

13. На Ваш взгляд, занятие спортивной анимацией должно быть (один вариант ответа): 13.1. Групповым.

13.2. Индивидуальным.

13.3. Не важно.

14. Как часто должны проводиться мероприятия по спортивной анимации (выберите один вариант ответа):

14.1. Ежедневно.

14.2. Два – три раза в неделю.

14.3. Один раз в неделю.

15. Для Вас имеет значение личность аниматора – возраст, внешний облик, физическая подготовка (выберите один вариант ответа):

15.1. Почти нет, для меня главное – содержание мероприятия.

15.2. Имеет определенное значение.

15.3. Имеет основополагающее значение.

Спасибо за сотрудничество, желаем всего наилучшего!

1. Анимация // Словарь терминов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://almingo.by/pomoshh-turistu/slovar-terminov.html>. – Дата поступления: 05.07.2010.

2. Анимационно-досуговая деятельность и сервис в санаторно-курортных организациях: Электронный учебно-методический комплекс для специальности 1-25 01 13 Экономика и управление туристской индустрией (специализации 1-25 01 13 03 «Экономика и управление санаторно-курортными и оздоровительными организациями») / авт.-сост. Н. В. Савина. – Минск: БГЭУ, Высшая школа туризма, 2015. – 88 с.

3. Спортивная анимация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.webkursovnik.ru>. – Дата поступления: 12.12.2012.

4. Анимация в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://coolreferat.com>. – Дата поступления: 21.07.2011.

5. Прибыльная идея – анимация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biznes-prost.ru/pribylnaya-ideya-animaciya-v-turisticheskoy-deyatelnosti.html>. – Дата поступления: 26.03.2014.

6. Никитский, М. В. Теоретические и исторические аспекты современной социокультурной анимационной деятельности / М. В. Никитский // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 4: Педагогика. Психология. – 2008. – № 3(10). – С. 28–36.

7. Понятие и функции анимации // Менеджмент туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.vfngiu-tourism.ru/struktura_upravleniya_turizmom_39. – Дата доступа: 23.09.2015.

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УЧЕТА ЗАТРАТ У ТУРОПЕРАТОРА

Леонова М.А.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Учет затрат туристических услуг у туроператора является актуальной темой в связи с тем, что от правильного отражения затрат напрямую зависит безошибочное определение финансового результата туроператора и размер налогов, уплачиваемых в бюджет.

Учет затрат, связанных с оказанием туристических услуг у туроператора, ведется на основе первичных документов, оформленных в соответствии с законодательством Республики Беларусь, и должен обеспечивать достоверность и полноту информации.

Затраты, образующие себестоимость туристических услуг, в соответствии с их экономическим содержанием группируются по следующим элементам: материальные затраты, расходы на оплату труда, отчисления на социальные нужды, амортизация основных фондов и нематериальных активов, прочие затраты [1].

Это так называемые прямые затраты, которые у туроператора отражаются по дебету 20-го счета «Основное производство» бухгалтерскими записями, приведенными в таблице 1.

Таблица 1 – Учет прямых затрат у туроператора

Дебет	Кредит	Содержание операции
20	10	Стоимость израсходованных материалов, которые являются необходимыми компонентами оказания туристических услуг
20	10/11	Ежемесячное погашение части стоимости специальной одежды, в том числе униформы, используемой работниками основного производства (в соответствии с законодательством)
20	70, 69, 76/2	Расходы, связанные с оплатой труда работников, непосредственно участвующих в создании туристических услуг
20	02 (05)	Амортизация основных средств (нематериальных активов), используемых непосредственно при оказании туристических услуг
20	60 (76)	Услуги сторонних организаций, непосредственно связанные с оказанием туристических услуг*
18		
20	71	Затраты на служебные командировки работников основного производства
20	23	Затраты вспомогательного производства, списанные в себестоимость туристических услуг
20	25	Общепроизводственные затраты, списанные в себестоимость туристических услуг*
20	97	Расходы будущих периодов, включенные в себестоимость туристических услуг
20	18	НДС по приобретенным товарам и услугам, включенный в себестоимость туристических услуг, реализованных без НДС
Примечание – * если это предусмотрено учетной политикой организации		

Для обеспечения качественной работы, туроператорами могут быть организованы вспомогательные производства (например, подразделения, оказывающие автотранспортные услуги, услуги по размещению туристов и их питанию, иные услуги, являющиеся вспомогательными (подсобными) при оказании туристических услуг), учет затрат которых ведется по счету 23 «Вспомогательные производства» записями, приведенными в таблице 2.

Таблица 2 – Учет затрат вспомогательных производств у туроператора

Дебет	Кредит	Содержание операции
23	10	Стоимость израсходованных сырья и материалов, использованных во вспомогательном производстве
23	10/11	Ежемесячное погашение части стоимости специальной одежды, используемой работниками вспомогательного производства (в соответствии с законодательством)
23	70, 69, 76/2	Расходы, связанные с оплатой труда работников вспомогательного производства
23	02	Амортизация основных средств, используемых во вспомогательных производствах
23	60 (76)	Услуги сторонних организаций, непосредственно связанные с деятельностью вспомогательного производства
18		

Расходы управленческого характера включают в себя: заработную плату управленческого персонала, представительские расходы, затраты, связанные с подготовкой и переподготовкой кадров, налоги, взносы и сборы, начисляемые в соответствии с законодательством Республики Беларусь, расходы на оплату услуг связи, банков, Интернет-провайдеров, расходы на содержание и обслуживание технических средств управления, амортизацию основных средств и нематериальных активов, лизинговые платежи и прочие расходы, связанные с управлением организацией. Эти затраты отражаются по счету 26 «Общехозяйственные расходы» бухгалтерскими записями, приведенными в таблице 3.

Таблица 3 – Учет общехозяйственных расходов у туроператора

Дебет	Кредит	Содержание операции
26	10	Стоимость израсходованных сырья и материалов, относимых к общехозяйственным расходам
26	70, 69, 76/2	Расходы, связанные с оплатой труда работников аппарата управления
26	02 (05)	Амортизация основных средств (нематериальных активов) общехозяйственного назначения
26 18	60 (76)	Услуги сторонних организаций, относимые на затраты общехозяйственного назначения
26	71	Затраты на служебные командировки управленческого персонала
26	68/1 (97)	Суммы налога на недвижимость и (или) земельного налога, включенные в состав общехозяйственных затрат
90/5	26	Общехозяйственные затраты, списанные в состав управленческих расходов

При создании туристических услуг туроператоры часто прибегают к услугам сторонних организаций. При этом стоимость услуг сторонних организаций для целей ценообразования и налогообложения в себестоимость туристических услуг у туроператора не включается. В соответствии с этим учет затрат сторонних организаций ведется на счетах расчетов, что в бухгалтерском учете отражается записями, приведенными в таблице 4.

Таблица 4 – Учет услуг сторонних организаций, включенных в стоимость туристических услуг туроператора

Дебет	Кредит	Содержание операции
51	62	Денежные средства, поступившие от покупателя туристических услуг в виде аванса
60 (76)	51	Перечислена стоимость туристических услуг сторонних организаций, включенных в полную стоимость тура
62	60 (76)	Уменьшение стоимости туристических услуг у туроператора на сумму услуг, оказанных сторонними организациями
62	90/1	Выручка от реализованных туристических услуг, оказанных собственными силами туроператора (за вычетом услуг сторонних организаций)

По окончании отчетного периода затраты по реализации туристических услуг туроператором отражаются с использованием субсчетов счета 90 «Доходы и расходы по текущей деятельности» [3]. И в бухгалтерском учете туристической организации, осуществляющей туроператорскую деятельность, будут отражены записями, приведенными в таблице 5.

Таблица 5 – Учет реализации туристических услуг туроператора

Дебет	Кредит	Содержание операции
20	25	Общепроизводственные затраты, списанные в состав себестоимости*
62	90/1	Выручка от реализованных туристических услуг, оказанных собственными силами
90/2	68/2	Сумма начисленного НДС, подлежащего уплате в бюджет
90/4	20	Себестоимость туристических услуг, оказанных собственными силами
90/5	25	Общепроизводственные затраты, списанные в состав расходов по текущей деятельности*
90/5	26	Общехозяйственные затраты, списанные в состав расходов по текущей деятельности
90/6	44	Расходы на реализацию, списанные в состав расходов по текущей деятельности
90/11	99/1	Прибыль от реализации туристических услуг, участвующая в налогообложении
99/1	90/11	Убыток от реализации туристических услуг, участвующий в налогообложении
Примечание – * если это предусмотрено учетной политикой организации		

Пример. У туроператора на 01 мая имеются начальные остатки по счетам: 20 «Основное производство» – 47 856 731 рублей, 26 «Общехозяйственные затраты» – 58 659 124 рублей. Хозяйственные операции за рассматриваемый период отражены в приведенной таблице 6.

Таблица 6 – Хозяйственные операции, произошедшие за отчетный период у туроператора

Дебет	Кредит	Сумма	Содержание операции
С _н (20)		47 856 731	Начальное сальдо по счету 20 «Основное производство»
С _н (26)		58 659 124	Начальное сальдо по счету 26 «Общехозяйственные затраты»
23	10	2 600 000	Списаны запасные части для производства ремонтных работ туристического автобуса
20	10/312	4 800 000	Списано топливо, использованное при перевозке туристов
26	10/312	1 600 000	Списано топливо по служебному автомобилю
20	02	3 268 000	Начислена амортизация основных средств туристической компании
26	02	1 680 000	Начислена амортизация основных средств общехозяйственного назначения
26	05	978 650	Начислена амортизация нематериальных активов общехозяйственного назначения
26	71	5 311 248	Отражены затраты по командировкам директора
51	62	315 000 000	Отражено поступление аванса от покупателя туристических услуг
62	60(76)	28 653 780	Отражены услуги сторонних организаций, уменьшающих выручку туроператора
20	70	15 673 278	Отражено начисление заработной платы работников, непосредственно связанных с созданием туристических услуг
23	70	6 781 249	Отражено начисление заработной платы работников вспомогательного производства
26	70	21 486 765	Отражено начисление заработной платы управленческого персонала
20	69	5 328 915	Отражены начисления в ФСЗН по работникам, непосредственно связанным с созданием туристических услуг ($15\,673\,278 \times 34\% = 5\,328\,915$)
23	69	2 305 625	Отражены начисления в ФСЗН по работникам вспомогательного производства ($6\,781\,249 \times 34\% = 2\,305\,625$)
26	69	7 305 500	Отражены начисления в ФСЗН по аппарату управления ($21\,486\,765 \times 34\% = 7\,305\,500$)
20	76/2	94 040	Отражены взносы в Белгосстрах по работникам, непосредственно связанным с созданием туристических услуг ($15\,673\,278 \times 0,6\% = 94\,040$)
23	76/2	40 687	Отражены взносы в Белгосстрах по работникам вспомогательного производства ($6\,781\,249 \times 0,6\% = 40\,687$)
26	76/2	128 921	Отражены взносы в Белгосстрах по аппарату управления ($21\,486\,765 \times 0,6\% = 128\,921$)
26	97	3 065 104	Отражено включение в затраты суммы налога на недвижимость ($36\,781\,248 / 12 = 3\,065\,104$)
20	23	11 727 561	Списаны затраты вспомогательного производства на себестоимость туристических услуг
62	90/1	286 346 220	Отражена выручка от реализации туристических услуг, оказанных собственными силами ($315\,000\,000 - 28\,653\,780 = 286\,346\,220$)
90/2	68/2	47 724 370	Отражен НДС от выручки, подлежащий уплате в бюджет ($286\,346\,220 \times 20 / 120 = 47\,724\,370$)
90/4	20	77 020 964	Списана производственная себестоимость в затраты по текущей деятельности ($47\,856\,731 + 29\,164\,233 = 77\,020\,964$)
90/5	26	100 215 312	Списаны управленческие расходы в затраты по текущей деятельности ($58\,659\,124 + 44\,621\,292 = 100\,215\,312$)
90/11	99/1	61 385 574	Отражена прибыль от реализации туристических услуг, участвующая в налогообложении (99/1) ($286\,346\,220 - 224\,960\,646 = 61\,385\,574$)
99/3	68/3	11 049 403	Отражен налог на прибыль (99/3), подлежащий уплате за истекший отчетный период ($61\,385\,574 \times 18\% = 11\,049\,403$)

Таким образом, в рассмотренном примере туроператором отражены все затраты отчетного периода, определен финансовый результат от реализации туристических услуг и начислен налог на прибыль.

Затраты, отраженные по счету 20 «Основное производство» в разрезе оказываемых услуг, полностью включаются в себестоимость туристической услуги, а затраты, отраженные на других счетах, распределяются пропорционально объемам реализации. Следовательно, только правильное ведение бухгалтерского учета в соответствии с действующим законодательством позволит верно определить финансовый результат и рассчитать налог на прибыль, подлежащий уплате в бюджет.

1. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь 23.01.2009 № 2 «Об утверждении методических рекомендаций по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости туристических услуг» // Консультант Плюс: Версия Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2016.

2. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь 22.06.2011 № 50 «Об установлении типового плана счетов бухгалтерского учета, утверждении инструкции о порядке применения типового плана счетов бухгалтерского учета и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики Беларусь и их отдельных структурных элементов» // Консультант Плюс: Версия Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2016.

3. Постановление Министерства финансов Республики Беларусь 30.09.2011 № 102 «Об утверждении инструкции по бухгалтерскому учету доходов и расходов и признании утратившими силу некоторых постановлений Министерства финансов Республики и их отдельных структурных элементов» // Консультант Плюс: Версия Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – М., 2016.

НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ ТОВАРНОГО АССОРТИМЕНТА В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА

Лещенко В.С.,

Институт туризма Белорусского государственного университета физической культуры,
Республика Беларусь

Насыщенность рынка туризма разнообразными туристическими услугами, острая конкурентная борьба туристических предприятий за предпочтения потребителей, возможность для предпринимателей самостоятельно определять цели, стратегии, управленческие структуры обусловили необходимость и возможность использования маркетинга в сфере туризма.

Маркетинг предполагает гибкость организационных форм управления, активную предприимчивость, постоянный поиск путей эффективного приспособления к рынку и воздействия на потребителя. Важно отметить, что маркетинг базируется на глубоком знании объективной информации о рынке, о реальных запросах потребителей, инициативе и предприимчивости [1].

Планирование ассортимента и управление им – неотъемлемая часть маркетинга. Растущие потребности покупателей, рост неценовой конкуренции и предложения товаров и услуг на рынке говорят об актуальности проблемы формирования ассортиментной политики.

В реальной действительности очень мало туристических предприятий, которые предлагают рынку лишь один товар. Как правило, организация изготавливает и продает несколько товаров, а также может оказывать некоторые услуги. Все эти товары и услуги определяют товарную номенклатуру туристического предприятия.

Товарная номенклатура – это совокупность всех производимых и предлагаемых предприятием для продажи товаров и услуг. Рассматривая такую совокупность, можно выделить отдельные группы товаров, схожих по своим потребительским характеристикам или призванных удовлетворять определенную потребность. Эти группы товаров являются ассортиментными группами. Ими, например, для туристического предприятия могут быть: туры, визы, билеты, экскурсии, страхование и т. д. Каждая ассортиментная группа состоит из отдельных ассортиментных позиций.