

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Навчально – науковий інститут економіки
Фінансово-економічний факультет
Кафедра міжнародних відносин і аудиту

ПОЯСНОВАЛЬНА ЗАПИСКА
кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра
(бакалавра, магістра)

студента Віленкіної Марії Дмитрівни
(ПІБ)

академічної групи 071-18-1
(шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»
(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»
(офіційна назва)

на тему: «Облік і аудит туристичної діяльності (на прикладі ТОВ «Аліра-
тревел»)»

(назва за наказом ректора)

	Прізвище, ініціали	Оцінка	Підпис
Керівник роботи	Пашкевич М.С.		
Рецензент			
Нормоконтроль	Пашкевич М.С.		

Дніпро
2022

ЗАТВЕРДЖЕНО:
завідувач кафедри
міжнародних відносин
і аудиту

Пашкевич М.С.
(підпис) (прізвище, ініціали)

«__» _____ року

ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню роботи ступеню бакалавра
(бакалавра, магістра)

Студенту Віленкіної М.Д. академічної групи 071-18-1
(прізвище та ініціали) (шифр)

спеціальності 071 «Облік і оподаткування»

(код і назва спеціальності)

за освітньо-професійною програмою «Облік і аудит»

(офіційна назва)

на тему:

«Облік і аудит туристичної діяльності (на прикладі ТОВ «Аліра-тревел»)»

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від _____
№ _____

Розділ	Зміст	Термін
1	ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	02.05.22 – 05.05.22
2	ОБЛІК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ»	06.05.22 - 22.05.22
3	АУДИТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ»	23.05.22 - 06.06.22

Завдання видано

Пашкевич М.С.
(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

Дата видачі 02.05.2022 р.

Дата подання до екзаменаційної комісії _____

Прийнято до виконання

Віленкіна М.Д.
(підпис) (прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка: 65 стор., 10 рис., 6 табл., 1 додаток, 19 джерел.

БРОНЮВАННЯ, ДОГОВОРНІ ВІДНОСИНИ, ЕКСКУРСІЙНІ БЮРО, ІНОЗЕМНИЙ ТУРИЗМ, КОНТРАКТ, СОБІВАРТІСТЬ ПОСЛУГ, СТРАХОВИЙ ПОЛІС ВИТРАТ, ТУРАГЕНТ, ТУРИСТ, ТУРИСТИЧНИЙ ВАУЧЕР, ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ

Предметом дослідження є господарські операції по наданню туристичних послуг та методика введення обліку на базовому підприємстві.

Об'єктом дослідження є сучасний стан обліку туристичної діяльності на ТОВ «Аліра-тревел».

Метою дипломної роботи є дослідження і узагальнення теоретичних та практичних аспектів обліку й аудиту туристичної діяльності.

Розкрито послідовність обліку і аналізу туристичної діяльності, в частині документального оформлення туристичних послуг, методики бухгалтерського обліку діяльності у турагента, калькулювання собівартості та податкового обліку надання туристичних послуг. Досліджена методика проведення аудиту туристичних послуг та розроблена система контролю в управлінні туристичною діяльністю.

Практична значимість кваліфікаційної роботи - полягає в тому, що їх використання дає можливість розробити рекомендації з удосконалення обліку, аналізу і аудиту туристичною діяльністю відповідно до сучасних умов господарювання. Отримані результати спрямовані на підвищення достовірності, оперативності та аналітичності обліку підприємства.

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1 ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ	7
1.1 Загальна характеристика ТОВ «Аліра-тревел»	7
1.2 Аналіз кадрового, інформаційного, технічного і правового забезпечення туристичної фірми	14
1.3 Характеристика туристичної діяльності	22
Висновки до розділу 1	27
РОЗДІЛ 2 ОБЛІК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ»	29
2.1 Документальне оформлення туристичних послуг	29
2.2 Облік діяльності у турагента ТОВ «Аліра-тревел»	33
2.3 Собівартість турагента ТОВ «Аліра-тревел»	37
2.4 Податковий облік у турагента ТОВ «Аліра-тревел»	42
Висновки до розділу 2	46
РОЗДІЛ 3 АУДИТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ»	48
3.1 Методика проведення аудиту туристичних послуг	48
3.2 Контроль в управлінні туристичною діяльністю	53
Висновки до розділу 3	57
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	63
ДОДАТКИ	66

ВСТУП

В Україні стан організації обліку туристичної діяльності та відображення в звітності її результатів потребує серйозних доопрацювань. Відбулась зміна умов ліцензування туристичних агентів, що зумовило необхідність детального контролю за їх діяльністю. У зв'язку з тим, що на території України відбувається успішне проведення міжнародних змагань, до туроператорів і тур агентів нашої країни зріс інтерес зовнішніх інвесторів. Для залучення інвесторів виникла необхідність в чіткому відображенні господарських операцій та визначенні фінансових результатів суб'єктів туристичної галузі.

Питання організації обліку туристичної діяльності розглядали провідні вчені – науковці, зокрема, Андреєва Д. А. [1], Богданова Ж.А. [2], Король С. [3], Рощко Н.Б. [4], Дорошенко А. [5], Фоміна О.В., Сопко В.В., Прокопова О.М. [6] та ін. в їх роботах приділялась увага таким питанням, як: облік витрат на виробництво туристичного продукту, облік доходів від реалізації туристичних послуг, документальне оформлення туристичних послуг, облік діяльності туроператора, облік діяльності тур агента, облік діяльності з надання туристичних послуг. Але ряд проблем бухгалтерського обліку та звітності потребують подальшого вивчення.

Метою дипломної роботи є дослідження і узагальнення теоретичних та практичних аспектів обліку й аудиту туристичної діяльності.

Завданнями дипломної роботи є:

- зробити аналіз діяльності базового підприємства;
- проаналізувати кадрове, інформаційне, технічне і правове забезпечення діяльності туристичної фірми ТОВ «Аліра-тревел»;
- детально означити економічний зміст туристичної діяльності;
- продемонструвати документальне оформлення туристичних послуг;
- розглянути обліку діяльності у турагента та встановити структуру собівартості туристичних послуг;

- зробити аналіз податкового законодавства стосовно ведення туристичної діяльності;
- показати проведення аудиту надання туристичних послуг;
- вивчити питання контролю в управлінні туристичною діяльністю;
- надані пропозиції щодо удосконалення обліку, аналізу і аудиту на підприємстві туристичної галузі ТОВ «Аліра-тревел».

Предметом дослідження є господарські операції по наданню туристичних послуг та методика введення обліку на базовому підприємстві.

Об'єктом дослідження є сучасний стан обліку туристичної діяльності на ТОВ «Аліра-тревел».

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що їх використання дає можливість розробити рекомендації з удосконалення методики обліку, аналізу та аудиту туристичної діяльності відповідно до сучасних умов господарювання. Отримані результати спрямовані на підвищення достовірності, оперативності та аналітичності обліку підприємства.

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ» В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

1.1 Загальна характеристика ТОВ «Аліра-тревел»

Туристична фірма ТОВ «Аліра-тревел» знаходиться в місті Кропивницькому, Готель «Європа», ком.812 Тел./Факс(0522) 24-42-50 Тел.(0522) 27-16-27

Фірма заснована в 1993 році. Має ліцензію №04282 от 2.03.2000 р. на надання всіх туристичних послуг.

Генеральний директор - Твердоступ Любов Іванівна .

Це товариство з обмеженою відповідальністю.

За роки успішної діяльності це турагенство знайшло своїх постійних клієнтів, я має досить велику популярність в місті та за його межами, придбала великий досвід роботи і завоювала симпатію своїх партнерів і клієнтів.

На підприємстві працюють: ген. директор, менеджер по внутрішньому туризму, по іноземному туризму, рекламного відділу. З екскурсоводами фірма працює по договорам.

До повноважень директора, як керівника підприємством відносяться такі, як вміле ведення фірмової політики, своєчасне та помірковане прийняття рішень різної складності.

До повноважень менеджера фірми відносяться: обґрунтований вибір рекламної політики, своєчасне реагування на зміни у зовнішньому середовищу фірми, попередження керівництва та прийняття обґрунтованих рішень, щодо змін у політиці фірми, консультативне - інформаційне забезпечення клієнтів.

Основними видами діяльності компанії являються: прийом на відпочинок і лікування дорослих, молоді, дітей в Одесі та Одеській області, в Карпатах, Криму, бронювання готелів, проведення екскурсійних програм, організація конференцій, фестивалів, семінарів, спортивних зборів, продаж

путівок по Дніпру і Чорному морю та відпочинок на горно лижних курортах Європи.

Існують такі форми поїздок :

- індивідуальні поїздки (фірма виступає як турагент);
- прийом індивідуалів;
- прийом груп;
- прийом груп на конференції і семінари.

Мають договірні відносини з готелями Одеси: «Юність», «Вікторія», «Чорне море», «Красна», «Лондонська», «Пасаж», «Спартак», «Центральна», «Аркадія», «Моцарт»; з санаторіями і пансіонатами такими, як: пансіонат «Валентина», військовий санаторій «Одеський», санаторій «Чорномор-гідрострой», санаторій «Магнолія», «Чорне море», будинок відпочинку «Кооператор»; з дитячими пансіонатами: «Мрія», «Лазурний», «Сергіївка», «Лескі», «Хаджибей» і Англійський табір; з базами відпочинку: «Примор'я», «Море».

Також фірма укладає договірні відносини з транспортними компаніями , з іншими туристичними підприємствами і з екскурсійними бюро, які мають потрібну інформацію чи туристичний продукт.

Об'єктом страхування є майнові інтереси, що пов'язані з відшкодуванням витрат за надання послуг у разі раптового захворювання чи нещасного випадку подорожуючих осіб.

Туристів, які приїжджають з інших країн (в основному це росіяни), фірма не застраховує, а особам, які проживають на території України, компанія надає послугу страхування, яка входить у вартість путівки ,

Для турфірми кращим варіантом є включення в контракт вимоги обов'язкового страхування туристів, страховка повинна бути такою. Щоб забезпечити оплату передбачених страховим полісом витрат.

Туристська страховка представляє собою значно більший, ніж звичайна медична страховка, спектр захисту від численних страхових випадків. Це (в додаток до медичної страховки і страхування життя і здоров'я) - крадіжка

майна, повернення вартості путівки при відмовленні від поїздки по поважним причинам, відставання від групи, передчасне повернення.

Сторони туристського контракту обов'язково узгоджують вибір страхової фірми.

Об'єктами страхування в туризмі являються не лише туристи, але й тур фірма.

Безпека туристів на території України гарантується державою. Держкомітет України по туризму, разом з зацікавленими підприємствами і відомствами, розробляє програму забезпечення захисту і безпеки туристів. Суб'єктами туристської діяльності розробляються конкретні заходи щодо забезпечення туристів, екскурсантів, запобігання травматизму і нещасних випадків і несуть відповідальність за їх виконання.

На підприємстві працює один комп'ютер, який підключений до мережі «Internet». Рекламу туристичної фірми можна побачити на сайті, на сторінках сайту можна почерпнути багато корисної інформації про діяльність фірми, основні напрямки поїздок, розцінки на послуги та багато іншого.

Фірма ТОВ «Аліра-трєвел» бере участь на різних ярмарках і виставках в країнах Європи. Також розміщує рекламу в газетах, по телебаченню. Входить в різні каталоги.

Туристська фірма ТОВ «Аліра-трєвел» додержує всі нормативи, які пов'язані з туристською діяльністю. Тури та їх технічна документація відповідає нормативним вимогам, які направлені на захист прав споживачів. Вони контролюються в процесі проведення сертифікацій туристської продукції. Технологічна документація комплектується в папки турів.

В набір технологічної документації обов'язково включають :

- технологічна карта туристської подорожі по маршруту;
- інформаційний листок до путівки тур подорожі
- лист бронювання
- бланки договорів з клієнтами - тур агентства

- договір з партнерами - постачальниками послуг (готельними, транспортними компаніями, екскурсійними бюро і т.д.)
- калькуляція і розрахунок вартості тура
- розгляд маршруту
- графік руху по маршруту
- карта - схема маршруту
- текст подорожньої екскурсії (для автобусних турів)
- розгляд технологічних особливостей тура
- тексти пам'яток для туристів
- довідкові матеріали по маршруту
- варіанти рекламних проспектів і буклетів
- прайс - листи (каталоги).

ТОВ «Аліра-тревел» використовує різні типи маршрутів, такі як: лінійні, радіальні, кільцеві і кросинг тури. В основному це маршрути по Україні, Європі, близькому і далекому зарубіжжю. Для кожного виду туристів фірма пропонує відповідний маршрут.

Туристичні документи - документи, які видаються гідю - перекладачу, чи керівнику групи, діють з першого до останнього пункту обслуговування групи (туриста) на маршруті. Складаються з книжки підтвердження, маршрутного листа, туристичної путівки з відривними талонами на транспорт і харчування, а також проїзних документів.

З усіх екскурсійних поїздок які організовує фірма, найживописніші це екскурсії по Одесі, Кропивницькому. Із різноманітних за тематикою екскурсій клієнт має змогу вибрати ту яка йому найбільш сподобається. Дослідження конкурентного статусу підприємства. Оцінка сильних та слабких сторін підприємства.

В останні роки спостерігається деяке позжавлення в рості туристичної галузі в цілому по Україні.

Для досягнення вищого рангу проводяться роботи над покращенням загальної результативності роботи підприємства.

Зробивши аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Аліра-тревел», ми можемо побачити сильні та слабкі сторони його діяльності. До позитиву підприємства можна віднести:

- вдале розміщення відносно території міста (воно знаходиться в центрі);
- орієнтованість на клієнтів середнього рівня (яких на даний момент більшість);
- наявність власного транспорту;
- наявність всіх необхідних засобів зв'язку (факс, Інтернет і т.д),

до негативі підприємства можна віднести:

- малий робочий колектив;
- недостатність транспорту (в наявності один мікроавтобус);
- не досить широке використання рекламної діяльності.

В зв'язку із розширенням туристичної галузі та спектру послуг відповідно зростає і попит на туристичні послуги. Приведемо такий приклад: за даними на 2021 рік у місті Кропивницький хоч раз на рік користувався туристичними послугами кожен п'ятнадцятий житель, а на даний момент, кожен п'ятий.

На прикладі даного підприємства нам не вдасться чітко відобразити структуру підрозділів, що виконують комерційні функції. Тому що на підприємстві працює всього два працівники, директор та менеджер.

До обов'язків директора даного підприємства відноситься:

- управління діяльністю;
- укладання угод;
- сплата податків та інше.

До обов'язків менеджера відноситься:

- обов'язки секретаря;
- пошук нових напрямків співробітництва;
- обробка інформації;

- робота з клієнтом;
- обов'язки експедитора та ін.

Підприємство визначає обсяги пропонованого продукту на основі аналізу потреб ринку. В залежності від сезону та виду послуг, В пік сезону підприємство намагається пропонувати нові види послуг. Наприклад, тур з екскурсією, а в екскурсію в свій час включається ще один вид послуг (дайвінг, сьорфінг і т.д.). В пік, під час різкого зросту попиту на підприємстві необхідно вводити ще одного працівника з ціллю підвищення продуктивності підприємства.

До обов'язків директора відноситься:

- управління діяльністю;
- укладання угод;
- створення політики підприємства та ін.

До обов'язків секретаря референта відноситься:

- складання розпорядку дня;
- прийом інформації;
- обробка інформації;
- статистичний аналіз об'єму продаж підприємства;
- сплата податків та ін.

До обов'язків менеджера відноситься:

- безпосередня робота з клієнтом;
- пошук нових напрямків співробітництва;
- контроль та корегування рекламної діяльності підприємства;
- обов'язки експедитора та ін.

На даний момент на підприємстві є всі засоби зв'язку та власний транспорт, що дозволяє своєчасно та якісно задовольняти потреби клієнтів та підприємства.

Закон України «Про туризм» передбачає наступні джерела фінансування туризму, тобто «туристична діяльність здійснюється за рахунок [7]:

- власних фінансових ресурсів суб'єктів туристичної діяльності, грошових внесків громадян і юридичних осіб;
- позичкових фінансових коштів (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань підприємств, установ, організацій і громадян;
- позабюджетних фондів;
- коштів фонду розвитку України, що формується за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності;
- іноземних інвестицій;
- надходжень від туристичних лотерей;
- інших джерел, не заборонених законодавством України».

Відповідно до джерел коштів фінансування поділяється на внутрішнє і зовнішнє. Внутрішнє фінансування здійснюється за рахунок коштів, одержаних від діяльності самого підприємства: прибуток, амортизаційні відрахування, виручка від продажу чи здачі в оренду майна. Зовнішнє фінансування використовує кошти, не пов'язані з діяльністю підприємства: внески власників у статутний фонд, кредит, зобов'язання боржників, державні субсидії тощо.

Фінансова діяльність туристичного підприємства характеризується ступенем його прибутковості та оборотності капіталу, фінансової стійкості та динаміки структури джерел фінансування, здатності розраховуватися за борговими зобов'язаннями. Правильна оцінка фінансових результатів діяльності та фінансово-економічного стану підприємства є першою і найбільш необхідною інформацією як для його керівництва і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів, державних органів.

Основними джерелами формування прибутку туристичного підприємства є:

- прибуток від надання туристичних послуг або від продажу туристичного продукту. (Це основна складова загального прибутку);

– прибуток від позареалізаційних операцій - це прибуток від пайової участі в спільних підприємствах, здавання майна в оренду, дивіденди на цінні папери, надходження з депозитних вкладів, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, надходження від економічних санкцій тощо,

– прибуток від продажу майна включає прибуток від продажу основних фондів (матеріальних активів), нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо. Його розраховують як різницю між ціною продажу та залишковою вартістю.

1.2 Аналіз кадрового, інформаційного, технічного і правового забезпечення туристичної фірми

Однією із важливих задач туристського підприємства є створення дієспроможного колективу працівників. Підбір і розстановка кадрів призначені вирішувати дві взаємопов'язані задачі:

- призначення на посади кваліфікованих робітників;
- знаходження для кожного з них відповідної його професійним даним сфери трудової діяльності.

Вірне рішення цих задач сприяє якісному виконанню посадових обов'язків. Окрім високого рівня компетентності, робітники, які працюють з клієнтами, повинні бути комунікабельними і вміти строїти взаємовідносини з людьми. Завдяки бездоганному обслуговуванню і після продажному сервісу якісного туристського продукту вони створюють необхідну репутацію підприємства на ринку і сприяють привабленню клієнтів.

Формування професійних вимог до потенційних робітників повинно ґрунтуватись на встановленні специфічних особливостей виконання роботи на відповідній посаді. При визначенні вимог дуже важливо щоб вони були обґрунтованими.

В цілях пошуку працівників, відповідних вимогам, підприємством можуть бути використані різні методи:

- особисті контакти керівника та інших працівників

- розміщення об'яв у засобах масової інформації
- допомога агентств, які займаються підбором кадрів
- залучення випускників вищих і середніх учбових закладів.

На практиці найбільш частіше використовується залучення на роботу працівників за особистими контактами керівників і спеціалістів туристського підприємства. Популярність даного методу пояснюється тим, що при цьому не потрібно додаткових фінансових витрат. Однак цей метод гарний лише для поточного набору персоналу, а у випадках коли нового кваліфікованого працівника необхідно знайти швидко, цей спосіб може не дати необхідних результатів. Ще одним недоліком даного методу є те, що за правильне визначення рівня кваліфікації претендента несе, як правило, керівник підприємства, який не завжди має необхідні знання і досвід для об'єктивної оцінки кандидатів.

Дійовим методом для швидкого підбору працівників є використання засобів масової інформації. Коротенькі об'яви достатньо ефективні, особливо при обґрунтованому виборі засобів масової інформації.

Для підбору одного, але кваліфікованого працівника фірма може звернутися в агентство по працевлаштуванню. Перевагами цього каналу є швидкість пошуку та професіоналізм підбору працівника з точки зору його кваліфікованості і особистих якостей. Єдиний недолік - великі фінансові витрати.

Суттєвим каналом пошуку спеціалістів є підготовка власних кадрів у великих фірмах. Основним недоліком цього методу є необхідність організації навчання, значний обсяг фінансових засобів для залучення викладачів, тощо.

Випробний термін - також часто використовується форма виявлення можливостей претендента на вакантну посаду. Працюючи під час випробного терміну, кандидат демонструє свої професійні навички і знання. Цей метод дозволяє знизити можливість помилки до мінімуму, тому що дає можливість керівнику підприємства звільнити претендента при невідповідності його професійного рівня необхідним вимогам.

Трудові ресурси туристського підприємства - це сукупність робітників різних професійно-кваліфікованих груп, зайнятих на туристському підприємстві і які входять в їх склад.

Фонд заробітної платні представляє собою суму усіх витрат туристського підприємства на оплату праці у грошовій, натуральній або змішаній формах незалежно від джерел виплат.

Основним елементом фонду заробітної плати, яка виплачується в грошовій формі, є оплата праці за фактично виконану роботу. Вона складається з:

- виплат по підрядним розцінкам, тарифним ставкам, посадовим окладам;
- доплат за об'єднання професій, виконання зобов'язань відсутніх робітників;
- виплат за договорами підряду і сумісників;
- заробітної плати студентам вузів і технікумів, які проходять виробничу практику і зараховані на посади.

Праця робітника туризму носить розумовий, творчий характер, має високу нервово-емоційне навантаження. Ці специфічні особливості робітників туристського сервісу обумовлюють ціну і оплату його праці.

Ефективність використання робочої сили вимірюється продуктивністю праці. У широкому розумінні продуктивність праці - це його результативність, тобто максимум продуктів праці при мінімумі трудових витрат.

Результативність праці виражається кількістю продукції (матеріальних благ, послуг), виробленої і реалізованої за одиницю часу, або ж зворотною величиною - кількістю часу, який витрачено на виробництво і реалізацію одиниці продукції.

До факторів росту ефективності праці в туризмі відносять:

- удосконалення форм організації виробництва туристського продукту;
- виробництво нових, більш якісних послуг, які визивають інтерес у споживачів;

- удосконалення форм і якості обслуговування туристів та інші.

Маркетинг у будь-якому підприємстві - це управлінська діяльність по плануванню і виконанню прийнятих рішень, пов'язаних з виробництвом і продажем товарів і послуг з ціллю задоволення потреб визначеної групи людей, які поставили перед собою конкретну ціль.

Маркетингові заходи включають планування і розробку продукту, стимулювання збуту і просування товарів і послуг.

Маркетингові дослідження мають вагоме значення для фірми у процесі систематичного збору і аналізу інформації з ціллю виявлення загроз, слабких і сильних рис і можливостей туристського ринку, а також з ціллю розробки відповідної маркетингової стратегії для успішного ведення бізнесу.

Дослідження, які проводяться в туризмі, забезпечують інформаційну базу для прийняття правильних управлінських рішень менеджерами туризму. Дослідження дозволяють виявити:

- проблеми, які заважають ефективному веденню бізнесу
- причини виникнення проблем і шляхи їх вирішення
- майбутні тенденції на туристському ринку.

Проведення маркетингових досліджень необхідно на всіх етапах діяльності фірми - від розробки продукту і його просування до продажу і після продажного обслуговування.

Фірма може проводити два види досліджень:

1) поточні дослідження, які проводяться постійно з ціллю виявлення всіх змін і тенденцій, які мають місце на турринку (навіть незначні зміни в навколишньому середовищі фірми можуть посприяти на результати управлінських рішень);

2) дослідження однієї визначеної ситуації (проблеми) з ціллю перевірки або аналізу змін на турринку.

Фірма проводить комплексне дослідження ринку туризму з ціллю оцінки загальної ситуації, виникаючих з неї проблем і загроз і виникаючих можливостей. Фірма може також виділити ресурси на проведення досліджень

по якій-небудь одній або декільком проблемним ситуаціям, які склалися в ході щоденного функціонування підприємства. Крім цього фірма досліджує зовнішні і внутрішні фактори впливу, вивчає ефективність рекламної кампанії, потенціал ринку, тенденції у розвитку бізнесу.

У роботі по проведенню досліджень можуть бути використані як первинні, так і вторинні данні. Первинні - це данні уперше зібрані спеціально з ціллю рішення визначеної проблеми у туристському середовищі. Вторинні - данні, зібрані раніше з іншою метою, яку можна отримати відвідавши бібліотеку або інші сховища вторинних даних. Коли дослідники проводять опитування пасажирів круїзів з метою визначення їх ставлення і думки, вони таким чином збирають первинні данні. Коли ж вони звертаються до статистичних даних, отриманні із попередніх опитувань і анкетування пасажирів, то вони використовують вторинні данні.

Вторинні джерела інформації ділять на внутрішні і зовнішні.

До внутрішніх джерел відносяться: звіти про прибутки і збитки, балансові звіти, звіти про збут турагентів та інших каналів розподілу, звіти комівояжерів, рахунки-фактури, звіти про попередні дослідження.

Аналізуючи внутрішньофірмові документи, менеджер може виявити нові можливості і виникаючі загрози та проблеми. Із внутрішніх джерел можна отримати історичні дані, які допоможуть побачити важливі тенденції, закономірності.

До зовнішніх джерел інформації відносять: прайс-листи, видання державних органів по туризму, книжки і періодичні видання, публікації готельних асоціацій, рекламні матеріали про послуги комерційних організацій.

Фірма володіє Інтернетом, факсом, телефоном, які дають змогу підтримувати зв'язки з зовнішніми партнерами та володіти необхідною інформацією. ТОВ «Аліра-трєвел» має свій сайт, за допомогою якого можливо швидко зв'язуватись з Іншими туристичними підприємствами і отримувати потрібну інформацію, а також пропонувати свої туристські продукти клієнтам та партнерам.

Фірма активно займається рекламуванням своїх турів, використовуючи для цього: газети, радіо, телебачення та поліграфічну продукцію (візитні картки, календарики, листівки та інше).

Реклама - це форма непрямого зв'язку між турпродуктом й споживачем. Мета реклами - привернути увагу, зацікавити, донести інформацію до споживача й змусити діяти його потрібним чином.

Цілі реклами:

- Туристична реклама несе велику відповідальність за відповідність і точність просування з її допомогою повідомлень

- Послуги - не мають постійної якості, смаку, тому потребують таких функцій реклами, як інформування і пропаганда

- Туристська реклама передбачає використання зорових наглядних засобів, які повністю відображають туристський інтерес (фотоматеріали, картинки)

- Реклама є постійним супутником туризму й обслуговує людей не тільки до, але й під час, й після подорожі, що накладає на неї особливу відповідальність й надає рис які не є притаманними рекламі інших товарів та послуг.

Функції в рекламі:

1. Інформативна - надання інформації про продукт, формування іміджу продукту, формування іміджу фірми, корегування уявлень про діяльність фірми.

2. Переконуюча - провокування до придбання продукту і зростання продажів, боротьба з конкуренцією.

3. Нагадуючи - підтримка знання попиту і підтвердженню іміджу.

Принципи реклами - реклама повинна бути короткою, зрозумілою для клієнта, про що говорить на початку та кінці повідомлення, запам'ятовується легше, ніж те про що говорить в середині (при складанні рекламного тексту в повідомленні потрібно виділити головне, щоб ним розпочати чи виділити); матеріал повинен бути яскравим і оригінальним (тоді воно краще

запам'ятовується); не повинна суперечити звичайним поняттям, переконанням; враховувати духовні тенденції суспільного життя.

Засоби реклами можуть бути різноманітними: преса, телебачення, радіо, відеоролики, поштові відправлення, щитова реклама на транспорті, в місцях продажу, сувеніри і так далі.

Фінансовий стан підприємства характеризується сукупністю показників, які відображають наявність, ефективність розміщення та використання фінансових ресурсів.

Роль фінансового аналізу підприємства туристичної галузі міститься не тільки в тому, щоб установити й оцінити його фінансовий стан, а й у постійному проведенні роботи за конкретними напрямками, яка спрямована на поліпшення фінансового стану. Це дає можливість виявлення найбільш слабких (проблемних) позицій у фінансовому стані підприємства та оперативного їхнього вирішення.

Першочерговими задачами економічного аналізу є оцінка якості планування та виконання фінансових планів підприємства туристичної галузі. Велике значення надається необхідності вести аналітичну роботу в динаміці з визначенням фінансового стану підприємства та факторів, які на нього впливають.

При цьому необхідно встановлювати оптимальні значення фінансових показників. Для їхнього досягнення важливо удосконалити поточну аналітичну роботу, оскільки це дає змогу виявити проблеми та вирішити їх ще до складання звітності. Основні фінансові показники ТОВ «Аліра-тревел» наведені у Таблиці 1.1:

Таблиця 1.1

Фінансові показники ТОВ «Аліра-тревел»

<i>Фінансові показники, тис. грн.</i>	<i>2018 р.</i>	<i>2019 р.</i>	<i>2020 р.</i>	<i>2021 р.</i>
Виручка від реалізації	2623	3251	3732	3416

Продовж.табл.1.1

Чистий дохід	1891	2464	2826	2729
Чистий прибуток	56	58	63	62
Дебіторська заборгованість	100	80	65	199
Кредиторська заборгованість	79	297	119	210

Зміни чистого доходу за роками продемонстровані на Рис.1.1

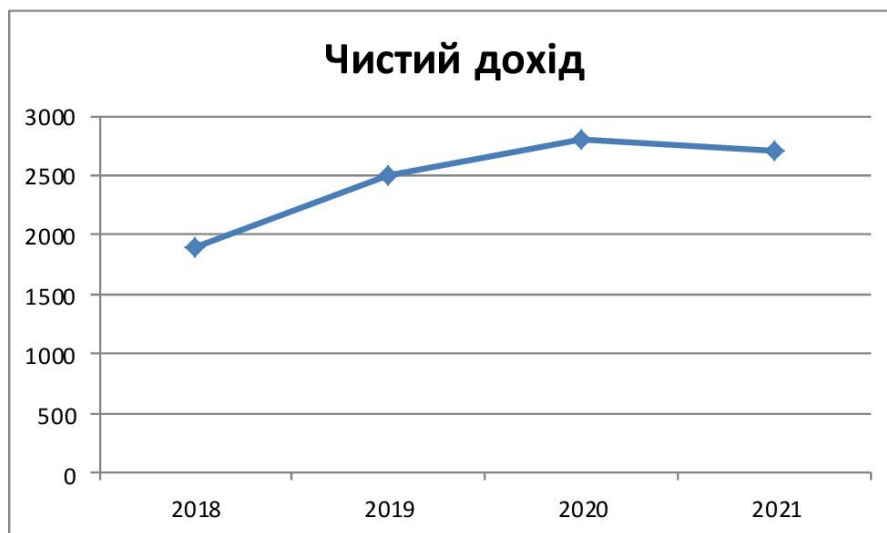


Рис. 1.1. Зміни чистого доходу в тис. грн за 2018 - 2021 рр.

ТОВ «Аліра-тревел»

Зміни чистого прибутку підприємства показані на Рис. 1.2:

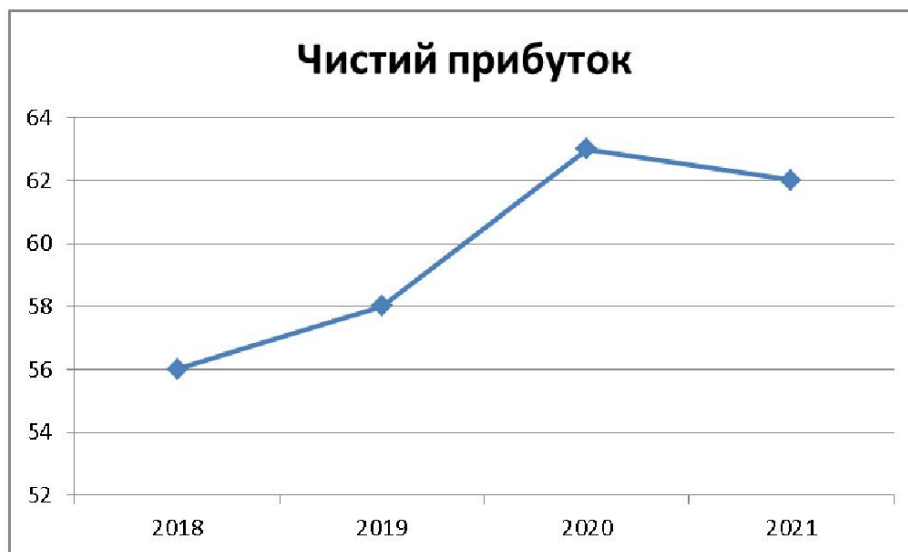


Рис. 1.2. Зміни чистого прибутку в тис. грн за 2018 – 2021 рр.

ТОВ «Аліра-тревел»

Таким чином, зростання чистого доходу супроводжується зростанням чистого прибутку, але з меншим темпом приросту. Така тенденція є позитивною в роботі підприємства і свідчить про те, що підприємство отримує достатньо стабільний чистий прибуток.

1.3 Характеристика туристичної діяльності

Туризм - тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю.

Згідно з КВЕД [8] туристична діяльність належить до секції О, класу 92. Туристична діяльність — діяльність з надання різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог Закону України «Про туризм», Конституції України [9], Цивільного кодексу України [10], Господарський кодекс України [11].

Турист (мандрівник) - особа, яка здійснює подорож по Україні або в іншу країну з різною, не забороненою законами країни перебування, метою на термін від 24 годин до шести місяців без здійснення будь-якої оплачуваної діяльності та з зобов'язанням залишити країну або місце перебування у зазначений строк.

Туристичні послуги - послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб туристів.

Туристичний продукт - комплекс туристичних послуг, необхідних для задоволення потреб туриста під час його подорожі.

Суб'єкти туристичної діяльності - підприємства, установи, організації незалежно від форм власності, фізичні особи, що зареєстровані у встановленому чинним законодавством України порядку і мають ліцензію на здійснення діяльності, пов'язаної з наданням туристичних послуг. До них належать як власне туристичні агентства, бюро подорожей, туристичні оператори, туристичні комплекси, так і готелі, кемпінги, мотелі, пансіонати,

підприємства громадського харчування, транспорту, заклади культури, спорту та ін., які забезпечують приймання, обслуговування і перевезення туристів.

Організаційні форми суб'єктів туристичної діяльності Рис. 1.3:

- фірма-туроператор (турорганізатор);
- фірма-турагент.

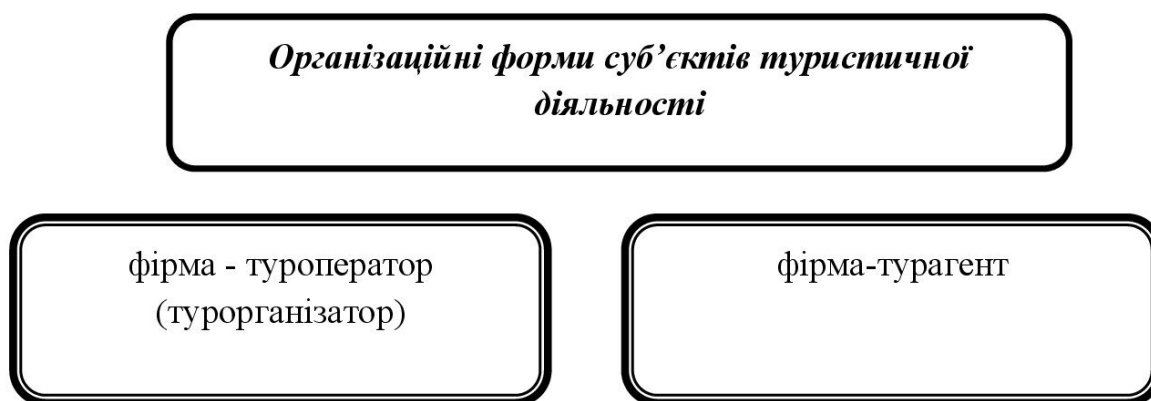


Рис. 1.3. Організаційні форми суб'єктів туристичної діяльності

Фірма-туроператор є виробником туристичного продукту. Вона формує тури - туристичні подорожі, поїздки за визначеними маршрутами у конкретні терміни, забезпечені комплексом туристичних послуг, а також забезпечує їх реалізацію. Фірма-туроператор може самостійно продавати путівки туристам, однак найчастіше виступає як оптовий продавець, який реалізує свій продукт посередникам - турагентам.

Фірма-турагент реалізує за певну винагороду тури фірми-туроператора на підставі укладеного між ними договору - агентської угоди. Турагент забезпечує рекламу турів, їх продаж і доставку клієнтів до місця початку подорожі, здійснює контроль якості обслуговування, збирає зауваження та побажання клієнтів.

Оформлення туристичної документації та страхування туристів можуть здійснювати як туроператор, так і турагент - за домовленістю. Агентська винагорода закладається туроператором як комісійний процент у ціну турпакета або дорівнює проценту знижки з роздрібною ціною туру.

Та сама фірма може виступати на ринку туристичних послуг як туроператор і як турагент одночасно.

За напрямом діяльності розрізняють фірми, які посилають туристів (ініціативні), й такі, що приймають і обслуговують туристів (рецептивні), а також змішані.

Найчастіше туристична фірма діє як посередник між споживачем послуг - туристом та безпосереднім їх виробником - підприємствами обслуговування.

Вимоги до суб'єктів туристичної діяльності:

1. Туристична діяльність підлягає обов'язковому державному ліцензуванню. Видача ліцензій здійснюється відповідно до Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності [12], Державним комітетом молодіжної політики, спорту і туризму України та місцевими органами виконавчої влади у сфері туризму. Ліцензуванню підлягають такі види туристичної діяльності (Рис.1.4):

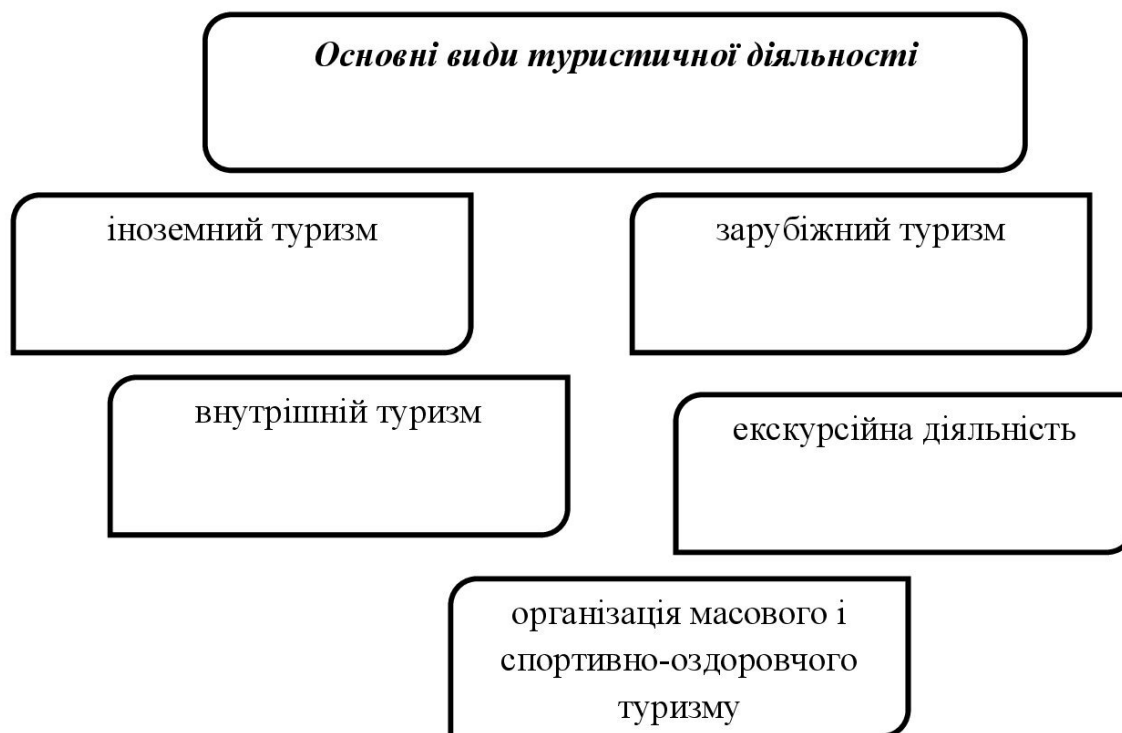


Рис. 1.4. Основні види туристичної діяльності

- іноземний туризм - організація приймання та обслуговування іноземних туристів в Україні;
- внутрішній туризм - організація приймання та обслуговування вітчизняних туристів в Україні;
- зарубіжний туризм - організація туристичних поїздок за межі України;
- екскурсійна діяльність;
- організація масового і спортивно-оздоровчого туризму (піші походи, альпінізм); організація літніх таборів.

Розмір плати за ліцензію встановлено Постановою [12]. Відповідно до цього, плата за видачу копії ліцензії для кожної філії або відокремленого підрозділу становить один неоподатковуваний мінімум за видачу дубліката (17 грн.); за переоформлення ліцензії та за видачу дубліката - 5 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (85 грн.).

2. Готельні послуги та послуги харчування, що надаються суб'єктами туристичної діяльності, підлягають обов'язковій сертифікації на їх відповідність вимогам нормативних документів.

3. Обов'язковим є страхування туристів (медичне та від нещасного випадку), яке здійснюється на основі угод із страховими компаніями, що мають право на здійснення такої діяльності і керуються Законом. Якщо турфірма не здійснює страхування туристів, то приймаються страхові поліси, видані на підставі договору, укладеного безпосередньо між туристом і страховою компанією. Причому необхідно не лише перевірити наявність страхового полісу в туриста, а й додати його копію до договору на надання туристичних послуг.

4. Обов'язкова наявність службового приміщення (офісу), яке відповідає певним, визначеним законодавством, умовам.

5. У штаті суб'єкта туристичної діяльності повинно бути не менш 30 % фахівців зі спеціальною туристичною освітою або стажем роботи у сфері туризму не менш 3 років; для керівника суб'єкта туристичної діяльності або туристичного підрозділу обов'язковою є вища освіта.

6. Обов'язкове надання клієнтам і партнерам повної інформації щодо туристичних послуг, тарифів, умов обслуговування туристів, рекламних, інформаційних, довідкових матеріалів (довідники готелів, закладів громадського харчування, розклади руху транспорту, тарифи на перевезення тощо). Здійснюючи рекламну діяльність, суб'єкт туристичної діяльності повинен керуватися Законом.

7. З метою забезпечення безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані здійснювати: підготовку безпечних умов для перебування туристів, облаштування трас походів, прогулянок, екскурсій, місць проведення змагань, забезпечення туристів спорядженням та інвентарем; навчання туристів засобам профілактики і захисту від травм та нещасних випадків, інструктаж з надання першої медичної допомоги, а також інформування про джерела небезпеки; надання оперативної допомоги туристам, що зазнають лиха, транспортування потерпілих; розробку та реалізацію спеціальних вимог безпеки під час організації та проведення походів з автомобільного, гірського, лижного, велосипедного, водного, мотоциклетного, пішохідного туризму та спелеотуризму.

Суб'єкти туристичної діяльності, які спеціалізуються на організації туристичних подорожей з використанням активних форм пересування туристів, повинні створювати пошуково-рятувальні служби, керуючись Положенням, або укладати угоди з такими службами на обслуговування.

Висновки до розділу 1

Дослідження особливості функціонування ТОВ «Аліра-трєвел» в сучасних умовах господарювання дозволило зробити наступні висновки:

1. В останні роки спостерігається деяке поживлення в рості туристичної галузі в цілому по Україні.

2. Зробивши аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Аліра-трєвел», сильні та слабкі сторони його діяльності, зазначено, що до сильних сторін діяльності можливо віднести наступні:

- вдале розміщення відносно території міста (воно знаходиться в центрі);
- орієнтованість на клієнтів середнього рівня (яких на даний момент більшість);
- наявність власного транспорту;
- наявність всіх необхідних засобів зв'язку (факс, Інтернет і т.д),

До слабких сторін підприємства можна віднести:

- малий робочий колектив;
- недостатність транспорту (в наявності один мікроавтобус);
- не досить широке використання рекламної діяльності.

3. ТОВ «Аліра-трєвел» використовує різні типи маршрутів, такі як: лінійні, радіальні, кільцеві і кросинг тури. В основному це маршрути по Україні, Європі, близькому і далекому зарубіжжю. Для кожного виду туристів фірма пропонує відповідний маршрут. Туристичні документи - документи, які видаються гідю - перекладачу, чи керівнику групи, діють з першого до останнього пункту обслуговування групи (туриста) на маршруті. Складаються з книжки підтвердження, маршрутного листа, туристичної путівки з відривними талонами на транспорт і харчування, а також проїзних документів.

4. Основними джерелами формування прибутку туристичного підприємства є:

– прибуток від надання туристичних послуг або від продажу туристичного продукту. (Це основна складова загального прибутку);

– прибуток від позареалізаційних операцій - це прибуток від пайової участі в спільних підприємствах, здавання майна в оренду, дивіденди на цінні папери, надходження з депозитних вкладів, дохід від володіння борговими зобов'язаннями, надходження від економічних санкцій тощо,

– прибуток від продажу майна включає прибуток від продажу основних фондів (матеріальних активів), нематеріальних активів, цінних паперів інших підприємств тощо. Його розраховують як різницю між ціною продажу та залишковою вартістю.

РОЗДІЛ 2

ОБЛІК ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛІРА-ТРЕВЕЛ»

2.1 Документальне оформлення туристичних послуг

Основними документами на ТОВ «Аліра-тревел» є (Рис.2.1):

- договір з клієнтами;
- договір з підприємствами, які беруть участь у просуванні туристичного продукту;
- туристський ваучер;
- страховий поліс та деякі інші документи при обслуговуванні іноземних туристів.

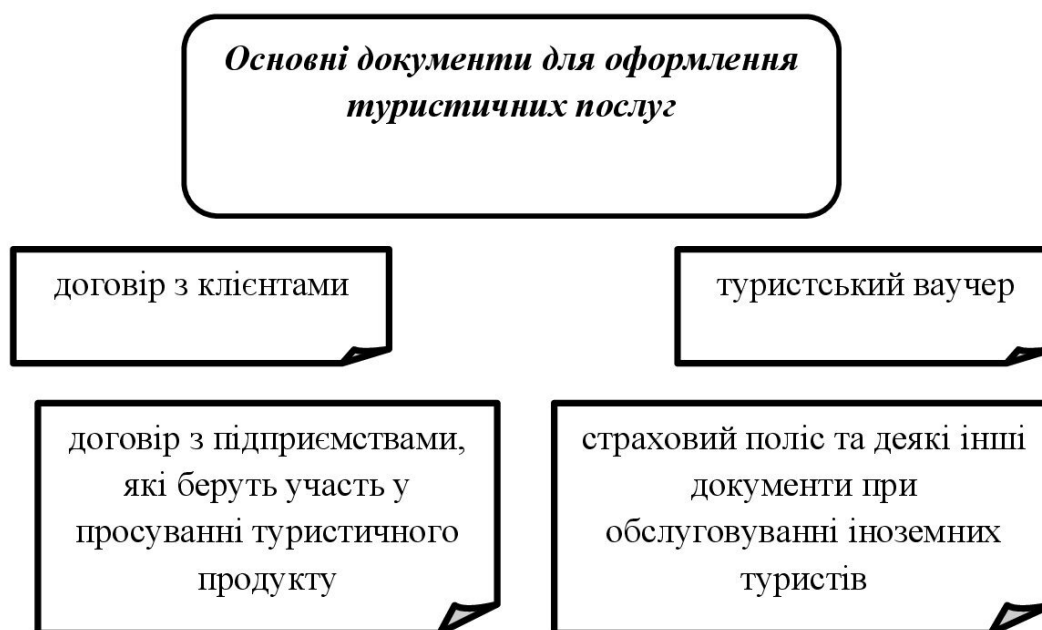


Рис. 2.1. Основні документи для оформлення туристичних послуг

Договір (угода, контракт) з клієнтами укладається в письмовій формі і містить таку інформацію:

- назву країни, місце призначення подорожі;
- дату початку і закінчення подорожі;

- транспортні засоби, які будуть використані для подорожі, їх клас і комфортність;

- назву готелю, в якому розміщуватимуться туристи, його місцезнаходження, класність, категорію номерів з переліком послуг; — систему харчування (повний пансіон, напівпансіон, «шведський стіл» або тільки сніданок);

- ціну туристичної подорожі в гривнях та іноземній валюті;

- маршрут та програму екскурсій на кожен день перебування з визначенням їх терміну та тематики;

- транспортно-візові та медичні вимоги в країні перебування.

Договори з іншими організаціями, підприємствами, приватними підприємцями, що беруть участь у формуванні і просуванні туристичного продукту, це договори з туроператорами, туристичними закладами, з постачальниками і підрядниками вітчизняними і закордонними партнерами, що забезпечують туристів належними умовами розміщення і харчування, засобами транспорту, організацією екскурсій і відпочинку.

Деякі турфірми, не маючи можливості заздалегідь оплачувати закордонні тури, організують свою роботу з іноземними туроператорами й українськими туристами в такий спосіб:

- укладають договори з іноземними туроператорами про співробітництво, відповідно до яких одна сторона (іноземний туроператор) зобов'язується надати турпослуги (відповідної якості і за ціною, визначеною у договорі) туристам, що направляються українською турфірмою, інша сторона (українська турфірма) бере на себе зобов'язання з комплектації туру закордонного туроператора, організації перевезення туристів до місця початку туру тощо;

- укладають договори з українськими туристами, які бажають скористатися послугами іноземного туроператора, одержуючи від них (туристів) грошову суму, що включає в себе повну вартість закордонного туру і винагороду української турфірми;

- перераховують кошти, отримані від українського туриста (за вирахуванням своєї винагороди) іноземному туроператору.

Туристичні фірми сплачують валютою за оформлення віз, у разі відсутності касового апарату розрахунки здійснюються через ощадкасу. Перерахування валюти іноземному партнеру здійснюється після отримання від нього рахунку-фактури, на основі якого оформляється заявка на купівлю валюти.

Відповідно до укладених договорів розробляються програми турів і складаються калькуляції на кожну туристичну поїздку. До договорів (контрактів) туристичні партнери додають зразки своїх туристських ваучерів (на внутрішньому ринку - путівок).

Туристський ваучер (путівка) - документ, що підтверджує статус особи чи групи осіб як туристів, оплату послуг чи її гарантію і є підставою для отримання туристом чи групою туристів туристичних послуг. Це письмовий акцепт суб'єкта туристичної діяльності на виробництво та продаж туристичного продукту. Він (вона) є невід'ємною частиною угоди, а також документом первинного обліку в суб'єктів туристичної діяльності.

Ваучер є фінансовим документом, необхідним для здійснення розрахунків між туристичними підприємствами, що направляють і приймають туристів. Бланк ваучера виготовляється друкованим способом у трьох примірниках під єдиним номером на папері формату А5, який є єдиним за формою як для туриста, що здійснює подорож індивідуально, так і для групи туристів (з обов'язковим зазначенням списку групи). Перший і другий примірники ваучера видаються під розпис туристу, що здійснює подорож індивідуально, чи керівнику туристичної групи перед початком подорожі.

Третій примірник ваучера зберігається в бухгалтерії туристичної фірми, що направляє туриста.

Інформація про кількість реалізованих ваучерів і напрямки пересування туристів відповідно до таких ваучерів надається суб'єктами туристичної

діяльності разом з поданням статистичної звітності за формою № 1-ТУР (річна), за формою № 1-ТУР (к) (за півріччя і 9 місяців [13].

Туристична путівка є предметом реалізації туристичної фірми. Слід зазначити, що погляди щодо дати виникнення доходу від реалізації в бухгалтерському обліку туристичної фірми різняться. Суперечність зводиться до двох підходів. Згідно з першим, дохід виникає в тому звітному періоді, в якому здійснюється продаж путівки, а не тоді, коли фактично відбулася подорож. Претензії, які можуть бути висунуті туристом, не є підставою вважати продукцію нереалізованою. Отже, дохід туристичної фірми виникає на дату надходження коштів на її поточний рахунок або до каси в оплату турпродукту. Другий підхід полягає у визнанні доходу тільки за датою закінчення туру, що більше відповідає національним стандартам бухгалтерського обліку і частіше використовується на практиці.

Суб'єкти туристичної діяльності, які займаються організацією і обслуговуванням іноземних туристів в Україні, повинні дотримуватися вимог Положення, зокрема, їм необхідно щороку оформляти референс - підтвердження Міністерства закордонних справ того, що зарубіжні партнери (за угодами) матимуть візову підтримку консульських установ України за кордоном у разі їх звернення для оформлення туристичних віз іноземцям для подорожі в Україну.

Суб'єкти туристичної діяльності, які приймають іноземних туристів, повинні вести облік усіх документів із в'їзду, виїзду та переміщення туристів в Україні, а саме:

- договорів (контрактів) з іноземними партнерами про співробітництво з обслуговування іноземних туристів в Україні;
- аналогічних договорів з вітчизняними партнерами;
- листів-замовлень іноземного партнера на обслуговування іноземних туристів;
- підтверджень суб'єктів туристичної діяльності іноземному партнеру щодо готовності до приймання іноземних туристів;

- звернень суб'єктів туристичної діяльності в державні заклади і узгоджень з реєстрації і перебування туристів в Україні;
- документів, які підтверджують здійснення трансфера, бронювання місць у готелі для туристів та їх проживання;
- маршрутів і програм туристичних подорожей іноземних туристів, проведення екскурсій тощо.

Суб'єкт туристичної діяльності повинен вести журнал обліку іноземних туристів, де зазначають: прізвище та ім'я іноземця; громадянство; країну, з якої приїхав турист в Україну; серію, номер і дату видачі національного паспорта іноземного туриста; дату в'їзду в Україну, дату і пункт виїзду з України; підприємство розміщення туриста; маршрут туру.

2.2 Облік діяльності у тур агента ТОВ «Аліра-тревел»

Турагент ТОВ «Аліра-тревел», здійснюючи діяльність на підставі договору доручення, отримує як дохід від своєї діяльності комісійну винагороду, яку одразу залишає собі. Кошти, сплачені туристами за турпродукт, за вирахуванням комісійної винагороди є для турагента транзитними. Основні господарські проведення турагента наведені у Таблиці 2.2:

Таблиця 2.2

Основні господарські проведення турагента ТОВ «Аліра-тревел»

№ з/п	Зміст операції	Д	К	ВД	ВВ
1	Надійшла оплата від туриста за турпродукт	301,311	681		
2	Відображені податкові зобов'язання з ПДВ	643	641		
3	Перераховані грошові кошти туроператору	371	301,311		
4	Відображено податковий кредит	641	644		
5	Відображено дохід за датою закінчення туру	361	703	+	
6	Списані суми податкового зобов'язання з ПДВ	703	643		

7	Кошти, перераховані туроператору відображені як інші операційні витрати	94	631		
8	Списано ПДВ	644	631		
9	Проведено залік передоплати з туроператором	631	371		
10	Проведено залік авансу, одержаного від туриста	681	361		
11	Нараховані витрати турфірми	23	66,65		+
12	Списана собівартість наданих послуг	903	23		
Формування фінансового результату					
13	Списано собівартість наданих послуг	791	903		
14	Списано інші операційні витрати	791	94		
15	Списано дохід від реалізації послуг	703	791		

У таблиці 2.3 наведено проведення, коли турагент ТОВ «Аліра-тревел» працює «на замовлення» туриста і за його кошти. Турагент у такому разі може заздалегідь за договором купівлі-продажу придбавати ваучери (путівки) у туроператора, а потім реалізовувати їх туристам, або без отримання у власність ваучерів на підставі договорів про співробітництво з туроператорами реалізовувати туристам путівки, які фактично будуть отримані ними безпосередньо від туроператора на місці надання турпослуг.

Таблиця 2.3

**Основні проведення, коли турагент ТОВ «Аліра-тревел» працює
«на замовлення» туриста і за його кошти**

№ з/п	Зміст операції	Д	К
1	Куплено путівки у туроператора	331	631
2	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	631
3	Перераховані грошові кошти туроператору за путівки	631	311
4	Надійшли грошові кошти від туристів за путівки	301,311	681
5	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	643	641
6	Нараховані витрати турфірми	23	66,65
7	Передані путівки покупцю	361	703
8	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	703	643
9	Прведено залік переоплати	681	631

Продовж.табл.2.3

10	Списано номінальну вартість путівки	903	331
11	Списано собівартість наданих послуг	903	23
12	Списано собівартість наданих послуг	791	903
13	Списано дохід від реалізації послуг	703	791

Бухгалтерський облік реалізації турпродукту без фактичної наявності путівки у турагента подано в Таблиці 2.4 (надходження грошових коштів від туристів та формування фінансового результату):

Таблиця 2.4

Облік реалізації турпродукту без фактичної наявності путівки

№ з/п	Зміст операції	Д	К
Надходження грошових коштів від туристів			
1	Одержані кошти за путівки	301,311	681
2	Одержано комісійну винагороду	301,311	681
3	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	643	641
4	Перераховані грошові кошти тур фірми за путівки	631	311
5	Відображено податковий кредит з ПДВ	641	644
6	Прведений залік заборгованостей на підставі звіту про виконання договорів	681	631
7	Відображенно закриття розрахунків з ПДВ на підставі наданного туроператору звіту про виконання умов договору про співробітництво	644	643
8	Відображено суму комісійної винагороди як доходу	361	703
9	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	703	643
10	Проведено залік авансу, одержаного від туриста	681	361
Формування фінансового результату			
11	Списано собівартість наданих послуг	791	903
12	Списано дохід від реалізації послуг	703	791

Іноді туристичне агентство, не підписуючи договори доручення і комісії, надає інформаційні послуги (дані про ціни, якість обслуговування, екскурсійні

та розважальні програми туроператорів) без фактичного отримання коштів від туриста і перерахування їх туроператору. Турист, у свою чергу, оплачує інформаційні послуги турагентства та вояжує за обраним ним маршрутом, оплачуючи послуги туроператора на місці. Відображення цих операцій в обліку показано в Таблиці 2.5:

Таблиця 2.5

**Відображення інформаційних послуг у турагента
ТОВ «Аліра-тревел»**

№ з/п	Зміст операції	Д	К
Надходження грошових коштів від туристів			
1	Надані туристу інформаційні послуги з пошуку бази відпочинку згідно з його вимогами	361	703
2	Відображено податкові зобов'язання з ПДВ	703	641
3	Надійшли грошові кошти від туриста за інформаційні послуги	311	361
Формування фінансового результату			
4	Списана собівартість наданих послуг	903	23
5	Списана собівартість наданих послуг	791	903
6	Списано дохід від реалізації послуг	703	791

Приклад відображення в обліку турфірми реалізації послуг із зарубіжного туризму наведено в табл. 2.6 (за умови оплати послуг з придбання іноземної валюти за рахунок турфірми).

Таблиця 2.6

**Відображення в обліку ТОВ «Аліра-тревел» реалізації послуг із
зарубіжного туризму**

№ з/п	Зміст операції	Д	К	ВД	ВВ
1	Надійшли грошові кошти від українського туризму	311	681	+	
2	Відображені податкові зобов'язання з ПДВ	643	641		
3	Перераховані грошові кошти для купівлі валюти	333	311		

4	Нарарховано комісійну винагороду банку	92	631		+
5	Здійснено оплату послуг банку	631	333		
6	Нарховано збір до Пенсійного фонду 1%	92	651		+
7	Перераховано суму збору до Пенсійного фонду	651	311		
8	Зарховано валюту на валютний рахунок	312	333		
9	Перераховані грошові кошти іноземному туроператору	685	312		
10	Проведено залік авансу	681	685		
11	Списання собівартості послуг накладних витрат	23	91		
12	Відображено суму комісійної винагороди	361	703		
13	Списано ПДВ	703	643		
14	Проведено залік взаємозаборгованостей	681	361		
15	Списана собівартість наданих послуг	903	23		
16	Списано собівартість на фінансовий результат	791	903		
17	Списано дохід від реалізації на фінансовий результат	703	791		

2.3 Собівартість турпослуг ТОВ «Аліра-тревел»

Згідно з п. 138.8 ПКУ [14] собівартість виготовлених та реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг складається з витрат, прямо пов'язаних з виробництвом таких товарів, виконанням робіт, наданням послуг, а саме:

- прямих матеріальних витрат;
- прямих витрат на оплату праці;
- амортизації виробничих основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг;
- загальновиробничих витрат, які відносяться на собівартість виготовлених та реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку;
- вартості придбаних послуг, прямо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг;

– інших прямих витрат.

До складу прямих матеріальних витрат включається вартість сировини та основних матеріалів, що утворюють основу виготовленого товару, виконаної роботи, наданої послуги, придбаних напівфабрикатів та комплектувальних виробів, допоміжних та інших матеріалів, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат. Прямі матеріальні витрати зменшуються на вартість зворотних відходів, отриманих у процесі виробництва, які оцінюються у порядку, визначеному в положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку (п.п. 138.8.1 ПКУ).

До складу прямих витрат на оплату праці включаються заробітна плата та інші виплати працівникам, зайнятим у виробництві товарів (виконанні робіт, наданні послуг), які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного об'єкта витрат (п.п. 138.8.2 ПКУ).

До складу загальновиробничих витрат включаються (п.п. 138.8.5 ПКУ):

– витрати на управління виробництвом (оплата праці працівників апарату управління цехами, дільницями відповідно до законодавства тощо; внески на соціальні заходи, визначені ст. 143 ПКУ; медичне страхування, страхування відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» [15], страхування за довгостроковими договорами страхування життя в межах, визначених абз. 2 і 3 п. 142.2 ПКУ, працівників апарату управління цехами, дільницями; витрати на оплату службових відряджень персоналу цехів, дільниць тощо);

– амортизація основних засобів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення;

– амортизація нематеріальних активів загальновиробничого (цехового, дільничного, лінійного) призначення;

– витрати на утримання, експлуатацію та ремонт, страхування, оперативну оренду основних засобів, інших необоротних активів загальновиробничого призначення;

– витрати на вдосконалення технології та організації виробництва (оплата праці та внески на соціальні заходи, визначені ст. 143 ПКУ, працівників, зайнятих удосконаленням технології та організації виробництва, поліпшенням якості продукції, підвищенням її надійності, довговічності, інших експлуатаційних характеристик у виробничому процесі; витрати матеріалів, придбаних комплектувальних виробів і напівфабрикатів, оплата послуг сторонніх організацій);

– витрати на опалення, освітлення, водопостачання, водовідведення та інші послуги з утримання виробничих приміщень;

– витрати на обслуговування виробничого процесу (оплата праці загальновиробничого персоналу; внески на соціальні заходи, визначені ст. 143 ПКУ; медичне страхування, страхування відповідно до Закону України «Про недержавне пенсійне забезпечення» та страхування за довгостроковими договорами страхування життя в межах, визначених абз. 2 і 3 п. 142.2 ПКУ, робітників та працівників апарату управління виробництвом; витрати на здійснення технологічного контролю за виробничими процесами та якістю продукції, робіт, послуг);

– витрати на охорону праці, техніку безпеки, понесені відповідно до законодавства;

– суми витрат, пов'язаних із підтвердженням відповідності продукції, систем якості, систем управління якістю, систем екологічного управління, персоналу, встановленим вимогам відповідно до Закону України «Про підтвердження відповідності»;

– суми витрат, пов'язаних з розвідкою/дорозвідкою та облаштуванням нафтових та газових родовищ (за винятком витрат на спорудження будь-яких свердловин, що використовуються для розробки нафтових та газових родовищ, понесених з моменту зарахування таких свердловин до експлуатаційного фонду, а також інших витрат, пов'язаних з придбанням/виготовленням основних засобів, які підлягають амортизації згідно із ст. 148 ПКУ);

– інші загальновиробничі витрати (внутрішньозаводське переміщення матеріалів, деталей, напівфабрикатів, інструментів із складів до цехів і готової продукції на склади); нестачі незавершеного виробництва, нестачі і втрати від псування матеріальних цінностей у цехах у межах норм природного убутку згідно із затвердженими центральними органами виконавчої влади та погодженими Мінфіном нормативами.

До складу інших прямих витрат включаються всі інші виробничі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт витрат, у тому числі внески на соціальні заходи, визначені ст. 143 ПКУ, плата за оренду земельних і майнових паїв (п. 138.9 ПКУ).

Загальновиробничі витрати включаються до собівартості послуг завдяки змінам, внесеним Законом України від 07.07.2011 р. № 3609-VI, з 01.08.2011 р [16].

Орієнтуючись на норми ПКУ, підприємство до собівартості виготовлених (створених) та наданих послуг включає конкретні прямі витрати, пов'язані з послугами виїзного туризму.

Створюючи туристичний продукт, підприємство включає в нього комплекс туристичних послуг (поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною), складає відповідну калькуляцію. До складу туристичного продукту входять послуги перевезення, послуги розміщення туриста в готелях та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції та ін.).

Відповідно, витрати туроператора ТОВ «Аліра-тревел», що включаються до податкової собівартості, складаються з :

– витрат на оплату праці кваліфікованих працівників з освітою та стажем роботи в галузі туризму та нарахувань на зарплату;

– загальноновиробничих витрат (послуги оренди офісу, витрати на опалення, освітлення, водопостачання та інші – якщо витрати пов'язані із створенням продукту);

– амортизації основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з наданням послуг;

– витрат на придбання послуг, прямо пов'язаних з наданням послуг виїзного туризму (послуги постачальників – готелів, перевізників, витрати на оформлення страхового полісу та ін.);

– інших прямих витрат (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції та ін.).

Слід звернути увагу, що витрати з оплати праці адміністративного персоналу, на оренду приміщення, в якому знаходиться такий персонал, витрати на телефонні розмови та ін. відносяться до адміністративних витрат підприємства.

Підприємству необхідно обережно формувати склад адміністративних витрат для податкових цілей відповідно до пп. 138.10.2 ПКУ. Адміністративні витрати відображаються у Додатку АВ та рядку 06.2 Податкової декларації з податку на прибуток підприємства, затвердженої наказом ДПАУ від 28.02.2011 р. № 114.

Здебільшого принципи їх класифікації збігаються з бухгалтерськими, наведеними в п. 18 П(С)БО 16 «Витрати» [17]. Для складання Декларації підприємство може використовувати бухгалтерський рахунок 92 «Адміністративні витрати», але необхідно звернути увагу на те, що не всі витрати у бухгалтерському обліку мають бути включені у податковий облік (витрати обмежено чи взагалі заборонені), наприклад послуги, отримані від платника єдиного податку, та інші. Тобто необхідно прискіпливо переглянути склад витрат, віднесених на рахунок 92 «Адміністративні витрати».

В податковому та бухгалтерському обліку адміністративні витрати – це загальногосподарські витрати, спрямовані на обслуговування та управління підприємством. Але є й відмінності. Наприклад, витрати на Інтернет-послуги,

що широко використовуються для загальногосподарських потреб, у бухгалтерському обліку потрапляють до складу адміністративних витрат. А в податковому обліку їх місце в інших операційних витратах згідно з пп. «в» пп. 138.10.4 ПКУ. Тому їх показують у рядку 06.5.40 Додатка ІВ.

Також є ще один вид витрат, які зазвичай визнавали адміністративними витратами у бухгалтерському обліку, – нарахування податків та зборів. Відповідно до пп. «в» пп. 138.10.4 ПКУ це не адміністративні витрати, а інші операційні витрати, які показують у рядку 06.5.13 Додатка ІВ.

До наказу про облікову політику підприємствам, що займаються туристичною діяльністю, необхідно включити розділ «Податковий облік», в якому прописати особливості обліку підприємства та обов'язково включити до нього пункт «Калькуляція собівартості» з переліком статей калькуляції конкретної послуги. Наявність такого документа слугуватиме додатковим аргументом при податковій перевірці платника податків.

2.4 Податковий облік у турагента ТОВ «Аліра-тревел»

Що стосується відображення в податковому обліку операцій, пов'язаних з оплатою в іноземній валюті, то підприємству необхідно враховувати правила, встановлені п. 135.2 та 138.2 ПКУ, а саме: доходи чи витрати підприємства визначаються на підставі первинних документів, що підтверджують отримання платником податку доходів чи здійснення витрат, обов'язковість ведення і зберігання яких передбачено правилами ведення бухгалтерського обліку. Суми попередньої оплати (авансу), отримані від покупців в рахунок оплати вартості товарів (виконаних робіт, наданих послуг) або сплачені продавцям, на підставі пп. 136.1.1 та пп. 139.1.3 ПКУ не включаються до складу доходів чи витрат звітного періоду. У такому ж порядку підприємство визначає доходи та витрати, виражені в іноземній валюті.

Оподаткування операцій з розрахунками в іноземній валюті визначено п. 153.1 ПКУ.

Згідно з пп. 153.1.1 ПКУ доходи, отримані/нараховані платником податку в іноземній валюті у зв'язку з продажем товарів, виконанням робіт, наданням послуг, у частині їхньої вартості, що не була сплачена в попередніх звітних податкових періодах, перераховуються в національну валюту за офіційним курсом національної валюти до іноземної валюти, що діяв на дату визнання таких доходів згідно з цим розділом, а в частині раніше отриманої оплати за курсом, що діяв на дату її отримання.

Згідно з п.153.1.2 ПКУ витрати, здійснені (нараховані) платником податку в іноземній валюті у зв'язку з придбанням у звітному податковому періоді товарів, робіт, послуг, у встановленому порядку включаються до витрат такого звітного податкового періоду шляхом перерахування в національну валюту тієї частини їх вартості, що не була раніше оплачена, за офіційним курсом національної валюти до іноземної валюти, що діяв на дату здійснення операції з такого придбання, а в частині раніше проведеної оплати – за таким курсом, що діяв на дату здійснення оплати.

Визначення курсових різниць від перерахунку операцій, виражених в іноземній валюті, заборгованості та іноземної валюти здійснюється відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку (пп. 153.1.3 ПКУ).

При цьому прибуток (додатне значення курсових різниць) враховується у складі доходів платника податку, а збиток (від'ємне значення курсових різниць) – у складі витрат.

Також у разі придбання іноземної валюти до складу, відповідно, витрат або доходів звітного періоду включається додатна або від'ємна різниця між курсом іноземної валюти до гривні, за яким придбавається іноземна валюта, та курсом, за яким визначається балансова вартість такої валюти.

Термін «балансова вартість іноземної валюти» означає вартість іноземної валюти, визначену за офіційним курсом національної валюти до іноземної валюти, на дату звітного балансу.

Термін «вартість іноземної валюти на дату здійснення операції» означає вартість іноземної валюти, визначену за офіційним курсом національної валюти до іноземної валюти, на дату здійснення операції.

Слід зазначити, що оновлений Законом № 3609-VI пп. 153.1.2 ПКУ діє з 01.04.2011 р. (тобто зміни запроваджені «заднім» числом). Відповідно до змін витрати в податковому обліку будуть відображатися аналогічно бухгалтерському обліку (П(С)БО 21 «Вплив змін валютних курсів») [18].

Підприємству при визнанні сплачених авансом інвалютних витрат слід брати курс НБУ на дату здійснення розрахунків.

У разі коли постачальникам сплачують інвалютні кошти після фактичного придбання (отримання) послуг, необхідно застосовувати курс НБУ на дату такого придбання (у подальшому виникають курсові різниці за кредиторською заборгованістю на дату здійснення розрахунків або на дату балансу).

При частковій передоплаті послуг витрати визнають за курсом НБУ на дату передоплати (при здійсненні передоплати декілька разів витрати визнають кожний раз, виходячи з курсу на відповідну дату), а щодо витрат на ту частину послуг, яку сплачують після їх придбання (отримання), необхідно застосовувати курсу НБУ на дату такого придбання (у подальшому виникають курсові різниці за кредиторською заборгованістю (несплаченою частиною) на дату здійснення розрахунків або на дату балансу).

Підприємству необхідно враховувати, що відповідно до Інструкції про міжбанківський переказ коштів в Україні [19] в національній валюті підставою для переказування уповноваженими банками та іншими фінансовими установами коштів у національній та іноземній валюті на рахунок нерезидентів за дорученням резидентів – суб'єктів підприємницької діяльності щодо оплати робіт, послуг, прав інтелектуальної власності вважаються такі документи:

– договір з нерезидентом, оформлений відповідно до вимог чинного законодавства України, або інший документ, який має силу договору;

– документи, які свідчать про фактично надані послуги, виконані роботи чи передані права інтелектуальної власності.

Згідно з Інструкцією про міжбанківський переказ коштів в Україні в національній валюті [19], копії документів, що є підставою для переказу коштів нерезидентам, залишаються в банку на зберіганні. При цьому документи, складені іноземною мовою, мають бути перекладені українською мовою (переклад засвідчується особою, яка має офіційний дозвіл на здійснення перекладів) і нотаріально засвідчені в Україні. Не перекладаються документи, складені російською мовою, а також ті, текст яких викладено іноземною мовою з одночасним його викладенням українською (російською) мовою.

Висновки до розділу 2

Дослідження облік та аналізу туристичної діяльності на підприємстві ТОВ «Аліра-тревел» дозволило зробити наступні висновки:

1. Основними документами на ТОВ «Аліра-тревел» є:
 - договір з клієнтами;
 - договір з підприємствами, які беруть участь у просуванні туристичного продукту;
 - туристський ваучер;
 - страховий поліс та деякі інші документи при обслуговуванні іноземних туристів.
2. Турагент ТОВ «Аліра-тревел», здійснюючи діяльність на підставі договору доручення, отримує як дохід від своєї діяльності комісійну винагороду, яку одразу залишає собі. Кошти, сплачені туристами за турпродукт, за вирахуванням комісійної винагороди є для турагента транзитними.
3. Згідно з Податковим кодексом України, собівартість виготовлених та реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг складається з витрат, прямо пов'язаних з виробництвом таких товарів, виконанням робіт, наданням послуг, а саме:
 - прямих матеріальних витрат;
 - прямих витрат на оплату праці;
 - амортизації виробничих основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг;
 - загальновиробничих витрат, які відносяться на собівартість виготовлених та реалізованих товарів, виконаних робіт, наданих послуг відповідно до положень (стандартів) бухгалтерського обліку;
 - вартості придбаних послуг, прямо пов'язаних з виробництвом товарів, виконанням робіт, наданням послуг;
 - інших прямих витрат.

4. Створюючи туристичний продукт, підприємство включає в нього комплекс туристичних послуг (поєднує не менше ніж дві такі послуги, що реалізуються або пропонуються для реалізації за визначеною ціною), складає відповідну калькуляцію. До складу туристичного продукту входять послуги перевезення, послуги розміщення туриста в готелях та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням (наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції та ін.).

5. Відповідно, витрати туроператора ТОВ «Аліра-тревел», що включаються до податкової собівартості, складаються з :

– витрат на оплату праці кваліфікованих працівників з освітою та стажем роботи в галузі туризму та нарахувань на зарплату;

– загальновиробничих витрат (послуги оренди офісу, витрати на опалення, освітлення, водопостачання та інші – якщо витрати пов'язані із створенням продукту);

– амортизації основних засобів та нематеріальних активів, безпосередньо пов'язаних з наданням послуг;

– витрат на придбання послуг, прямо пов'язаних з наданням послуг виїзного туризму (послуги постачальників – готелів, перевізників, витрати на оформлення страхового полісу та ін.);

– інших прямих витрат (послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції та ін.).

РОЗДІЛ 3

АУДИТ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «АЛПА-ТРЕВЕЛ»

3.1 Методика проведення аудиту туристичних послуг

Згідно зі ст. 1 Закону України «Про туризм», туристична діяльність - це діяльність із надання різних туристичних послуг відповідно діючому законодавству [7].

З огляду на те, що на сьогодні практично всі туристичні підприємства є приватними, фінансово-господарський контроль на них здійснюється у формі незалежного аудиту та податкового контролю.

Метою аудиту на туристичних підприємствах є встановлення законності, правильності та доцільності діяльності суб'єкта туристичного бізнесу.

Завданнями аудиту є (Рис. 3.1):



Рис. 3.1. Завдання аудиту на туристичних підприємствах

Джерелами інформації (Рис. 3.2) під час проведення аудиту крім загальновідомої документації застосовується специфічна документація:

- 1) договори з туристами;
- 2) калькуляція витрат;
- 3) страховий поліс туриста;
- 4) сертифікат відповідності послуг, що надаються;
- 5) ліцензії та інші дозволи на здійснення туристичної діяльності;
- 6) прибуткові касові ордера на оплату за послуги, що надаються, тощо.

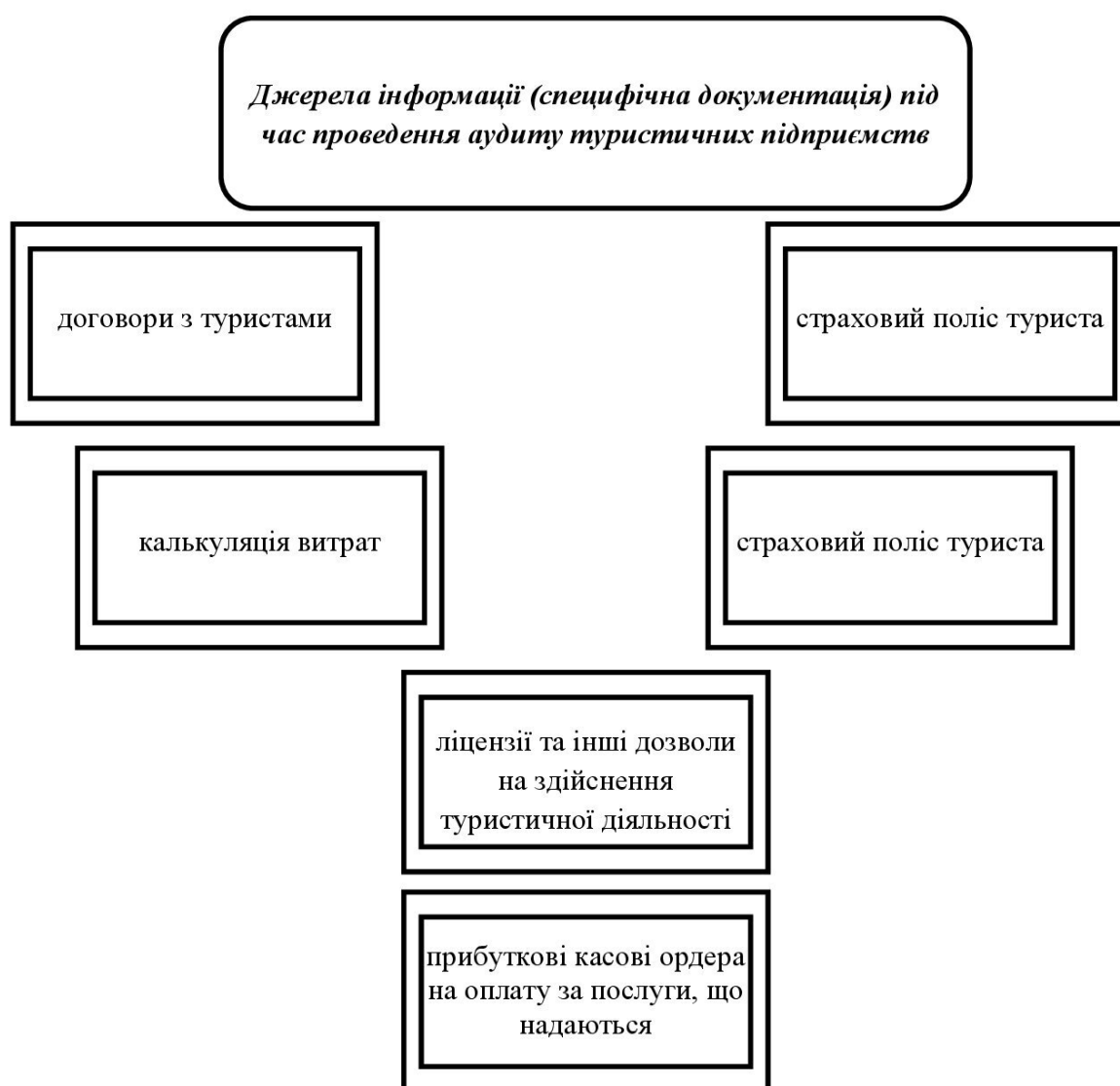


Рис. 3.2. Джерела інформації (специфічна документація) під час проведення аудиту туристичних підприємств

Аудит підприємств, що надають туристичні послуги, здійснюється за типовим алгоритмом (рис. 3.3)

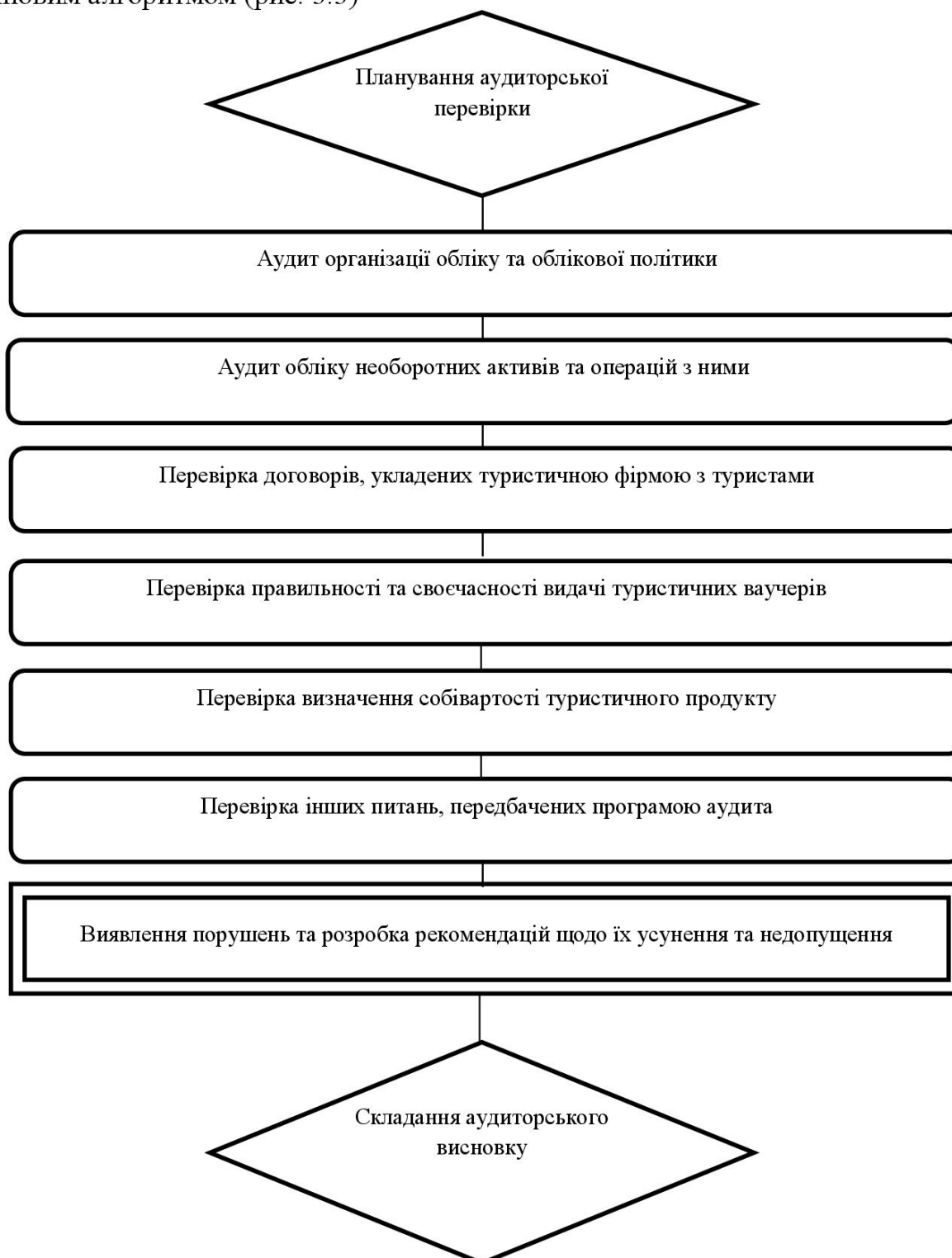


Рис. 3.3. Типовий алгоритм аудиту діяльності суб'єктів туристичної діяльності

Як видно з рис. 3.3, аудит суб'єктів туристичної діяльності містить деякі специфічні напрями перевірки:

1. Перевірка, укладених договорів туристичною фірмою з туристами. Перевіряється строк виконання кожного окремого договору, суми договірних зобов'язань та зіставляється сума оплати туристичної послуги, що надається, зазначена в договорі, з прибутковим касовим ордером.

2. Перевірка правильності та своєчасності видачі туристичних ваучерів. Бланки ваучерів є документами суворої звітності. Тому досліджується порядок їх видачі. Оскільки туристичний ваучер є не тільки підставою для отримання туристом послуг, зазначених у договорі, а й гарантією оплати послуг для сторони, що приймає туриста, то спостерігаються випадки безпідставного списання бланків ваучерів з метою вчинення махінацій. Особливе місце посідає також облік бланків туристичних ваучерів. Згідно із законодавством вони повинні обліковуватись на рахунку 209 «Інші матеріали» та забалансовому рахунку 08 «Бланки суворого обліку».

3. Перевірка визначення собівартості туристичного продукту.

Собівартість туристичного продукту — це вартісна оцінка матеріальних та інших витрат, які використовуються у процесі виробництва та продажу туристичного продукту, а також інших витрат на його просування та реалізацію. Собівартість реалізованого туристичного продукту складається з виробничої собівартості продукції, яка була реалізована впродовж року, нерозподілених постійних загальновиробничих витрат та наднормативних виробничих витрат.

Суб'єкти туристичної діяльності також підлягають обов'язковому контролю з боку податкових органів. Метою податкового контролю діяльності суб'єктів туристичної діяльності є встановлення законності, правильності й повноти розрахунків підприємства з бюджетом та державними цільовими фондами в частині сплати ним податків, зборів та обов'язкових платежів.

Типовий алгоритм податкової перевірки суб'єктів туристичної діяльності наведено на рис. 3.4.

Отже, під час здійснення податкового контролю діяльності суб'єктів підприємництва, що надають туристичні послуги, особливостей немає. Всі питання податкової перевірки опрацьовуються за загальноприйнятими напрямками.

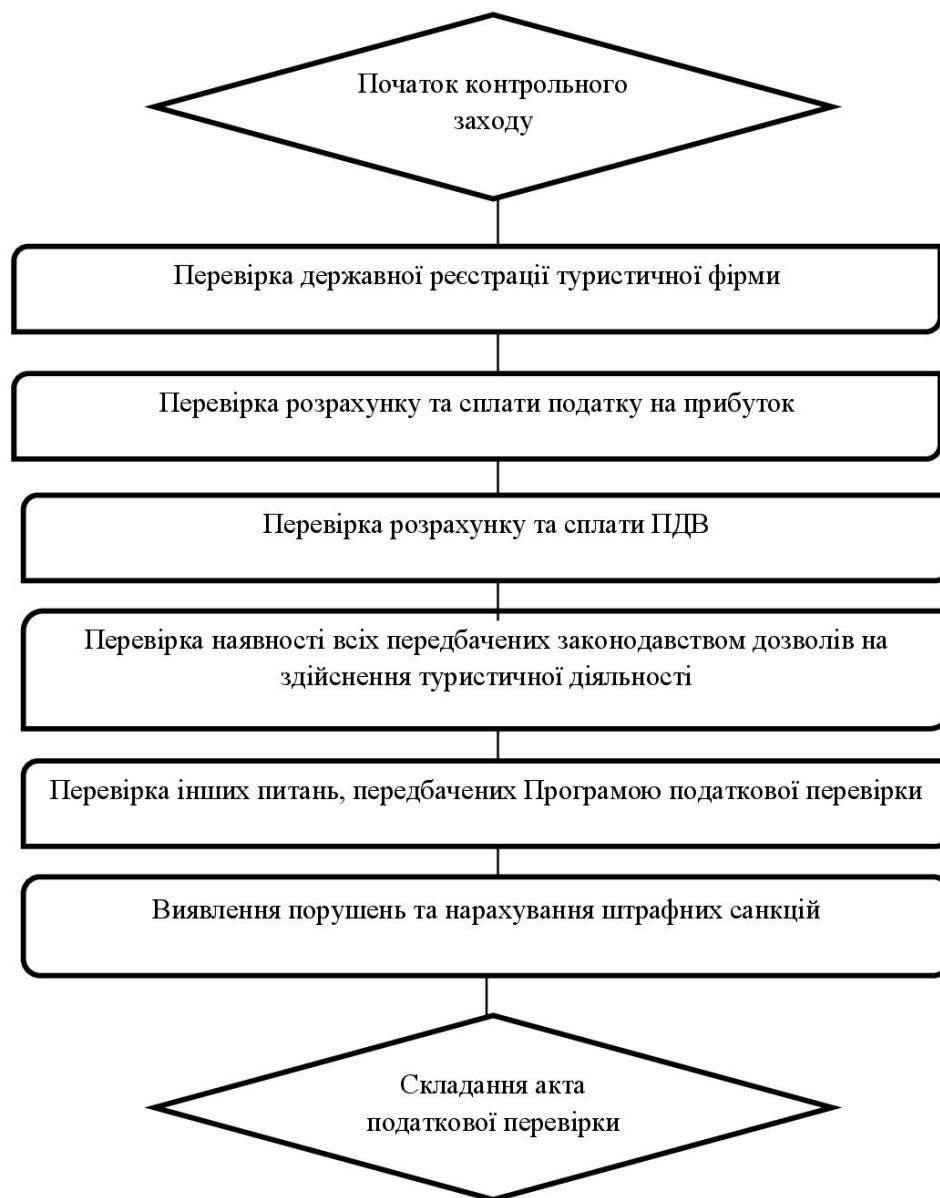


Рис. 5.5. Типовий алгоритм податкового контролю діяльності суб'єктів туристичної діяльності

3.2 Контроль в управлінні туристичною діяльністю

У найбільш загальному вигляді контроль - це процес зіставлення фактично досягнутих результатів із запланованими. Контроль як функція менеджменту — це вид управлінської діяльності, яка забезпечує можливість досягнення організацією своїх цілей шляхом періодичного оцінювання, зіставлення поточних результатів зі встановленими планами (стандартами) і відповідне їх коригування.

Є три види контролю.

Попередній контроль здійснюється до фактичного початку робіт. Основним засобом здійснення попереднього контролю є реалізація (не створення) певних правил, процедур, ліній поведінки, у трьох сферах:

- людські ресурси - йдеться про аналіз ділових та професійних знань і навичок, необхідних для виконання конкретних завдань організації;
- матеріальні ресурси - визначаються вимоги до якості сировини та ресурсів виробничо-обслуговуючої діяльності;
- фінансові ресурси - механізмом попереднього контролю в цьому випадку є бюджет: коли, скільки, яких засобів (готівкових, безготівкових) необхідно організації.

На практиці попередній контроль потребує поділу на два різновиди:

- діагностичний контроль (охоплює встановлені виміри, параметри, вимірювачі, еталони, попереджувальні сигнали, які свідчать про негаразди в організації);
- терапевтичний контроль (виявляє відхилення від нормативів і дає змогу вжити виправних заходів).

Поточний контроль здійснюється в ході виконання робіт і дозволяє виключити відхилення від визначених планів і інструкцій.

Такий вид контролю неможливий без ефективного зворотного зв'язку на всіх рівнях горизонтального і вертикального поділу праці в турфірмі. Найчастіше його об'єктом є співробітник.

Заключний контроль має на меті уникнення помилок у майбутньому і формує інформаційно-аналітичну основу планування аналогічних робіт у майбутньому.

Реалізація функції контролю здійснюється в декілька етапів:

А - встановлення стандартів, визначення часових меж і конкретних критеріїв оцінювання роботи, які стають основою розробки показників результативності.

Б - зіставлення досягнутих результатів зі встановленими стандартами, визначення допустимості або відносної безпечності виявлених відхилень від стандартів. При цьому оцінюється масштаб цих відхилень, вимірюються результати, передаються й оцінюються відомості, які стосуються своєчасного інформування про стандарти і результати.

В - прийняття необхідних коригувальних дій, які передбачають вибір відповідної поведінки: нічого не робити, усунути відхилення, переглянути стандарти.

У процесі контролю здійснюється моніторинг таких показників функціонування турфірми:

- кількість розроблених і реалізованих турів;
- якість обслуговування;
- кількість повторних звернень клієнтів;
- ступінь задоволення туристів наданими послугами тощо.

Кожен показник оцінюється за відповідною шкалою, а результат зіставляється із запланованим. Після цього виявляються відхилення, за якими можна визначити напрями коригування роботи менеджерів з метою підвищення її ефективності.

У практиці менеджменту застосовуються різні організаційні прийоми і форми контролю: нагляд (спостереження) вищих посадовців за діями підлеглих; аналіз документів; опитування (анкетування) працівників; заслуховування звітів підлеглих на нарадах, засіданнях, зібраннях; запит письмових звітів про результати роботи за певний період (або результатів

виконання прийнятого рішення). Значно поширеними є також ревізії, аудит, судовий контроль.

Останніми роками розвивається ще одна система контролю - контролінг. Це цілісна система, орієнтована на виявлення шансів і ризиків організації як зовнішнього, так і внутрішнього характеру, пов'язаних із досягненням стратегічної мети. Контролінг включає:

- створення і використання відповідної системи обліку і звітності;
- виявлення та аналіз відхилень фактичних витрат і загальних результатів від планових;
- забезпечення зворотного зв'язку і надання керівництву оперативної інформації про відхилення;
- виявлення недоліків і слабких місць у діяльності підприємства та їх усунення.

Головне в розумінні цієї функції - оцінка успішності виконання визначених організацією планів і задоволення потреб внутрішнього і зовнішнього середовища. У класичному менеджменті цю функцію розуміють як вид управлінської діяльності, завдяки якому організацію можна спрямовувати на потрібний (правильний) шлях, порівнюючи показники її діяльності з установленими стандартами (планами). Дуже важливо не перетворювати управлінську функцію контролю в засіб адміністративних дій (покарань).

Фактично система контролю забезпечує зв'язок між очікуваннями і реальними показниками діяльності організації, встановлюючи відхилення від заданих показників.

У практиці управління є технологія контролю, в основі якої покладено вимоги-критерії:

- ефективність контролю визначає успішність, корисність контролю (зменшення витрат, пов'язаних із виявленням і запобіганням виявлених у процесі контролю недоліків; скорочення витрат на контроль, витрат на персонал та техніку контролю);

- ефект впливу на людей з'ясовує такі питання: викликає технологія контролю позитивні чи негативні стимули, стресові реакції (демотивація праці);

- виконання завдань контролю полягає в тому, що контроль має визначити міру збігів або відхилень у системі управління організацією, сприяти виправленню відхилень та розробці ефективних рішень;

- визначення меж контролю зумовлюється тим, що не можна вживати контрольних заходів без обмежень.

У теорії менеджменту визначають і певні умови (вимоги) ефективного контролю: стратегічна спрямованість, орієнтація на кінцевий результат, відповідність справі, сучасність, гнучкість, простота, економічність.

На практиці кожна управлінська функція спонукається іншою, отже, функція контролю не є кінцевим пунктом усього процесу планування; виникає своєрідний поступовий рух колом: інформація, отримана в процесі контролю, може використовуватися на етапі планування, організації і мотивації співробітників тощо.

Висновки до розділу 3

Дослідження аудиту туристичної діяльності на підприємстві ТОВ «Аліра-тревел» дозволило зробити наступні висновки:

1. Туристична діяльність - це діяльність із надання різних туристичних послуг відповідно діючому законодавству. До підприємств сфери туристичних послуг належать: туристичні агенції, бюро подорожей, бюро екскурсій, екскурсійні бюро, бюро з приймання туристів, туристичні оператори, готелі, мотелі, кемпінги, туристичні комплекси та бази, інші юридичні та фізичні особи, які здійснюють туристичну діяльність згідно з їх статутами або положеннями.

2. До послуг, які можуть надаватися туристам належать послуги з їх розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги установ культури, спорту, побуту, розваг тощо, спрямовані на задоволення потреб цієї категорії громадян.

3. Метою аудиту на туристичних підприємствах є встановлення законності, правильності та доцільності діяльності суб'єкта туристичного бізнесу. Завданнями аудиту є:

- 1) перевірка наявності дозволів на здійснення туристичної діяльності;
- 2) перевірка наявності та законності сертифікатів відповідності послуг, що надаються;
- 3) контроль дотримання правил страхування туристів;
- 4) контроль правильності розрахунку та сплати податків, зборів та обов'язкових платежів;
- 5) перевірка законності договорів з туристами;
- 6) контроль правильності розрахунку собівартості туристичних послуг тощо.

4. Джерелами інформації під час проведення аудиту крім загальновідомої документації застосовується специфічна документація:

- 1) договори з туристами;
- 2) калькуляція витрат;

- 3) страховий поліс туриста;
- 4) сертифікат відповідності послуг, що надаються;
- 5) ліцензії та інші дозволи на здійснення туристичної діяльності;
- 6) прибуткові касові ордера на оплату за послуги, що надаються, тощо

5. Суб'єкти туристичної діяльності також підлягають обов'язковому контролю з боку податкових органів. Метою податкового контролю діяльності суб'єктів туристичної діяльності є встановлення законності, правильності й повноти розрахунків підприємства з бюджетом та державними цільовими фондами в частині сплати ним податків, зборів та обов'язкових платежів.

ВИСНОВКИ

В Україні стан організації обліку туристичної діяльності та відображення в звітності її результатів потребує серйозних доопрацювань. Відбулась зміна умов ліцензування туристичних агентів, що зумовило необхідність детального контролю за їх діяльністю. У зв'язку з тим, що на території України відбулося успішне міжнародних змагань, до туроператорів і тур агентів нашої країни зріс інтерес зовнішніх інвесторів. Для залучення інвесторів виникла необхідність в чіткому відображенні господарських операцій та визначенні фінансових результатів суб'єктів туристичної галузі.

Метою дипломної роботи є дослідження і узагальнення теоретичних та практичних аспектів обліку й аудиту туристичної діяльності.

Предметом дослідження є господарські операції по наданню туристичних послуг та методика введення обліку на базовому підприємстві.

Об'єктом дослідження є сучасний стан обліку туристичної діяльності на ТОВ «Аліра-тревел».

Закон України «Про туризм» передбачає наступні джерела фінансування туризму, тобто «туристична діяльність здійснюється за рахунок:

- власних фінансових ресурсів суб'єктів туристичної діяльності, грошових внесків громадян і юридичних осіб;
- позичкових фінансових коштів (облігаційні позики, банківські та бюджетні кредити);
- безоплатних та благодійних внесків, пожертвувань підприємств, установ, організацій і громадян;
- позабюджетних фондів;
- коштів фонду розвитку України, що формується за рахунок відрахувань суб'єктів підприємництва незалежно від форм власності.

Аналіз діяльності туристичного підприємства ТОВ «Аліра-тревел» щодо сильних та слабких сторін його діяльності дозволив виявити:

Сильні сторони:

- вдале розміщення відносно території міста (воно знаходиться в центрі);
- орієнтованість на клієнтів середнього рівня (яких на даний момент більшість);
- наявність власного транспорту;
- наявність всіх необхідних засобів зв'язку (факс, Інтернет і т.д),

Слабкі сторони:

- малий робочий колектив;
- недостатність транспорту (в наявності один мікроавтобус);
- не досить широке використання рекламної діяльності.

Дослідження теми дипломної роботи дозволило надати наступні пропозиції щодо удосконалення:

1. Якщо туристичну групу під час подорожі супроводжують представники туристичної фірми, відповідні витрати є прямими виробничими, вони містять вартість проживання, харчування, витрат на проїзд, трансфер, візові та митні збори – все це слід передбачити при формуванні туристичного продукту і розрахунку його собівартості.

2. Вартість послуг з обов'язкового страхування туристів не є витратами туристичного підприємства і не включається до собівартості туру. В обліку вартість страховки відображається шляхом вирахування з доходу від реалізації.

3. Туроператор повинен визнавати і реєструвати в обліку дохід від реалізації туристичних продуктів на дату завершення туру. На відповідну дату необхідно включати витрати на туристичний продукт до витрат звітного періоду і списувати на собівартість реалізації. Суми відшкодування претензій туристів, у разі їх виникнення, відображаються у складі вирахувань з доходу.

4. До синтетичного рахунку 39 «Витрати майбутніх періодів» необхідно організувати аналітичний облік за контрагентами, видами туристичних послуг, періодом їх надання тощо. Використання саме цього рахунку дозволить

підвищити оперативність обліку, забезпечити проміжний контроль і достовірність аналізу прямих витрат на туристичні продукти.

5. Для вирішення завдань, поставлених перед системою бухгалтерського обліку витрат туристичного підприємства, у наказі про облікову політику, необхідно зазначити центри відповідальності, статті витрат, структуру прямих та непрямих витрат, особливі умови визнання витрат, методи їх обліку і калькулювання собівартості туристичних продуктів, алгоритм розподілу витрат, рахунки синтетичного та аналітичного обліку витрат.

6. З метою оцінки конкурентних позицій підприємства ТОВ «Аліра-тревел» на певному ринку туристичних послуг у процесі аналізу розробляються критерії такої оцінки, які охоплюють усі аспекти підвищення конкурентоспроможності як власне підприємства, так і його продукції: місце на ринку, якість турпродукту, маркетингову політику та стратегію фірми, фінансовий стан, умови співпраці з постачальниками товарів і послуг, місцезнаходження та канали реалізації, кадрову політику та організацію діяльності тощо. Обрані критерії конкретизуються через систему показників, які оцінюються за певною шкалою (Табл.3.1).

Таблиця 3.1

Матриця оцінки конкурентного середовища туристичного підприємства ТОВ «Аліра-тревел»

Показники	Оцінки														
	високі					середні					низькі				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Частка ринку, %															
Фінансовий стан															
Інтенсивність впровадження нового продукту															
Постачальники товарів і послуг															

Мережа та канали збуту			
Система управління підприємством			
Якість кадрів та кадрова політика			
Концепція маркетингу			
Потенціал підприємства			

ТОВ «Аліра-тревел» —————

В середньому по галузі - - - - -

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Андреева, Д. А. Особливості обліку туристичної діяльності. Бізнес, цифрові інновації та підприємництво: стан, аналіз тенденцій, 2018, 65.
2. Богданова Ж. А. Особливості діяльності туроператорів і турагентів: обліковий аспект. Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу, 2011, 1 (19): 59-64.
3. Король С. Облік витрат туристичного підприємства. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету, 2011, 4: 72-84.
4. Рошко Н. Б. Методика обліку у туристичних операторів та туристичних агентів. Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки, 2012, 4: 358-363.
5. Дорошенко А. Особливості організації обліку у суб'єктів туристичної діяльності. In: Інноваційний потенціал сучасної науки. 2020. р. 381-384.
6. Фоміна О.В., Сопко В.В., Прокопова О.М. Ризики туристичної діяльності в обліку. Інвестиції: практика та досвід, 2018, 22: 26-31.
7. Про туризм : Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/324/95-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 18.05.2022)
8. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010 : Наказ; Держспоживстандарт України від 11.10.2010 № 457 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/vb457609-10> (дата звернення: 18.05.2022)
9. Конституція України : Конституція України; Верховна Рада України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80> (дата звернення: 18.05.2022)

10. Цивільний кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 435-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/435-15> (дата звернення: 18.05.2022)

11. Господарський кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 16.01.2003 № 436-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/436-15> (дата звернення: 18.05.2022)

12. Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності : Постанова Кабінету Міністрів України, Умови, Форма типового документа, Заява, Опис, Звіт від 11.11.2015 № 991 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/991-2015-%D0%BF> (дата звернення: 18.05.2022)

13. Роз'яснення Держстату від 29.07.2021 р. № 19.1.2-12/34-21 «Роз'яснення щодо показників форми державного статистичного спостереження № 1-туризм (річна) «Звіт про туристичну діяльність» 991 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://document.vobu.ua/doc/8018>(дата звернення: 18.05.2022)

14. Податковий кодекс України : Кодекс України; Закон, Кодекс від 02.12.2010 № 2755-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/2755-17> (дата звернення: 18.05.2022)

15. Про недержавне пенсійне забезпечення : Закон України від 09.07.2003 № 1057-IV // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/1057-15> (дата звернення: 18.05.2022)

16. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо вдосконалення окремих норм Податкового кодексу України : Закон України від 07.07.2011 № 3609-VI // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/3609-17> (дата звернення: 18.05.2022)

17. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» : Наказ; Мінфін України від 31.12.1999 №

318 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0027-00> (дата звернення: 18.05.2022)

18. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 21 «Вплив змін валютних курсів» : Наказ; Мінфін України від 10.08.2000 № 193 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z0515-00> (дата звернення: 18.05.2022)

19. Про затвердження Інструкції про міжбанківський переказ коштів в Україні в національній валюті : Постанова Національного банку України; Інструкція, Форма типового документа, Договір, Заява, Картка, Повідомлення, Перелік, Дозвіл від 16.08.2006 № 320 // База даних «Законодавство України» / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/go/z1035-06> (дата звернення: 18.05.2022)