

знизити їх собівартість. Тим самим це дасть можливість підвищити конкурентоздатність організацій. Внаслідок цього збільшиться можливість фінансування основних засобів.

**Список літератури:** 1. Економічний аналіз: Навч. посібник / [М. А. Болюх, В. З. Бурчевський, М. І. Горбатюк]; за ред. акад. НАНУ проф. М. Г. Чумаченка. — К.: КНЕУ, 2001. — 540 с. 2. Фінанси підприємств: Підручник / [А. М. Поддєрьогін, М. Д. Білик, Л. Д. Буряк та ін.]; під ред. проф. А. М. Поддєрьогіна. [5-те вид.] — К.: КНЕУ, 2004. — 546 с.

**О.С. ВИСОЧАН**, канд. екон. наук, доцент, Національний університет  
“Львівська політехніка”

## **ОБЛІК ВИТРАТ НА ЗАКОРДОННЕ ВІДРЯДЖЕННЯ ДЛЯ УЧАСТІ МЕНЕДЖЕРА ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА У РЕКЛАМНО- ІНФОРМАЦІЙНОМУ ТУРІ**

Розвиток туризму в Україні напряду залежить не лише від здатності генерувати операторами нові туристичні продукти, але й можливості агентами їх реалізовувати. Організація рекламно-інформаційних турів для співробітників туристичних підприємств (в основному, менеджерів з туризму) є одним з найпопулярніших методів просування туристичних продуктів великими операторами для ознайомлення дистриб'юторів зі спектром послуг, що надаються ними.

Рекламно-інформаційним туром (fam-tour) є поїздка працівника туристичної компанії на безкоштовній або пільговій основі з метою ознайомлення його з певними туристичними маршрутами або центрами. Рекламно-інформаційний або ознайомчий тур характеризується такими особливостями:

- цільова аудиторія – працівники або керівництво (так звані “директорські тури”) туристичних компаній;

- головна мета організації – навчання, ознайомлення з туристичною інфраструктурою регіону (зокрема, готельною базою та екскурсійними об'єктами);

- відбуваються в низький сезон і не покликані приносити прибуток організатору;

- характеризуються низькою вартістю для учасників (інколи – безкоштовні), яка зазвичай включає консульський збір і собівартість авіаквитка (розміщення в готелях і харчування часто здійснюється за коштів приймаючої сторони);

- наявність чіткої програми, виконання якої є обов'язковим для всіх учасників.

Рекламно-інформаційні або ознайомчі тури, незалежно від того здійснюються вони за кордон чи в межах України, кваліфікуються як відрядження. Поїздка відноситься до службового відрядження за одночасного дотримання таких умов:

- особа, що здійснює поїздку перебуває у трудових відносинах із даним підприємством;

- існує дозвіл на поїздку, оформлений у вигляді наказу (розпорядження) директора підприємства;

- поїздка має відношення до основної діяльності підприємства, що підтверджується запрошенням сторони, що приймає і діяльність якої збігається з діяльністю підприємства, що направляє у відрядження; укладеним договором чи контрактом; іншими документами, які встановлюють або засвідчують бажання встановити цивільно-правові відносини; документами, що засвідчують участь відрядженої особи в переговорах, конференціях або симпозиумах, інших заходах, які проводяться за тематикою, що збігається з діяльністю підприємства, яке відряджає працівника;

- поїздка здійснюється до населеного пункту, відмінного від місця постійної роботи працівника;

- поїздка не має відношення до випадків, коли постійна робота працівників проходить у дорозі або має роз'їзний (пересувний) характер;

- тривалість поїздки складає більше одного і менше 30 (для відряджень в межах України) або 60 (для відряджень за кордон) календарних днів.

При організації службових відряджень слід враховувати певні законодавчі обмеження, що їх стосуються (рис.1):

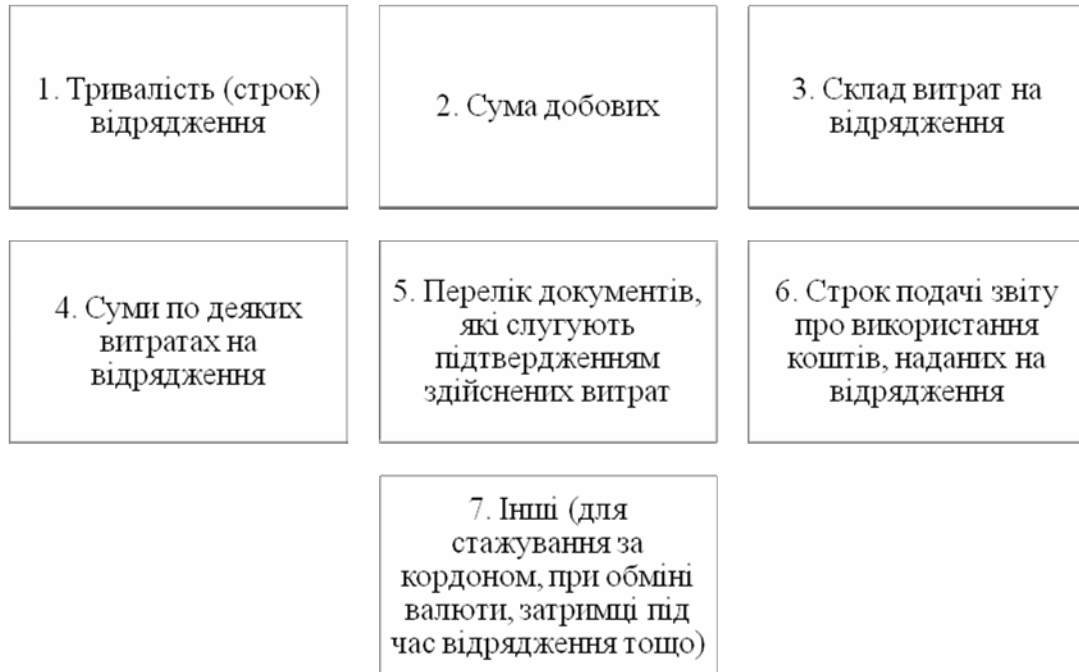


Рис.1. Обмеження при організації службових відряджень

Основними законодавчо-нормативними документами, які регулюють питання організації службових відряджень є Інструкція про службові відрядження в межах України та за кордон [1] і підпункт 140.1.7 пункту 140.1 статті 140 Податкового кодексу України [2].

Згідно п.19 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 “Витрати” [3] витрати на участь у рекламному турі відносять до витрат на збут. Облік розрахунків з підзвітними особами здійснюється на однойменному субрахунку 372.

При службових відрядженнях за кордон часто виникає випадок, коли з плином часу змінюється курс валюти, яка раніше була видана працівнику у якості авансу. П.8 Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 “Вплив змін валютних курсів” [4] вказує на необхідність віднесення курсових різниць

до складу інших операційних доходів або витрат (субрахунки 714 “Дохід від операційної курсової різниці” або 945 “Витрати від операційної курсової різниці”) (табл.1):

Таблиця 1

Матрична модель побудови облікових записів при визнанні доходів/витрат від курсової різниці залежно від зміни валютного курсу та наявності заборгованості при розрахунках з підзвітними особами

Вплив валютного курсу Вплив заборгованості		Курс гривні до іноземної валюти	
		зростає	знижується
При розрахунках з підзвітними особами (під час формування Звіту про використання коштів) виникає	дебіторська заборгованість	Дт 372 Кт 714	Дт 945 Кт 372
	кредиторська заборгованість	Дт 945 Кт 372	Дт 372 Кт 714

Таким чином, у випадку участі менеджера у рекламно-інформаційному турі, обліковий процес організовується з врахуванням того, що така поїздка кваліфікується як службове відрядження з відображенням взаєморозрахунків з працівником по субрахунку 372. Витрати на участь у рекламному турі відносять до витрат на збут, у директорському (характеризується в більшій мірі відпочинковою, аніж ознайомчою метою) – до адміністративних витрат. У випадку відрядження за кордон на дату здійснення господарської операції та на дату балансу визнаються доходи/витрати від операційних курсових різниць.

**Список літератури:** 1. Про затвердження Інструкції про службові відрядження в межах України та за кордон: Наказ Міністерства фінансів України від 13.03.1998 №59. 2. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 №2755-VI. 3. Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 “Витрати”: Наказ Міністерства фінансів України від 31.12.1999 №318. 4.

Про затвердження Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 “Вплив змін валютних курсів”:  
Наказ Міністерства фінансів України від 10.08.2000 №193.