

Куцик Петро, Медвідь Любов, Герасименко Тамара, Міценко Наталія. Організація управлінського обліку в туроператорів. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2021. Випуск 3-4. С. 13-21.

DOI: <https://doi.org/10.35774/ibo2021.03-04.013>

УДК 657.1:338.48

JEL Classification: M41

Куцик Петро

д.е.н., професор, ректор, професор кафедри
обліку, контролю, аналізу та оподаткування
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна

E-mail: kutsyketro@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5795-9704

Медвідь Любов

к.е.н., професор, професор кафедри
обліку, контролю, аналізу та оподаткування
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна

E-mail: imedvid@meta.ua

ORCID ID: 0000-0003-2292-9067

Герасименко Тамара

к.е.н., доцент, директор інституту економіки та фінансів,
доцент кафедри обліку, контролю, аналізу та оподаткування
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна

E-mail: gtoa@meta.ua

ORCID ID: 0000-0002-4684-4773

Міценко Наталія

д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки
Львівський торговельно-економічний університет
м. Львів, Україна

E-mail: talami1412@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-0337-8346

ОРГАНІЗАЦІЯ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ В ТУРОПЕРАТОРІВ

Анотація

Вступ. Стаття присвячена одній з актуальних проблем організації управлінського обліку туроператорів. Зокрема розкривається сутність таких понять як туристичний продукт, туристичний пакет та туристичний тур як об'єктів управлінського обліку. Авторами обґрунтовано засади виокремлення центрів відповідальності та центрів витрат підприємств туристичної галузі.

Методи. У процесі дослідження використано такі наукові методи: індукції, дедукції, наукової абстракції та історико-порівняльний – для розкриття сутності та виокремлення центрів відповідальності; діалектичного пізнання і теоретичного узагальнення – для вдосконалення класифікації центрів відповідальності та центрів

витрат у туроператорів; аналогії та абстрагування – для розробки методичних аспектів управлінського обліку витрат у туроператорів; формалізації – для визначення складу витрат у туроператорів за центрами відповідальності та надання теоретичних і практичних висновків й узагальнень.

Результати. В статті основна увага зосереджується на характеристиці складових туристичного продукту, а саме комплексі туристичних послуг, які розподіляються на три групи: основні туристичні послуги, додаткові туристичні послуги, матеріальні туристичні послуги. Авторами визначено також складові туристичного пакету та наведено класифікацію туристичних турів, які визначають підходи до формування центрів витрат туроператорів України.

Перспективи. Подальші дослідження будуть спрямовані на розробку системи бюджетування витрат туроператорів за центрами відповідальності з метою їх планування, контролю та оптимізації.

Ключові слова: туроператор, туристичний продукт, туристичний пакет, тур, туристична послуга, центр відповідальності, центр витрат, управлінський облік.

Вступ.

У складних умовах поширення коронавірусної хвороби 2019 (COVID-19), що спричиняють проблеми у діяльності туристичної індустрії в Україні, особливого значення набувають питання управління витратами, а відповідно і обліку, як ключової інформаційної складової системи менеджменту туристичних підприємств (туроператорів). Управління повинно базуватися на інформації, за допомогою якої оцінюється діяльність підприємства, виявляються невикористані можливості, приймаються рішення щодо забезпечення ефективності діяльності.

Водночас актуальною є потреба у розробленні організаційно-методичних інструментів управлінського обліку витрат туроператорів як підсистеми управління бізнесом, що забезпечує своєчасне урахування змін на ринку туристичних послуг і формування конкурентоздатних стратегій. Тому одним з дієвих інструментів управлінського обліку є управління витратами за центрами відповідальності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Проблеми удосконалення інформаційної бази управління витратами туроператорів та її основи – обліку в останні роки досліджувалися великою низкою вчених, серед яких З. А. Балченко, В. І. Бачинський [3], Р. С. Шудла, М. М. Попик [10; 11], Ж. А. Богданова, Л. В. Григор'єва [2], Н. О. Гура, В. В. Соляр. [8], Т. В. Момонт, Н. М. Хорунжак [9], Н. Б. Рошко та інших науковців і практиків. Різносторонній розгляд проблем управлінського обліку на туристичних підприємствах свідчить про вагомість саме цього напрямку наукових досліджень та потребу в його розвитку. Загалом акцент вчених робився на питаннях облікової політики суб'єктів туристичної галузі, організації бухгалтерського обліку, його методиці і техніці. Проте в умовах жорсткої конкуренції важливими є питання організації управлінського обліку як основної підсистеми управління витратами та доходами туроператорів.

Протягом останніх років проблеми удосконалення управління витратами підприємств на основі виокремлення центрів відповідальності та центрів витрат досліджували велика низка зарубіжних і вітчизняних вчених: Е. Аткинсон, Р. Банкер, М. І. Бондар, Ф.Ф. Бутинець, В. І. Бачинський, С. Ф. Голов, С. І. Головацька, К. Друрі, Р. Каплан, К. І. Кузьмінська, Л. В. Нападовська, Г. О. Партин, М. С. Пушкар, І. Б. Садовська, А. В. Череп та ін.

Проте, попри накопичений досвід наукових досліджень з цієї проблематики, питання організації управлінського обліку витрат туроператорів за центрами відповідальності та центрами витрат залишається недостатньо дослідженою і, на наш погляд, потребує значної уваги.

Мета.

Метою статті є аналіз сутності понять туристичний продукт, туристичний пакет, тур та туристична послуга як об'єкти управлінського обліку та центри відповідальності й центри витрат.

У статті досліджуються сутність цих понять; визначено їх класифікацію та виокремлено центри відповідальності та центри витрат з урахуванням особливостей туристичних продуктів та і

складових.

Методологія дослідження.

В процесі дослідження використано такі методи: індукції, дедукції, наукової абстракції та історико-порівняльний – для розкриття сутності та виокремлення центрів відповідальності; діалектичного пізнання і теоретичного узагальнення – для вдосконалення класифікації центрів відповідальності та центрів витрат у турсервісерах; аналогії та абстрагування – для розробки методичних аспектів управлінського обліку витрат у турсервісерах; формалізації – для визначення складу витрат у турсервісерах за центрами відповідальності та надання теоретичних і практичних висновків й узагальнень.

Результати.

Для організації управлінського обліку на підприємствах туристичної галузі насамперед необхідно виокремити центри відповідальності та центри витрат, що дасть змогу згрупувати витрати не лише за кожним туристичним продуктом, пакетом чи туром для формування витрат за їх призначенням, а й встановити належність витрат до конкретного центру витрат з метою отримання повної інформації для здійснення внутрішнього контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень.

Як нами досліджено, у трактуваннях вчених нема єдиного підходу до визначення понять “центр відповідальності” та “центр витрат”.

Більшість вчених, зокрема Ф. Ф. Бутинець, Вандер Віл Р., С. Ф. Голов, Л. В. Нападівська, розділяють поняття “центр відповідальності” та “центр витрат”.

На наше переконання, визначення поняття “центр відповідальності”, що даються цими вченими, ґрунтуються на необхідності розподілу повноважень між працівниками підприємства, надання керівникам підрозділів прав самостійно приймати рішення та закріплення відповідальності за наслідки таких рішень.

З огляду на це, ми погоджуємося з класифікацією центрів відповідальності, наведеної в працях С. Ф. Голова та Л. В. Нападівської [1, 6], які виокремлюють у їх складі центри витрат.

Варто зазначити, що визначення центрів відповідальності та центрів витрат у турсервісерах залежить від галузевих особливостей туристичної галузі, організаційної структури цих підприємств та інформаційних потреб їхнього керівництва.

Особливості діяльності турсервісерах дозволяють визначити, що центром відповідальності першого рівня є саме підприємство, бо встановлено персональну відповідальність його керівника за показники діяльності, як в частині витрат, так і в частині доходів, які він повинен контролювати.

Центрами відповідальності другого рівня нами визначені: відділ туризму, відділ перевезень, відділ візового обслуговування, відділ реклами та маркетингу, відділ розвитку агентської мережі, відділ інформаційного забезпечення, відділ інформаційних технологій, бухгалтерію, фінансово-економічний відділ, кур'єрську службу, відділ кадрів тощо.

Проте їх варто класифікувати за двома видами: основні – центри відповідальності, які безпосередньо формують туристичний продукт чи туристичну послугу, та допоміжні – центри відповідальності, які забезпечують функціонування туристичного підприємства. Особливостями основних центрів відповідальності є те, що результат їх діяльності може бути вимірний і визначений за обсягом ресурсів, необхідних для реалізації туристичного продукту чи надання туристичної послуги. Водночас, результат діяльності допоміжних центрів відповідальності не може бути вимірний відповідним фінансовим показником, тому що немає чіткої залежності між спожитими ними ресурсами і результатами їх функціонування.

До основних центрів відповідальності варто віднести відділ туризму, відділ перевезень, відділ візового обслуговування, а до допоміжних – відділ реклами та маркетингу, відділ розвитку агентської мережі, відділ інформаційного забезпечення, відділ інформаційних технологій, бухгалтерію, фінансово-економічний відділ, кур'єрську службу, відділ кадрів тощо.

Для визначення центрів витрат на підприємствах туристичної галузі необхідно розглянути особливості їх об'єктів продажу.

Основним об'єктом продажу та інструментом задоволення потреб туристів у відпочинку та рекреації є туристичний продукт.

Туристичний продукт як товар характеризується споживчою вартістю, тобто корисністю, або здатністю задовольняти певні рекреаційні потреби людей. Туроператори прагнуть до того, щоб створити такий туристичний продукт, який був би цінним для максимально великої кількості людей, тобто мати масового споживача.

Створення привабливого туристичного продукту є першим і найважливішим завданням туроператора. Ця сфера діяльності туроператорів безпосередньо пов'язана з виробничими процесами. Товарна політика підприємства вимагає прийняття узгоджених рішень між виробництвом і реалізацією, а також рішень, що стосуються асортименту (варіантності) турів, програм обслуговування і кількості (маси) туристичного продукту.

Туристичний продукт пропонується за загальною ціною, що охоплює всі послуги і всі витрати, а споживчі властивості його відповідають умовам договору.

Насамперед варто дослідити склад, властивості, специфічні ознаки туристичного продукту. Туристичний продукт це результат діяльності туроператорів у вигляді надання послуг або їх комплексу, який призначений для продажу на ринку, тобто цілеспрямована та впорядкована сукупність туристичних послуг, необхідних для повноцінного задоволення потреб туристів у відпочинку та рекреації. Водночас туристичний продукт є об'єктом продажу у вигляді комплексу туристичних послуг.

Згідно зі ст. 207 Податкового кодексу України, туристична послуга визначається як "послуга з тимчасового розміщення туриста у готелі, motelі, кемпінгу, інших місцях тимчасового проживання, а також послуги з харчування, транспортного, екскурсійно-інформаційного та іншого туристичного обслуговування, включаючи послуги із страхування життя або здоров'я такого туриста чи його цивільної відповідальності перед третіми особами, які включаються до вартості послуги з тимчасового розміщення туриста або вартості туристичного ваучера (путівки). Зазначений комплекс туристичних послуг з метою оподаткування розглядається як єдина туристична послуга" [7].

Комплекс туристичних послуг, які належать до туристичного продукту, розподіляється на три групи: основні туристичні послуги, додаткові туристичні послуги, матеріальні туристичні послуги (рис. 1).



Рис. 1. Складові туристичного продукту

Джерело: [7]

До основних туристичних послуг відносять транспортні послуги, послуги з проживання, харчування та екскурсійне обслуговування. Вони регламентуються договором на туристичне обслуговування та туристичним ваучером.

Додаткові туристичні послуги надаються туристу за бажанням та потребою додатково до

основних туристичних послуг. До них належать: індивідуальний трансфер, додаткові екскурсійні послуги, послуги страхування, медичні послуги, послуги гідів-перекладачів, побутові послуги, послуги з прокату транспортних засобів, анімаційні послуги, шопінг тощо [4].

Багато додаткових послуг є основним мотивом залучення туристів (тематичні парки, можливості розваг і додаткових поїздок або екскурсій тощо). Практика показує, що велику частку доходів туроператора складають саме додатково надані послуги, які продаються туристам понад пакет туру вже на місці відпочинку.

Особливою матеріальною складовою туристичного продукту є матеріальні туристичні послуги, які необхідні для повної реалізації мети подорожі. До матеріальних туристичних послуг належать: туристичне спорядження, карти місцевості, туристична символіка, сувеніри, туристичні буклети, каталоги, туристичні довідники тощо.

Будь яка туристична послуга може бути придбана і спожита лише в місці її виробництва. Особливістю туристичного продукту є те, що він може бути придбаний і за місцем проживання, але спожитий тільки на місці виробництва туристичних послуг [5].

Інколи туристичний продукт асоціюють з поняттям “туристичний пакет”, тобто основним (обов’язковим) комплексом послуг, які надаються під час подорожі.

Туристичний пакет, який об’єднує обов’язкові туристичні послуги, відрізняється від туристичного продукту тим, що це мінімальний набір послуг. Проте мінімальний набір послуг може бути розширений за рахунок додаткових туристично-екскурсійних послуг, товарів та інших послуг і разом складатимуть туристичний продукт.

Туристичний пакет як обов’язкова частина туру, включає основний (обов’язковий) комплекс послуг, що надаються в подорожі за індивідуальним або груповим планом, який має серійний характер, пропонується в широкий продаж.

Туристичний пакет охоплює чотири обов’язкові елементи: туристичну дестинацію, транспортні послуги, послуги розміщення, трансферні послуги (рис. 2).

Велику частину витрат, що зумовлює вартість турпакета, складають витрати на перевезення. Що більш комфортабельний і швидкісний вид транспорту використовується, то вища вартість подорожі.



Рис. 2. Складові туристичного пакету

Джерело: [7]

Вартість проживання в готелях відрізняється відповідно до типу послуг гостинності, які

пропонують туристу. Послуги харчування не є окремим елементом в туристичному пакеті, оскільки в туризмі вони становлять частину послуг розміщення. Відповідно вартість послуг розміщення залежить від усталених в туризмі комбінацій розміщення і харчування: ВВ (розміщення + сніданок); НВ (напівпансіон: розміщення + сніданок + вечеря); FP (повний пансіон: розміщення + сніданок + обід + вечеря).

Трансфери здійснюються з використанням автобусів, іноді таксі або лімузинів. Вартість трансферу залежить від його видів: груповий трансфер (group transfer), індивідуальний трансфер (private transfer), VIP-трансфер.

Первинною одиницею туристичного продукту є тур, який реалізується споживачу як єдине ціле на визначений маршрут та конкретний термін.

Споживач шукає на ринку не окремі послуги або товари, а найбільш оптимальне, на його погляд, їх поєднання, яке пропонується у вигляді конкретних турів. Споживач сприймає туроператора, який пропонує певний тур, як його виробника, відповідального за якість і рівень послуг, що надаються.

Тому тур – туристична подорож (поїздка) за визначеним маршрутом у конкретні терміни, має забезпечуватися комплексом туристичних послуг (бронювання, розміщення, харчування, транспорт, рекреація, екскурсії тощо). Це основний вид туристичного продукту, представленого на туристичному ринку, вироблений туроператором і реалізується споживачеві як єдине ціле.

На сучасному туристичному ринку є величезна кількість турів, які можна поділити на окремі види за такими класифікаційними ознаками, як: кількість туристів; форма побудови туру; зміст програм обслуговування; форма організації подорожі; залежність від життєвого циклу туристичного продукту; сезонність; побудова схеми маршруту; тривалість подорожі; склад груп туристів тощо (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація турів

№ з/п	Класифікаційні ознаки туру	Види турів
1.	Кількість туристів	Індивідуальні, групові, сімейні
2.	Форма побудови туру	Замовлений, пакетований
3.	Зміст програм обслуговування	Тематичні, курортно-оздоровчі, спортивні, комбіновані, паломницькі, шоп-тури
4.	Форма організації подорожі	VIP-тури, тури A-la carte, тури Stop-over, Set-тури, каскад-тури, велнес-тури, джип-сафари, круїзні програми, інформаційні або рекламні тури (фем-тури), тури Система фортуна
5.	Залежність від життєвого циклу туристичного продукту	Основні тури, підтримувальні тури, стратегічні тури, тактичні тури
6.	Сезонність	Цілорічні тури, сезонні тури
7.	Побудова схеми маршруту	Лінійні, радіальні (стаціонарні), кільцеві
8.	Тривалість подорожі	Багатоденні тури (відпускні), короткотермінові, тури вихідного дня
9.	Склад груп туристів	Дитячі тури, молодіжно-студентські тури, тури для людей середнього віку, тури для людей похилого віку

Оскільки на туристичних підприємствах є можливість первинного групування витрат за кожним туристичним продуктом, туристичним пакетом чи туристичним туром, то вихідним моментом в організації обліку витрат має бути їх групування за центрами витрат. На нашу думку, центрами витрат на туристичних підприємствах є окремі туристичні продукти, туристичні пакети та тури за їх видами за трьома рівнями (рис. 3).

Така організація обліку витрат дозволить забезпечити контроль за обґрунтованим і раціональним витрачанням ресурсів на кожен туристичний продукт, пакет чи тур та є базою для подальшого формування ціни їх реалізації.

Отже, запропонований нами підхід до виокремлення центрів відповідальності та центрів витрат у системі управлінського обліку туристичних підприємств дозволяє визначити їх об'єктами обліку для групування витрат за кожним туром, пакетом та туристичним продуктом, посилити контроль за їх рівнем і сформувати цінову політику туроператора.

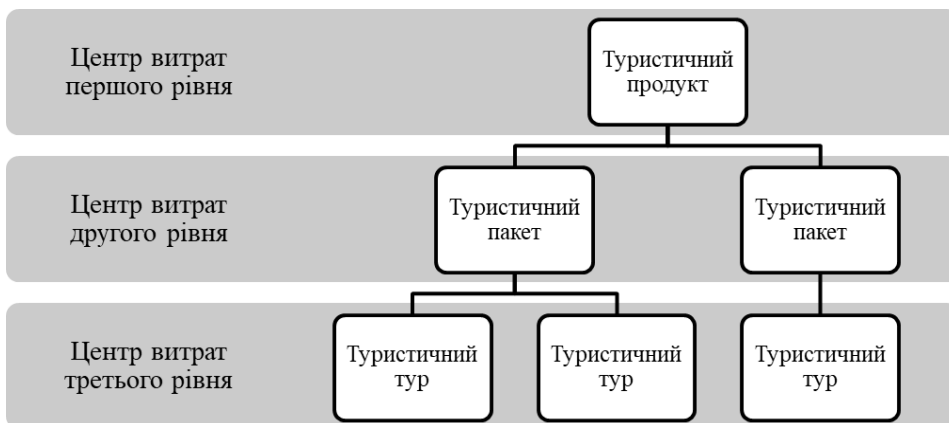


Рис. 3. Класифікація центрів витрат туристичних підприємств

Джерело: розробка авторів

Висновки та перспективи.

Отже, організація управлінського обліку витрат на підприємствах туристичної галузі є важливим чинником в прийнятті управлінських рішень щодо розроблення туристичних продуктів, які були б конкурентноздатні на ринку туристичних послуг та забезпечували дохідність цих підприємств.

Тому подальші дослідження будуть зосереджені на вивченні та моніторингу визначення рівня витрат за кожним центром витрат, калькулюванні собівартості та встановлення цін, які б забезпечили відповідний рівень доходів за кожним туристичним продуктом, пакетом чи туром та забезпечили їх переваги на ринку туристичних послуг.

Список використаних джерел

1. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. К.: Лібра, 2003. 704 с.
2. Григор'єва Л. В. Обліково-аналітичне забезпечення організації туристичної діяльності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2017. № 5 С. 133–136.
3. Куцик П., Бачинський В. Сучасні підходи до організації управлінського обліку в компанії : Праці наукового товариства ім. Шевченка. Том LXIII. Економічний збірник. Том 3. Index Copernicus International. – Львів : НТШ; оригінал-макет – видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2020. – 202 с. (С. 205-221).
4. Любівцева О. О. Методика розробки турів. URL: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm.
5. Мальська М. П., Худо В. В. Туристичний бізнес: теорія та практика: підручник. К.: ЦУЛ, 2012. 368 с.
6. Нападівська Л. В. Управлінський облік: монографія. Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2000. 450 с.
7. Податковий кодекс України від 02.12.2010 року № 2755-VI у редакції від 01.08.2021 року. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
8. Соляр В. В. Організація й методологія управлінського обліку в екологічному туризмі. *Збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди "Економіка"*. 2018. Вип. 18. С. 113–124.
9. Хорунжак Н. М. Проблеми й перспективи розвитку системи обліку суб'єктів туристичної діяльності. *Науково-виробничий журнал "Інноваційна економіка"*. 2016. № 5-6 (63). С. 199–205.
10. Шудла Р. С., Попик М. М. Інформаційно-аналітична підтримка прийняття управлінських рішень туроператора на основі системи "ускладненого директ-костингу". *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2020. Вип. 2 (142). С. 88–99.
11. Шудла Р. С., Попик М. М., Габчак Н. Ф. Сучасні підходи до планування витрат та прибутку на підприємствах сфери туроперейтингу. *Вісник ЧНУ ім. Б. Хмельницького. Серія "Економічні науки"*. 2020. № 2. С. 117–135.

Статтю отримано: 02.11.2021 / Рецензування 12.12.2021 / Прийнято до друку: 30.12.2021

Petro Kutsyk

Doctor of Economics, Professor, Rector, Professor
Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation
Lviv University of Trade and Economics
Lviv, Ukraine

E-mail: kutsykpetro@gmail.com

ORCID: 0000-0001-5795-9704

Lubov Medvid

Ph.D (in Economics), Professor, Professor
Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation
Lviv University of Trade and Economics
Lviv, Ukraine

E-mail: lmedvid@meta.ua

ORCID ID: 0000-0003-2292-9067

Tamara Gerasymenko

Ph.D. (in Economics), Associate Professor
Department of Accounting, Control, Analysis and Taxation
Lviv University of Trade and Economics
Lviv, Ukraine

E-mail: gtoa@meta.ua

ORCID: 0000-0002-4684-4773

Nataliia Mitsenko

Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Economics
Lviv University of Trade and Economics
Lviv, Ukraine

E-mail: talami1412@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-0337-8346

ORGANIZATION OF MANAGEMENT ACCOUNTING OF TOUR OPERATORS

Abstract

Introduction. The article is devoted to one of the current problems of organization of management accounting of tour operators. In particular, the essence of such concepts as tourist product, tourist package and tourist tour as objects of management accounting is revealed. The authors substantiate the principles of separation of responsibility centers and cost centers of tourism enterprises.

Methods. The following scientific methods were used in the research process: induction, deduction, scientific abstraction and historical-comparative - to reveal the essence and highlight the centers of responsibility; dialectical cognition and theoretical generalization - to improve the classification of centers of responsibility and cost centers for tour operators; analogies and abstraction - to develop methodological aspects of cost management in tour operators; formalization - to determine the composition of costs of tour operators in the centers of responsibility and provide theoretical and practical conclusions and generalizations.

Results. The article focuses on the characteristics of the components of the tourist product, namely the complex of tourist services, which are divided into three groups: basic tourist services, additional tourist services, material tourist services. The authors also identify the components of the tourist package and provide a classification of tourist tours, which determine the approaches to the formation of cost centers of tour operators in Ukraine.

Discussion. Further research will be aimed at developing a system for budgeting the costs of tour operators at the centers of responsibility in order to plan, control and optimize them.

Keywords: tour operator, travel product, travel package, tour, travel service, responsibility center, cost center, management accounting.

References

1. Holov, S. F. (2003). *Upravlins'kyj oblik [Managerial Accounting]*, Kyiv : Libra.
2. Hryhor'ieva, L. V. (2017). Oblikovo-analityчне zabezpechennia orhanizatsii turystychnoi diial'nosti [Accounting and analytical support for the organization of tourist activities]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu [Bulletin of Khmelnytsky National University]*, 5, 133-136. [in Ukrainian].
3. Kutsyk P., Bachynskiy V. Modern approaches to the organization of management accounting in a company. Proceedings of the Scientific Society Shevchenko. Volume LXIII. Economic collection. Volume 3. Index Copernicus International. - Lviv: NTSh; original layout - Lviv University of Trade and Economics Publishing House, 2020. - 292 p. (Pp. 205-221). [in Ukrainian].
4. Liubivtseva, O. O. *Metodyka rozrobky turiv [Methods of tour development]*. Retrieved from: http://tourlib.net/books_ukr/lubiceva_mrt5.htm.
5. Mal's'ka, M. P. & Khudo, V. V. (2012). *Turystychnyj biznes: teoriia ta praktyka [Tourism business: theory and practice]*. Kyiv : TsUL.
6. Napadovs'ka, L. V. (2000). *Upravlins'kyj oblik [Management accounting]*. Dnipropetrovs'k: Nauka i osvita.
7. Podatkovyj kodeks Ukrainy vid 02.12.2010 roku № 2755-VI u redaktsii vid 01.08.2021 roku. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>.
8. Soliar, V. V. (2018). Orhanizatsiia j metodolohiia upravlins'koho obliku v ekolohichnomu turyzmi [Organization and methodology of management accounting in eco-tourism]. Zbirnyk naukovykh prats' Kharkivs'koho natsional'noho pedahohichnoho universytetu imeni H. S. Skovorody "Ekonomika" [Collection of scientific works of GS Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University "Economics"], 18, 113-124. [in Ukrainian].
9. Khorunzhak, N. M. (2016). Problemy j perspektyvy rozvytku systemy obliku sub'iektiv turystychnoi diial'nosti [Problems and prospects for the development of the accounting system of tourism entities]. *Naukovo-vyrobnychij zhurnal "Innovatsijna ekonomika" [Research and Production Journal "Innovative Economics"]*, 5-6 (63), 199-205. [in Ukrainian].
10. Shudla, R. S. & Popyk, M. M. (2020). Informatsijno-analityčna pidtrymka pryjniattia upravlins'kykh rishen' turoperatora na osnovi systemy "uskладnenoho dyrekt-kostynhu" [Information and analytical support for making managerial decisions of the tour operator based on the system of "complicated direct costing"]. *Sotsial'no-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy [Socio-economic problems of the modern period of Ukraine]*, 2 (142), 88-99. [in Ukrainian].
11. Shudla, R. S., Popyk, M. M. & Habchak, N. F. (2020). Suchasni pidkhody do planuvannia vytrat ta prybutku na pidpriemstvakh sfery turoperejtynhu [Modern approaches to cost and profit planning at tour operators]. *Visnyk ChNU im. B. Khmel'nyts'koho. Serii "Ekonomichni nauky" [Bulletin of ChNU named after B. Khmelnytsky. Economic Sciences Series]*, 2, 117-135. [in Ukrainian].

Received: 11.02.2021 / Review 12.12.2021 / Accepted 12.30.2021

