

Курсовая работа



Тема: «Особенности учета в туристических компаниях »

Дисциплина : « Финансовый учет»

СТУДЕНТ :

АЙСИНА АЙГЕРИМ

ГРУППА: 3 УЧЁТ «Б»

Содержание



ВВЕДЕНИЕ

1. ТУРИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ И ИХ СУЩНОСТЬ
2. ОРГАНИЗАЦИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ БИЗНЕСА
3. ПОЛИТИКА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ТУРПРОДУКТА
4. СОСТАВ ЗАТРАТ И КАЛЬКУЛИРОВАНИЕ СЕБЕСТОИМОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО, СОЗДАННОГО ТУРИСТИЧЕСКИМ ОПЕРАТОРОМ
5. УЧЕТ ДОХОДОВ И РАСХОДОВ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА
6. ТУРИСТСКАЯ АГЕНТСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ
7. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

ВВЕДЕНИЕ



Туризм является одной из ведущих и наиболее динамичных отраслей экономики. Международные эксперты относят современный туризм к отрасли мировой экономики, не знающей спадов. Во многих странах туризм играет значительную роль в формировании валового внутреннего продукта, создании дополнительных рабочих мест и обеспечении занятости населения, а также активизации внешнеторгового баланса. Темпы развития туризма неуклонно растут. Так, если в 1950 г. число туристов во всем мире составляло 25 млн человек, а оборот туристической индустрии – 2,1 млрд долларов, то в 1987 г. согласно данным Всемирной организации туризма эти показатели составили соответственно 363 млн и 150 млрд долларов. По данным на 2002 г. число туристов в мире превысило 500 млн человек с оборотом около 250 млрд долларов. Несмотря на это, на международный туризм приходится не более 10% торгового оборота.

В последнее время туризм стал одним из самых прибыльных видов бизнеса в мире. Постоянно растет значение туризма как источника валютных поступлений и расширения международных связей.

1. Туристические услуги и их сущность

В современных условиях все большее развитие получает туризм, позволивший сформировать рынок туристских услуг и наладить туристский бизнес.

В настоящее время в РК выделяются следующие направления туристского рынка:

- въездной туризм - направленный на обслуживание иностранцев, приезжающих в Казахстан;

выездной туризм - организация поездок граждан РК в страны ближнего и дальнего зарубежья;

- шоп-туризм - обслуживание «челноков»;

- внутренний туризм - работа с отечественными туристами внутри страны;

- социальный - путешествия, субсидируемые из средств, выделяемых государством на социальные нужды;

- самодеятельный - путешествия с использованием активных способов передвижения, организуемые туристами самостоятельно.

К основной деятельности в туристском бизнесе относятся:



- реализация турпродукта в виде пакета туристских услуг (турпакета);
- реализация отдельных туристских услуг (авиабилетов);
- предоставление информационных услуг в сфере туризма;
- посредническая деятельность - оформление виз, загранпаспортов, страховых полисов и т. д.;
- экскурсионная деятельность;
- реализация сопутствующих туристских товаров (картографическая продукция, открытки, сувениры, специальное снаряжение и др.);
- прочие услуги основной деятельности.

2. Организация бухгалтерского учета на предприятиях туристического бизнеса



В статье 15 Закона «О туристской деятельности в Республике Казахстан» от 13 июня 2001 г. № 211-ІІ (далее - Закон о туристской деятельности) определено, что в целях защиты прав и интересов туристов в РК лицензируются туроператорская, турагентская, услуги инструктора туризма. Лицензирование производится в соответствии с Законом РК «О лицензировании» от 11 января 2007 года № 214, Постановлением Правительства РК «Об утверждении Правил лицензирования и квалификационных требований, предъявляемых к туроператорской, турагентской деятельности, услугам инструктора туризма» от 11 июня 2007 года № 481.

Лицензирование туроператорской, турагентской деятельности осуществляется Комитетом индустрии туризма Министерства туризма и спорта РК.

3. Политика ценообразования турпродукта



Политика ценообразования в туристских организациях складывается на основе следующих методов:

- 1) ориентация на уровень конкуренции на общем рынке туристских продуктов;
- 2) ориентация на общий спрос на туристские продукты;
- 3) произведенных затрат на туристские продукты (затратный метод).

Для того чтобы успешно реализовать новый продукт, туристская организация может использовать несколько ценовых стратегий:

- стратегия высоких цен (снятия сливок) - может использоваться в условиях отсутствия конкуренции по новому туру и предполагает первоначально установленный высокий уровень продажных цен на туристский продукт;
- стратегия проникновения на рынок - предполагает установление более низких цен, для того чтобы оказать влияние на как можно большее число потребителей туристского продукта. С освоением рынка и увеличением объемов реализации цена постепенно возрастает;
- стратегия престижных цен - это намеренно высокие цены, для привлечения потребителей, обеспокоенных качеством туристского продукта, уникальностью, статусом фирмы его предоставляющим;
- стратегия «следования за лидером» - т. е. ориентация на ценовую политику лидирующей компании в турбизнесе;
- стратегия скользящей падающей цены - цена последовательно скользит по кривой спроса, но для стимулирования роста спроса на продукт необходимо разрабатывать новые виды туристских продуктов;
- стратегия сегмента рынка - предполагает учет определенных различий в спросе.

Каждое решение по формированию цены должно учитывать реальные ожидания и запросы потребителей, а также желание и возможность уплатить сумму за туристские услуги (ориентация на пожилых людей, которые приобретают туристские продукты в несезонный период времени по сниженным ценам).

4. Состав затрат и калькулирование себестоимости туристического продукта, созданного туристическим оператором

К затратам, возникающим у туристских организаций, можно отнести:

1) затраты, непосредственно связанные с производством и реализацией туристского продукта - на приобретение прав и услуг у специализированных сторонних организаций и предпринимателей на следующие услуги туристам:

- по транспортному обслуживанию (автотранспортные, авиационные, железнодорожные, морские и речные перевозки);

- по размещению и проживанию (в гостиницах, мотелях, кемпингах, пансионатах, домах отдыха и др.);

- по питанию (в столовых, ресторанах, кафе, барах);

- по экскурсионному обслуживанию;

- культурно-разлекательного, культурно-просветительного и спортивного характера;

- по визовому обслуживанию;

- по добровольному страхованию (от несчастных случаев), медицинскому страхованию (от болезней) в период туристской поездки;

- по медицинскому обслуживанию, лечению, профилактике заболеваний;

- по обслуживанию гидами-переводчиками и сопровождающими;

- 2) затраты на обеспечение туристской фирмы рабочим персоналом;
- 3) отчисления социального налога и социальных отчислений в фонд социального страхования от фонда оплаты труда персонала фирмы;
- 4) затраты на организованный набор работников, связанные с оплатой услуг по подбору кадров;
- 5) затраты, связанные с освоением новых туров, включая стажировку по иностранному языку работников в странах, в которых у туристской организации предполагается организация туров на основе налаженного делового сотрудничества;
- 6) платежи сторонним организациям за услуги, оказанные по организации туров;
- 7) затраты на содержание, обслуживание и управление туристской организации;
- 8) затраты на выплату комиссионных вознаграждений контрагентам;
- 9) затраты, возникающие по невостребованной туристами части услуг, права на которые приобретаются партиями для целей формирования туров:

5. Учет доходов и расходов от реализации туристического продукта



Законом о туристской деятельности установлено, что оказание туристских услуг осуществляется на основании договора, заключаемого в письменной форме в соответствии с действующим законодательством.



6. Туристская агентская деятельность



Туристская агентская деятельность, как уже говорилось выше - это деятельность физических или юридических лиц, имеющих лицензию на данный вид деятельности, по продвижению и реализации туристского продукта. Они могут работать либо как самостоятельная организация (предприниматель), либо за комиссионное вознаграждение.

Туристский агент выступает как самостоятельная организация (предприниматель).

Туристский агент выкупает право на получение услуг, оформленных путевкой по определенной цене, и делает надбавку на эту цену в свою пользу.

Приобретенные путевки числятся на балансе туристского агента как актив.

Корреспонденция счетов:

1. На сумму приобретенных проездных документов (включая комиссионное вознаграждение):

Дебет 8110 «Основное производство»



Кредит 3311 «Счета к оплате», 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

2. На сумму НДС:

Дебет 1420 «НДС» (налоговый актив)

Кредит 3311 «Счета к оплате»

3. Начислена заработная плата управленческому персоналу:

Дебет 7210 «Административные расходы»

Кредит 3350 «Краткосрочная задолженность по оплате труда»

4. Расходы по рекламе и продвижению туристского продукта на рынке:

Дебет 7110 «Расходы по реализации готовой продукции (товаров, работ, услуг)»

Кредит 3310 «Счета к оплате»

5. Реализацию туристического продукта:

Дебет 8110 «Основное производство»

Кредит 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

6. На сумму взимаемого с туристов консульского сбора:

Дебет 1010 «Денежные средства в кассе»

Кредит 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

7. При выдаче аванса курьеру для оплаты консульского сбора:

Дебет 1251 «Расчеты с подотчетными лицами»

Кредит 1010 «Денежные средства в кассе»

8. На сумму комиссионного вознаграждения, взимаемого с туриста:

Дебет 1010 «Наличность в кассе в национальной валюте»

Кредит 6110 «Доходы по вознаграждениям»

9. На сумму задолженности, уплачиваемой страховой компании:

Дебет 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

Кредит 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»,

1010 «Денежные средства в кассе»

10. Списывается себестоимость туристского продукта, реализованного безналичным путем:

Дебет 7010 «Себестоимость реализованной продукции и оказанных услуг»

Кредит 8110 «Основное производство»

11. Выплата денег туроператору:

Дебет 3311 «Счета к оплате»

Кредит 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»,

1010 «Денежные средства в кассе»

12. Расходы на рекламу, маркетинг:

Дебет 7110 «Расходы по реализации продукции и оказанию услуг»

Кредит 3311 «Счета к оплате»

13. Списывается себестоимость (покупная стоимость) реализованных путевок:

Дебет 7010 «Себестоимость реализованной продукции и оказанных услуг»

Кредит 1330 «Товары»

14. Перечислено туроператору за реализованный туристский пакет:

Дебет 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность» субсчет «Расчеты с туроператором»

Кредит 1030 «Денежные средства на текущих банковских счетах»

15. Поступили платежи от клиентов за реализованные авиабилеты:

Дебет 1010 «Денежные средства в кассе»

Кредит 3390 «Прочая краткосрочная кредиторская задолженность»

Спасибо за внимание !

