

Содержание

Введение

- . Социально-культурная деятельность: характеристика и учет
- .1 СКД: понятие и издержки
- .2 Формирование ассортимента, издержки, емкость рынка на товары и услуги в социально-культурной деятельности
- . Управление издержками и их учет в СКД
- .1 Управление издержками туристских организаций
- .2 Учет издержек СКД на примере туристической деятельности
- . Ценовые стратегии как возможность оптимизации издержек СКД

Заключение

Список литературы

Приложение

Введение

Менеджер и экономист, бухгалтер и финансист, турагент, директор гостиницы и организатор, т. е. каждое юридическое лицо и каждый работник в сфере социально-культурной деятельности, в современных условиях не могут ни знать двух экономических категорий - издержек и прибыли, суть и основу всякой предпринимательской деятельности.

В современной экономической литературе практически отсутствует анализ издержек непосредственно в СКД. В имеющихся литературных источниках объектом анализа являются не затраты в СКД, а издержки вообще, взятые на микроуровне применительно к поведению фирмы на современном рынке. Специфика затрат в изучаемой сфере в них не учтена. Услуги, получаемые в результате СКД на мировом рынке сравнивают с "невидимым" товаром, что связано со спецификой потребления, которое происходит в местах производства этих услуг. Стоимость такого товара можно определить с точки зрения как спроса на услуги, так и предложения данных услуг.

Так, например, классификация статей туристских расходов на самом широком уровне включает семь категорий: 1) комплексные поездки, пакеты услуг на отдых и комплексные туры; 2) размещение; 3) питание и напитки; 4) транспорт; 5) рекреационные, культурные и спортивные виды деятельности; 6) посещение магазинов; 7) прочие статьи.

Концепция расходов в СКД охватывает широкий диапазон статей - от приобретения потребительских товаров и услуг, до приобретения небольших товаров длительного пользования для личного потребления, сувениров и подарков.

Прежде всего от суммарного объема затрат зависит основной результирующий показатель деятельности предприятия - прибыль. Не менее значительна роль уровня фактических затрат в решении важнейших задач

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>
коммерческого направления деятельности предприятия, а именно в повышении конкурентности его услуг.

Издержки - явление сложное и динамичное. Они заслуживают постоянного пристального внимания специалистов - экономистов, финансистов, бухгалтеров и менеджеров, потому, что проблема издержек - проблема не только теоретическая, но и практическая. Вне издержек социально-культурная деятельность немыслима.

Цель работы - показать значения учета и управления издержками в СКД.

Предметом исследования являются издержки СКД, формы их учета.
Объект - социально-культурная деятельность.

Работа проведена на основании исследований издержек производства: Яacobсон Л. И., Котлярова С.А., Васильевой Е.К. и др. Были использованы периодические издания и электронные ресурсы.

Задачи работы:

- Выяснить сущность понятий: СКД, издержки СКД, себестоимость, калькуляция.
- Рассмотреть учет и управление издержками на примере туристической деятельности.

В процессе написания работы были использованы следующие методы: анализ литературы по теме, работа с электронными ресурсами.

1. Социально-культурная деятельность: характеристика и учет

1.1 СКД: понятие и издержки

В разные исторические периоды СКД называлась:

- внешкольное образование (до 1920 г.)
- политико-просветительская работа (с 1920 по 1970 г.)
- культурно-просветительская работа (с 1270 по 1990 г.)
- культурно-досуговая работа (до середины 90-х годов)
- социально-культурная деятельность (с сер.90-х годов).

До 90-х годов XX века культурно-досуговая работа была политизирована и тесно связана с идеологией КПСС. После путча деятельность КД учреждений была деполитизирована, деидеологизирована, т.е. стала свободной от партийного воздействия и наполнилась новым содержанием, отсюда и новое название - СКД.

СКД - это деятельность, направленная на создание условий для наиболее полного развития, самоутверждения и самореализации личности и группы (студии, кружки, любительские объединения) в сфере досуга. Она включает в себя все многообразие проблем по организации свободного времени: общение, производство и усваивание культурных ценностей и т.д. Педагогам-организаторам приходится участвовать в решении проблем семьи, детей, в решении проблем в историко-культурной, экологической, религиозной и др. сферах, в создании благоприятной среды для СКД и инициатив населения в сфере досуга.

КДД (культурно-досуговая деятельность) - составная часть СКД, помогает в решению многих социальных проблем своими своеобразными средствами, формами, методами (искусство, фольклор, праздники, обряды и т.д.)

КПР (культурно-просветительская работа) также является частью СКД,

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

но, к сожалению, неэффективно используется в деятельности культурных учреждений (нет лекций, лекториев, народных университетов и других ранее зарекомендовавших себя форм просветительской работы).

Важность СКД в том, что это не просто организация досуга, а организация в социально-значимых целях: удовлетворение и развитие культурных потребностей и интересов как отдельной личности, так и социума в целом. Деятельность КДУ (учреждений) в настоящее время организуется на основе документа, вышедшего в 1992 году - "Основы законодательства РФ о культуре". В нем четко определены "культурная деятельность", "культурные ценности", "культурные блага", "творческая деятельность" и т.д., основные сферы деятельности государства в области культуры (охрана памятников, народное творчество, художественные промыслы, художественная литература, кинематография и т.д.), а также основные права граждан в области культурной деятельности (См. "Закон о культуре").

Особенности СКД: осуществляется в свободное время, отличается свободой выбора; добровольностью, активностью; характеризуется многообразием видов; РФ располагает большим количеством институтов, создающих условия для СКД (музей, библиотека, клуб и т.д.)

Отличительные черты СКД: гуманистический характер, культурологический характер, развивающий характер.

Функции СКД:

- развивающая,
- информационно-просветительская,
- культурно-творческая,
- рекреационно-оздоровительная.

Знание СКД необходимо для совершенствования и улучшения культурно-досуговой сферы.

СКД может характеризоваться как экономическая категория. С этой

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>
позиции в СКД выделяют издержки, которые подлежат учету. Существуют технологии учета и управления издержками социально-культурной деятельности.

Издержки - выраженные в денежной форме затраты, обусловленные расходом разных видов экономических ресурсов (сырья, материалов, труда, основных средств, услуг, финансовых ресурсов) в процессе производства и обращения продукции, товаров.

Затраты - потребленные, потраченные или потерянные материальные, трудовые и финансовые ресурсы для извлечения прибыли в процессе хозяйственной деятельности предприятия. Существует много видов затрат, и проявляют они себя по-разному. Службы управления и производственные подразделения нуждаются в самой разной информации о затратах, сгруппированной различным образом.

Использование системы классификации затрат позволяет анализировать и прогнозировать показатели продаж и чистого дохода по организации, занимающейся СКД в целом и по отдельным видам "продукта", по клиентам и продавцам, по каналам реализации и другим категориям. Такое разбиение данных применяется в управлении себестоимостью, при планировании прибыли и оценке качества работы, а также для контроля затрат. Вся эта информация объективно необходима менеджерам для управленческого учета. Для того чтобы лучше понять характер поведения затрат, проведем их классификацию по нескольким базовым признакам.

При определении издержек производства, формировании услуг важное значение имеют два положения:

-) любой ресурс ограничен;
-) каждый вид ресурса имеет хотя бы два альтернативных способа применения.

Ограниченность ресурсов и неизбежность альтернативного выбора

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> создают необходимость учитывать как явные, так и неявные издержки фирмы. К явным (или бухгалтерским) издержкам относятся издержки, которые проходят по счетам бухгалтерского учета, т. е. когда фирма тратит денежные средства (со счетов 50, 51, 52, 55) на оплату ресурсов в размере, необходимом для того, чтобы удержать этот ресурс в своем распоряжении.

К неявным издержкам относятся издержки, которые носят внутренний характер и не связаны с денежными выплатами со счетов фирмы, а следовательно, не учитываются в бухгалтерских отчетах. К ним относятся издержки упущенных возможностей, связанные с использованием собственных денежных средств фирмы. Примером могут служить издержки по размещению денежных средств в акциях. Неявные издержки составляют разницу между суммой дивидендов и максимально возможной выручкой при ссуживании этих денег под процент.

Планируя свою деятельность, предприятие должно учитывать альтернативные возможности использования имеющихся средств. Например, увеличивая срок получения дебиторской задолженности, следует учесть не только то, что возрастут налоги с оборота или может измениться валютный курс не в пользу предприятия, но и какую при этом выгоду предприятие упустит в процессе ожидания средств по сравнению с альтернативным их использованием в случае своевременного поступления (например, вложив средства в ценные бумаги, на депозит на этот срок и т. п.).

Фирма, желая добиться максимальной прибыли, стремится снизить издержки на единицу продукции. В связи с этим интересен показатель средних издержек.

Средние издержки - это величина валовых издержек, приходящаяся на единицу продукта.

Очевидно, что средние валовые издержки равны сумме средних постоянных и средних переменных издержек.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Предельные издержки - это прирост затрат фирмы при изменении объема реализации услуг на одну дополнительную единицу продукта.

Следующий вид классификации затрат связан с объемом производства.

Данная классификация делит затраты на производственные и периодические.

Группировка по видам расходов является в экономике общепринятой и включает две классификации: по экономическим элементам и по калькуляционным статьям расходов.

Деление затрат по экономическим элементам применяется при формировании себестоимости на предприятии в целом и включает пять основных групп расходов:

- материальные затраты;
- затраты на оплату труда;
- отчисления на социальные нужды;
- амортизация основных фондов;
- прочие затраты.

Каждая из вышеперечисленных групп объединяет однородные по экономическому содержанию затраты, которые не могут быть разложены на собственные части и рассчитываются независимо от того, где они произведены и каково их производственное назначение.

Классификация затрат по экономическим элементам позволяет определить структуру себестоимости. Для этого исчисляют процентное соотношение удельного веса каждого вида затрат и всей себестоимости.

Группировка затрат по калькуляционным статьям используется при составлении калькуляции (расчет себестоимости единицы продукции). Калькуляция позволяет определить, во что обходится предприятию единица каждого вида продукции, себестоимость отдельных видов работ и услуг. Необходимость данной классификации обусловлена тем, что расчет

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>
себестоимости по экономическим элементам затрат не позволяет учесть, где и в связи с чем произведены затраты, а также характер этих затрат в отдельных видах услуг. Для туризма это обстоятельство имеет особое значение. Определение же затрат по калькуляции как способ их группировки относительно конкретной единицы продукции позволяет отследить каждую составляющую себестоимости продукции (работ, услуг) на любом уровне.

По калькуляционным статьям расходы группируются в зависимости от места их возникновения и относятся на каждый вид продукции (работ, услуг) прямым или косвенным методом.

Эта классификация специфична для каждой отрасли промышленности (сферы услуг), поэтому состав затрат в каждой отрасли различен и определяется соответствующими отраслевыми (или межотраслевыми) инструкциями и методиками.

Таким образом, мы видим, что система оперативного управленческого учета, использующего затратные показатели, позволяет достичь традиционных целей учета затрат и определения дохода, при этом одновременно удовлетворяются разнообразные потребности отдельных менеджеров организации. Обеспечивается это путем организации учета затрат в соответствии с системой их классификации. Данные по затратам подвергаются перекрестной классификации для удовлетворения практически всех потребностей, связанных с принятием управленческих решений и регулированием финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

1.2 Формирование ассортимента, издержки, емкость рынка на товары и услуги в социально-культурной деятельности

Социально- культурная деятельность не является чисто экономической категорией, поэтому ее экономические характеристики будут несколько

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> отличаются от общепринятых.

Рынок социально-культурных услуг выступает как сфера проявления экономических отношений между производителями и потребителями определенного продукта. Например, каждый производитель и потребитель туристского продукта имеют свои экономические интересы, которые могут и не совпадать, но если же они совпадают, то происходит акт купли-продажи туристского продукта. Поэтому рынок - своеобразный инструмент согласования интересов производства и потребления, который для данного хозяйствующего субъекта представляет собой совокупность потребителей, заинтересованных в продукте этого хозяйствующего субъекта и имеют денежные средства купить его сегодня или завтра.

Сущность такого рынка выражается в его функциях. Функции рынка услуг СКД отражают форму проявления социально-культурной деятельности и ее назначение в обществе.

Он выполняет следующие функции:

реализацию стоимости и потребительной стоимости, заключенных в предлагаемом продукте;

организацию процесса доведения продукта до потребителя;

экономическое обеспечение материальных стимулов к труду.

Потребитель, реализуя собственные денежные средства в обмен на услугу, удовлетворяет свои потребности в материальных и духовных благах. Следовательно, рынок СКД непосредственно способствует возмещению затрат рабочей силы и воспроизводству главной производительной силы общества.

Емкость рынка СКД - его способность "поглотить" то или иное количество продукта/услуги, т.е. возможный объем реализации отдельных услуг и товаров сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Вышеуказанная величина зависит от объема платежеспособного спроса населения и размеров туристского предложения. Емкость рынка нельзя

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> рассматривать в отрыве от уровня цен, которые являются существенным элементом рынка. В зависимости от уровня цен на продукт при той же емкости рынка (общего объема спроса) потребность в продукте может быть различной: при повышении цен она сокращается, при снижении - увеличивается.

Спрос на продукт СКД представляет собой форму проявления потребности населения в услугах СКД, обеспеченную денежными средствами. Такой спрос называется платежеспособным.

Предложение на рынке СКД - это вся масса предназначенных для продажи услуг и товаров.

Предложение продукта обусловлено определенными предпосылками, среди которых наиболее важными являются: наличие производителей продукта, уровень развития индустрии СКД, объем ресурсов СКД.

Ассортимент - состав однородной продукции по видам, сортам и маркам. Различают ассортимент услуг, ассортимент продукции и торговый ассортимент.

В СКД преобладает ассортимент услуг - набор услуг, предлагаемых потребителям. По степени детализации ассортимент услуг подразделяется на три основных вида: групповой, видовой и внутривидовой.

Групповой включает в себя перечень крупноагрегированных видов услуг (образование, здравоохранение, транспорт, связь, бытовые услуги и др.). Видовой представляет собой расчленение группового ассортимента на отдельные конкретные виды (туристические, медицинские, парикмахерские, организация КДД). Внутривидовой включает перечень конкретных работ, выполняемых в рамках определенного вида услуг. Например, в парикмахерских услугах могут значиться такие виды работ, как стрижка, завивка волос, маникюр и т.п.

Социально-культурная услуга - это услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержание нормальной жизнедеятельности потребителя. Социально-культурная услуга обеспечивает поддержание и

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>
восстановление здоровья, духовное и физическое развитие личности, повышение профессионального мастерства. К социально-культурным услугам могут быть отнесены медицинские услуги, услуги культуры, туризма, образования и пр.

Услугам присущи четыре характеристики, которые необходимо учитывать при разработке ассортиментной политики предприятия. Неосвязаемость - услуги неосвязаемы. Их невозможно увидеть, попробовать на вкус, услышать или понюхать, т.е. заранее знать результат до момента приобретения. Покупатель вынужден просто верить продавцу на слово.

Неотделимость от источника - услуга неотделима от своего источника, будь то человек или машина, тогда как товар в материальном виде существует независимо от присутствия или отсутствия его источника.

Примером может являться зрелищно-развлекательная программа, ценность которой неотъемлема от исполнителя.

Непостоянство качества - качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их поставщиков, а также от времени и места оказания. Покупатели услуг нередко знают о подобном разбросе качества и при выборе поставщика услуг советуются с другими покупателями.

Несохраняемость - услугу невозможно хранить. В условиях постоянства спроса, несохраняемость услуги не является проблемой, ибо можно легко заблаговременно должным образом укомплектовать организацию, но если спрос колеблется, перед фирмами услуг встают серьезные проблемы.

Каждый товар/услуга должен быть ориентирован на конкретного потребителя.

Элементом товарной политики является служба сервиса для клиентов. Товар фирмы обычно предполагает наличие тех или иных услуг. Сервис может быть незначительным, а может играть для товара определяющую роль. При налаживании сервисной службы предприятию предстоит принять три решения:

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

1) какие услуги включить в рамки сервиса; 2) какой уровень сервиса предложить; 3) в какой форме предлагать услуги клиентам.

Следует изучить потребителей, чтобы уяснить себе, какие основные услуги можно было бы им предложить и какова относительная значимость каждой из них.

СКД имеет множество направлений, которые имеют свои особенности, следовательно, издержки СКД будут специфические.

Для организаций занимающихся социально-культурной деятельностью следует рассматривать перечень затрат, формирующий себестоимость услуги, он содержит следующие калькуляционные статьи:

- затраты на приобретение прав на следующие услуги:
- размещению и проживанию;
- по транспортному обслуживанию;
- по питанию;
- по экскурсионному обслуживанию;
- по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний;
- затраты, связанные с оформлением документов;
- культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;
- по добровольному страхованию от несчастных случаев, болезней и медицинскому страхованию;
- по обслуживанию сопровождающими;
- затраты по освоению новых направлений деятельности, разработки проектов;
- затраты, связанные с оплатой услуг организаций по подбору кадров;
- представительские расходы в пределах сумм, установленных законодательством Российской Федерации.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Издержки СКД представлены в системе классификации, но имеют и свою специфику, это видно по классификации затрат в социально-культурной деятельности.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

2. Управление издержками и их учет в СКД

2.1 Управление издержками туристских организаций

Социально-культурная деятельность имеет множество направлений, рассмотрим на примере туристических организаций управление издержками.

Успех фирмы зависит от информации о формировании себестоимости по нескольким причинам:

- затраты выступают важным элементом при определении конкурентоспособной продажной цены;
- информация о себестоимости лежит в основе управления предприятием.

В условиях, когда цена определяется рынком на основе маркетинговой информации, меняется психология производства и появляется потребность к управлению себестоимостью и оптимизации затрат. Подчеркнем, что речь идет не о минимизации издержек, а именно об оптимизации по всему производственному и коммерческому процессам при соблюдении заданной цены и качества.

Систему "директ-костинг" как раз и называют "управление себестоимостью" или "управление предприятием", подразумевая единство учета, анализа и принятия управленческих решений в этой системе.

Данный способ дает объективную методику оценки деятельности подразделений предприятия, т. е. создает руководителю предприятия возможность именно руководить экономикой предприятия, а не наблюдать за ней.

Система управления затратами фирмы основывается на следующих трех принципах:

- обоснованность (или целесообразность) затрат;

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

- целевое использование выделенных ресурсов;
- эффективное использование выделенных ресурсов.

По результатам текущего контроля принимаются оперативные решения, направленные на корректировку управляемого процесса при изменении внешних или внутренних условий функционирования фирмы, например при изменении конъюнктуры на рынке потребляемых услуг.

Финишный контроль позволяет оценить конечные результаты осуществленных затрат, эффективность управления ими.

Управление затратами фирмы осуществляется с помощью экономических нормативов.

Экономические нормативы устанавливают плановые размеры затрат либо на расчетный период времени, либо на единицу турпродукта. По отдельным видам затрат экономические нормативы имеют характер лимитов, устанавливающих верхние пределы затрат (например, командировочные расходы).

В условиях перехода к рыночной экономике управление затратами направлено на рациональную минимизацию всех видов затрат. Данное требование реализуется путем ранжирования затрат на три категории:

- затраты, объективно необходимые для осуществления уставной деятельности предприятия и подлежащие сокращению лишь при уменьшении объема оказания услуг;
- затраты, подлежащие рациональной минимизации при любых результатах финансово-хозяйственной деятельности предприятия, например общехозяйственные расходы, налоговые платежи;
- затраты, возможные лишь при улучшении финансового положения предприятия или при обосновании их объективной необходимости для улучшения конкурентоспособности на рынке туруслуг, например дорогостоящие маркетинговые исследования или рекламные кампании.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Организация управления затратами на предприятии должна ориентироваться на решение следующих задач:

- введение и постоянная корректировка инфляционных коэффициентов как необходимого элемента подсистемы планирования затрат;
- отказ от инвестиционных программ с длительными сроками окупаемости;
- корректное сокращение налоговых и приравненных к ним платежей, прежде всего путем рационального использования затрат, дающих право на налоговые льготы;
- сокращение финансовых рисков в деятельности организации.

Себестоимостью можно управлять, используя различные варианты учетной политики предприятия. При этом важно учитывать следующее: увеличение себестоимости, с одной стороны, уменьшение налогооблагаемой базы по налогу на прибыль и налогу на имущество предприятия; с другой стороны, - уменьшение конкурентоспособности, уменьшение прибыли для капитальных вложений. Поэтому при принятии решения об использовании того или иного способа увеличения себестоимости следует учитывать не только возможное уменьшение налога на прибыль, но и рост цены турпродукта, а также величину прибыли, остающуюся в распоряжении предприятия.

Управление себестоимостью для принятия решений включает оценку точных и значимых данных о затратах и анализ этой информации для принятия решений. Процесс принятия решений есть процесс выбора между альтернативными образцами действий. Следует ли приостановить производство каких-то услуг? Стоит ли осваивать новые виды туристского продукта? Какую ценовую политику проводить? Система управления себестоимостью предназначена для принятия оптимальных решений, касающихся разработки новых видов туристского продукта, назначения цены, маркетинга, ассортимента и способствовать внесению усовершенствований на постоянной основе.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

В целом функции аппарата управления можно свести к планированию, координации, контролю и принятию решений. Планирующая функция управления включает в себя выбор долгосрочных и ближайших целей и разработку стратегических планов для их достижения. Осуществляя координационную функцию, аппарат управления должен решить, как лучше сгруппировать ресурсы фирмы, чтобы обеспечить выполнение намеченных планов. Контроль предполагает обеспечение исполнения решений установленным способом и использование обратной связи для того, чтобы цели турфирмы и ее стратегические планы реализовывались оптимальным образом. Принятие решения означает выбор наилучшего варианта осуществления целей компании. Информация о затратах является существенным фактором для всех стадий управления.

Важным элементом управления себестоимостью является отслеживание погашения дебиторской задолженности с целью недопущения превышения срока исковой давности. Дебиторская задолженность - это задолженность других юридических и физических лиц данной организации. Исковая давность - время, в течение которого предприятие может востребовать дебиторскую задолженность или обязано погасить кредиторскую задолженность.

Дебиторская задолженность отражается в бухгалтерском учете в оценке, установленной договором.

При совершении операций в иностранной валюте дебиторская задолженность отражается в рублях в сумме, определяемой путем пересчета иностранной валюты по курсу Банка России, действующему на дату предъявления счетов и иных расчетных документов к оплате либо на дату зачисления денежных средств на валютный счет организации.

После постановки дебиторской задолженности на учет организация-кредитор до срока ее оплаты решает следующие задачи, вытекающие из законодательных и нормативных актов:

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

- определяет срок учета дебиторской задолженности в течение срока исковой давности (3 года) либо в течение 4 месяцев;
- рассчитывает текущую стоимость дебиторской задолженности, которая может быть договорная, договорная с учетом процентов (доходов) либо рыночная;
- устанавливает текущую стоимость дебиторской задолженности в случае, если ее стоимость выражена в иностранной валюте либо в условных денежных единицах;
- определяет потребность в залоге и порядок его использования.

Согласно Указу Президента РФ от 20.12.94 г. № 2204 "Об обеспечении правопорядка при осуществлении платежей по обязательствам за поставку продукции (выполнение работ или оказание услуг)" и постановлению Правительства РФ от 18.08.95 г. № 817 сроки оплаты дебиторской задолженности должны быть установлены в договорах не выше трех месяцев после даты постановки дебиторской задолженности на бухгалтерский учет. В противном случае сделка будет признана ничтожной.

Ничтожная сделка есть сделка, которая является недействительной независимо от признания ее таковой судом. Кроме того, причинами признания сделки ничтожной могут явиться несвоевременное исполнение обязательств по расчетам и неистребование просроченной дебиторской задолженности в судебном порядке.

Согласно Гражданскому кодексу РФ предельный срок взыскания дебиторской задолженности (срок исковой давности) установлен в три года, по истечении которого задолженность подлежит списанию; кредитор вправе предусмотреть в договоре наличие залога под дебиторскую задолженность, предметом которого может быть всякое имущество, включая вещи и имущественные права. В случае невыполнения покупателем (партнером) своих обязательств по оплате взыскание может быть обращено на предмет залога в

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> порядке, установленном договором, если законом о залоге не предусмотрен иной порядок.

Организация может создавать резервы сомнительных долгов по расчетам с другими организациями и физическими лицами за отгруженную продукцию, выполненные работы, оказанные услуги с отнесением сумм резервов на финансовые результаты своей деятельности.

Сомнительный долг - дебиторская задолженность организации, которая не погашена в сроки, установленные договорами, и не обеспечена соответствующими гарантиями. Суммы отчислений в резервы сомнительных долгов по расчетам включаются в состав внереализационных расходов и учитываются для целей налогообложения по постановлению Правительства РФ от 05.08.92 г.

Курсовые разницы по дебиторской задолженности подлежат зачислению в прибыль или убыток (кроме курсовых разниц, связанных с формированием уставного капитала) в том отчетном периоде, к которому относится дата погашения дебиторской задолженности или за который составлена бухгалтерская отчетность, в случае ее непогашения в отчетном месяце согласно Положению по бухгалтерскому учету "Учет имущества и обязательств организации, стоимость которых выражена в иностранной валюте", утвержденному приказом

Минфина России от 13.06.95 г. № 50. Курсовые разницы могут также относиться на финансовые результаты одновременно в конце отчетного года.

В случае просрочки дебиторами оплаты следует предпринять меры по истребованию дебиторской задолженности путем направления претензии дебитору, а затем предъявления искового заявления в арбитражный суд. Непринятие таких мер может послужить для Федерального управления по делам о несостоятельности (банкротстве) причиной для признания сделки ничтожной.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

В случае, если просроченная дебиторская задолженность не была истребована в установленном порядке, по истечении четырех месяцев с момента ее возникновения дебиторская задолженность списывается на финансовые результаты деятельности организации по решению руководителя организации в дебет счета 80 "Прибыли и убытки". Для некоммерческих организаций предусмотрено списание на расходы по их деятельности дебиторской задолженности, по которой срок исковой давности истек, других долгов, не реальных для взыскания.

В соответствии с Указом Президента РФ от 20.12.94 г. № 2204 убытки, полученные от списания дебиторской задолженности, не учитываются при определении налогооблагаемой прибыли.

Дебиторская задолженность ставится на забалансовый учет по дебету счета 007. В соответствии с налоговым законодательством курсовые разницы, отраженные на счете 80, учитываются в составе валовой прибыли, подлежащей налогообложению.

Суммы дебиторской задолженности, списанные по истечении срока исковой давности, для целей налогообложения учитываются в составе внереализационных расходов по постановлению Правительства РФ № 552. Отметим, что в структуре расходов западных компаний значительное место занимают расходы по резервированию возможных убытков (от невозврата дебиторской задолженности, от изменения валютных курсов, от обесценения). В российском же учете затрат практика резервирования, к сожалению, пока не применяется в должной мере.

Таким образом, в условиях рыночной экономики основным критерием обоснованности затрат является их экономическая целесообразность, которая подтверждается соответствующими финансовыми расчетами. Эффективное и целевое использование ресурсов обеспечивается в процессе непосредственного осуществления конкретных затрат и базируется на системном финансовом

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>
контроле.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

2.2 Учет издержек СКД на примере туристической деятельности

Теория и практика отечественной системы калькулирования на предприятиях в условиях развивающихся рыночных преобразований нуждаются в совершенствовании. Рассмотрим традиционный, способ группировки и включения затрат в себестоимость турпродукта.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта. При этом методе рассчитываются средние валовые издержки или полная себестоимость единицы турпродукта. Например, при затратах у туроператора по формированию и реализации турпродукта в размере 400 руб. и продажной цене туристской путевки 500 руб. прибыль от реализации одной путевки составит 100 руб.

Калькулирование полной себестоимости турпродукта - это система учета, в которой все затраты (как переменные, так и постоянные) распределяются на все виды турпродукта. Метод калькулирования полной себестоимости позволяет получить представление о всех затратах, которые несет организация при формировании и реализации единицы турпродукта. Его суть состоит в ежемесячном определении полной фактической себестоимости турпродукта путем сбора всех затрат по формированию и реализации турпродукта на бухгалтерском счете 20 "Основное производство".

В основе этого метода лежит группировка расходов по способу включения в себестоимость отдельных видов услуг.

Рассмотрим калькулирование себестоимости у туроператора, который и формирует стоимость туристского продукта. Объектом калькуляции будет служить стоимость обслуживания группы туристов при групповом типе тура и стоимость обслуживания индивидуального туриста при индивидуальном типе тура.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

В настоящее время основная часть потока туристов состоит из укомплектованных групп. Это означает, что туристская фирма определяет оптовую цену поездки для всей группы.

При этом обычно предоставляется скидка для массовой оптовой сделки в зависимости от объема операции - до 10 %, по срокам и продолжительности - до 5 %, в зависимости от продолжительности проживания туристов в гостиничном предприятии - до 10 %.

С оптовой цены могут делаться дополнительные скидки за участие фирмы в рекламе и издании рекламных проспектов по стране, отдельному городу, отдельной гостинице, в других местах пребывания туристов. Нередко турфирма реализует рекламные проспекты страны, рекламирует таким образом не только свои туры, но и страну в целом. Скидки могут также производиться при предварительной оплате туристского обслуживания. В целом цена на туристское обслуживание групп может быть ниже рыночной цены для разовых сделок в среднем на 10-20 %.

На стоимость путевки влияет фактор количества предлагаемых услуг. Туристу могут быть предоставлены либо определенные виды услуг по его выбору, либо полный комплекс услуг. Полный комплекс услуг может быть предоставлен путем продажи так называемых инклюзив-туров (inclusive tour) или пэкидж-туров (package tour).

При инклюзив-турах, применяемых при авиаперевозках, стоимость перевозки туристов к месту назначения и обратно определяется на основе специально разрабатываемых инклюзив-тарифов, которые могут быть наполовину ниже обычных. Общий уровень рентабельности и цены инклюзив-тура должен быть не ниже обычного тарифа стоимости транспортировки. Клиентам сообщается общая цена инклюзив-тура без разбивки ее на отдельные виды услуг.

При расчете стоимости инклюзив-тура фирма учитывает стоимость

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> туристских услуг и собственные затраты на содержание аппарата фирмы, издержки на рекламу и определенную прибыль. Несмотря на это, общая стоимость инклюзив-тура для отдельного туриста обходится дешевле, чем при индивидуальной поездке без помощи турфирмы с таким же комплектом и уровнем услуг.

Пэкидж-туры предлагают предоставление клиенту полного комплекта услуг, которые, однако, могут и не включать транспортные расходы. Организуются пэкидж-туры по определенной, заранее рекламируемой программе.

Структура туров варьируется в зависимости от страны, состава туристов, их покупательной способности, характера, ассортимента и качества услуг.

Калькуляция составляется плановая (предварительная) и фактическая (последующая, отчетная). Калькуляцию рекомендуется оформлять в виде представленного ниже документа (табл.1).

Таблица 1. Калькуляция

Наименование калькуляционных статей	Показатели	
	в %	в стоимостном выражении
1. Страховка 2. Визы 3. Транспорт 4. Проживание 5. Питание 6. Экскурсионное обслуживание		
Итого прямых затрат		
7. Косвенные расходы туроператора		
Затраты по сбыту и реализации		
Полная себестоимость		
Налоги		
Прибыль		
Стоимость обслуживания группы		
Стоимость (цена) одной туристской путевки		

Страховой взнос входит в стоимость путевки. Его величина зависит от тарифа. Существуют четыре разновидности тарифов, которые основываются:

- на условиях посольств, которые могут определить минимальную величину страховой суммы;

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

- сроке поездки;
- количестве человек в группе (возможны скидки от 5 до 20 %);
- возрасте (старше 60 лет страховая сумма может быть увеличена в два раза).

В настоящее время существуют две формы страхового обслуживания туристов.

1. Компенсационное страхование. Предусматривает оплату самим путешественником всех медицинских расходов и возмещение их лишь по возвращении на родину; этот вид страхования неудобен тем, что вынуждает туриста иметь при себе значительный денежный запас на страховой случай.

2. Программа страхования багажа - наиболее распространенный вид страхования, так как тариф страхования багажа составляет около 50 % в день. Сумма страхового лимита (2 тыс. долл. США) выплачивается по предъявлении документов, подтверждающих, что багаж был утерян или поврежден во время хранения или транспортировки.

. Сервисное страхование.

1. Страхование медицинских расходов.

2. Юридическое и информационное обеспечение правовой поддержки путешественникам в случае административных или гражданских нарушений, а также гарантия получения необходимой информации о наиболее удобных маршрутах.

. Программа страхования от несчастных случаев.

. Программа страхования гражданской ответственности за нанесение ущерба имуществу третьих лиц в результате неумышленных действий.

Обычно турфирмы включают в стоимость турпутевки страховые полисы и за это берут со страховой фирмы комиссию в размере 10-15 %.

Если страховка не является обязательной и оплачивается туристом по желанию, в стоимость тура она вообще не входит и оформляется как

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> дополнительная услуга. Отметим, что операции по страхованию и перестрахованию освобождены от уплаты НДС.

Следующая калькуляционная статья - визы. Стоимость виз, как и страховки, рассматривается исходя из стоимости на одного человека и количества человек в группе. Оформление туристских виз осуществляется с помощью вызова от зарубежной фирмы на определенное количество туристов. Консульством после рассмотрения выдается виза, общая для всей группы или предназначенная для отдельных туристов.

При разработке программ учитывается не столько стоимость, сколько сложность процедуры оформления. Российские граждане имеют право на выезд без оформления виз в Колумбию, Малайзию, Эквадор, Кипр и ряд других стран.

Безвизовый въезд по приглашению без оформления заграничного паспорта разрешен в страны Восточной Европы, Монголию, Кубу.

Калькуляционная статья "Транспортные расходы" включает стоимость: проезда до страны пребывания (авиаперелет, железная дорога, автобус, теплоход и т. д.), перевозки туристов от места сборов до аэропорта вылета, от аэропорта прилета до гостиницы или иного места проживания, транспортных расходов на экскурсионное обслуживание при автобусных экскурсиях и т. д.

В калькуляцию включаются те расходы, которые входят в обязательную программу тура.

Стоимость авиаперелета, например, как и иного средства транспортировки, определяется исходя из стоимости билета на одного человека и численности группы. В расчете учитывается групповая скидка, предоставляемая перевозчиком. Процент скидки зависит от компании перевозчика, наличия и условий договоров, заключенных между туроператором и перевозчиком. Размер скидки в среднем составляет от 5 до 30 %.

Расчет усложняется, если туроператор занимается и чартерными рейсами или при сложной схеме движения группы, при использовании нескольких видов

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> транспорта.

Калькуляционная статья "Расходы на проживание" рассчитывается исходя из стоимости номера, которая зависит от класса гостиницы, расселения, сезона заезда, количества человек в группе и предоставляемых групповых скидок, количества суток проживания.

Калькуляционная статья "Расходы на питание" рассчитывается в зависимости от вида туризма. При въездном туризме, т. е. при калькулировании туров на прием иностранных туристов в России, эти расходы рассчитать достаточно сложно. При выездном туризме стоимость питания зависит от условий тура: завтрак, полупансион, полный пансион. Как правило, стоимость питания включается в стоимость проживания. В большинстве гостиниц завтрак входит в стоимость номера в сутки. В некоторых гостиницах стоимость завтрака, обеда и ужина указывается отдельно от стоимости номера.

Калькуляционная статья "Расходы на экскурсионную программу" включает только те расходы по экскурсионному обслуживанию, которые входят в обязательную программу тура. Обычно это 2-3 экскурсии и указывается, что при желании на месте турист может оплатить дополнительные экскурсии.

Стоимость экскурсий зависит от цены входных билетов в музеи, парки, а также стоимости услуг экскурсовода, гида, сопровождающего. В калькуляцию включают либо стоимость группового билета, либо результат умножения стоимости одной экскурсии на количество туристов.

Рассмотрим бухгалтерский учет вышеперечисленных прямых затрат.

Оплата (без НДС) туроператором прав на получение туристских услуг у организаций, оказывающих услуги туристам в местах их пребывания, отразится по кредиту счета 51 "Расчетный счет" (52, 71) и дебету счета 60 "Расчеты с поставщиками и подрядчиками", субсчет "Приобретенные права на услуги".

Стоимость прав на услуги, в частности сформированных туров, списывается на себестоимость турпродукта с кредита счета 60 "Расчеты с

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> поставщиками и подрядчиками", субсчет "Приобретенные права на услуги", в дебет счета 20 "Основное производство".

В себестоимость турпродукта непосредственно включаются собственные прямые трудовые и материальные затраты туроператора, связанные с формированием турпродукта (например, заработная плата гида-переводчика), по следующей бухгалтерской записи: дебет счета 20 "Основное производство", кредит счетов 70, 69, 68, 60, 76, 52 и др.

НДС учитывается по прямым расходам, относимым на себестоимость по дебету счета 20 "Основное производство" и кредиту счета 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям".

Стоимость услуг гида-переводчика либо выделяется в самостоятельную калькуляционную статью, либо включается в косвенные (накладные - общехозяйственные) расходы фирмы.

Разделение затрат на прямые и косвенные зависит от трудоемкости учета так же, как и затраты на междугородные и международные переговоры, которые либо целиком включаются в косвенные расходы, либо распределяются по различным турпродуктам в зависимости от того, к чему относится тот или иной разговор. Однако такое распределение трудоемко и неэффективно, так как все равно останутся затраты, которые нельзя распределить.

К косвенным затратам туроператора относятся расходы по организации набора групп, амортизация основных средств и нематериальных активов, плата за аренду, оплата услуг банков и предприятий связи, расходы по содержанию офиса, заработная плата с обязательными отчислениями управленческого персонала, агентов и т. д.

Косвенные собственные расходы, т. е. расходы по управлению и содержанию туристской организации, в течение отчетного периода учитываются по дебету собирательно-распределительного счета 26 "Общехозяйственные расходы" и кредиту счетов 70, 69, 68, 02, 05, 13, 60, 76, 52 и др.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

На сумму НДС по косвенным расходам делаются записи по дебету счета 26 "Общехозяйственные расходы" и кредиту счета 19 "Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям". В конце отчетного периода косвенные затраты с кредита счета 26 "Общехозяйственные расходы" списываются в дебет счета 20 "Основное производство".

Ранее уже говорилось о способах включения косвенных расходов в себестоимость турпродукта. Отметим, что плановый процент (ставка распределения) косвенных общехозяйственных расходов в плановой калькуляции равен фактическому проценту (ставке распределения), который берется из анализа предшествующих 3-4 месяцев работы, при условии равномерного объема реализации туристских услуг по месяцам.

В среднем в туристских фирмах уровень косвенных общехозяйственных расходов составляет от 5 до 20 % прямых затрат.

Расходы будущих периодов, связанные с освоением новых туристских маршрутов и видов туристской продукции, оплатой таймшеров, оплатой авансом за последующие периоды арендной платы и периодической печати, страховых платежей, с расходами на рекламу и подготовку кадров, учитываются на счете 31 "Расходы будущих периодов".

Собранные по дебету балансового счета 31 расходы равномерно списываются по следующей записи:

Дебет счетов

- 20 "Основное производство",
- 26 "Общехозяйственные расходы",
- 23 "Вспомогательные производства",
- 81 "Использование прибыли"

Кредит счета

- 31 "Расходы будущих периодов".

Сроки списания расходов будущих периодов на издержки или на другие

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> источники, на которые списываются указанные расходы, регламентируются законодательными и другими нормативными актами или определяются самой туристской организацией и отражаются в ее учетной политике.

При традиционном способе учета затрат в конце отчетного периода по дебету счета 20 "Основное производство" отражается сумма фактических затрат по формированию турпродукта.

С кредита счета 20 приходятся сформированные турпродукты в дебет счета 56 "Денежные документы", субсчет "Турпродукт".

Затраты по продвижению турпродукта включают все коммерческие расходы, к которым относятся комиссионные сборы, уплачиваемые сбытовым и посредническим организациям, расходы на рекламу, расходы на участие в выставках, ярмарках и др. Коммерческие расходы в турфирмах отражаются по дебету счета 43 "Коммерческие расходы" в корреспонденции с разными счетами (76, 60).

Коммерческие расходы подлежат распределению между стоимостью реализованных и нереализованных туров. В доле, относящейся к реализованным турам, они ежемесячно списываются с кредита счета 43 "Коммерческие расходы" в дебет счета 46 "Реализация продукции (работ, услуг)".

Таким образом, мы рассмотрели учет издержек социально-культурной деятельности на примере туристического предприятия.

3. Ценовые стратегии как возможность оптимизации издержек СКД

Одной из возможностей оптимизации издержек СКД выступает разработка и применение ценовых стратегий.

Ценовая стратегия - это выбор возможной динамики изменения исходной цены туристского продукта в условиях рынка, наилучшим образом соответствующей цели организации СКД.

Определение ценовой стратегии зависит от сочетания и взаимодействия многих факторов, важнейшими из которых являются:

- степень новизны продукта, т. е. на какой продукт устанавливается цена: на новый или на продукт сформировавшегося рынка сбыта;
- характеристики услуги, относительная его исключительность по сравнению с другими услугами;
- издержки и ожидаемая прибыль;
- условия конкуренции;
- особенности рынка сбыта;
- имидж туристской организации и прочие факторы, касающиеся деятельности фирмы на рынке.

Степень новизны продукта играет в ценообразовании заметную роль, поскольку методология определения цен на новые продукты является наиболее сложной проблемой. У новых продуктов менее четкие границы сравнения и сопоставления их с другими аналогичными продуктами, в ряде случаев это вообще невозможно из-за отсутствия аналогов. Достаточно сложно определить и спрогнозировать объемы продаж новых продуктов. Отсутствие или неполная информация о рынке нового продукта, тенденциях его развития, гарантиях того, что потенциальные клиенты вообще существуют, создает высокую степень неуверенности у фирмы.

Для успешного продвижения нового продукта/услуги может быть

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> использовано несколько ценовых стратегий.

Стратегия "снятия сливок" (высоких цен) предполагает первоначально высокий уровень продажных цен на новые продукты, это возможно в условиях отсутствия конкуренции и предложения абсолютно новых услуг. Организация пользуется своей временной монополией до момента, пока рынок не окажется насыщенным и не появятся аналоги; затем она идет на снижение уровня продажных цен.

Стратегия цен проникновения на рынок предполагает преднамеренно низкий уровень продажных цен, возможно использование демпинговых цен с целью завоевания рынка сбыта, оказания влияния на как можно большее число потребителей услуг. С освоением рынка и увеличением объема продаж цена постепенно повышается, но так, чтобы это не препятствовало дальнейшему росту объемов реализации.

Стратегия цен проникновения на рынок особенно удачно применяется в отношении туристских услуг, затраты на оказание которых падают в соответствии с "эффектом опыта". Эффект опыта выражает эмпирическую закономерность, которая состоит в том, что по мере накопления опыта в какой-либо сфере деятельности затраты на единицу продукции (работ, услуг) уменьшаются.

Для успешного использования данной стратегии необходимо:

- чтобы на рынке услуг сложилась ситуация, когда конкуренты не успевают отреагировать на уменьшение цены и существует предпосылка того, что конкуренты не подключатся к "игре на снижение";
- чтобы понесенные затраты по формированию и реализации услуг были настолько низкими, что даже при невысоких ценах обеспечивалось бы получение достаточной суммы прибыли.

На практике организации часто вначале применяют стратегию "снятия сливок" - первоначальная высокая цена создает своего рода образ продукта

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> высокого качества, и обычно первоначальная группа потребителей менее чувствительна к цене, чем последующие. Затем используется стратегия цен проникновения на рынок - при этом снижение цен благожелательно воспринимается потребителями, в то время как значительное увеличение первоначальной низкой цены часто сталкивается с сопротивлением рынка.

Стратегия престижных цен эффективна, если можно свести к минимуму конкуренцию путем применения патентной защиты, знаков обслуживания, приверженности торговой марке, фирменным наименованиям. Престижные цены представляют собой намеренно высокие цены, предназначенные для привлечения потребителей, которые более обеспокоены качеством продукта, его уникальностью или статусом, чем ценой.

Стратегия "следования за лидером" предполагает учет ценовой политики ведущей фирмы на рынке социально-культурных услуг, т. е. ориентацию цен на свои продукты с движением и характером цен лидера. Уровень цен на новые продукты должен приближаться к "стандартам", установленным лидером, отклонение от цены фирмы-лидера допускается только в известных пределах. Данная стратегия внешне весьма привлекательна и удобна для фирм, не желающих проводить свои собственные разработки ценовой стратегии, однако может привести к серьезным ошибкам и просчетам.

По отношению к продуктам сформировавшегося рынка сбыта используются следующие ценовые стратегии.

Стратегия скользящей падающей цены является логическим продолжением стратегии "снятия сливок", ее применение эффективно при тех же условиях. Суть данной стратегии состоит в том, что цена последовательно скользит по кривой спроса. Для того чтобы стимулировать спрос и оградить предприятие от конкуренции, необходимо разрабатывать новые виды продукта.

Стратегия преимущественной цены является продолжением стратегии цен проникновения на рынок, применяется при опасности вторжения конкурентов в

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

область деятельности организации. Суть стратегии - в достижении преимущества по отношению к конкурентам либо по затратам (в этом случае цена устанавливается ниже цен конкурентов), либо по качеству продукта (тогда цена устанавливается выше цен конкурентов и продукт оценивается как уникальный и престижный).

Стратегия цены сегмента рынка предполагает учет определенных различий в спросе. Каждое решение по формированию цены должно учитывать реальные ожидания и запросы потребителей, а также их желание и возможность уплатить определенную сумму за услуги. В качестве примера влияния сегментации рынка на стратегию ценообразования можно привести цены на продукты СКД для пожилых людей, уровень которых ниже аналогичных продуктов для других возрастных категорий. Указанный факт объясняется особенностями данного сегмента: люди пожилого возраста довольно чувствительны к ценам.

Таким образом, мы видим, что использование различных вариантов ценовых стратегий способствует оптимизации издержек социально-культурной деятельности.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Заключение

СКД - это деятельность, направленная на создание условий для наиболее полного развития, самоутверждения и самореализации личности и группы (студии, кружки, любительские объединения) в сфере досуга.

Емкость рынка СКД - его способность "поглотить" то или иное количество продукта/услуги, т.е. возможный объем реализации отдельных услуг и товаров сувенирного назначения при существующих ценах и предложении. Вышеуказанная величина зависит от объема платежеспособного спроса населения и размеров туристского предложения. Емкость рынка нельзя рассматривать в отрыве от уровня цен, которые являются существенным элементом рынка. В зависимости от уровня цен на продукт при той же емкости рынка (общего объема спроса) потребность в продукте может быть различной: при повышении цен она сокращается, при снижении - увеличивается.

Спрос на продукт СКД представляет собой форму проявления потребности населения в услугах СКД, обеспеченную денежными средствами. Такой спрос называется платежеспособным.

Предложение на рынке СКД - это вся масса предназначенных для продажи услуг и товаров.

Предложение продукта обусловлено определенными предпосылками, среди которых наиболее важными являются: наличие производителей продукта, уровень развития индустрии СКД, объем ресурсов СКД.

Ассортимент - состав однородной продукции по видам, сортам и маркам. Различают ассортимент услуг, ассортимент продукции и торговый ассортимент.

В СКД преобладает ассортимент услуг - набор услуг, предлагаемых потребителям. По степени детализации ассортимент услуг подразделяется на три основных вида: групповой, видовой и внутривидовой.

Издержки СКД представлены в системе классификации, но имеют и свою

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/> специфику, это видно по классификации затрат в социально-культурной деятельности.

В условиях рыночной экономики основным критерием обоснованности затрат является их экономическая целесообразность, которая подтверждается соответствующими финансовыми расчетами. Эффективное и целевое использование ресурсов обеспечивается в процессе непосредственного осуществления конкретных затрат и базируется на системном финансовом контроле.

В отечественной системе калькулирования на предприятиях в условиях развивающихся рыночных преобразований нуждаются в совершенствовании. Мы рассмотрели традиционный, способ группировки и включения затрат в себестоимость на примере турпродукта. Калькулирование полной себестоимости турпродукта предполагает расчет всех издержек, связанных с формированием и реализацией единицы турпродукта.

Использование различных вариантов ценовых стратегий способствует оптимизации издержек социально-культурной деятельности.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Список литературы

1. Бочкарева И. И., Левина Г. Г. Бухгалтерский учет: Учебник - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2008. - 368с.
2. Бутко И. И., Ситников Е. А., Ушаков Д. С. Туристический бизнес: основы организации. - Ростов н/Д: Феникс, 2008. - 327с.
3. Газзатулин А. Корпоративное управление и финансовая эффективность: мета-анализ// Вопросы экономики. - 2008. - № 10. - С. 62 - 76.
4. Гилева Т. Компетентно - ориентированный подход к формированию стратегии предприятия// Проблемы теории и практики управления. - 2007. - № 9. - С. 106 - 115.
5. Зайцев Н.Л. Экономика, организация и управление предприятием: Учебное пособие. - М.: ИНФРА-М, 2008. - 325с.
6. Захаров М.Л., Тучкова Э. Г. Право социального обеспечения России: Учебник. - М: издательство БЕК, 2001. - 324с.
7. Кожин В. Я. Современный бухгалтерский учёт: Учебник. - М.: "Альфа - Пресс", 2008. - 768с.
8. Кондраков Н. П., Кондраков И. Н. Бухгалтерский учет в бюджетных организациях. - М.: Проспект, 2008. - 717с.
9. Котляров С.А., Васильева Е.К. Издержки производства и обращения: Учебное пособие. - СПб.: Изд-во СПбУЭФ, 2000. - 242с.
10. Куканова Е. В., Павленок П. Д., Шаповалов П. Д. Введение в специальность. Социальная работа. - М.: ИНФРА - М, 2007. - 128с.
11. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия. - М.: ИНФРА - М
12. Современное управление. Энциклопедический справочник/ Под ред. Н.Д. Карпухина, Б.З. Мильнера - М.: ИЗДАТ-ЦЕНТР, 2007. - 860с.
13. Якобсон Л. И. Экономические методы управления в СКС. - М.: Экономика, 1991. - 245с.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

Приложение

Особенности состава затрат, включаемых в себестоимость туристского продукта организациями, занимающимися туристской деятельностью

К приказу Государственного комитета РФ

по физической культуре и туризму

от 8 июня 1998г. №210

В соответствии с пунктом 2 постановления Правительства Российской Федерации от 5 августа 1992 г. № 552 "Об утверждении Положения о составе затрат по производству и реализации продукции (работ, услуг), включаемых в себестоимость продукции (работ, услуг), и о порядке формирования финансовых результатов, учитываемых при налогообложении прибыли" (с учетом внесенных в него изменений и дополнений) устанавливается, что в себестоимость туристского продукта у организаций, занимающихся туристской деятельностью, включаются:

1. Затраты на приобретение в целях производства туристского продукта прав на следующие услуги туристам:

- по размещению и проживанию;
- по транспортному обслуживанию (перевозке);
- по питанию;
- по экскурсионному обслуживанию;
- по медицинскому обслуживанию, лечению и профилактике заболеваний;
- по визовому обслуживанию (а также иные затраты, связанные с оформлением турпоездки);
- культурно-просветительского, культурно-развлекательного и спортивного характера;
- по добровольному страхованию от несчастных случаев, болезней и

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>

медицинскому страхованию в период турпоездки;

- по обслуживанию гидами-переводчиками и сопровождающими.

При наличии у туристской организации подразделений, оказывающих вышеперечисленные услуги, которые используются при производстве туристского продукта, в себестоимость туристского продукта включаются затраты этих подразделений.

2. Затраты, связанные с освоением новых туров, включая стажировку по иностранному языку работников в странах, в которых у организации, занимающейся туристской деятельностью, организуются туры на основе налаженного делового сотрудничества и контактов, а также в странах, граждане которых принимаются туристской организацией в качестве туристов.

3. Затраты на организованный набор работников, связанные с оплатой услуг организаций по подбору кадров.

. Представительские расходы, связанные с производственной деятельностью туристской организации по приему и обслуживанию представителей других организаций, включая иностранных, в том числе вне места нахождения организации, занимающейся туристской деятельностью, в пределах сумм, установленных законодательством Российской Федерации.

. Затраты, возникающие по не востребованной туристами части услуг, права на которые приобретаются партиями, блоками и иными неразделяемыми комплексами для целей формирования туров:

- по фрахтованию всей или части вместимости транспортного средства (чартер) у перевозчика или иного организатора чартерных программ;
- по приобретению блока мест в транспортном средстве (блок-чартер), выполняющем регулярный или чартерный рейс;
- по размещению и проживанию у организаций гостиничной сферы и иных организаций, оказывающих такие услуги, а также у обладателей прав на такие услуги.

Все о написании дипломных работ на сайте <https://edunews.ru/students/vypusknaya/>