, в натуральных единицах 1000 шт. – 900 шт. = 100 шт.

выручка от реализации туристско-экскурсионных путевок без НДС 810 тыс. руб.

расходы основного производства по формированию туристско-экскурсионных путевок в отчетном периоде 450 "

общепроизводственные расходы в отчетном периоде 4 "

общехозяйственные расходы в отчетном периоде 60 "

коммерческие расходы в отчетном периоде 70 "

в том числе расходы на рекламу 50 тыс. руб.

Группируем затраты традиционным способом – «абзорпшинг-костинг»:

прямые затраты 450 "

косвенные затраты 4 тыс. руб. + 60 тыс. руб. = 64 "

полная себестоимость по формированию турпродукта 450 тыс. руб. + 64 тыс. руб. = 514 "

себестоимость одной туристско-экскурсионной путевки за отчетный период 514 тыс. руб./100 шт. = 514 руб./шт.

Группируем затраты способом «директ-костинг»:

переменные затраты 450 тыс. руб. + 4 тыс. руб. = 454 тыс. руб.

постоянные затраты 60 "

сокращенная себестоимость по формированию турпродукта 454 "

себестоимость одной турпутевки за отчетный период 454 тыс. руб./1000 шт. = 454 руб./шт.

Себестоимость реализации услуг за отчетный период, рассчитанная традиционным способом, составит: 514 руб./шт. × × 900 шт. = 462,6 тыс. руб.

Способом «директ-костинг»: 454 руб./шт. × 900 шт. = = 408,6 тыс. руб.

Себестоимость туристско-экскурсионных путевок, которая будет отнесена на остаток годовой продукции на конец отчетного периода:

- способом «абзорпшинг-костинг»: 514 тыс. руб. – 462,6 тыс. руб. = 51,4 тыс. руб.;
- способом «директ-костинг»: 454 тыс. руб. – 408,6 тыс. руб. = 45,4 тыс. руб.

Для целей налогообложения рассчитаем расходы на рекламу сверх нормы, не включаемые в себестоимость туристско-экскурсионных путевок. Отметим, что стоимость сформированного турпродукта I освобождена от уплаты НДС.

50 тыс. руб. – 810 тыс. руб. · 6 % = 50 тыс. руб. – 48,6 тыс. руб. = 1,4 тыс. руб.

Прибыль от реализации, рассчитанная традиционным способом, составит: 810 тыс. руб. – 462,6 тыс. руб. – 70 тыс. руб. = = 277,4 тыс. руб.

Способом «директ-костинг»: 810 тыс. руб. – 408,6 тыс. руб. – – 60 тыс. руб. – 70 тыс. руб. = 271,4 тыс. руб.

Валовая прибыль служит базой для формирования объекта налогообложения налогом на прибыль, в этом проявляется налоговый аспект понятия «себестоимость».

В нашем примере валовая прибыль состоит только из прибыли от реализации услуг.

При определении налога на прибыль предварительно корректируется налогооблагаемая база прибыли на величину расходов на рекламу сверх норм:

277,4 тыс. руб. + 1,4 тыс. руб. = 278,8 тыс. руб.;

278,8 тыс. руб. · 0,35 % = 97,58 тыс. руб.

При калькулировании способом «директ-костинг» налог на прибыль составит:

271,4 тыс. руб. + 1,4 тыс. руб. = 272,8 тыс. руб.;

272,8 тыс. руб. · 0,35 % = 95,48 тыс. руб.

Экономия фирмы по налогу на прибыль при использовании способа «директ-костинг» составит: 97,58 тыс. руб. – 95,48 тыс. руб. = 2,1 тыс. руб.

Вывод – продуманный подход к калькулированию и правильная организация планирования облегчат налоговое бремя предприятия.

Управление затратами турфирм

Управление затратами направлено на рациональную минимизацию всех видов затрат. Данное требование реализуется путем ранжирования затрат на три категории:

1) затраты, объективно необходимые для осуществления уставной деятельности организации и подлежащие сокращению лишь при уменьшении объема оказания услуг;

2) затраты, подлежащие рациональной минимизации при любых результатах финансово-хозяйственной деятельности организации, например общехозяйственные расходы, налоговые платежи;

3) затраты, возможные лишь при улучшении финансового положения организации или при обосновании их объективной необходимости для улучшения конкурентоспособности на рынке туруслуг, например дорогостоящие маркетинговые исследования или рекламные кампании.

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

Система управления затратами фирмы основывается **на целесообразности затрат, целевом и эффективном использова-**

нии выделенных ресурсов, что обеспечивается в процессе непосредственного осуществления конкретных затрат и базируется на системном финансовом контроле.

По результатам текущего контроля принимаются оперативные решения, направленные на корректировку управляемого процесса при изменении внешних или внутренних условий функционирования фирмы, например при изменении конъюнктуры на рынке потребляемых услуг. Финишный контроль позволяет оценить конечные результаты осуществленных затрат, эффективность управления ими.

Организация управления затратами на предприятии должна ориентироваться на решение следующих задач:

- введение и постоянная корректировка инфляционных коэффициентов как необходимого элемента подсистемы планирования затрат;
- отказ от инвестиционных программ с длительными сроками окупаемости;
- сокращение налоговых и приравненных к ним платежей, прежде всего путем рационального использования затрат, дающих право на налоговые льготы;
- сокращение финансовых рисков в деятельности организации.

Управление себестоимостью

Себестоимостью можно управлять, используя различные варианты учетной политики предприятия. Учетная политика является своеобразным фундаментом управленческого учета в организации. При этом важно учитывать следующее: увеличение себестоимости, с одной стороны – уменьшение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль и налогу на имущество организации; с другой стороны – уменьшение конкурентоспособности, уменьшение прибыли для капитальных вложений. Поэтому при принятии решения об использовании того или иного способа увеличения себестоимости следует учитывать не только возможное уменьшение налога на прибыль, но и рост цены турпродукта, а также величину прибыли, остающуюся в распоряжении организации.

Минимизировать размер облагаемой прибыли можно за счет обоснованного выбора в учетной политике того или иного метода списания материалов на себестоимость турпродукта.

Снизить размер налога на имущество можно за счет сведения к минимуму материальных запасов на конец квартала.

Повысить оборачиваемость денежных средств можно за счет контроля за их отвлечением на приобретение сверхнормативных запасов.

Управление затратами фирмы осуществляется с помощью **экономических нормативов,** которые устанавливают плановые размеры затрат либо на расчетный период времени, либо на единицу турпродукта. По отдельным видам затрат экономические нормативы имеют характер лимитов, устанавливающих верхние пределы затрат, например командировочные расходы.

Важным элементом управления себестоимостью является отслеживание погашения дебиторской задолженности с целью недопущения превышения срока исковой давности.

Исковая давность *– время, в течение которого организация* может востребовать дебиторскую задолженность или обязана погасить кредиторскую задолженность.

Анализ дебиторской задолженности

В основе управления дебиторской задолженностью лежат два подхода:

- сравнение дополнительной прибыли, связанной с той или иной схемой спонтанного финансирования, с затратами и потерями, возникающими при изменении политики реализации продукции;
- сравнение и оптимизация величины и сроков дебиторской и кредиторской задолженностей. Данные сравнения проводятся по уровню кредитоспособности, времени отсрочки платежа, стратегии скидок, доходам и расходам по инкассации.

Оценка реального состояния дебиторской задолженности, т. е. оценка вероятности безнадежных долгов – один из важнейших вопросов управления оборотным капиталом. Эта оценка ведется отдельно по группам дебиторской задолженности с различными сроками возникновения. На уровень дебиторской задолженности влияют следующие основные факторы:

- оценка и классификация покупателей в зависимости от вида продукции, объема закупок, платежеспособности клиентов, кредитных отношений и предполагаемых условий оплаты;
- контроль расчетов с дебиторами, оценка реального состояния дебиторской задолженности;
- анализ и планирование денежных потоков с учетом коэффициентов инкассации.

После постановки дебиторской задолженности на учет организация-кредитор до срока ее оплаты решает задачи, вытекающие из законодательных и нормативных актов:

- определяет срок учета дебиторской задолженности (в течение срока исковой давности – 3 года либо в течение 4 месяцев);
- рассчитывает текущую стоимость дебиторской задолженности, которая может быть договорной, договорной с учетом процентов (доходов) либо рыночной;
- устанавливает текущую стоимость дебиторской задолженности в случае, если ее стоимость выражена в иностранной валюте либо в условных денежных единицах;
- определяет потребность в залоге и порядок его использования.

Оплата дебиторской задолженности в договорах должна быть установлена в срок не выше 3 месяцев после даты постановки дебиторской задолженности на бухгалтерский учет. В противном случае сделка будет признана ничтожной.

Ничтожная сделка – сделка, которая является недействительной. Причинами признания сделки ничтожной могут быть и несвоевременное исполнение обязательств по расчетам, и неистребование просроченной дебиторской задолженности в судебном порядке.

Особое внимание следует уделять анализу данных о резервах по сомнительным долгам и фактических потерях, связанных с непогашением дебиторской задолженности.

Сомнительный долг – дебиторская задолженность организации, которая не погашена в сроки, установленные договорами, и не обеспечена соответствующими гарантиями.

В настоящее время организация может создавать резервы сомнительных долгов по расчетам с другими организациями и физическими лицами за отгруженную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги с отнесением сумм резервов на финансовые результаты своей деятельности.

Суммы отчислений в резервы сомнительных долгов по расчетам включаются в состав внереализационных расходов и учитываются для целей налогообложения по постановлению Правительства РФ от 05.08.92 г.

В структуре расходов западных компаний значительное место занимают расходы по резервированию возможных убытков (от невозврата дебиторской задолженности, изменения валютных курсов, обесценения). В российском же учете затрат практика резервирования, к сожалению, пока не применяется в должной мере.

Управление движением денежных средств

Движение денежных средств – один из основных показателей операционного цикла фирмы. Этот показатель рассчитывается после того, как все периодические бюджеты и прогнозный отчет о прибылях и убытках уже составлены.

Бюджет движения денежных средств – это план поступлений и платежей денежных средств, рассчитанный на будущий временной период. Этот бюджет показывает ожидаемое конечное сальдо по денежным средствам и финансовое положение фирмы на каждый анализируемый период. Таким образом могут быть запланированы и учтены периоды наибольшего и наименьшего наличия денежных средств, проанализированы эффективность использования средств и перспективный уровень платежеспособности фирмы.

Расчет движения денежных средств показывает источники средств фирмы и направления их использования в определенный период. Отчет о движении денежных средств характеризует уровень достаточности денежных ресурсов фирмы. Можно выделить **основные направления использования информации о движении денежных средств:**

- оценка способности фирмы по мере наступления сроков погашения выполнять все свои обязательства по расчетам с кредиторами, выплате дивидендов и т. п.;
- определение потребности в дополнительном привлечении денежных средств со стороны;
- *определение величины капиталовложений в основные средства* и прочие внеоборотные активы;
- расчет размеров финансирования, необходимых для увеличения инвестиций в долгосрочные активы или поддержания производственно-хозяйственной деятельности на нынешнем уровне;
- оценка эффективности операций по финансированию фирмы и его инвестиционных сделок;
- оценка способности фирмы получать положительные денежные потоки в будущем.

Анализ движения денежных средств позволяет объяснить расхождение между величиной денежного потока, имевшего место на фирме в отчетном периоде, и величиной полученной за этот период прибыли.

В учетно-аналитической практике западных фирм методика подобного анализа разработана достаточно подробно и сводится

к анализу потока денежных средств по трем основным направлениям:

1) от текущей основной (производственной) деятельности;

2) от инвестиционной деятельности;

3) от финансовой деятельности.

В основе расчета движения денежных средств лежит разница между денежными средствами на начало и конец периода. По этой разнице судят о величине денежного потока (т. е. о притоке и оттоке средств).

Однако основной задачей расчета движения денежных средств является не столько определение этой величины, сколько анализ причин создавшегося положения:

- определение причин и сфер возникновения притоков и оттоков денежных средств;
- анализ влияния выбора тех или иных источников финансирования основной и инвестиционной деятельности фирмы на его эффективность.

§ 7.5. Бюджетирование

Под управлением понимается процесс обеспечения деятельности организации для достижения ее целей в соответствии с намеченными планами.

Бюджетирование – это процесс планирования.

Бюджет (смета, план) – это финансовый документ, созданный до выполнения предполагаемых действий в виде прогноза будущих финансовых операций. Бюджет является количественным выражением планов деятельности и развития организации, координирующим и конкретизирующим в цифрах проекты руководителей. Бюджет является составной частью управленческого контроля, создает объективную основу оценки результатов деятельности организации. Форма бюджета не стандартизирована, его структура зависит от объекта планирования, размера организации и степени квалификации разработчиков.

В зависимости от поставленных задач различают бюджеты: генеральный и частный, гибкий и статический.

Бюджет, охватывающий общую деятельность организации, называется ***генеральным.*** Планы отдельных подразделений организации называют ***частными бюджетами.***

В результате составления генерального бюджета создаются прогнозируемый баланс, план прибылей и убытков, план движения денежных средств.

Генеральный бюджет состоит из двух частей:

- операционного бюджета, который включает план прибылей и убытков;
- финансового бюджета, включающего бюджеты капитальных вложений, движения денежных средств и прогнозируемый баланс.

Разработка ***операционного бюджета*** начинается с определения плана продаж, т. е. с формирования бюджета реализации. Это наиболее ответственный момент планирования, предполагающий исследование рынка, определение динамики спроса (с учетом сезонных колебаний, результативности рекламы, политики ценообразования и иных факторов), изучение стратегии конкурентов и т. п. От предполагаемых объемов реализации зависят бюджеты себестоимости турпродуктов, затрат на маркетинг, коммерческих, административных затрат. Конечная цель операционного бюджета – разработка плана прибылей и убытков.

В табл. 7.4 показан порядок определения значений показателей, необходимых для составления плана прибылей и убытков организации.

Таблица 7.4

Основные показатели операционного бюджета

№ п/п	Показатель	Источник для расчета показателя
1	Выручка от реализации турпродуктов	Бюджет продаж
2	Себестоимость реализованных турпродуктов	Бюджет себестоимости реализованных турпродуктов на основе вспомогательных бюджетов
3	Операционные расходы (управленческие, коммерческие, затраты по реализации)	Бюджет операционных (накладных) расходов
4	Выплата процентов по кредитам	Прогноз движения денежных средств

Цель ***финансового бюджета*** заключается в разработке прогнозируемого баланса, который является результатом как финансовых, так и нефинансовых операций организации. Он составляется с использованием данных плана прибылей и убытков, *бюджета капитальных вложений и прогноза движения* денежных средств.

Функции бюджета как средства контроля и оценки деятельности предприятия раскрываются только тогда, когда прогнозируемые показатели сравниваются с фактическими. В зависимости от целей сравнения и анализа показателей деятельности предприятия бюджеты делятся на статические (жесткие) и гибкие.

Статический бюджет – это бюджет, рассчитанный на конкретный уровень деловой активности организации, т. е. доходы и расходы планируются исходя только из одного определенного запланированного уровня реализации.

При сравнении статического бюджета с фактически достигнутыми результатами не учитывается реальный уровень деятельности организации, т. е. все фактические результаты сравниваются с прогнозируемыми вне зависимости от достигнутого объема реализации. Этот уровень анализа отклонений от плана считается нулевым.

Итак, в основе **нулевого уровня анализа** лежит сравнение статического бюджета с фактическими результатами. В результате сравнения фактических и плановых показателей выявляется отклонение от статического бюджета. Оно рассчитывается как разница между прогнозируемой и полученной прибылью.

Для более детального анализа деятельности предприятия используется ***гибкий бюджет,*** который составляется не для конкретного уровня деловой активности, а для определенного его диапазона (т. е. им предусматривается несколько альтернативных вариантов объема реализации). Для каждого возможного уровня реализации здесь определена соответствующая сумма затрат. Таким образом, гибкий бюджет учитывает изменение затрат в зависимости от изменения уровня реализации. Он представляет собой динамическую базу для сравнения достигнутых результатов с запланированными показателями.

В основе составления гибкого бюджета лежит деление затрат на переменные и постоянные. Если в статическом бюджете затраты планируются, в гибком бюджете они рассчитываются.

В идеальном случае гибкий бюджет составляется после анализа влияния изменений объема реализации на каждый вид за-

Глава 8

Налогообложение в туризме

§ 8.1. Функции и классификация налогов

Основная проблема, которая возникает сегодня перед экономистами, финансистами, бухгалтерами, – это возрастающее отличие бухгалтерского и налогового учетов. Обусловлена она несовпадением нормативных документов, регламентирующих экономические и налоговые условия деятельности организаций.

Налоговая система – совокупность налогов, сборов, пошлин и других платежей, взимаемых с плательщиков в соответствии с налоговым законодательством. Налоговая система является мощным стимулирующим или, наоборот, угнетающим фактором деятельности коммерческой организации.

Налоговая система имеет следующие характеристики:

- *экономические:*
  - ✓ налоговое бремя;
  - ✓ соотношение прямых и косвенных налогов;
  - ✓ структура прямых налогов;
  - ✓ соотношение налоговых поступлений от внешней и внутренней торговли;
- *политические:*
  - ✓ роль налогов среди источников доходов бюджетов разных уровней;
  - ✓ распределение функций между центральными и местными органами власти;
  - ✓ степень контроля центральными органами за местными органами власти.

Принципы построения налоговой системы: обязательность уплаты налогов; легальность законов и порядка платежей; точное определение каждого налога, его размера, времени и спосо-

ба уплаты; взимание каждого налога в такое время и таким способом, какие наиболее удобны плательщику; оптимальность налоговых изъятий; однократность налогообложения; справедливость; всеобщность; стабильность и гибкость налоговой системы; сокращение издержек по налогообложению.

Налоговое законодательство – свод законов, определяющий виды налогов, правила их начисления и передачи соответствующим государственным органам.

Согласно п. 1 ст. 5 Налогового кодекса (НК) РФ акты налогового законодательства вступают в силу не ранее чем по истечении одного месяца со дня их официального опубликования и не ранее 1-го числа очередного налогового периода.

Налог – обязательный взнос, осуществляемый плательщиком в бюджет определенного уровня или во внебюджетные фонды в порядке и на условиях, оговоренных существующим налоговым законодательством.

Сбор – это всегда целевой платеж, который является платой государству за оказанные услуги налогоплательщику.

Основные **свойства налога:**

- односторонний характер установления налогов;
- безвозмездность, безвозвратность;
- принудительный характер, обязательность платежа;
- безэквивалентность, т. е. уплата налогов сопровождается прямым встречным исполнением со стороны государства каких-либо обязательств.

Функции налога:

1) фискальная функция – связана с формированием доходной части бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов;

2) регулирующая функция – проявляется в том, что государство оказывает прямое влияние на процессы производства и обращения, стимулируя или сдерживая их темпы, расширяя или уменьшая платежеспособный спрос населения;

3) контролирующая функция. Порядок ведения оперативно-бухгалтерского учета определяется Государственной налоговой службой (ГНС) РФ. Все юридические лица обязаны предоставлять бухгалтерскую отчетность в налоговые органы.

Классификация налогов осуществляется по нескольким классификационным признакам:

1. **По объекту обложения:**

а) ***косвенные налоги*** – включены в цену турпродукта и оплачиваются потребителем (например, НДС, налог на пользователей автомобильных дорог, налог с продаж);

б) ***прямые налоги*** – это непосредственное изъятие части дохода налогоплательщика (например, налог на прибыль, налог на имущество, подоходный налог).

2. **По месту поступления:**

а) ***закрепленные налоги*** – в полном объеме поступают в один из бюджетов: либо в федеральный, либо в бюджет субъектов федерации, либо в местный (например, налог на рекламу перечисляют в местный бюджет);

б) ***регулирующие налоги*** – при перечислении распределяются между различными уровнями бюджетов (например, налог на прибыль предприятия по ставке 11 % перечисляют в федеральный бюджет, а по ставкам 19 % (для туроператора, турагента-дилера) и 27 % (для комиссионера, поверенного агента) – в бюджет субъектов Федерации).

3. **По уровню управления:**

а) ***федеральные налоги*** – способ уплаты, ставка и льготы по налогам устанавливаются федеральными органами власти (например, НДС, налог на прибыль);

б) ***субфедеральные налоги*** – способ уплаты, ставка и льготы по налогам устанавливаются субфедеральными органами власти (например, налог на имущество, налог с продаж);

в) ***местные налоги*** – способ уплаты, ставка и льготы по налогам устанавливаются местными органами власти (например, налог на рекламу, налог на содержание жилищного фонда и объектов социально-культурной сферы).

4. **По цели использования налоговых поступлений:**

а) ***общие налоги;***

б) ***целевые налоги*** – по механизму исчисления и взимания не отличаются от общих налогов. Целевой характер проявляется в том, что данные налоги зачисляются не в доход бюджета, а в специализированные целевые внебюджетные фонды (например, для финансирования проводимых государством мероприятий по строительству и содержанию автомобильных дорог общего пользования созданы экономические внебюджетные фонды – Федеральный дорожный фонд и территориальные дорожные фонды. В дорожные фонды поступают средства налога на пользователей автомобильных дорог, налога на реализацию горюче-смазочных материалов, налога с владельцев транспортных средств, акцизов на легковые автомобили и налога на приобретение автотранспортных средств).

5. **По срокам взимания налогов:**

а) ***регулярные налоги*** – носят систематический характер уплаты, т. е. более двух раз в налоговом периоде;

б) ***разовые налоги*** – уплачиваются в особых случаях (например, когда физическое лицо принимает в порядке наследования или дарения жилой дом, квартиру и т. д., транспортные средства, предметы антиквариата и искусства, суммы, находящиеся во вкладах в учреждениях банков, валютные ценности и ценные бумаги в их стоимостном выражении, то платит налог с имущества, переходящего в порядке наследования и дарения).

§ 8.2. Основные элементы налога

Для правильного начисления налога необходимо знать его основные элементы:

1) источник платежа, т. е. статью, на которую списываются затраты на данный налог и которая определяет бухгалтерскую проводку;

2) налогооблагаемую базу, т. е. количественную величину объекта налогообложения;

3) ставку налога, т. е. долю изъятия объекта налогообложения;

4) действующие виды льгот (например, необлагаемый минимум, изъятие из обложения отдельных элементов объекта налога, освобождение от уплаты отдельных лиц или категорий плательщиков, понижение налоговых ставок, вычеты из налогового оклада, отсрочки платежей, целевые налоговые льготы);

5) метод налогообложения, т. е. порядок изменения ставки налога в зависимости от роста налоговой базы:

✓ равное налогообложение, т. е. подушное;

✓ пропорциональное налогообложение, т. е. взимается одна и та же ставка налога независимо от размера налогооблагаемой базы;

✓ прогрессивное налогообложение, т. е. ставка налога растет с ростом налогооблагаемой базы;

✓ регрессивное налогообложение, т. е. ставка налога уменьшается с ростом налогооблагаемой базы;

6) способы уплаты налога:

▪ на основе декларации – документа, в котором плательщик налога приводит расчет дохода и налога с него. Выплата налога

производится после получения дохода и лицом, получающим доход;

- у источника дохода. Налог вносится лицом, выплачивающим доход, оплата налога производится до получения дохода, причем получатель дохода получает его уменьшенным на сумму налога (например, подоходный налог);
- кадастровый способ. Объект налога дифференцирован на группы по определенному признаку. Перечень групп и их признаки занесены в специальные справочники, в которых каждой группе соответствует индивидуальная ставка налога, причем величина налога не зависит от доходности объекта.

Глава 9

Туристская рента

§ 9.1. Сущность туристской ренты

Общеизвестно, что существуют три основных факторных дохода: заработная плата, процент и рента, которые соответствуют трем основным факторам производства – рабочей силе (труду), заемному капиталу (активам) и земле (природным ресурсам). В условиях рыночной экономики эти факторные доходы лежат в основе цены указанных выше ресурсов. Поставим, однако, вопрос: а почему в современных российских реалиях туристские ресурсы не получили рыночной оценки и почему они не приносят факторный доход?

По своей экономической природе туристские ресурсы не связаны только с землей и ее недрами. Они органично соединяют в себе природные, исторические и социально-культурологические, духовные факторы. Их потребительская стоимость (полезность) включает и курортологическую, и общеоздоровительную, и рекреационную, и духовно-культурологическую направленность. Следовательно, туристские ресурсы – это особый вид ресурсов, качественно и количественно отличный от чисто природных факторов (земли и ее недр). Соответственно этому туристские ресурсы выступают как особый и самостоятельный экономический фактор.

Туристская рента представляет собой факторный доход, который создается туристскими организациями, использующими туристские ресурсы как объект хозяйства, фактор производства туристских услуг, и который подлежит присвоению собственниками этих ресурсов. В качестве собственников туристских ресурсов могут выступать самые различные юридические лица: федеральные, региональные и местные органы власти, банки, сама туристская организация и даже физические лица, если они имеют права собственности на эти ресурсы.

Причина и следствие могут меняться местами. Нет труда – нет и заработной платы. Нет ссудного капитала – нет процента. Нет земли как экономического фактора – нет ренты. Но верно и обратное утверждение: нет заработной платы – нет труда, нет процента – нет заемного капитала, нет ренты – нет земли как экономического фактора, а есть всего лишь дар природы. Соответственно этому возникает вопрос: а могут ли туристские ресурсы функционировать как экономический фактор, если нет туристской ренты? Ответ очевиден, если признать экономические закономерности как реальность. Объективно туристская рента как факторный доход всегда была, есть и будет. Однако конкретный экономический механизм туристскую ренту может выделять как особый факторный доход, но он может и скрывать этот доход по тем или иным экономическим и социальным причинам.

По своему материальному и экономическому содержанию туристская рента представляет собой добавочную прибыль, которая образуется на туристском рынке как разность между рыночной и индивидуальной стоимостью (ценой). В свою очередь индивидуальные стоимости (и соответственно цены) турпродукта в различных организациях различны потому, что неодинаковы их индивидуальные затраты (издержки).

§ 9.2. Формы туристской ренты

В сфере туризма имеются все необходимые условия для образования трех форм туристской ренты: монопольной, дифференциальной и абсолютной.

Монопольная рента образуется на основе экономического использования туристских ресурсов уникального качества, которые являются непревзойденными по своим целебным или историко-культурным свойствам и которые количественно ограничены и даже единичны и, следовательно, для других субъектов туризма недоступны. Примерами таких ресурсов являются Московский Кремль, Эрмитаж, Троице-Сергиева лавра, Ясная Поляна и т. п. Экономическое использование этих ресурсов порождает добавочную прибыль – результат монополии на данный уникальный ресурс. Разумеется, конкретная величина монопольной туристской ренты зависит не только от уникальности и ограниченности этих ресурсов, но и от объема спроса на туристский продукт, который эти ресурсы могут предоставить. Му-

зей-усадьба Кусково – уникальный туристский ресурс, однако спрос на предоставляемые им туристские услуги невелик из-за ограниченности платежеспособного спроса широких слоев населения.

Дифференциальная туристская рента образуется на основе хозяйственного использования туристских ресурсов лучшего и среднего качества. Использование этих ресурсов также приносит добавочную прибыль, поскольку их предложение на туристском рынке имеет низкую эластичность, а индивидуальные издержки туристских фирм оказываются различными.

В сфере туризма может возникнуть и своеобразная ***абсолютная рента*** на основе экономического использования худших туристских ресурсов. Как синтез природных, исторических, социально-культурологических и духовных факторов худший туристский ресурс по уровню полезности превышает худший чисто природный фактор. Музей-усадьба при прочих равных условиях имеет большую полезность, чем просто дом такого же типа на таком же по размеру и качеству участке земли. Этот худший туристский ресурс может приносить небольшую добавочную прибыль, если предложение этого ресурса неэластично, а в обществе имеется спрос на услуги, которые может предоставить этот музей-усадьба.

В экономической жизни все три формы туристской ренты выступают как единая величина, единый факторный доход.

Туристская рента в системе отношений собственности

Всякий фактор и соответственно результат производства являются *объектом прав собственности. В полной мере это относится* и к туристским ресурсам. При этом теоретически и практически могут возникнуть две крайности: все туристские ресурсы и соответственно вся туристская рента поступают в полное владение государства или, напротив, все туристские ресурсы и вся туристская рента поступают в полное владение туристских организаций.

Современная экономическая теория прав собственности, а также интересы общества и социальная направленность туризма требуют полиморфизма, четкого разделения долей прав собственности между органами власти, с одной стороны, и туристскими организациями – с другой. Первые получают права полного, вторые – права неполного отчуждения. Эти отношения

оформляются в договорах (контрактах), которые четко определяют разделение долей прав собственности между субъектами экономических отношений по поводу туристских ресурсов. При этом одна часть туристских ресурсов на правах полного отчуждения находится в распоряжении федеральных органов, вторая – в распоряжении региональных органов, третья – в распоряжении местных органов власти. В конечном счете в обществе четко реализуется принцип спецификации прав собственности: каждый туристский объект (ресурс) получает своего конкретного хозяина (орган власти), который в свою очередь поручает экономическое использование этих ресурсов конкретной туристской фирме на договорных (контрактных) основаниях и правах неполного отчуждения. Подобная система отношений исключает и государственную централизованную бюрократию, и современный коммерческий чистоган. Туризм становится в этом случае социально контролируемой сферой хозяйства.

Принципы распределения и использования туристской ренты

Современная теория прав собственности, концепция спецификации этих прав и полиморфизм неизбежно порождают принципиальный вывод: туристская рента должна распределяться между двумя основными субъектами экономических отношений. Первый субъект – это сами туристские организации, которые создают этот факторный доход и которые имеют право неполного отчуждения туристских ресурсов в процессе их экономического использования. Второй субъект – это органы государственной власти, которые имеют право полного отчуждения туристских ресурсов. В качестве конкретных представителей этой власти выступают местные, региональные и федеральные органы в зависимости от того, в чьей собственности находятся данные туристские объекты.

Принцип раздела туристской ренты между двумя (а в отдельных случаях – между тремя) субъектами экономических отношений вытекает также из задач чисто экономического характера. Известно, что туризм порождает внешние эффекты (экстерналии), которые в условиях рыночных отношений не компенсируются в форме явных (бухгалтерских) издержек туристских организаций. Эти внешние эффекты по своей природе и по своим последствиям могут быть положительными и отрицательными. К положительным эффектам относятся: доходы нетурист-

ских организаций в регионе и стране в связи с увеличением потребителей; увеличение числа рабочих мест и вакансий; развитие инфраструктуры, образования, медицинских услуг; усвоение опыта других стран и народов; взаимообогащение культур и т. п. К отрицательным внешним эффектам относятся: загрязнение воды, воздуха; увеличение шума, мусора; уничтожение живой природы; изъятие территорий, пригодных для других отраслей хозяйства; разрушение традиций и социально-культурного наследия и т. п.

Наличие внешних эффектов свидетельствует о том, что полезность туристских услуг с точки зрения общества и с точки зрения рынка различна. Туристские организации в погоне за максимальным чисто коммерческим эффектом не хотят нести издержки по сохранению окружающей среды и содержанию дорог, а также затраты социального характера. Напротив, при наличии положительных внешних эффектов турфирмы не увеличивают вложения, если они не дают чисто коммерческий эффект. По этой причине тысячи музеев России ныне оказались на грани разорения. Иными словами, в учете как отрицательных, так и положительных внешних эффектов туристский рынок терпит полное «фиаско». Следовательно, для решения этих проблем нужны вмешательство органов власти и четкое разделение не только прав собственности, но и экономических функций между туристскими организациями и органами власти (прежде всего местной). Из этого также следует, что проблема туристской ренты – проблема не только микроэкономическая или чисто рыночная, это одновременно проблема макроэкономическая, требующая регулирования в рамках регионов и страны в целом. Местные, региональные и федеральные органы власти должны иметь реальные денежные средства, чтобы взять на себя возмещение социальных издержек, связанных с внешними эффектами на туристском рынке. Конкретной формой финансирования всех этих социальных затрат могла бы стать туристская рента как особая статья доходов и расходов бюджетов соответствующих органов власти. Следовательно, и с точки зрения чисто рыночного, экономико-хозяйственного подхода туристская рента должна быть распределена между туристскими организациями и государственными органами власти.

Злободневным становится вопрос о том, на какие конкретные цели может быть использована туристская рента самими туристскими фирмами и соответствующими органами власти. Ответ на этот вопрос может быть только однозначным: в современных

российских условиях, когда все 90-е годы XX в. имело место падение производства благ и услуг, страна пережила три финансовых кризиса, и ныне, когда практически отсутствует бюджетное финансирование сферы туризма, ***вся туристская рента должна пойти на финансирование национального туризма,*** дабы спасти эту социальную сферу хозяйства от экономического краха.

Необходимость учета туристской ренты как особого факторного дохода

Чтобы использовать туристскую ренту в интересах национального туризма, надо ее учесть, узаконить как особый факторный доход и тем самым ее легализовать, не дать ей уйти в теневую экономику. Только в этом случае государство может использовать туристскую ренту в нужной для общества социальной направленности. Ныне в России есть лишь академическая постановка такого вопроса и не более того. Действующий экономический, финансовый и весь хозяйственный механизм функционирования туристских организаций полностью исключает какой бы то ни было учет туристской ренты. Современная экономика туризма исходит из догмы: проблемы туристской ренты нет, ибо она (рента) не существует. Предполагается, что туристской ренты нет ни в реальной жизни, ни в науке. Подобная постановка вопроса идет не только от невежества, но и от социально-экономического интереса. Из каждых десяти турфирм девяти, занятым выездным туризмом, невыгодно выделять этот факторный доход в особую экономическую категорию, которую государство и профсоюзы могли бы легализовать, узаконить и направить ее использование в интересах общества и внутреннего туризма. Тут тоже узкокоммерческие (частные) интересы берут верх над интересами народа, страны. Соответственно этому против туристской ренты выступает и чиновничий мир, который обслуживает выездной туризм. В этих условиях проблема туристской ренты оказывается проблемой не только экономической, но и социально-политической. Она четко делит весь туристский мир на два лагеря: в одном – те, кто заинтересован в личном обогащении на выездном туризме; в другом – те, кто заинтересован в возрождении и развитии внутреннего и въездного национального туризма, а также социального туризма. В конечном счете это вопрос учета или неучета интересов России.

Механизм учета, распределения и использования туристской ренты

Представляется, что данный механизм – это целостная экономическая система, которая органично могла бы включать 12 основных экономико-правовых положений или 12 своеобразных правил организации этой экономической «игры».

Правило 1. Все туристские организации действуют в свободном рыночном пространстве, т. е. предоставляют потребителям свои услуги как товар по рыночным ценам на основе законов стоимости, спроса, предложения и конкуренции и тем самым осуществляют свою предпринимательскую деятельность, руководствуясь целями максимизации своего коммерческого успеха.

Правило 2. Предпринимательская деятельность туристских организаций в условиях рынка не исключает, а предполагает регулирование ее со стороны государственных органов власти и других институциональных организаций (прежде всего профсоюзов).

Правило 3. Взаимоотношения между государственными органами власти и туристскими организациями оформляются в системе договоров, которые четко разделяют доли прав собственности между участниками этих отношений.

Правило 4. В системе договоров (контрактов) между участниками правовых отношений одновременно определяются экономические и бухгалтерские издержки туристских организаций, а также социальные издержки органов власти, вызванные внешними эффектами (экстерналиями) – как положительными, так и отрицательными. Туристские организации представляют органам власти данные финансового учета, которые во всех странах мира не являются коммерческой тайной и публикуются в открытой печати. С другой стороны, и органы власти в договорах представляют свои социальные издержки, связанные с развитием туризма в регионе. Разделение прав собственности в этом случае обретает реальное экономическое содержание и создает основу для распределения и использования туристской ренты на реальной хозяйственно-правовой основе.

Правило 5. В указанных выше договорах определяются также формы рентных платежей за туристские ресурсы. Эти формы могут быть различными: а) платежи за туристские ресурсы (за их величину и качество), определенные на основе их кадастровых оценок; б) платежи в форме твердых ставок от прибыли; в) платежи в виде процентных ставок от нормы прибыли или

нормы рентабельности; г) платежи в форме фиксированной ставки с каждого рубля валовой выручки.

Первый показатель («а») самый лучший, но в нашей стране он практически неприемлем, так как кадастровых оценок туристских ресурсов в России нет, а номинальная их стоимость в условиях инфляции динамична и изменчива. Поэтому в каждый данный момент она оказывается величиной, реально заниженной.

Второй и третий показатели («б» и «в») также практически использовать нельзя, и опять-таки по причинам чисто российского свойства. Отечественный феномен учета хозяйственной деятельности заключается именно в том, что организации РФ всех форм собственности и во всех сферах хозяйства (в том числе и в туризме) заинтересованы не в том, чтобы получать максимальную прибыль, а в том, чтобы всеми правдами и неправдами добиваться нулевой прибыли. В российских условиях совокупную туристскую ренту временно можно было бы учитывать в форме фиксированных процентных ставок платежей от объема валовой выручки или (что по сути одно и то же) в форме фиксированной ставки платежей, взимаемых в копейках с каждого рубля реализованных туристских услуг (турпродукта). Несомненное достоинство этой формы туристской ренты состоит в ее простоте, доступности в расчетах и информации.

Правило 6. По своему характеру ставка рентных платежей в современных российских условиях должна быть единой для всех туристских организаций на всей территории страны. Теоретически эта ставка может быть единой в рамках всего национального хозяйства, региона, но дифференцированной на основе кадастровых оценок туристских ресурсов. При отсутствии кадастра туристских ресурсов всякая дифференциация этих ставок несла бы большую долю субъективизма. Напротив, единая ставка рентных платежей в рамках всего национального хозяйства ставит все туристские организации в равное экономическое положение, тем самым рождает чувство справедливости, что имеет немаловажное социальное значение. Абсолютные величины туристской ренты при этом окажутся неравными, поскольку величины валовой выручки в разных турфирмах различны.

Правило 7. Размер рентной ставки должен быть величиной приемлемой, жертвенной, умеренной. В современных российских условиях приемлем размер туристской ренты на уровне 6–8 % объема валовой выручки, полученной от реализации туристского продукта. Если общая экономическая ситуация

в стране будет улучшаться, то эту ставку можно поднять до 10 %. Если же общая экономическая ситуация в стране будет оставаться в состоянии стагнации, этот норматив может быть снижен до 4–6 %.

Правило 8. В современных российских условиях, когда деградация внутреннего туризма стала обвальной, вся туристская рента должна быть направлена исключительно на развитие именно туризма, т. е. той социальной сферы, которая создает источник своего саморазвития и самофинансирования.

Правило 9. Долевое соотношение распределения ставок рентных платежей между субъектами прав собственности и субъектами хозяйствования в сфере туризма должно быть основано на принципах взаимной выгоды, социальной справедливости и учета национальных интересов России. Целесообразной представляется следующая схема этих долевых соотношений: туристские организации, занимающиеся внутренним и въездным туризмом, и органы власти (прежде всего местные) единую ставку рентных платежей делят в пропорции 1:1; туристские организации, обеспечивающие выездной туризм, всю ставку от валовой выручки (6–8 %) направляют в распоряжение органов власти, которые в пропорции 1:1 направляют эти средства на развитие внутреннего и въездного туризма. Эта мера защитила бы национальные интересы России. По своему характеру все эти меры являются не чем-то чрезвычайным, а обычной общепринятой мировой практикой протекционистского характера.

Правило 10. Тяжелым недугом, свойственным экономике современной России, является бесконтрольность в использовании финансовых средств. В этих условиях подобная участь может ожидать и рентные платежи в туризме. Чтобы избежать нецелевого и теневого характера использования туристской ренты, необходимо ввести простую систему контроля, которая включала бы два звена: а) туристские организации ежеквартально подают местным органам власти справку (отчет) об использовании своей доли туристской ренты; б) исполнительные органы власти (как местные, так и региональные) ежеквартально отчитываются перед соответствующими законодательными органами власти об использовании своей доли этой ренты.

Правило 11. Введение рентных платежей на туристские ресурсы не дает основания для увеличения цен и тарифов на туристские услуги, так как рента – это следствие уже действующих цен на туристском рынке. Нельзя рассматривать рентные платежи и как очередной вид налога, так как половина этих платежей

остается в самой турфирме, а другая половина поступает на развитие инфраструктуры туризма под контролем местных и региональных органов власти. Налог – есть то, что уходит из средств организации или отрасли, а рента в туризме – есть нечто прямо противоположное, а именно то, что остается в турфирме и в сфере туризма. Рентные платежи не повышают объем выручки от турпродукта, а всего лишь выделяют в нем своеобразный, дополнительный, накопительный, «амортизационный» финансовый фонд, который призван возродить национальный туризм за счет самого туризма.

Правило 12. Серьезной проблемой современного хозяйственного механизма России является нецелевое использование средств. В связи с этим необходима система мер, которая законодательно утвердила бы правовое положение: если туристская рента не используется на развитие туризма, она целиком поступает в доходную часть федерального бюджета через налоговые органы. Эта мера в равной степени должна быть отнесена и к самим туристским организациям, и к органам власти (как местным, так и региональным). Сокрытие или нецелевое использование рентных платежей в сфере туризма должно рассматриваться как экономическое преступление.

Можно предположить, что эти 12 правил экономической «игры» в современном хозяйственном механизме позволят превратить туристскую ренту в действенный финансовый инструмент возрождения и саморазвития национального туризма в России.

Проблема финансирования туризма

Еще недавно наши доморощенные монетаристы считали, что только рынок возродит Россию. Ослепленные все той же дымкой монетаристской философии нынешние реформаторы жаждут уже не только рынка, а «живых» денег. Денежный голод породил массу отрицательных последствий – как экономических, так и социальных. Применительно к туризму монетаристское реформаторство привело к тому, что эта сфера хозяйства практически лишилась бюджетного финансирования. В этих условиях единственно реальный путь выживания российского туризма – это самофинансирование и саморазвитие.

Проблема развития внутреннего и въездного туризма для России приобретает исключительное значение. Самый поверхностный, дилетантский взгляд на основные тенденции развития

современного туризма обнаруживает вопиющее противоречие: с одной стороны, наблюдаем глобальный бум в развитии мирового туризма; с другой – стагнацию и прямую деградацию внутреннего и въездного российского туризма. За последние три десятилетия число туристов в мире увеличилось почти в 4 раза, а доходы от мирового туризма – более чем в 25 раз. По прогнозам Всемирной туристской организации, к 2010 г. количество международных туристских поездок составит 937 млн, а поступления от туризма достигнут 1,1 трлн долл.[1] Между тем в России картина иная: число гостиниц, мотелей и общежитий для приезжих в 1990 г. составило 4686, а в 1998 г. – 4319, их вместимость – соответственно 434,8 тыс. и 373,3 тыс. мест[2]. Число иностранных туристов, прибывших в 1998 г. в Россию, составило 1904 тыс., а число российских туристов, выехавших за границу в этом же году, – 3251 тыс. человек, т. е. больше в 1,7 раза[3].

Число санаториев и организаций отдыха в период 1993–1998 гг. снизилось с 6492 до 4525, соответственно в них коек (мест) сократилось с 963 тыс. до 732 тыс. Число туристских баз в этот период сократилось с 381 до 185, мест в них – со 106 тыс. до 50 тыс.[4] Соответственно сократилась численность лечившихся и отдыхавших в санаторно-оздоровительных лагерях России: в санаториях – в 2 раза, на туристских базах – в 7 раз.

Это противоречие в темпах и качестве развития мирового и российского туризма в перспективе может возрастать, ибо по мере движения земной цивилизации к постиндустриальному обществу туризм получает новые импульсы развития, тогда как в России туризм продолжает оставаться в стадии стагнации, разрушения, а в социальном аспекте приобретает характер антироссийский, антинациональный.

Неучет туристской ренты несет национальному хозяйству России громадные экономические потери.

Туристский рынок – есть составная часть национального и мирового рынка. В структуре розничного товарооборота на современном российском рынке более половины его занимают импортные товары, по официальному курсу 1995 г. это более

---

[1] Российская газета. – 1996. – 21 марта. – С. 5.

[2] См.: Социальное положение и уровень жизни населения России: Стат. сб. – Официальное издание. – М.: Госкомстат России, 1999. – С. 351.

[3] Там же. – С. 351.

[4] Там же. – С. 354.

75 млрд долл. США. На мировом рынке Россия потеряла значительную часть платных услуг: только по туризму эти потери составили более 7 млрд долл., а общие потери по всем видам рынков – 110–120 млрд. долл.[1]

К этому следует добавить отток российского капитала за границу, в том числе через выездной туризм. Тем самым выездной российский туризм финансирует развитие стран, принимающих наших туристов. В то же время в России ввод в действие новых санаториев, домов отдыха и туристских баз практически сворачивается. Тысячи спортивных сооружений прекратили свою работу. Разрушение туристских ресурсов стало очевидным фактом.

В современных условиях внутренний и въездной российский туризм не может рассчитывать на бюджетное финансирование. Единственно реальный путь его выживания – это самофинансирование и саморазвитие при социальной государственной и институциональной поддержке и регулировании.

§ 9.3. Влияние потребительского спроса на формирование туристской ренты

В приведенных выше суждениях предполагалось, что используемая туристская рента целиком поступает на развитие сферы туризма. Следовательно, **в рыночном аспекте этого понятия рента идет на расширение объема предложения туристских услуг.** Разумеется, развитие услуг имеет очень большое значение. Это аксиоматично. Однако при всем значении данной проблемы – это лишь одна сторона туристского рынка. Другая его сторона – платежеспособный спрос потребителя туристских услуг на рынке этих услуг в целом и на внутреннем рынке прежде всего. Туристский рынок представляет собой синтез реального предложения туруслуг и реального платежеспособного спроса их потребителей.

Какая из указанных двух сторон рынка важнее? Этот вопрос в теоретическом аспекте не имеет смысла, как не имеет смысла вопрос о том, какое лезвие ножниц – верхнее или нижнее – разрезает кусок бумаги. Однако в практическом смысле вопрос о состоянии туристского рынка в каждый момент имеет боль-

---

[1] См.: Макроэкономические аспекты становления социального рыночного хозяйства. – М.: Институт экономики РАН, 1998. – С. 25–26.

шое значение подобно тому, как в практическом смысле одно лезвие ножниц может быть острым, а другое – тупым.

Платежеспособный спрос населения определяет состояние не только рынка, но и экономики в целом, а также динамику ее развития. В основе данного влияния лежит эффект мультипликатора. Рост платежеспособного спроса населения дает возможность приобретать товары, услуги. Увеличение реализации товаров и услуг вызывает рост производства и т. д. Этому учит весь исторический опыт.

Для современной России характерен обратный процесс – платежеспособный спрос сокращается. И это обстоятельство отрицательно влияет на развитие производства в целом и туристских услуг в частности. Следовательно, современное российское общество должно заботиться о всемерном развитии предложения туристских услуг, т. е. о том, чтобы не разрушались туристские ресурсы как важнейшая часть национального богатства, чтобы не разорялись музеи, не гибли уникальные памятники культуры и природы. Однако в не меньшей степени общество должно заботиться также о культурно-оздоровительных и духовных потребностях широких масс населения, реальном потребительском спросе на туристские услуги.

Платежеспособный спрос в сфере туризма – это идеальная потребность и реальная возможность покупателя приобрести данную туристскую услугу в определенном количестве; ***предложение*** – это идеальная готовность и реальная возможность производителей туристских услуг предоставить потребителям определенное количество этих услуг. На величину платежеспособного спроса влияют самые различные факторы: количество покупателей туристских услуг, мода, реклама, степень полезности услуг и т. п. Но главными и решающими факторами, которые определяют спрос на туристские услуги, являются цены и денежные доходы потребителей.

С влиянием цены на объем потребительского спроса связано действие **закона спроса,** суть которого состоит в том, что повышение рыночной цены при прочих равных условиях уменьшает объем спроса, напротив, понижение рыночной цены увеличивает спрос. В полной мере это относится и к объему спроса на туристские услуги.

В России сводные индексы потребительских цен росли все 90-е годы XX в. Только за период 1990–1998 гг. сводные индексы потребительских цен на все товары и платные услуги населению увеличились в 11609 раз, на платные услуги населению –

в 42569 раз без учета деноминации[1]. В 1999 г. индекс потребительских цен вновь увеличился на 184,4 %[2]. Растут потребительские цены и в 2001 г. При этом среднедушевые денежные доходы населения в реальном выражении падают: в декабре 1998 г. они составляли всего 71,3 % по отношению к декабрю 1993 г.[3]

В 1999 г. реальные доходы населения составили 84,9 % по отношению к уровню 1998 г.[4] Совершенно очевидно, что рост потребительских цен в сочетании с падением реальных денежных доходов населения сокращает объем спроса на туристские услуги, особенно на внутреннем рынке, а падение покупательного спроса снижает объем реализации туристских услуг и тем самым уменьшает величину реальной туристской ренты, хотя ее номинальная денежная величина может расти.

Следует иметь в виду, что почти 30 % населения (или 43,8 млн человек) в 1999 г. получали денежные доходы ниже величины прожиточного минимума, который составлял в том году 908 руб. в среднем на душу населения[5].

При анализе влияния доходов населения на величину и динамику потребительного спроса надо учитывать следующее обстоятельство. Само по себе понятие «спрос на туристские услуги» имеет два фактора: первый – это наличие у потребителя турпродукта реальных денег, которые дают ему возможность купить данную услугу; второй – идеальное желание потребителя приобрести данный товар (услугу), так как именно этот товар для него имеет субъективную ценность, полезность. Эти два фактора одинаково реальны, ибо если нет реальных наличных денег, реально нет и спроса. Однако потребитель может иметь реальные деньги, но не будет приобретать туристский продукт, если не увидит в нем для себя ценности и полезности.

Указанные выше факторы по-разному влияют на объем и динамику платежеспособного спроса на туристский продукт. Первый фактор – существующий наличный уровень денежных доходов населения по отношению к общему спросу на туристские услуги можно считать объективным, ибо общая величина де-

---

[1] См.: Социальное положение и уровень жизни населения России. – С. 242.

[2] См.: Социально-экономическое положение России. – М.: Госкомстат РФ, 1999. – С. 118.

[3] См.: Социальное положение и уровень жизни населения России. – С. 94.

[4] См.: Социально-экономическое положение России. – С. 179.

[5] Там же.

нежных доходов всего населения страны мало или вовсе не зависит от субъективных усилий того или иного участника туристского рынка. Второй фактор – идеальные субъективные желания потребителей существенно влияют на распределение денежных доходов населения по характеру и направлениям их использования. И этот второй фактор при прочих равных условиях имеет большее влияние на туристский рынок и спрос на туристские услуги.

Доля расходов на услуги учреждений культуры, спорта, внутреннего туризма, а также на санаторно-оздоровительные услуги ничтожно мала. В этих условиях перед всей сферой туризма встает задача, суть которой в том, чтобы при низком уровне денежных доходов населения России перераспределять их в сторону увеличения доли расходов на туристские услуги и на духовно-культурологические услуги в целом. В связи с этим и на совокупную туристскую ренту нельзя смотреть как на величину статическую. В реальной жизни эта величина динамична, ибо динамичны все формирующие ее факторы.

На туристском рынке при формировании спроса на туруслуги особое значение приобретают такие факторы, как принцип общественного выбора (т. е. влияние окружающих). Здесь часто царствует низовая демократия (т. е. мнение близких людей). На этом рынке, как нигде, господствуют эффекты присоединения к большинству, снобизма и престижного (демонстрационного) потребления. Особое значение на туристском рынке приобретают факторы концентрации интересов меньшинства вопреки интересам большинства. Яркий пример этому – безудержная реклама средствами массовой информации преимуществ выездного туризма. В ответ на эту форму лоббирования объективно необходимым оказывается лоббирование всеми органами власти интересов национального российского туризма, если эти органы всерьез заботятся об интересах России. Законодательным и исполнительным органам власти следует принять законодательные акты и постановления в защиту отечественного туризма.

Патриотически направленными могли бы стать законодательные акты о социальном туризме и о туристской ренте. При соответствующей научной и законодательной основе и мудрой социально-экономической политике государства туристская рента может возродить внутренний туризм России.

Глава 10

Банковская система РФ и ее влияние на развитие туризма

Обязательными условиями формирования рыночных отношений в туризме являются стабилизация денежного обращения, кредита и преимущественно горизонтальное их движение на финансовом рынке.

Капитал физически (в виде средств производства) не может переливаться из одних отраслей в другие, из одного предприятия в другое. Этот процесс осуществляется обычно в форме движения денежного капитала. Поэтому кредит в рыночной экономике необходим прежде всего как эластичный механизм перераспределения капитала из одних отраслей (предприятий и организаций) в другие и уравнения нормы прибыли.

В то же время кредит необходим для поддержания непрерывности кругооборота фондов действующих туристских предприятий и фирм, для обслуживания процесса производства продукта туризма, что особенно важно в условиях становления рыночных отношений. Кредит оказывает активное воздействие на объем, структуру денежной массы, платежный оборот, скорость обращения денег.

Благодаря кредиту ускоряется процесс капитализации прибыли, а следовательно, концентрации производства. Кредит стимулирует развитие производственных сил, ускоряет формирование источников капитала для расширения воспроизводства основных фондов, туристской инфра- и супраструктуры.

Ведущим звеном кредитной системы являются банки.

В настоящее время созданы рыночные структуры, обеспечивающие условия для развития конкуренции и предприимчивости в сфере движения финансовых ресурсов. Банки превратились в опорные пункты регулирования рыночных отношений. Значение их устойчивой работы для организаций в сфере туризма трудно переоценить. Банкротство отдельного банка – это

практически гибель большинства мелких фирм, которые имели расчетные счета в этом банке. Кризис банковской системы вызывает тяжелейший кризис экономики страны, «закупорку» движения денежных финансов.

Коммерческой целью деятельности банков является получение прибыли, что заставляет их проявлять гибкость во взаимоотношениях с клиентами и предприимчивость в проведении комиссионно-посреднических операций. Коммерческие банки функционируют на основе развития деловой конкуренции за привлечение клиентов, кредитных ресурсов и сферы их выгодного приложения, что способствует расширению банковских услуг и улучшению их качества.

Коммерческий статус дает банку значительную самостоятельность: в определении целей, условий, сроков кредитования и уровня процентных ставок; развитии разнообразных форм банковской деятельности; использовании полученной прибыли; определении штатов и уровня оплаты труда своих работников; в укреплении материально-технической базы и решении других вопросов.

В целях создания системы денежно-кредитного регулирования были изменены статус Государственного банка и его роль в экономике страны. Банк был выведен из подчинения правительству и получил таким образом экономическую независимость. На базе Госбанка был создан Центральный банк России (ЦБ РФ).

ЦБ РФ – экономически самостоятельное учреждение. Он является главным банком гоударства и независим от исполнительных органов власти. ЦБ РФ осуществляет свои расходы за счет собственных доходов.

Основные задачи ЦБ РФ:

- регулирование денежного обращения и обеспечение устойчивости рубля;
- проведение единой денежно-кредитной политики, организации расчетов и кассового обслуживания;
- защита интересов вкладчиков, банков;
- надзор за деятельностью коммерческих банков и других кредитных учреждений;
- осуществление операций по внешнеэкономической деятельности.

ЦБ РФ осуществляет денежно-кредитное регулирование экономики государства путем: установления *обязательного* резервирования коммерческими банками своих привлеченных ресур-

сов, уровня учетных ставок по кредитам коммерческим банкам; доведения до них экономических нормативов; проведения операций с ценными бумагами. ЦБ РФ предоставляет коммерческим банкам краткосрочные кредиты, выступая таким образом кредитором последней инстанции.

Наряду с коммерческими банками в Российской Федерации функционируют специализированные банки:

- ***ипотечные*** – кредитование под залог недвижимости;
- ***земельные*** – кредитование под залог земельных участков;
- ***инвестиционные*** – осуществление операций по выпуску и размещению корпоративных ценных бумаг.

Начался процесс формирования муниципальных банков, призванных обеспечивать исполнение местного бюджета и перераспределение с помощью кредита временно свободных финансовых ресурсов в рамках муниципальной собственности.

В настоящее время наиболее заметным явлением в кредитной системе можно считать концентрацию и централизацию банковского капитала. Крупные банки, имеющие у себя значительную долю ресурсов, постепенно занимают господствующее положение на рынке ссудных капиталов. Их размеры возрастают за счет расширения обслуживания крупной клиентуры, привлечения новых вкладчиков, получения высокой прибыли.

Росту ресурсов у крупных банков способствует расширение корреспондентских отношений, т. е. договорных отношений между банками с целью взаимного выполнения операций. На корреспондентских счетах накапливаются значительные финансовые суммы. Увеличение размеров банков, расширение кредитных отношений сопровождаются усилением конкуренции между различными видами кредитных учреждений.

§ 10.1. Коммерческие банки. Основные принципы их деятельности

В Российской Федерации создание и функционирование коммерческих банков осуществляется на основе Закона РСФСР «О банках и банковской деятельности в РСФСР», принятого 2 декабря 1992 г.

Под ***банком*** понимается коммерческая организация, которая на основании лицензии ЦБ РФ привлекает на условиях возвратности денежные средства и другие ценности юридических и физических лиц и размещает их от своего имени на условиях воз-

вратности, платности и срочности, а также осуществляет расчетные и другие банковские операции.

В соответствии с Законом коммерческие банки (КБ) в России действуют как универсальные кредитные учреждения, совершающие широкий **круг операций на финансовом рынке:**

- предоставление различных по видам и срокам кредитов;
- покупку, продажу и хранение ценных бумаг, а также иностранной валюты;
- привлечение денежных средств на вклады;
- осуществление расчетов;
- выдачу гарантий, поручительств и иных обязательств за третьих лиц;
- посреднические и доверительные операции и т. п.

В России банки могут создаваться на основе любой формы собственности – *частной, коллективной, акционерной, смешанной.* Для формирования уставных капиталов российских банков допускается привлечение иностранных инвестиций.

Под банками ***с участием иностранного капитала*** в соответствии с российским законодательством понимаются:

- *совместные банки,* т. е. банки, уставный капитал которых формируется за счет средств резидентов (российских юридических и физических лиц) и нерезидентов (иностранных юридических и физических лиц);
- *иностранные банки* – это банки, уставный капитал которых формируется за счет нерезидентов;
- *филиалы банков нерезидентов.*

Решение об открытии каждого отдельного банка с участием иностранных инвестиций принимается советом директоров ЦБ РФ. При этом установлено, что сумма взноса хотя бы одного из иностранных акционеров в уставный капитал совместного или иностранного банка должна быть не менее суммы, эквивалентной 2 млн долл. США по курсу на день внесения денежных средств в капитал.

ЦБ РФ устанавливает лимит участия иностранного капитала в банковской системе страны. Ограничения на участие иностранного капитала преследуют цель создать наиболее благоприятные условия для становления отечественных КБ и защиты их от экспансий зарубежных банков.

По способу формирования уставного капитала акционерные банки бывают ***открытого и закрытого типа.*** Уставный капитал должен формироваться из средств не менее трех участников, т. е. банк не может принадлежать одному лицу.

Организационное устройство коммерческих банков соответствует общепринятой схеме управления акционерного общества (АО). Высшим органом КБ является общее собрание акционеров, которое должно проходить не реже одного раза в год. Оно правомочно решать все вопросы, если в заседании принимает участие не менее трех четвертей от общего количества акционеров банка.

Уставный капитал банка разделен на определенное число акций равной номинальной стоимости, распределенных среди юридических и физических лиц. Акционеры не вправе требовать от банка возврата этого вклада, что повышает устойчивость и надежность банка и создает прочные основы для управления его ликвидностью (возможностью банка своевременно и полно обеспечивать выполнение своих обязательств перед своими контрагентами).

Акции банков закрытого типа могут переходить от владельца к другому физическому или юридическому лицу только с согласия большинства акционеров. **Акции банков открытого типа** могут переходить из рук в руки без согласия других акционеров и распространяться в порядке открытой подписки.

Общее руководство деятельностью банка осуществляет **совет банка.** На него возлагаются также наблюдение и контроль за работой правления банка. Совет определяет общее направление деятельности банка; рассматривает проекты кредитных и других его планов; утверждает планы доходов, расходов и прибыли; решает вопросы об открытии и закрытии его филиалов, взаимоотношений с клиентами и перспективы развития. Заседание совета банка проводится не реже одного раза в квартал.

Непосредственно деятельностью КБ руководит **правление.** Оно несет ответственность перед общим собранием акционеров и советом банка. Правление состоит из председателя, его заместителей и других членов (как правило, главбуха, начальников кредитного и правового отделов, отдела ценных бумаг). Заседание правления банка проводится регулярно, не реже одного раза в месяц.

Ревизионная комиссия избирается общим собранием акционеров и подотчетна совету банка. В состав ревизионной комиссии не могут быть избраны члены совета и правления коммерческого банка. Правление банка представляет в распоряжение ревизионной комиссии все необходимые для проведения ревизии материалы. Основная задача ревизионной комиссии КБ – создать обстановку, предупреждающую злоупотребления.

Ревизионная комиссия составляет заключения по результатам проверок, годовым отчетам и балансам банка. Без заключения ревизионной комиссии баланс банка не может быть утвержден общим собранием акционеров.

Банки представляют ЦБ РФ или его управлению по месту нахождения КБ баланс на 1-е число месяца, квартальную оборотную ведомость и годовой бухгалтерский отчет.

Баланс банка характеризует в денежном выражении состояние ресурсов КБ, источники его формирования и направления использования, а также финансовые результаты деятельности банка на начало и конец отчетного периода. Анализ данных баланса дает комплексную характеристику деятельности банка за определенный период и позволяет определить наличие собственных средств, состав и динамику активов, изменения в структуре источников ресурсов и т. п. На основе баланса можно судить о состоянии ликвидности, доходности и перспективах развития банка.

В целях обеспечения доступности информации о работе и финансовом положении коммерческих банков их годовые балансы, которые утверждаются общим собранием акционеров, а также счета прибылей и убытков должны публиковаться в печати. Достоверность представленного годового баланса КБ должна быть подтверждена аудиторской организацией.

Для оперативного кредитно-расчетного обслуживания предприятий и организаций – клиентов банка, территориально удаленных от места расположения КБ, он может организовывать дочерние банки, филиалы, а также свои представительства.

Дочерним банком в РФ считается банк, в котором головным банком за счет своей прибыли приобретено более 50 % уставного капитала, что отражено в его уставе. Взаимоотношения с головным банком регулируются учредительным договором и уставом дочернего банка.

Дочерний банк является юридическим лицом и действует как самостоятельная коммерческая организация. Он обладает обособленным имуществом (в том числе и собственным капиталом), несет ответственность по своим обязательствам и имеет свой корреспондентский счет в расчетно-кассовом центре (РКЦ) ЦБ РФ по месту его нахождения.

Филиалами банка считаются обособленные структурные подразделения, расположенные вне места его нахождения и осуществляющие все или часть функций банка. Филиал не является юридическим лицом и совершает операции только в пределах, делегированных ему головным банком. Он заключает договоры

и ведет иную хозяйственную деятельность от имени КБ, его создавшего.

Представительство является обособленным подразделением КБ, расположенным вне места нахождения банка, не обладающим правами юридического лица и не имеющим самостоятельного баланса. Оно создается для обеспечения представительских функций банка, совершения сделки и иных правовых действий по его поручению. Представительство не занимается расчетно-кредитным обслуживанием клиентов и не имеет корреспондентского субсчета. Для осуществления хозяйственных расходов ему открывается текущий счет.

§ 10.2. Основные принципы деятельности коммерческих банков

Первым и основополагающим принципом деятельности КБ является работа в пределах реально имеющихся ресурсов. Коммерческий банк может осуществлять безналичные платежи в пользу других банков, представлять другим банкам кредиты и получать деньги наличными только в пределах средств на своих корреспондентских счетах.

Работа в пределах имеющихся ресурсов означает, что КБ должен не только обеспечивать количественное соответствие между своими ресурсами и кредитными вложениями, но и добиваться соответствия характера банковских активов специфике мобилизованных им ресурсов. Прежде всего это относится к срокам тех и других. Так, если банк привлекает средства главным образом на короткие сроки (вклады краткосрочные или до востребования), а вкладывает их в долгосрочные ссуды, его способность без задержек расплачиваться по своим обязательствам (т. е. его ликвидность) оказывается под угрозой.

Принцип работы КБ в пределах реально привлеченных ресурсов стимулирует его заинтересованность в привлечении депозитов, наиболее эффективных сфер приложения своих ресурсов. Происходит реальное перемещение банковского капитала в наиболее рентабельные и динамичные отрасли (предприятия, организации).

Вторым принципом, *на котором базируется деятельность* КБ, является полная экономическая самостоятельность, подразумевающая и экономическую ответственность банка за результаты своей деятельности.

Действующее законодательство предоставляет КБ экономическую свободу в распоряжении средствами банка, привлеченными ресурсами, своими фондами, а также свободный выбор клиентов и вкладчиков. Прибыль банка, остающаяся в его распоряжении после уплаты налогов, распределяется в соответствии с решением общего собрания акционеров.

Третий принцип заключается в том, что взаимоотношения КБ со своими клиентами строятся как обычные рыночные отношения. Предоставляя ссуды, коммерческий банк исходит прежде всего из рыночных критериев прибыльности, риска, ликвидности.

Четвертый принцип *работы коммерческого банка состоит в* том, что регулирование его деятельности может осуществляться только экономическими (а не административными) методами. Государство определяет правила «игры» для КБ, но не может давать ему приказов.

§ 10.3. Функции коммерческих банков

Одной из важных функций коммерческого банка является **посредничество в кредите,** которое он осуществляет путем перераспределения денежных средств, временно свободных в процессе кругооборота фондов организаций и денежных средств частных лиц.

Перераспределение денежных ресурсов осуществляется по горизонтали хозяйственных связей, от кредитора к заемщику, при посредстве банков и на условиях платности и возвратности. Плата за полученные заемные средства формируется под влиянием спроса и предложения этих средств.

Значение посреднической функции коммерческих банков для развития рыночной экономики состоит в том, что они своей деятельностью уменьшают степень риска и неопределенности в экономической системе.

Денежные средства могут перемещаться от кредиторов к заемщикам и без посредничества банков, но при этом резко возрастают риски потери денежных средств, отдаваемых в ссуду, поскольку кредиторы и заемщики не осведомлены о платежеспособности друг друга, а размер и сроки предложения денежных средств не совпадают с размерами и сроками потребности в них. КБ, привлекая средства, которые могут быть отданы в ссуду, на основе широкой диверсификации своих активов

снижают совокупные риски владельцев денег, помещенных на банковские счета.

Вторая функция коммерческого банка – **стимулирование накоплений в хозяйстве.** КБ, выступая на финансовом рынке со спросом на кредитные ресурсы, должны не только максимально мобилизовать имеющиеся в хозяйстве сбережения, но и формировать стимулы к накоплению средств на основе ограничения текущего потребления. Стимулы к накоплению и обращению денежных средств формируются на основе гибкой депозитной политики КБ. Помимо высоких процентов, выплачиваемых по вкладам, кредиторам необходимы высокие гарантии помещения накопленных ресурсов в банк.

Третья функция банка – **посредничество в платежах** между отдельными хозяйствующими субъектами (в том числе между различными туристскими организациями).

Выступая в качестве финансовых брокеров, банки являются также посредниками при купле-продаже ценных бумаг за счет и по поручению клиентов на основании договора комиссии или поручения.

Как инвестиционный консультант банк оказывает **консультативные услуги** своим клиентам по поводу выпуска и обращения ценных бумаг. КБ может брать на себя роль инвестиционной компании и заниматься организацией выпуска ценных бумаг и выдачей гарантий по их размещению в пользу третьего лица; куплей, продажей ценных бумаг от своего имени и за свой счет.

§ 10.4. Взаимоотношения Центрального банка Российской Федерации с коммерческими банками

Взаимоотношения ЦБ РФ с коммерческими банками и методы их регулирования предусмотрены Законом «О Центральном банке Российской Федерации», принятым в апреле 1995 г. Это регулирование строится на использовании экономических методов:

- изменении норм обязательных резервов, размещенных КБ в ЦБ РФ;
- изменении объема кредитов, предоставляемых ЦБ РФ коммерческими банками, а также процентных ставок по кредитам;
- проведении операций с ценными бумагами и с иностранной валютой.

В соответствии с Законом ЦБ РФ образует **резервный фонд кредитной системы РФ,** средства которого формируются за счет резервирования в этом фонде определенной доли (так, с 1 марта 1994 г. нормы обязательных резервов составляют 20 % по счетам «до востребования» и 15 % – по обязательствам банка со сроком погашения свыше одного года) привлеченных КБ средств. В подавляющем большинстве к ним относятся временно свободные средства, находящиеся на расчетных, текущих счетах юридических лиц, а также внесенные во вклады и депозиты организациями и гражданами.

Фонд обязательных резервов создан для того, чтобы при необходимости обеспечить коммерческому банку возможность своевременно выполнить перед клиентами свои обязательства по возврату ранее привлеченных денежных средств.

Операция по внесению средств в фонд обязательных резервов осуществляется ЦБ РФ совместно с КБ один раз в месяц по состоянию на 1-е число месяца.

В случае нарушения порядка внесения резервируемых средств региональное Главное управление ЦБ РФ может применять к ним экономические меры воздействия в виде взимания штрафа в размере 0,5 % суммы уставного капитала. В полной сумме зарезервированные средства могут быть возвращены КБ только при его ликвидации.

Экономические отношения между ЦБ РФ и КБ и регулирование деятельности КБ могут возникнуть и осуществляться в результате предоставления в распоряжение этих банков **централизованных кредитных ресурсов** для целей последующего предоставления ссуд хозяйственным организациям.

Наряду с экономическими методами, посредством которых ЦБ РФ регулирует деятельность КБ, им могут использоваться и административные методы. Так, при крайне неблагоприятном состоянии денежного обращения, наличии активных инфляционных процессов в экономике страны и в целях улучшения положения в этой области посредством ограничения объемов кредитных вложений КБ Центральным банком России устанавливается предельный размер процентных ставок по выданным им кредитам.

Естественно, что применение административного воздействия со стороны ЦБ РФ по отношению к КБ не должно носить систематического характера. Оно применяется в качестве исключительно вынужденных мер.

§ 10.5. Безналичные расчеты и кассовые операции туристских организаций

Основные принципы безналичных расчетов

Все сделки, связанные с хозяйственной деятельностью, завершаются денежными расчетами. Эти расчеты могут иметь как наличную, так и безналичную форму.

Организация безналичных расчетов гораздо предпочтительнее платежей наличными деньгами, поскольку при этом достигается значительная экономия на издержках обращения. Широкому применению безналичных расчетов способствует разветвленная сеть банков.

Безналичные расчеты – это денежные расчеты путем записей по счетам в банках, когда деньги списываются со счета плательщика и зачисляются на счет получателя. Безналичные расчеты организуются на определенных принципах.

Первый принцип безналичных расчетов состоит в их осуществлении по банковским счетам, которые открываются туристскими организациями для хранения и перевода средств.

Второй принцип заключается в том, что платежи со счетов осуществляются банками по распоряжению их владельцев, в порядке установленной ими очередности платежей и в пределах остатка средств на счете. Исключение составляют выплаты денежных средств на неотложные нужды (платежи в бюджет всех уровней, а также в Пенсионный фонд), которые должны осуществляться в первоочередном порядке. Это является элементом государственного регулирования. При этом принципе субъектам рынка дано право самим определять очередность платежей с их счетов.

Третий принцип – это свобода выбора туристскими организациями форм безналичных расчетов и закрепления их в хозяйственных договорах при невмешательстве банков в договорные отношения.

Этот принцип также направлен на утверждение экономической самостоятельности субъектов рынка в организации договорных и расчетных отношений. При этом в договоре определяется срочность платежа.

Четвертый принцип – срочность платежа. Введение этого принципа имеет важное практическое значение. Получатель денежных средств заинтересован не в зачислении их на свой

счет вообще, а именно в заранее оговоренный, твердо фиксированный срок. Располагая информацией о срочности платежа, получатель средств может рационально построить свой денежный оборот, более точно определить потребность в заемных средствах.

Срочный платеж может совершаться:

- до начала торговой операции (авансовый платеж);
- сразу же после завершения торговой операции (отгрузки);
- через определенный срок после завершения торговой операции.

Пятый принцип – обеспеченность платежа. Он тесно связан с предыдущим и предполагает наличие у плательщика или его гаранта ликвидных средств, которые могут быть использованы для погашения обязательств перед получателем денежных средств.

Принцип обеспеченности платежей создает гарантию платежа, укрепляет платежную дисциплину в народном хозяйстве, а следовательно, платежеспособность и кредитоспособность всех участников расчетов. Операции по безналичным расчетам отражаются на расчетных, текущих и иных счетах, открываемых банками своим клиентам после представления последними соответствующих документов.

Расчетные счета открываются всем туристским организациям независимо от формы собственности, работающим на принципах хозяйственного расчета и имеющим статус юридического лица. Владелец расчетного счета имеет полную экономическую и юридическую независимость.

Для открытия расчетного счета организация представляет следующие документы:

- заявление об открытии расчетного счета по установленной форме;
- документ о государственной регистрации организации, заверенный нотариусом;
- нотариально заверенные копии учредительного договора о создании организации и устава;
- документ, подтверждающий полномочия директора организации (протокол собрания или контракт);
- документ о подтверждении полномочий главного бухгалтера (приказ или контракт);
- две карточки с образцами подписей первых должностных лиц организации с оттиском печати (нотариально заверенных);

• справку от налоговой инспекции о постановке организации на учет для взимания налогов;

• справку о постановке организации на учет в Пенсионном фонде;

• регистрационную карточку статистических органов.

Открытие расчетного счета в банке сопровождается заключением между организацией и банком договора о расчетно-кассовом обслуживании (РКО).

По этому договору банк берет на себя обязанности по своевременному РКО организации (по проведению расчетов; выдаче денежных и расчетных чековых книжек; осуществлению почтовых и телеграфных услуг по вопросам ведения счетов; обеспечению сохранности всех денежных средств, поступивших на счета клиента и возврата их по первому его требованию; сохранности коммерческой тайны по операциям клиента).

Клиент соответственно обязуется: соблюдать требования действующих нормативных актов по РКО; хранить свои денежные средства только на счете в банке; представлять в банк в установленные сроки бухгалтерскую, статистическую отчетность и др.

Поскольку расчетно-кассовое обслуживание клиентов осуществляется банками на платной основе, в договоре предусматриваются специальный раздел о стоимости услуг и порядке расчетов за них, ответственность сторон за невыполнение взятых на себя обязательств, а также порядок разрешения споров и срок его действия.

Когда плательщик и получатель средств обслуживаются разными банками, а также при взаимном кредитовании банков или перемещении наличных денег возникают ***межбанковские расчеты.*** Такие расчеты осуществляются через корреспондентские счета, открывающиеся на балансе каждого банка.

Существуют два варианта организации межбанковских расчетов с помощью корреспондентских счетов: ***децентрализованный,*** основанный на корреспондентских отношениях между коммерческими банками, и ***централизованный,*** при котором расчеты между ними проводятся через их корреспондентские счета, открываемые в ЦБ РФ, через специально созданные для этих целей органы ЦБ РФ – расчетно-кассовые центры.

Коммерческие банки через корреспондентские счета осуществляют все операции, связанные с обслуживанием своей клиентуры, а также операции самого банка как хозяйствующего субъ-

екта. Для учреждения банка корреспондентский счет – это своего рода расчетный счет, на котором хранятся все средства КБ (как собственные, так и неиспользованные средства клиентов, а также неиспользованные, полученные в ссуду от других кредитных учреждений).

Главный принцип осуществления платежей по корреспондентским счетам КБ – это осуществление их *в пределах остатка средств на этих счетах.* При недостаточности средств на счете банка для производства платежей ЦБ РФ может оплатить претензии к счету этого банка за счет своего кредита ***(овердрафта),*** но при высокой процентной ставке. Такой принцип организации межбанковских расчетов нацелен на активизацию депозитной политики КБ и рациональное возмещение им ресурсов с соблюдением должного уровня ликвидности.

Расчеты между клиентами, имеющими счета в одном банке, производятся путем прямого списания и зачисления средств по их счетам, минуя корреспондентский счет.

Формы безналичных расчетов

По признаку территориального расположения организаций и обслуживающих их банков различают расчеты ***иногородние*** и ***одногородние.***

Формы безналичных расчетов между плательщиками и получателями средств (платежные поручения, платежные требования-поручения, чеки, аккредитивы) определяются самими партнерами в хозяйственных договорах.

Платежное поручение представляет собой письменное распоряжение владельца счета банку о перечислении определенной денежной суммы с его счета (расчетного, текущего, бюджетного, ссудного) на счет другой организации – получателя средств в том же или другом одногороднем или иногороднем учреждении банка.

В расчетах за товары и услуги (по товарным операциям) платежные поручения используются:

- за полученные товары и оказанные услуги, при условии ссылки в поручении на номер и дату товарно-транспортного документа, подтверждающего получение плательщиком товара или услуг;
- для платежей в порядке предварительной оплаты и услуг при условии ссылки в получении на номер договора, соглаше-

ния, контракта, в которых предусмотрена предварительная оплата;

- для погашения кредиторской задолженности по товарным операциям;
- при расчетах за товары и услуги по решению суда, арбитража;
- при арендной плате за помещение;
- как платежи транспортным, коммунальным, бытовым предприятиям.

В расчетах по нетоварным операциям платежные поручения используются:

- для платежей в бюджет;
- погашения банковских ссуд и процентов по ним;
- перечисления средств органам государственного и социального страхования;
- взносов средств в уставные фонды организаций;
- приобретения акций, облигаций, депозитных сертификатов, банковских векселей;
- оплаты пени, штрафов, неустоек.

Платежное требование-поручение представляет собой требование поставщика к покупателю оплатить стоимость поставленных по договору товаров, выполненных работ, услуг на основании приложенных к нему отгрузочных и товарных документов. Оно выписывается поставщиком на основании фактической отгрузки продукции или оказания услуги, на стандартном бланке в 3 экземплярах и вместе с отгрузочными документами направляется в банк покупателя для оплаты. Возможен прием требований-поручений и на инкассо (в банке поставщика).

Инкассо – это банковская операция, посредством которой *банк по поручению своего клиента получает причитающиеся* ему денежные средства от других предприятий на основе расчетных, товарных и денежных документов. При инкассовой услуге банк поставщика сам пересылает платежные требования-поручения в банк плательщика спецпочтой или по телефаксу. Оплата этих документов может быть произведена только с согласия (акцепта) покупателя. С этой целью с согласия покупателя платежное поручение регистрируется в специальном журнале и передается банком непосредственно плательщику под расписку для акцепта.

Существуют **разные формы акцепта:** положительный, отрицательный, предварительный, последующий, полный и частичный.

Положительный акцепт – это акцепт, при котором плательщик заявляет в письменной форме свое согласие на оплату по каждому расчетному документу.

Отрицательный акцепт – когда плательщик письменно уведомляет об отказе от акцепта. Не заявленные в установленный срок отказы расцениваются банком как согласие плательщика на оплату (молчаливый акцепт).

Последующий акцепт предусматривает немедленную оплату расчетных документов по мере их поступления в банк в течение операционного дня банка.

Предварительный акцепт означает, что плательщик дает свое письменное согласие на оплату требования до списания денег со счета.

Заявленный плательщиком отказ может быть *полным* или *частичным* и обязательно должен быть мотивирован. Для отказа традиционными являются мотивы, связанные с нарушением договорных обязательств (товар не заказывался, счет бестоварный, товар ранее оплачен, отсутствует согласованная цена и др.). Мотив отказа от акцепта должен быть подтвержден ссылками на соответствующие пункты договора.

Чек – это письменное распоряжение плательщика своему банку уплатить с его счета держателю чека определенную сумму денег. Различают денежные и расчетные чеки.

Денежные чеки применяются для выплаты держателю чека наличных денег в банке, например на зарплату, хозяйственные нужды, командировочные расходы и т. п.

Расчетные чеки – это чеки, применяемые для безналичных расчетов. Расчетный чек – это документ установленной формы, содержащий безусловный письменный приказ чекодателя своему банку о перечислении определенной денежной суммы с его счета на счет получателя средств (чекодержателя). Расчетный чек, как и платежное поручение, оформляется плательщиком.

С июля 1992 г. в платежном обороте Российской Федерации действуют расчетные чеки единого образца с грифом «Россия». Эти чеки используются в расчетах только на территории РФ при одногородних расчетах и только юридическими лицами.

Для получения расчетных чеков клиент обращается в обслуживающий его КБ с заявлением по установленной форме, где указываются потребное количество чеков и сумма общей потребности в этих чеках. На основании этих данных определяется лимит одного чека, который должен быть проставлен на обо-

ротной стороне каждого чека. Заявление на выдачу чеков подписывается руководителем предприятия, главным бухгалтером и заверяется печатью.

Аккредитив – это поручение банка покупателя банку поставщика об оплате поставщику товаров и услуг на условиях, оговоренных в аккредитивном заявлении покупателя, против представленных поставщиком соответствующих документов.

Эта форма расчетов используется в основном в иногороднем обороте и с другими странами. Срок действия аккредитива банковскими правилами не регламентируется, а устанавливается в договоре между поставщиком и покупателем.

Аккредитив может быть отзывным или безотзывным. Особенность ***отзывного аккредитива*** состоит в том, что он может быть изменен или аннулирован по указанию покупателя без предварительного согласования с поставщиком.

Безотзывной аккредитив не может быть изменен или аннулирован без согласия поставщика, в пользу которого он открыт.

Для открытия аккредитива плательщик представляет в свой банк заявление, где указывает:

- номер договора, в соответствии с которым открывается аккредитив;
- срок действия аккредитива;
- наименование плательщика и номер его счета;
- наименование и номер банка плательщика;
- наименование поставщика и номер его счета;
- наименование и номер банка поставщика;
- полное наименование документов, против которых производятся выплаты по аккредитиву, срок их представления и порядок оформления;
- порядок оплаты товарно-транспортных документов поставщика (с акцептом покупателя или без него);
- вид аккредитива;
- сумму аккредитива и другие необходимые данные.

Вексельная форма расчетов представляет собой расчеты между поставщиком и плательщиком за товары или услуги с отсрочкой платежа (коммерческий кредит) на основе специального документа – векселя.

Вексель – это письменное долговое обязательство строго установленной законом формы, которое дает его владельцу бесспорное право по наступлении срока требовать от должника уплаты обозначенной в векселе денежной суммы. Закон определяет два вида векселей: простые и переводные.

Простой вексель (соло-вексель) представляет собой письменный документ, содержащий простое, ничем не обусловленное обязательство векселедателя (должника) уплатить определенную сумму денег в указанный срок и в определенном месте получателю средств или его приказу. Простой вексель выписывает сам плательщик, и по существу он является его долговой распиской.

Переводной вексель (тратта) – это письменный документ, содержащий безусловный приказ векселедателя (кредитора) плательщику об уплате указанной в векселе денежной суммы третьему лицу или его приказу.

В отличие от простого, в переводном векселе участвуют не два, а как минимум три лица: ***векселедатель*** (выдающий вексель); ***плательщик*** (лицо, к которому обращен приказ произвести платеж по векселю); ***векселедержатель*** (получатель платежа по векселю).

Переводной вексель обязательно должен быть акцептован плательщиком, только после этого он приобретает силу исполнительного документа.

Вексель является строго формализованным документом. Отсутствие в нем хотя бы одного реквизита лишает его юридической силы. К **обязательным реквизитам** относятся:

- вексельная метка, т. е. обозначение документа словом «вексель»;
- место и время составления векселя;
- обязательство уплатить определенную денежную сумму;
- денежная сумма, указанная цифрами и прописью (исправления недопустимы);
- срок платежа (исправления недопустимы);
- наименование того, кому или по приказу кого должен быть совершен платеж;
- подпись векселедателя (собственноручная).

Платеж по акцептованному плательщиком векселю может быть дополнительно гарантирован посредством выдачи поручительства ***(аваля).*** Такое поручительство дается третьим лицом (обычно банком). Авалирование векселей повышает их надежность, способствует развитию обращения.

Действующее законодательство предусматривает возможность передачи векселя в третьи руки в качестве средства платежа. Передача векселя другому лицу с помощью передаточной надписи ***(индоссамента)*** означает передачу вместе с векселем и права на получение им платежа по данному векселю. Возмож-

ность индоссирования векселей расширяет границы их использования, превращает вексель из простого средства оформления коммерческого кредита в кредитное средство обращения, обслуживающее реализацию товаров и услуг.

Необходимо особо подчеркнуть, что все передаточные надписи на векселе, его акцепт оформляются *только в пределах установленного срока платежа.*

Существуют 4 способа установления срока платежа по векселю:

1) ***срок на фиксированную дату*** – например, «обязуюсь оплатить 31 декабря 2001 г.»;

2) ***срок по предъявлении*** – подлежит оплате в день предъявления, но не позже одного года со дня выписки векселя;

3) ***через несколько дней, месяцев*** – срок платежа наступает в последний день;

4) ***во столько-то времени*** по предъявлении векселя.

Вексельная форма расчетов предполагает участие банков в инкассировании векселей (т. е. получение платежей по векселям в срок по поручению векселедержателей).

Операции по инкассированию банками векселей выгодны как для клиентов, так и для самого банка. Клиент освобождается от необходимости следить за сроками предъявления векселей к платежу, а сам процесс получения платежа становится для него более дешевым и надежным.

Для банка – это один из источников получения прибыли. В процессе совершения инкассовых операций на корреспондентском счете КБ также появляются дополнительные средства, которые он может пустить в оборот.

В вексельной форме расчетов, помимо банка векселедержателя, инкассирующего вексель, может участвовать и банк плательщика в качестве ***домицилянта,*** т. е. выполняющего поручение своего клиента – плательщика по совершению платежа по этому векселю. Внешним признаком ***домицилированного векселя*** служат слова «платеж в банке», расположенные под подписью плательщика.

Для банка эта операция является прибыльной, так как за домицинацию векселя банк получает комиссию и не несет никакой ответственности, если платеж не состоится. Клиент-плательщик сам обязан к сроку платежа обеспечить поступление необходимых денежных средств. В противном случае банк отказывает в платеже и вексель протестуется в обычном порядке (через суд) против векселедателя.

В отечественной банковской практике появился новый вид векселя – ***банковский вексель***, который представляет собой одностороннее, ничем не обусловленное обязательство банка (эмитента векселя) об уплате обозначенному в нем лицу или его приказу определенной денежной суммы в установленный срок.

Банковские векселя могут приобретать туристские фирмы прежде всего с целью извлечения дохода как разницы ***(дисконт)*** между ценой погашения, равной номиналу векселя, и ценой приобретения, которая ниже номинала. Указанная разница по существу представляет собой исчисленный на основе текущей депозитной ставки банковский процент.

Банковский вексель (в отличие от депозитного сертификата) может быть использован его владельцем не только в качестве средства накопления, но и в качестве покупательного и платежного средства.

Кассовые операции туристских организаций

Налично-денежный оборот в туризме составляет около 20 % всего денежного оборота. Значение налично-денежного оборота в организации нормальных экономических отношений различных туристских организаций велико. Именно в сфере налично-денежного оборота происходит окончательная реализация созданного в туризме продукта (услуг и товаров) и проверяется конкурентоспособность этого продукта. Поэтому от состояния налично-денежного оборота во многом зависят нормальная циркуляция денег в туристских организациях и устойчивость их эффективности.

Исключительное право выпуска и изъятия денег из обращения принадлежит ЦБ РФ в соответствии с его статусом – эмиссионного центра страны – и его функциями.

ЦБ РФ определяет порядок ведения кассовых операций в народном хозяйстве, организует изготовление банкнот, металлических монет, обеспечивает создание резервных фондов банкнот и металлических монет, устанавливает правила перевода, хранения и инкассации наличных денег, а также порядок замены поврежденных банкнот, монет и их уничтожения.

В своей деятельности по кассовому обслуживанию клиентов коммерческие банки руководствуются регулирующими материалами ЦБ РФ в пределах Закона «О банках и банковской деятельности в РСФСР» от 2 декабря 1990 г.

Туристские организации могут иметь в своих кассах наличные деньги в пределах лимитов, установленных банком, по согласованию с их руководством.

Всю денежную наличность сверх установленного лимита туристские организации обязаны сдать в банк в порядке и в сроки, согласованные с обслуживающим их банком. Своевременность и полнота сдачи наличных денег в банк контролируются экономистами банка.

При несоблюдении условий обращения с денежной наличностью и порядка ведения кассовых операций применяются меры финансовой ответственности. Так, за несоблюдение действующего порядка хранения свободных денежных средств, а также за накопление в кассах наличных денег сверх установленных лимитов налагается штраф в 3-кратном размере выявленной сверхлимитной кассовой наличности. На руководителя организации, допустившего указанные нарушения, налагается административный штраф в размере 9-кратной минимальной месячной оплаты труда.

Каждый банк должен организовать рациональный денежный оборот (т. е. удовлетворить потребности по выдаче денег клиентам) за счет собственных поступлений, не обращаясь в ЦБ РФ за пополнением наличности. Все организации за 65 дней до планируемого квартала представляют в банк кассовые заявки.

На основании полученных от организаций сведений (о поступлениях торговой выручки от услуг транспорта и бытового обслуживания и пр.) и кассовых заявок коммерческий банк составляет расчет кассового прогноза, в ходе исполнения которого и осуществляется кассовое обслуживание организаций.

Выдача денег организациям на выплату зарплаты производится коммерческими банками в сроки, установленные коллективными договорами, постановлениями правительства и др. Для регулирования кассовых ресурсов коммерческих банков составляют календарь выдач заработной платы и других видов оплаты труда рабочих и служащих.

Деньги расходной кассой выдаются по денежным чекам, и расходным кассовым ордерам, которые выписываются бухгалтерией туристских организаций.

§ 10.6. Современные системы кредитования в туризме

Основной формой кредита в рыночных условиях хозяйствования является банковский кредит. Субъектами кредитных отношений в туризме выступают туристские организации и банки (кредиторы и заемщики).

Кредиторами являются юридические и физические лица, предоставившие на определенный срок свои временно свободные средства в распоряжение заемщика.

Заемщик – сторона кредитных отношений, получившая средства в пользование и обязанная их вернуть в оговоренный договором срок.

По отношению к своим вкладчикам банк выступает в роли заемщика (так как в основном работает на привлеченных средствах), а предоставляя сосредоточенные у него ресурсы в пользу нуждающихся в них, он выступает как кредитор.

Банковские кредиты, предоставляемые юридическим лицам (хозяйствующим субъектам туризма), могут быть двух видов:

а) кредиты, предназначенные для расширенного воспроизводства основных фондов;

б) кредиты, участвующие в организации (пополнении) оборотных средств.

По срокам пользования *кредиты бывают срочные или до* востребования. При этом срочные подразделяются на краткосрочные (до одного года), среднесрочные (от 1 до 3 лет) и долгосрочные (свыше 3 лет). Как правило, краткосрочные кредиты, участвуют в формировании оборотных фондов, а среднесрочные и долгосрочные – в воспроизводстве основных фондов.

По обеспечению кредиты бывают необеспеченные и обеспеченные, которые подразделяются на залоговые, гарантированные и застрахованные.

По методам погашения различают кредиты, погашаемые в рассрочку (частями по согласованной системе платежей) и погашаемые единовременно (на определенную дату).

Основными принципами кредитования являются: срочность возврата, дифференцированность, обеспеченность ссуд и платность.

Без возвратности кредит не может существовать. Возвратность его является той особенностью товарно-денежных отношений, которая отмечает кредит как экономическую категорию.

Принцип срочности возврата означает, что кредит должен быть возвращен в строго определенное время.

Дифференцированность кредитования означает, что коммерческий банк неоднозначно подходит к вопросу выдачи кредита своим клиентам.

Кредит предоставляется только тем хозяйствующим органам туризма, которые в состоянии его своевременно вернуть. Платежеспособность заемщика оценивается банком посредством анализа его баланса на ликвидность, обеспеченность предприятия собственными источниками, уровня его рентабельности на момент сделки и в перспективе.

Говоря об **обеспеченности ссуд,** следует иметь в виду наличие у заемщика юридически оформленных обязательств, гарантирующих своевременный возврат кредита: залогового обязательства на конкретные материальные ценности, договора-гарантии, договора поручительства, договора страхования ответственности непогашенного кредита. При этом не только одна, но и все перечисленные формы юридических обязательств одновременно могут служить обеспечением выдаваемого банком кредита.

Принцип платности кредита означает, что заемщик заплатит банку за временно позаимствованные у него средства. Ставка банковского процента – это своего рода «цена» кредита. Платность кредита оказывает стимулирующее воздействие на хозрасчет предприятия, побуждая его на увеличение собственных ресурсов и экономное (целевое) расходование заемных средств. Банк таким образом покрывает свои затраты, в том числе и на содержание своего аппарата.

При установлении платы за кредит учитываются базовая ставка процента ЦБ РФ, средняя ставка по межбанковскому кредиту, ставка, уплачиваемая банком своим клиентам по депозитным счетам, спрос на кредит и др.

Совокупное применение в практической работе всех принципов банковского кредитования позволяет соблюсти интересы субъектов кредитной сделки – банка и заемщика.

§ 10.7. Методы кредитования

Под методами кредитования следует понимать способы выдачи и погашения кредита в соответствии с принципами кредитования. Существуют два метода кредитования. **При первом**

методе вопрос предоставления ссуды решается каждый раз отдельно, в индивидуальном порядке и ссуда выдается на определенную целевую потребность. Этот метод применяется при предоставлении ссуд на конкретные сроки (срочных ссуд).

При втором методе ссуды предоставляются в пределах заранее оговоренного и установленного банком для заемщика лимита кредитования, который используется им по потребности путем оплаты предъявляемых ему платежных документов в течение определенного периода. Такая форма предоставления кредита называется **открытием кредитной линии.**

Открытая кредитная линия позволяет заемщику оплатить за счет кредита любые расчетно-денежные документы, предусмотренные в кредитном соглашении. Кредитная линия открывается, как правило, на один год клиентам с устойчивым финансовым положением и хорошей репутацией. Однако за банком сохраняется право отказать клиенту в выдаче ссуды в рамках утвержденного (согласованного) лимита, если он установит ухудшение финансового положения заемщика.

Метод кредитования обусловливает форму ссудного счета, используемого для выдачи и погашения кредита. Для ведения операций по кредитованию заемщиков КБ открывают им **ссудные счета:** обычные (простые) или специальные.

Для получения кредита туристская организация обязана представить в КБ следующие документы:

1) заявление-ходатайство на выдачу ссуды, в котором указываются сумма, цель и сроки кредита;

2) технико-экономическое обоснование потребности в кредите, реальных сроках окупаемости затрат и сроках возврата кредита;

3) копии контрактов или иных документов (протокол о намерениях), подтверждающих цель кредита;

4) балансы: годовой и на последнюю дату;

5) проект кредитного договора (по принятой форме);

6) проект договора залога или гарантии, или договора страхования ответственности заемщика на случай непогашения кредита;

7) срочное обязательство-поручение на погашение кредита в соответствии с согласованными сроками;

8) справку о полученных заемных средствах в других банках, в которой указываются банк-кредитор, форма взятого кредита, срок его погашения, форма обеспечения. В случае залога имущества указывается его перечень.

После анализа всех представленных материалов банк оценивает финансовое положение заемщика и его кредитоспособность, а также свои кредитные возможности. Затем заключается кредитный договор, который, как правило, содержит следующие разделы:

1. Общие положения.
2. Права и обязанности заемщика.
3. Права и обязанности банка.
4. Ответственность сторон.
5. Порядок размещения споров.
6. Срок действия договора.
7. Юридические адреса сторон.

§ 10.8. Виды банковских кредитов

Доверительный (бланковый) кредит не имеет конкретного обеспечения и поэтому представляется первоклассным по кредитоспособности клиентам, с которыми банк имеет давние связи. Поскольку ссуда выдается без обеспечения, процентная ставка устанавливается на более высоком уровне, чем по другим кредитам.

Вексельные кредиты. Ссуды под обеспечение векселями делятся на два вида: учет векселей и ссуды под их залог.

Учет векселей – это покупка их банком, в результате чего они полностью переходят в его распоряжение. Поскольку векселедержатель, предъявивший банку векселя к учету, получает платеж по ним немедленно, т. е. до истечения срока платежа по векселю, для него это фактически означает получение кредита от банка.

За такую операцию банк взимает процент из суммы векселя, который называется ***учетным процентом*** (или ***дисконтом***) и определяется по формуле

$$C = \frac{B \cdot T \cdot П}{365 \cdot 100},$$

где С – сумма дисконта;
В – сумма векселя;
Т – срок (в днях) до наступления платежа по векселю;
П – годовая учетная ставка процента;
365 – количество дней в году.

Ссуды под залог векселей отличаются от учета векселей тем, что собственность на вексель банку не переуступается, он только закладывается векселедержателем на определенный срок с последующим выкупом после погашения ссуды. Ссуда выдается только в пределах 60–90 % номинальной стоимости векселя. Этим банк ограждает себя от потерь в случае, если вексель не будет выкуплен заемщиком.

Кредит под гарантию выдается заемщику только в случае, если гарант является платежеспособным лицом. Платежеспособность гаранта должна быть подтверждена обслуживающим его банком, который делает соответствующую запись на гарантийном письме и заверяет ее подписями председателя правления и главбуха, а также печатью.

Банк, выдающий кредит под гарантию, при установлении срока кредита должен учитывать срок действия гарантии.

В случае, если заемщик в установленный договором срок не погасит кредит, банк заемщика извещает об этом гаранта. Гарант в течение трех дней с момента получения этого уведомления должен произвести погашение ссуды платежным поручением. Банк как юридическое лицо тоже может выступить гарантом по кредиту.

Кредит под залог ценных бумаг может быть получен заемщиком при залоге акций, облигаций, краткосрочных казначейских обязательств, депозитных сертификатов, векселей. При этом в залог принимаются как именные, так и ценные бумаги на предъявителя.

Этот вид кредитования применяется в практике работы зарубежных банков. В России в связи с отсутствием рынка ценных бумаг, нестабильностью экономики этот вид кредитования применяется ограниченно и только при краткосрочных ссудах. Размер кредита составляет 60–90 % стоимости бумаг. При непогашении кредита ценные бумаги переходят в собственность банка.

Лизинговые операции находят все более широкое распространение в деятельности туристских организаций и предприятий. С целью расширения рынка сбыта своей продукции зарубежные предприниматели широко практикуют лизинг оборудования, техники, различных транспортных средств.

В отличие от обычной аренды лизинг предусматривает, как правило, выкуп оборудования по истечении срока аренды по низкой остаточной стоимости.

Основным видом лизинговых операций, которые осуществляют коммерческие банки, является ***чистый финансовый ли-***

зинг, т. е. лизинг с полной окупаемостью. Роль банка-арендодателя в этом случае сводится к чисто финансовой стороне дела. Будущий арендатор (туристская организация) сам находит поставщика оборудования, договаривается с ним о технических параметрах, цене, сроках и др. Единственное обязательство банка-арендодателя – выплатить поставщику стоимость оборудования, заказанного арендодателем, и сдать его ему в аренду.

Сроки лизинга определяются с учетом амортизации или с использованием метода ускоренной амортизации, выгодного обеим сторонам: банк в более короткие сроки возвращает вложенные ресурсы, а арендатор снижает налог на прибыль и приближает срок получения имущества в собственность.

Туристские организации, используя лизинговые операции, выявили их несомненные достоинства как для себя, так и для предприятия – поставщика транспортных средств, машин, оборудования. Туристская организация-арендатор получает новую форму кредитных отношений в виде отсрочки платежа на выгодных условиях. Без предварительного накопления собственных средств и без получения банковских и других кредитов в денежной форме быстро приобретается и оперативно внедряется в производство современная техника. Арендатор получает и определенные льготы, так как арендная плата относится на издержки производства (себестоимость).

Нельзя не отметить и такую положительную черту лизинговых операций, как простота их оформления с оформлением ссуд в основные фонды.

Организация-поставщик, продукция которого приобретается по лизингу, решает вопросы оплаты этой продукции, что гарантирует устойчивость его финансового положения, ликвидность баланса и кредитоспособность.

§ 10.9. Внешнеэкономические расчеты туристских организаций

Внешнеэкономическая деятельность туристских фирм, организаций связана с осуществлением банковских операций в рублях и иностранной валюте при купле-продаже туристского продукта, услуг.

Основным документом, регулирующим валютные операции, является Закон РФ «О валютном регулировании и валютном контроле» от 9 ноября 1992 г. Этот Закон определяет принци-

пы проведения операций с российской и иностранной валютой на территории России, права и обязанности юридических лиц при владении, пользовании и распоряжении имеющейся у них валютой.

Валютные операции могут осуществляться только через уполномоченные банки на основании документов, надлежащим образом оформленных и содержащих информацию о валютной операции. Текущие валютные операции осуществляются без ограничения. К ним относятся:

- переводы из страны и в страну иностранной валюты, связанные с экспортом и импортом туристских услуг и товаров;
- получение финансовых кредитов;
- переводы в РФ доходов по вкладам, инвестициям, кредитам и прочим операциям, связанным с движением капитала.

В расчетах между туристскими организациями-резидентами использование иностранной валюты допускается:

- при расчетах между туристскими и транспортными организациями с включением стоимости услуг последних в цену конечного турпродукта;
- при расчетах между туристскими организациями и субпоставщиками экспортной продукции в пределах выручки, остающейся в распоряжении туристских организаций.

Для осуществления внешнеэкономических расчетов в уполномоченном банке открываются счета в иностранной валюте. **Для открытия валютного счета** туристская организация должна представить в коммерческий банк:

- заявление в установленной форме на открытие текущего балансового валютного счета;
- заявление на открытие транзитного валютного счета;
- нотариально заверенные копии устава организации и решения о ее создании;
- карточку с образцами подписей и оттиском печати;
- справки из налоговой инспекции и пенсионного фонда о регистрации организации.

При открытии валютного счета банк может ознакомиться с контрактами, соглашениями, подтверждающими, что организация в ближайшее время будет производить валютные операции.

Во внешнеэкономической деятельности туристские организации обычно используют следующие формы международных расчетов: оплату в кредит, вексель, чек, банковский перевод, расчет по открытому счету, аккредитивы и инкассо. Формы расчетов между импортерами и экспортерами определяются при

заключении контракта купли-продажи туристских услуг и зависят от стран – участников внешнеторгового контракта, торговых обычаев, конъюнктуры туристского рынка, наличия межправительственных соглашений, банковских традиций и т. д.

Кредитные расчеты связаны с предоставлением кредита, его погашением и уплатой по нему процентов.

Основная форма кредита туристских организаций – финансовый кредит. Он предоставляется импортерам в виде денежных займов на оплату приобретаемого туристского продукта. Важным условием успеха кредитных отношений является гарантирование платежей за поставляемые услуги.

В международных хозяйственных отношениях наиболее распространенной формой расчета является ***вексельная.***

Тратта – это переводной вексель. В отличие от простого, который выписывает и подписывает заемщик, переводной вексель выписывается и подписывается кредитором. Выписывая переводной вексель (тратту), кредитор (трассат) приказывает заемщику уплатить указанную в векселе сумму в установленный срок ремитенту (как правило, банку экспортера). Чтобы переводной вексель имел юридическую силу, заемщик должен акцептовать вексель.

Акцептованная тратта означает, что заемщик принимает на себя обязательства выплатить определенную сумму по истечении указанного в векселе срока.

Во внешнеторговых операциях довольно часто осуществляются расчеты чеками. ***Чеки*** – это письменные распоряжения заказчиков своим банкам о выплате указанных в них сумм предъявителям или по их приказу другим лицам (ордерные чеки). При нанесении на ордерные чеки передаточной надписи (индоссамента) они могут переходить к другому держателю.

Расчеты банковскими переводами осуществляются прежде всего: при оплате долговых обязательств по ранее полученным кредитам; выдаче авансов; урегулировании рекламаций, связанных с качеством поставленного туристского продукта; а также при расчетах за поставленные туристские услуги.

Банковский перевод – это поручение клиента своему банку перевести определенную сумму в пользу другого клиента. Банк, принявший поручение на перевод денег, выполняет его через своего корреспондента, т. е. через банк страны-получателя.

Указанные в заявлении платежные инструкции передаются по телексу уполномоченным банкам, иностранному банку-экспортеру или иностранному банку-корреспонденту.

Большая часть переводов идет через систему «СВИФТ», что максимально ускоряет денежные расчеты.

При аккредитивной форме расчетов отношения сторон регулируются Унифицированными правилами и обычаями для документарных аккредитивов, принятыми Международной торговой палатой в 1993 г.

Аккредитив – это обязательство банка перевести по поручению и в соответствии с указанием импортера оплату платежных документов экспортера в пределах указанной суммы и в определенный срок, при предоставлении в банк оговоренных документов (коносамента, страхового полиса, счета-фактуры).

§ 10.10. Ресурсы коммерческих банков

Банки для обеспечения своей коммерческой и хозяйственной деятельности должны располагать суммой денежных средств, т. е. ресурсами. Формирование ресурсов для банка имеет первостепенное значение, так как они определяют ликвидность (*надежность*) банка. Масштабы деятельности банков зависят от объема ресурсов, которыми они располагают, и особенно от сумм привлеченных средств. Это обостряет конкурентную борьбу между банками за привлечение клиентов. Понимание сотрудниками туристских организаций стратегических целей банка позволит им избежать катастрофы в коммерческой деятельности от банковского банкротства.

Ресурсы банка представляют собой совокупность собственных и привлеченных средств, которые имеются в его распоряжении и используются для осуществления активных операций (табл. 10.1).

По способу образования все ***ресурсы*** банка подразделяются на ***собственные и заемные*** (привлеченные).

Таким образом, основным источником ресурсов коммерческих банков являются привлеченные средства, составляющие около 88 % всех банковских ресурсов. На долю собственных средств банков приходится 12 %, что в целом отвечает структуре, сложившейся в мировой практике.

Половина собственных средств банка приходится на фонды, из которых доля уставного фонда занимает 2,6 %. Вторая половина собственных средств – это нераспределенная прибыль прошедшего года и прибыль текущего года.

Таблица 10.1

Усредненная структура банковских ресурсов по России

Показатель	%
1. Собственные ресурсы	12,2
1.1. Фонды банков	6,1
в том числе уставный фонд	2,6
1.2. Прибыль банков	6,1
2. Привлеченные ресурсы	87,8
2.1. Депозиты до востребования	25,0
из них на расчетных и текущих счетах коммерческих структур	15,5
2.2. Срочные депозиты	23,5
из них: а) коммерческих структур	3,3
б) вклады населения	1,6
в) банков	18,6
в том числе Центрального банка РФ	13,2
2.3. Средства по иностранным операциям	39,3

Для структуры привлечения ресурсов коммерческих банков России характерным является высокий удельный вес средств, хранящихся на расчетных и других счетах, составляющих депозиты до востребования – 64,3 %. По этим средствам ответственность банков составляет 2 % годовых.

На долю срочных депозитов приходится всего лишь 23,5 %, из них на депозиты коммерческих структур и вклады населения – 5 %, банков – свыше 18 %. По срочным депозитам ответственность банков значительно увеличивается и составляет около 40 % годовых и выше. Оценка ликвидности коммерческого банка производится Центральным банком по показателям, которые можно разделить на четыре группы: 1-я группа показателей характеризует достаточность капитала банка; 2-я – ограничение обязательств банка; 3-я – показатели ликвидности баланса банка; 4-я – максимальный размер риска на одного заемщика.

Расчеты проводятся с учетом активов банка и рисков этих активов (табл. 10.2).

Методики расчета ликвидности банков могут незначительно меняться. Однако политику деятельности коммерческого банка можно лучше понимать, зная структуру денежных ресурсов и активов банка. Если туристская организация видит опасность в проводимой политике банка, очевидно, необходимо выбрать себе в компаньоны более надежный банк.

Таблица 10.2

Активы коммерческого банка

Группы активов	Коэффициент риска, %
1-я группа	
Касса и приравненные к ней средства	0,5
Средства на корреспондентском счете	0,0
Средства на резервном счете в ЦБ РФ	0,0
2-я группа	
Ценные бумаги Правительства РФ	10
Ссуды, гарантированные Правительством РФ	15
Ценные бумаги местных органов власти РФ	20
Здания, сооружения и другие основные фонды	25
3-я группа	
Кредиты коммерческим банкам	25
Краткосрочные ссуды (до 1 года)	30
4-я группа	
Долгосрочные ссуды (свыше 1 года)	50
Лизинговые операции	60
5-я группа	
Ценные бумаги акционерных обществ и организаций, приобретенные банком	70
Другие права участия, приобретенные банком	80
6-я группа	
Просроченная задолженность по кредитам	100

Рекомендуемая литература

Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 176 с.

Банковское дело / Под ред. О. И. Лаврушина. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 540 с.

Вахрушина М. А. Бухгалтерский управленческий учет: Учеб. пособие. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2000. – 359 с.

Донцова Л. В., Никифорова Н. А. Анализ бухгалтерской отчетности. – М.: Изд-во «ДИС», 1998. – 208 с.

Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368 с.

Касьянова Г. Ю., Колесников С. Н. Управленческий учет по формуле «три в одном». – М.: Издательско-консультационная компания «Статус-Кво 97», 1999. – 328 с.

Квартальнов В. А. Туризм: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с.

Козырев В. М. Основы современной экономики: Учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 432 с.

Козырев В. М. Туристская рента: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 112 с.

Козырева Т. В. Учет издержек в туризме: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 224 с.

Козырева Т. В., Родигин Л. А. Компьютерная мини-бухгалтерия в туристской фирме: Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 144 с.

Образцов А. В., Миронова Е. Ю. Практикум по налогообложению и бухгалтерскому учету в туристских фирмах. – М.: Изд-во АО «Консалтбанкир», 2000. – 216 с.

Соболева Е. А., Соболев И. И. Финансово-экономический анализ деятельности туристской фирмы: Учеб-метод. пособие. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 128 с.

Экономика современного туризма / Под ред. Г. А. Карповой. – М.–СПб., 1998. – 415 с.

ОГЛАВЛЕНИЕ

Глава 1. **Финансы туристской организации** 5
§ 1.1. Функции финансов туристской фирмы 5
§ 1.2. Финансовые отношения туристских фирм 6
§ 1.3. Государственное регулирование финансовой деятельности туристской фирмы 8
§ 1.4. Особенности финансов туристских фирм различных организационно-правовых форм 11
§ 1.5. Основные и оборотные средства туристской фирмы: их назначение и источники формирования ... 14
§ 1.6. Управление денежными потоками 18
§ 1.7. Организация денежных расчетов на туристской фирме 22
§ 1.8. Финансовая служба туристской фирмы 27
§ 1.9. Финансовое планирование на туристской фирме 28
§ 1.10. Стратегическое финансовое планирование на туристской фирме 34

Глава 2. **Финансово-хозяйственная деятельность организаций гостеприимства** 37
§ 2.1. Факторы, влияющие на результаты хозяйственной деятельности 37
§ 2.2. Проблемы налогообложения, кредитования и инвестирования 42

Глава 3. **Инвестиционная политика российского туризма** 52
§ 3.1. Инвестиции как фактор развития туристской отрасли 52
§ 3.2. Инвестиционный процесс как фактор развития туристской фирмы 56
§ 3.3. Направления привлечения инвестиционных ресурсов 59
§ 3.4. Специфика привлечения государственных инвестиций 63

Глава 4. **Бизнес-планирование в туризме** 64
§ 4.1. Бизнес-планирование как элемент системы управления деятельностью коммерческих организаций 64
§ 4.2. Рынок как условие развития бизнеса 66
§ 4.3. Бизнес-планирование в современной технологии привлечения инвестиционных ресурсов 71
§ 4.4. Особенности бизнес-планирования в туристской сфере 74
§ 4.5. Объект туристского интереса как основа бизнес-планирования 80
§ 4.6. Бизнес-планирование объектов индустрии туризма 82

Глава 5. **Финансово-экономический анализ деятельности туристской организации** 91
§ 5.1. Цели и задачи финансово-экономического анализа .. 91
§ 5.2. Финансовая отчетность – информационная база анализа 96
§ 5.3. Вертикальный и горизонтальный анализ баланса 100
§ 5.4. Показатели платежеспособности 110
§ 5.5. Оценка финансовой устойчивости турфирмы 114
§ 5.6. Анализ и управление дебиторской задолженностью 116
§ 5.7. Анализ и управление запасами 120
§ 5.8. Анализ кредиторской задолженности 121
§ 5.9. Анализ результативности текущей деятельности и использования ресурсов 122

Глава 6. **Бухгалтерский учет в турфирме** 126
§ 6.1. Основы теории бухгалтерского учета 126
§ 6.2. Учет денежных средств 148
§ 6.3. Учет основных средств 155
§ 6.4. Учет нематериальных активов 173
§ 6.5. Учет материально-производственных запасов 181
§ 6.6. Учет расчетов по оплате труда 187
§ 6.7. Синтетический и аналитический учет затрат в туризме 206

Глава 7. **Управленческий учет в турфирме** 209
§ 7.1. Основы управленческого учета 209
§ 7.2. Характеристика и классификация затрат 212
§ 7.3. Себестоимость турпродукта, ее состав 225
§ 7.4. Принятие управленческих решений 227
§ 7.5. Бюджетирование 268

Глава 8. **Налогообложение в туризме** 272
§ 8.1. Функции и классификация налогов 272
§ 8.2. Основные элементы налога 275

Глава 9. **Туристская рента** 277
§ 9.1. Сущность туристской ренты 277
§ 9.2. Формы туристской ренты 278
§ 9.3. Влияние потребительского спроса на формирование туристской ренты 288

Глава 10. **Банковская система РФ и ее влияние на развитие туризма** 292
§ 10.1. Коммерческие банки. Основные принципы их деятельности 294
§ 10.2. Основные принципы деятельности коммерческих банков 298
§ 10.3. Функции коммерческих банков 299
§ 10.4. Взаимоотношения Центрального банка Российской Федерации с коммерческими банками 300
§ 10.5. Безналичные расчеты и кассовые операции туристских организаций 302
§ 10.6. Современные системы кредитования в туризме 313
§ 10.7. Методы кредитования 314
§ 10.8. Виды банковских кредитов 316
§ 10.9. Внешнеэкономические расчеты туристских организаций 318
§ 10.10. Ресурсы коммерческих банков 321

Рекомендуемая литература 324

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

Высшее учебное заведение, имеющее государственную аккредитацию (свидетельство № 25-0024 от 22.07.97 г.) и право на выдачу государственного диплома.

Российская международная академия туризма – это:

- система непрерывного образования: лицейские классы – высшая школа – аспирантура – повышение квалификации – сертификационное обучение;
- обучение на кафедре ЮНЕСКО «Культурный туризм в целях мира и развития»;
- базовое учреждение Объединенного университета туризма государств – участников СНГ;
- новые методы обучения, практические занятия на предприятиях гостиничного и туристского бизнеса в России и СНГ; зарубежные стажировки в Великобритании, Таиланде, Греции, Турции, на Мальте, Кипре и в других странах мира;
- организация рабочих мест для студентов и выпускников Академии;
- региональные программы исследования туристских ресурсов и внедрения новых туристских маршрутов, развития экологического туризма;
- сотрудничество с вузами России и за ее пределами в рамках Международной общественной ассоциации по учебно-методическим проблемам в сфере рекреации и туризма;
- учредитель общественного объединения – Всероссийского народного туристского общества (ВНТО).

Вузовская подготовка осуществляется по направлению и специальности «Менеджмент» на уровнях:

- **пятилетней программы обучения** – с присвоением квалификации «менеджер»;
- **четырехгодичной программы обучения** – с присвоением квалификационной академической степени «бакалавр»;
- **двухгодичной программы обучения** – для лиц, имеющих высшее образование, – с выдачей диплома о втором высшем образовании;
- **двухгодичной программы обучения** – с выдачей диплома о неполном высшем образовании.

Формы обучения – очная, заочная, вечерняя.

В структуре РМАТ функционируют:

- Институт менеджмента иностранного туризма;
- Институт дополнительного профессионального образования;
- факультет туроперейтинга и гостеприимства;
- факультет анимации;
- факультет довузовского образования;
- заочное отделение;
- вечерний факультет;
- общеакадемические кафедры: социологии и культурологии; иностранных языков; правового менеджмента; философии; педагогики туризма; истории; практического обучения и маркетинга; военной подготовки.

СПЕЦИАЛИЗАЦИИ:

- менеджмент туризма и путешествий;
- менеджмент гостеприимства;
- финансовый менеджмент в туризме;
- менеджмент иностранного туризма;
- экологический менеджмент в туризме;
- правовой менеджмент в туризме;
- менеджмент технологии туризма;
- менеджмент спортивного туризма;
- менеджмент туристского инжиниринга.

Аспирантура РМАТ готовит кандидатов наук:

• экономических – по специальности 08.00.30 «Экономика предпринимательства»;

• педагогических – по специальности 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования».

Ведется работа с соискателями по приему кандидатских экзаменов, подготовке и защите диссертационных работ. Созданы условия для публикации материалов.

Диссертационный совет К053.46.01 по присуждению ученой степени кандидата педагогических наук.

ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Институт дополнительного профессионального образования:

• переподготовка специалистов с высшим образованием с выдачей государственного диплома;

• переподготовка военнослужащих, увольняемых в запас, по программе «Менеджмент туризма»;

• сертификационные и бизнес-семинары по повышению квалификации «Деятельность турагентств».

Факультет довузовского образования:

• профессиональная ориентация лицеистов и начальное туристское образование;

• сокращенная продолжительность обучения лицеистов в Академии.

Подготовка слушателей ИДПО и лицеистов осуществляется очно.

ВНЕАУДИТОРНАЯ РАБОТА:

• студенческое научное туристское общество;
• учебное турагентство «Альма-Матер Тур»;
• экскурсионное бюро «Турмалин»;
• клуб любителей английского языка;
• студенческое рекламное бюро;
• зарубежные стажировки;
• спортакадемклуб.

УСЛОВИЯ ПОСТУПЛЕНИЯ В РМАТ

Вступительные испытания:

- русский язык и литература (диктант);
- английский язык (тестирование);
- собеседование.

Школьные медалисты и отличники ССУЗ проходят только собеседование.

Лица, окончившие лицейское обучение по программам РМАТ, зачисляются сразу на II курс Академии.

Прием заявлений – с 1 июня.
Вступительные испытания – с 5 июля, 5 августа, 5 сентября.

Обучение в Академии платное.
Предусмотрены скидки, льготы, бесплатное обучение, выплата стипендий.

Адрес: 141420, Московская область, г. Сходня, ул. Октябрьская, 10, РМАТ.

Проезд электропоездом с Ленинградского вокзала до ст. Сходня.

Контактные телефоны:

(095) 574-1697; 574-0132; 959-2423

Факс: **(095) 574-1636; 959-2423**

E-mail: info@iape.ru

www.iape.ru

Менеджмент туризма: Финансы и бухгалтерский учет в туриз-
М50 ме: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 336 с.
ISBN 5-279-02446-5

Содержит программное изложение как общепрофессиональных, так и специальных туристских дисциплин. Раскрываются принципы и методы финансово-экономической деятельности туристских организаций, бизнес-планирования, финансово-экономического анализа, бухгалтерского и экономического учета, налогообложения. Рассматриваются вопросы инвестиционной политики, влияния банковской системы России на туризм, введения туристской ренты.

Для преподавателей, студентов, аспирантов и слушателей образовательной системы туристской направленности.

М $\frac{4205000000 - 262}{010(01) - 2005}$ 212 – 2004

УДК 338.486.2:[657.1+658.14/.15](075.8)
ББК 65.433-93я73+65.0525я73

Учебное издание

МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА:
ФИНАНСЫ И БУХГАЛТЕРСКИЙ УЧЕТ В ТУРИЗМЕ

Заведующая редакционно-издательским отделом РМАТ
Л.С. Плахова
Ответственный за выпуск ***Н.Ф. Карпычева***
Ведущий редактор ***Е.А. Семина***
Редакторы ***З.М. Бурова, В.М. Щербакова***
Художественный редактор ***Г.Г. Семенова***
Технический редактор ***Т.С. Маринина***
Корректор ***Г.В. Хлопцева***
Обложка художника ***А.А. Умуркулова***
Компьютерная верстка ***Д.В. Рябова***

ИБ № 4343

Подписано в печать 25.11.2004. Формат 60×88 1 /16.
Гарнитура «Таймс». Печать офсетная.
Усл. п. л. 20,58. Уч.-изд. л. 18,94.
Тираж 3000 экз. Заказ 4069. «С» 262

Издательство «Финансы и статистика»
101000, Москва, ул. Покровка, 7
(метро «Китай-город», выход на ул. Маросейка)
Телефоны: (095) 925-35-02, 923-80-42, 923-18-68
Факс (095) 925-09-57
E-mail: mail@finstat.ru *http://*www.finstat.ru

ГП Псковской области «Великолукская городская типография»
Комитета по средствам массовой информации
182100, Великие Луки, ул. Полиграфистов, 78/12
Тел./факс: (811-53) 3-62-95
E-mail: VTL@MART.RU

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА»

ПРЕДЛАГАЕТ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ
СЛЕДУЮЩИЕ КНИГИ
ПО ЭКОНОМИКЕ ТУРИЗМА:

В.А. КВАРТАЛЬНОВ
ТУРИЗМ: Учебник, 320 с.

Раскрываются основные понятия туризма, виды, средства, методы и формы туристской деятельности; анализируются различные аспекты туризма: мотивация туристских поездок, менеджмент и маркетинг туризма, его законодательная база, экономические аспекты.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ:
ПРАВОВЫЕ АКТЫ
Составитель Н.И. Волошин, 400 с.

В сборнике даны основные акты, регламентирующие международную туристскую деятельность. Приводятся основные документы о сотрудничестве государств – участников СНГ в области туризма, акты Российской Федерации, регламентирующие международную туристскую деятельность, акты международных организаций и сообществ в области туризма.

Книги Вы можете заказать по почте
или приобрести в издательстве по адресу:
101000, Москва, ул. Покровка, 7
(м. «Китай-город», выход на ул. Маросейка)
Тел.: (095) 925-35-02, 925-47-08
Факс (095) 925-09-57
E-mail: mail@finstat.ru http://www.finstat.ru

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА»

ПРЕДЛАГАЕТ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ
СЛЕДУЮЩИЕ КНИГИ
ПО ЭКОНОМИКЕ ТУРИЗМА:

Н.К. МОИСЕЕВА
СТРАТЕГИЧЕСКОЕ УПРАВЛЕНИЕ ТУРИСТСКОЙ ФИРМОЙ:
Учебник, 208 с.

Отражены основные принципы и технологии стратегического управления туристской фирмой, сущность и методы внешнего анализа ее конкурентоспособности, особенности использования внутреннего и swot-анализа. Рассмотрены виды стратегий и условия их применения, а также методы, используемые в цикле стратегического управления.

Книгу Вы можете заказать по почте
или приобрести в издательстве по адресу:
101000, Москва, ул. Покровка, 7
(м. «Китай-город», выход на ул. Маросейка)
Тел.: (095) 925-35-02, 925-47-08
Факс (095) 925-09-57
E-mail: mail@finstat.ru http://www.finstat.ru

ИЗДАТЕЛЬСТВО
«ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА»

ПРЕДЛАГАЕТ ВАШЕМУ ВНИМАНИЮ
СЛЕДУЮЩИЕ КНИГИ
ПО ЭКОНОМИКЕ ТУРИЗМА:

Е.Н. ИЛЬИНА
ТУРОПЕРЕЙТИНГ:
ОРГАНИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Учебник, 256 с.

Изложены основы туроперейтинга, принципы организации обслуживания туристов, формирования сбытовой сети туроператора и продвижения туристского продукта. Рассматриваются вопросы оформления туристской документации туроператора, в том числе визовой поддержки выезжающих из России и въезжающих в страну туристов, организации безопасности туристов в путешествии. Изложены квалификационные требования к менеджеру туроперейтинга.

Книгу Вы можете заказать по почте
или приобрести в издательстве по адресу:
101000, Москва, ул. Покровка, 7
(м. «Китай-город», выход на ул. Маросейка)
Тел.: (095) 925-35-02, 925-47-08
Факс (095) 925-09-57
E-mail: mail@finstat.ru http://www.finstat.ru

15810-00

75.81
М 502

РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА

МЕЖДУНАРОДНАЯ КАФЕДРА ЮНЕСКО ПО КУЛЬТУРНОМУ ТУРИЗМУ В ЦЕЛЯХ МИРА И РАЗВИТИЯ

ИЗДАТЕЛЬСТВО "ФИНАНСЫ И СТАТИСТИКА"

выпускают серию книг

"МЕНЕДЖМЕНТ ТУРИЗМА"

Туризм как вид деятельности
Туризм и отраслевые системы
Экономика туризма
Финансы и бухгалтерский учет
Основы менеджмента
Туризм как объект управления

ISBN 5-279-02446-5

9 785279 024469

Книги можно заказать по почте или приобрести в киоске издательства по адресу:
101000, Москва, ул. Покровка, 7
(ст.м"Китай-город",выход на ул. Маросейка)

Тел.: (095) 925-35-02, 925-47-08
Факс (095) 925-09-57
E-mail: mail@finstat.ru http:// www.finstat.ru