

UDC 33

TECHNIQUE OF TRAVEL AND RECREATIONAL SERVICES SOCIAL TAX DEDUCTION

Alla Yu. Baranova

Sochi State University for Tourism and Recreation
Sovetskaya street 26a, Sochi city, Krasnodar Krai, 354000, Russia
PhD (economic), docent
E-mail: baranovalla-77@mail.ru

The article examines the basic questions of travel and recreational services social tax deduction. The author analyzes the various materials illustrating the given process by the example of Russia.

Keywords: social tax deduction, tourism, recreation, calculation technique.

Традиционно организации индустрии гостеприимства предоставляют три основных вида услуг: проживание, питание, оздоровление. Кроме перечисленных услуг данные организации могут оказывать сопутствующие и дополнительные услуги, что позволяет не только получать дополнительный доход, но и улучшать качество отдыха и лечения (организация экскурсий, реализация сувениров, авиа- и ж/д билетов, анимация и т.п.).

Таблица 1

Основные направления предпринимательской деятельности средств
размещения индустрии гостеприимства

Группа услуг	Виды услуг
<i>Услуги, входящие в стоимость путевки</i>	Размещение в номерах, питание, оздоровление
<i>Дополнительные платные услуги или услуги на сторону:</i>	
Услуги питания	Питание в ресторане (кафе), организация банкетов (свадеб), кофе-брейк во время конференций
SPA-услуги и оздоровительные услуги	Услуги парных (бани и сауны), водные процедуры, массаж
Услуги досуга	Игры в помещениях (бильярдная), игры на воздухе (теннисных корты, площадки для волейбола, баскетбола), прокат спортивного инвентаря, организация рыбалки, охоты, турпоходов, организация вечеринок, проведение экскурсий
Бытовые услуги	Услуги парикмахерской, прачечной, гладильни, камеры хранения
Аренда помещений	Размещение магазинов в отеле, аренда конференц-залов, аренда офисов

Эксклюзивные услуги	Заказ билетов (театры, выставки, концерты, музеи, мероприятия), доставка газет, заказ авиа- и ж/д билетов, индивидуальные экскурсии
Транспортные услуги	Трансфер (встреча и проводы на вокзале), экскурсии

Среднестатистическая доходность различных видов гостиничных услуг (в процентах к суммарному доходу от всех видов гостиничных услуг) выглядит для усредненной комфортабельной гостиницы следующим образом: доход от основного вида деятельности (услуги размещения) – 55 % (с разбросом в минус и плюс до 5–8 %); доход от предоставления питания – 25 % (с разбросом в минус и плюс до 3–5 %), дополнительный доход от продажи напитков в буфетах, барах, ночных клубах и т. д. – 10 % (с разбросом до 3 %); доход от реализации дополнительных услуг (кроме телефона) – 3 % (разброс до 1 %); доход от телефонных услуг – 1,5 % (разброс до 0,5 %); доход от сдачи помещений в аренду, кроме ресторанов и кафе – 2 % (разброс до 1 %).

Говоря о доходах санаторно-курортных организациях, следует различать источники их формирования, поскольку эти организации подразделяются на ведомственные и коммерческие.

Таблица 2

Распределение источников формирования доходов санаторно-курортных организаций Азово-Черноморского побережья

Наименование услуги	Ведомственные организации (%)	Коммерческие организации (%)
Продажа путевок по цене свободной реализации	80,17	54,7
Предоставление услуг общественного питания (платные услуги)	11,09	8,15
Медицинские платные услуги	1,97	3,5
Проживание (платные услуги)	0,51	9,75
Конференции, банкеты (платные услуги)	0,02	18,54
Спортивно-оздоровительные услуги (платные услуги)	0,13	0,8
Прочие платные услуги (платные услуги)	6,11	4,56
Итого:	100,00	100,00

Следует отметить, что ведомственные санатории оказываются в более выгодном положении, в отличие коммерческих санаториев, так как большая часть их производственной мощности заполняется за счет отраслевых заказов.

Основную долю издержек гостиничных организаций составляют заработная плата и связанные с ней выплаты (27–32 %), эксплуатационные расходы на содержание номерного фонда – до 12–14 % общего объема затрат гостиницы, 5–8 % составляют затраты на организацию питания и 1–3 % – на организацию продажи напитков. Остальные издержки (примерно 43 %) распределяются примерно следующим образом:

- административные расходы – 3–4 %;
- содержание и ремонт оборудования – 3–4 %;
- энергоносители – 34 %;
- маркетинговые исследования и реклама – 2–3 %;
- проценты за кредит – 2–4 %;
- оплата страховых взносов – 1–2 %;
- всевозможные арендные платежи – 1–2 %;
- гонорары специалистам по управлению – 2–3 %.

Таким образом, обобщив ранее сказанное, карту позиционирования доходов предпринимательской деятельности организаций индустрии гостеприимства можно представить следующим образом:

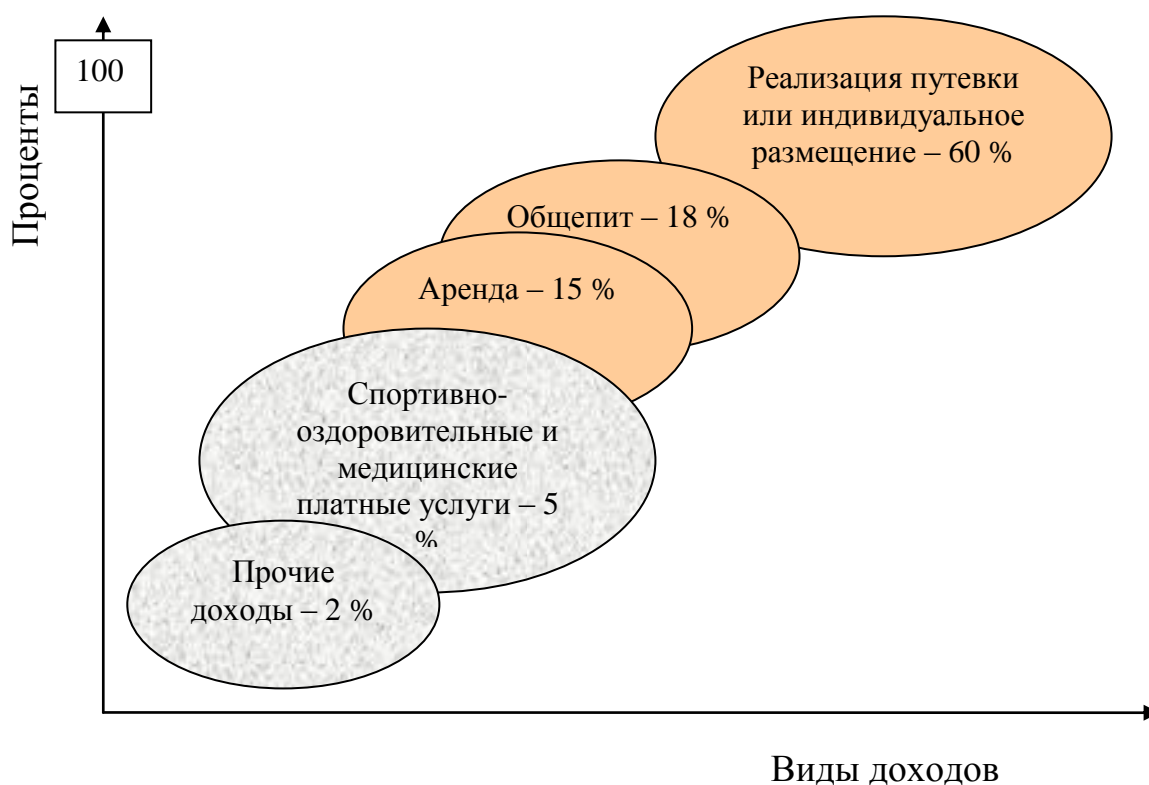


Рис. 1. Карта позиционирования доходов и расходов предпринимательской деятельности организаций индустрии гостеприимства

Из рис. 1 следует, что львиную долю доходов организаций индустрии гостеприимства составляют размещение, реализация напитков и питание, а также предоставление в аренду свободных площадей, в том числе и для конференций. Исходя из представленных данных, с точки зрения получаемого дохода, организации индустрии гостеприимства могут изыскивать собственные инвестиционные средства за счет таких направлений предпринимательской деятельности как размещение, питание и аренда помещений (залов). Поскольку на индивидуальное размещение и реализацию путевок приходится 60% всех доходов организаций интересующей нас сферы, то необходимо подробнее остановиться на инвестировании туристов и рекреантов.

Итогом любой инвестиционной деятельности является инвестиционный результат, под которым следует понимать не только коммерческий, но и социальный эффект. С позиции государственных (муниципальных) органов власти и представителей бизнеса инвестиционным результатом является прибыль как плата

за вложенный капитал. С туристами и рекреантами ситуация иная, они получают лишь социальный эффект (отдых, оздоровление). Поскольку особенностью инвестиционного дохода является его частичная возвратность в виде платы, то туристы и рекреанты как инвесторы также должны иметь право на получение коммерческого эффекта.

Согласно ст. 219 НК РФ граждане РФ имеют право на получение социального налогового вычета за оказание благотворительных услуг, обучение, лечение в медицинских учреждениях, приобретение медикаментов. Плата за туристско-рекреационные услуги не дает физическому лицу право на получение данного вычета. Но, с другой стороны, в перечень медицинских услуг, которые учитываются при определении социального налогового вычета, входят услуги по диагностике и профилактике, оказываемые санаторно-курортными учреждениями. В настоящее время многие современные гостиничные комплексы предлагают SPA-процедуры и прочие услуги по восстановлению сил (пользование бассейном, фитнес-клуб, теннисные корты и т.д.). В целях стимулирования населения к здоровому образу жизни целесообразно туристско-рекреационные услуги, предоставляемые организациями индустрии гостеприимства на основании лицензии, находящимися на традиционной системе налогообложения, включить в перечень социальных вычетов. Насущным вопросом является определение суммы вычета.

Туристы и рекреанты, приобретая услуги уплачивают стоимость НДС, входящий в ее стоимость. Чем большим объемом услуг организаций индустрии гостеприимства пользуются клиенты, тем больше ими уплачивается НДС, и тем больше сумма данного налога поступает в бюджет. Поэтому целесообразнее туристам и рекреантам частично возмещать уплаченный ими НДС. Традиционно клиенты, размещаемые в коллективных средствах размещения, пользуются услугами стандартных номеров, завтраком и определенным перечнем медицинских услуг (для санаториев)- это стандартный минимальный набор услуг. В результате этого формулу расчета социального налогового вычета по туристско-рекреационным услугам можно определить следующим образом:

$$T = (V_{\text{общ.}} - V_{\text{мин.}}) * 18 / 118, \text{ где}$$

T – социальный налоговый вычет по туристско-рекреационным услугам;

V_{общ.} – общий объем туристско-рекреационных услуг, полученный клиентом;

V_{мин.} – стандартный минимальный набор услуг, включающий в обязательном порядке размещение в самом дешевом номере и завтрак, а также прочие услуги на усмотрение организации; 18/118 – НДС, входящий в стоимость услуг.

В связи с вышеизложенным методика определения социального налогового вычета по туристско-рекреационным услугам выглядит следующим образом:



Рис. 2. Методика формирования социального налогового вычета по туристско-рекреационным услугам

Данная методика вычисления социального налогового вычета послужит стимулом для туристов и рекреантов воспользоваться как можно большим объемом услуг, а это, в свою очередь, приведет к увеличению налоговых поступлений в бюджет, в том числе НДС, а также будет способствовать расширению ассортимента услуг организациями индустрии гостеприимства и конкурентной борьбе за клиента [1].

Примечания:

1. Левченко Т.П., Баранова А.Ю. Налоговые льготы в инвестиционной сфере Краснодарского края // Вестник СГУТиКД. 2009. № 2. С. 56–60; Гварлиани Т.Е. Региональные особенности развития предприятий малого и среднего бизнеса в сфере гостеприимства и о влиянии налогообложения // Вестник СГУТиКД. 2008. № 3–4. С. 7–11; Карман Р., Гварлиани Т.Е., Максимов С.А. Основные принципы формирования налоговых систем на современном этапе развития экономики // Вестник СГУТиКД. 2010. № 3. С. 39–45.

УДК 33

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО НАЛОГОВОГО ВЫЧЕТА ПО ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫМ УСЛУГАМ

Баранова Алла Юрьевна

Сочинский государственный университет туризма и курортного дела
354000, Россия, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Советская, 26 а
Кандидат экономических наук, доцент
E-mail: baranovalla-77@mail.ru

Статья рассматривает основные вопросы формирования методики социального налогового вычета по туристско-рекреационным услугам. Автор анализирует различный материал, показывающий как происходит указанный процесс на примере России.

Ключевые слова: социальный налоговый вычет, туризм, рекреация, методика расчета.