

مالیات مؤسسات گردشگری

نگاهی بر الگوهای ارزش افزوده دفاتر و شرکت های خدمات مسافرتی و
گردشگری

تالیف:

فاطمه نوری

کارشناس ارشد مدیریت جهانگردی

دانشگاه علامه طباطبائی

پیشگفتار:

امروزه گردشگری به یک واقعیت بزرگ اجتماعی و یک فعالیت عظیم اقتصادی تبدیل شده است. آمارهایی که سازمان جهانی گردشگری ارائه می‌دهد، نشان دهندهٔ اثرات مهمی است که گردشگری در سطح جهان بر سیستم اقتصادی دارد. صنعت گردشگری به طور قابل توجهی به اقتصاد کشورها می‌کند و فرصت‌های زیادی برای اپراتورهای مختلف گردشگری فراهم می‌کند، اما برای بهره‌مندی از مزایای اقتصادی گردشگری نیاز به پیاده‌سازی صحیح مالیات در این صنعت احساس می‌شود. دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری نیز به عنوان سازمان‌هایی در عوامل روستاگردی نقش مهمی در محیط این صنعت دارند.

در کشور ایران قوانین مالیات برای دفاتر خدمات مسافرتی و گردشگری (که به تسهیل و ارائه خدمات گردشگری به مشتریان می‌پردازند)، در نظر گرفته شده است، تا اطمینان حاصل شود که مالیات دریافتی گردشگری به کشور برمی‌گردد و سرازیر نشود. اقتصاد کشور می‌شود.

با وجود اینکه مالیات منبع مهمی برای توسعه اقتصاد و تأمین خدمات اجتماعی هر کشور است، ولی مشکلات زیادی در زمینه رابطه

منفی بین مالیات و توانایی کسب و کارها برای حفظ بقا و گسترش و بهبود عملکرد وجود دارد. علیرغم اهمیت مالیات در مباحث گردشگری، منابع علمی زیادی در این رابطه وجود ندارد و بیشتر انتشارات مربوط به مالیات، در رشته‌های اقتصاد از نظر بررسی سود و بازدهی و یا تورم و یا از نظر حقوقی و قوانین مالیاتی نظیر نحوه وصول و اجرای مالیات بوده است. این در حالی است که عدم آشنایی و تسلط بر این قوانین و ابعاد آن، مدیران این صنعت را با چالش‌های زیادی مواجه کرده است.

در این کتاب، پس از آشنایی با کلیات و اصول اولیه مالیات، و معرفی و شناخت مؤسسات خدمات مسافرتی در کشور ایران به صورت مختصر به قوانین مالیاتی موثر بر این مؤسسات پرداخته شده است. امید است که گامی هرچند کوتاه در جهت آشنای ساختن مسئولان صنعت گردشگری با مقوله مهم مالیات و درک آن باشد و بتوانند سیاست‌های درستی را در پیش بگیرند. تا با بهبود عملکرد مؤسسات گردشگری به عنوان یکی از ارکان صنعت گردشگری، گامی به رشد صنعت گردشگری کشور باشد.

فاطمه نوری

تابستان ۱۳۹۹

فهرست مندرجات:

فصل اول.....	۹
کلیات مالیات.....	۹
۱- مالیات چیست؟.....	۱۰
۱-۲. اهمیت و ضرورت مالیات در اقتصاد.....	۱۳
۱. توزیع مجدد درآمد.....	۱۳
۲. ایجاد برای در دولت.....	۱۳
۳. ابزاری برای سیاست گذاری اقتصادی.....	۱۴
۱-۳. نظریات مالیاتی.....	۱۵
کلاسیکها.....	۱۷
آدام اسمیت.....	۱۸
دیوید ریکاردو.....	۲۰
نهابی گراها.....	۲۲
فلمینگ جنکین.....	۲۳
لئون والراس.....	۲۳
ویکسل.....	۲۵
آلفرد مارشال.....	۲۵
اچ ورث و برون.....	۲۶
نظریه‌های جدید.....	
۱-۴. اصول مالیات.....	۲۸
الف) اصل عدالت مالیاتی.....	۲۸
ب) اصل مشخص بودن مالیات.....	۲۹
ج) اصل سهل الوصول بودن مالیات.....	۲۹
د) اصل صرفه جویی.....	۳۰

۳۰.....	۵-۱. قانون مالیات در ایران.....
۳۲.....	۶-۱. چه کسانی باید مالیات پرداخت کنند؟.....
۳۳.....	۷-۱. اشخاص معاف از پرداخت مالیات.....
۳۵.....	۸. انواع مالیات.....
۳۵.....	تقسیم بندی مالیات بر اساس نرخ.....
۳۵.....	مالیات تصاعدی.....
۳۶.....	مالیات پلای.....
۳۶.....	مالیات متناهی.....
۳۸.....	۹-۱. ساختار تعالی نظام مالیات کشور.....
۳۹.....	الف- مالیات مستقیم.....
۴۶.....	ب) مالیات غیرمستقیم.....
۵۰.....	۱۰-۱. مفهوم و قوانین مالیات بر ارزش افزوده.....
۵۴.....	۱۱-۱. سازمان امور مالیاتی و ارکان آن.....
۵۵.....	۱. شورای عالی مالیاتی.....
۵۷.....	۲. هیئت عالی انتظامی مالیاتی.....
۶۲.....	۳. ادارات امور مالیاتی.....
۶۳.....	فصل دوم.....
۶۳.....	مؤسسات گردشگری.....
۶۴.....	۱-۲. مقدمه.....
۶۶.....	۲-۲. تعاریف مؤسسات خدمات مسافرتی و گردشگری.....
۶۷.....	۳-۲. مروری بر تاریخچه مؤسسات گردشگری.....
۶۹.....	۴-۲. مؤسسات خدمات مسافرتی و گردشگری برتر دنیا.....
۷۲.....	۵-۲. تاریخچه مؤسسات خدمات مسافرتی در ایران.....

۶-۲. انواع مؤسسات خدمات مسافرتی	۷۷
۱. مؤسسات خدمات مسافرتی واسطه یا شناور	۷۷
۲. مؤسسات خدمات مسافرتی سازمان دهنده یا مجری	۷۷
عمده فروشان	۷۸
مؤسسات خدمات مسافرتی خرده فروشی	۷۹
۷-۲. تقسیم بندی مؤسسات گردشگری ایران	۷۹
تقسیم بندی دفاتر و شرکت های خدمات مسافرتی و گردشگری	۸۱
۸-۲. مؤسسات خدمات مسافرتی در ایران	۸۳
کلیات تاسیس فائز شرکت های خدمات مسافرتی	۸۳
شرایط صدور مجوز دفاتر خدمات مسافرتی بند ب و بند پ	۸۵
شرایط صدور مجوز دفاتر خدمات مسافرتی بند الف	۸۸
۹-۲. نقش و اهمیت مؤسسات خدمات مسافرتی	۹۱
نقش مؤسسات خدمات مسافرتی	۹۱
(الف) گردشگری ورودی	۹۱
(ب) گردشگری برون مرزی	۹۱
(ج) گردشگری داخلی	۹۱
(د) تولید اشتغال	۹۲
(ه) کسب ارز خارجی	۹۲
(ت) توسعه پیشرفت مقصد	۹۳
اهمیت مؤسسات خدمات مسافرتی	۹۳
۱۰-۲. مؤسسات خدمات مسافرتی آنلاین	۹۴
۱۱-۲. عملکردهای مؤسسات خدمات مسافرتی	۹۵
وظایف مؤسسات خدمات مسافرتی	۹۸
نقش مؤسسات خدمات مسافرتی به عنوان مشاور	۱۰۵
نقش مؤسسات خدمات مسافرتی به عنوان نماینده فروش	۱۰۶
منافع حاصل از مؤسسات خدمات مسافرتی	۱۰۹