

Лекція 6. Собівартість туристичного продукту.

План

1. *Сутність витрат виробництва туристичного продукту.*
2. *Класифікація витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту.*
3. *Управління витратами виробництва.*

1. Сутність витрат виробництва й собівартості туристичного продукту

Виробництво туристичного продукту й надання туристичної послуги вимагає певних трудових і матеріальних витрат. Ці витрати являють собою **витрати виробництва туристичного підприємства** – економічну категорію, що відбиває витрати живої й уречевленої праці на виробництво й реалізацію туристичного продукту (послуги) і виражену в грошовій формі. **Витрати виробництва** являють собою суспільно необхідні витрати праці, що забезпечують виконання туристичним підприємством своїх функцій.

Прийнято класифікацію витрат виробництва за наступними ознаками:

- за економічними елементами витрат;
- за способом віднесення на собівартість туристичного продукту;
- за статтями собівартості (калькуляція);
- за періодичністю виникнення (поточні, одноразові, щоденні й т.д.);
- за можливістю охоплення планом (плановані, позапланові);
- за доцільністю витрат (продуктивні, непродуктивні);
- за роллю у виробництві туристичного продукту;
- залежно від обсягу продукції (постійні, змінні) і ін.

За способом віднесення на собівартість туристичного продукту витрати діляться на прямі й непрямі. **Прямі (контрольовані)** витрати зв'язані безпосередньо з роботою підприємства і являють собою витрати, пов'язані з туристичним продуктом. **До непрямих (неконтрольованих) витрат** відносяться заробітна плата адміністративно-управлінського персоналу, бухгалтерії і т.д. Непрямі витрати неминучі. Їх треба розподіляти на всі структурні підрозділи.

Усі витрати незалежно від того, куди вони відносяться – на собівартість або на фінансові результати – діляться на змінні, постійні й змішані (рис. 1.1).

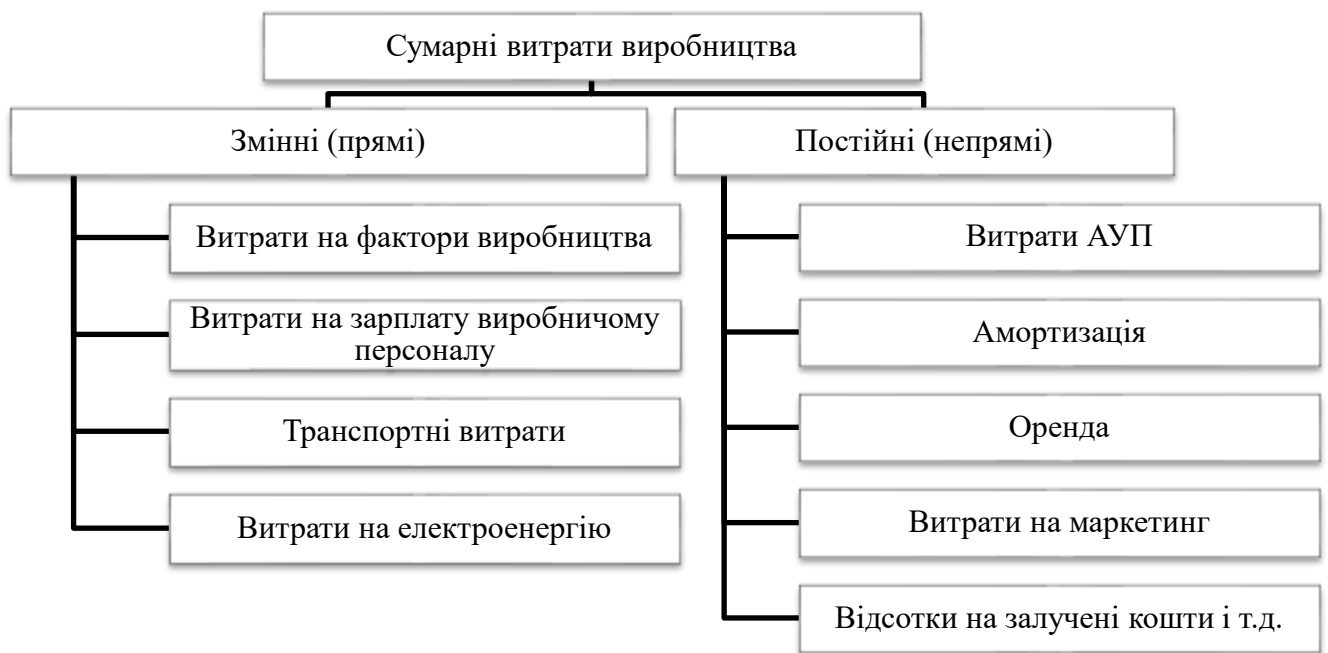


Рисунок 1.1. Структура витрат

Змінні витрати залежні від обсягу продажів. **Постійні** витрати не перебувають у прямій залежності від обсягу продажів, але до певного періоду. Із впровадженням у дію основних фондів й інших факторів розмір постійних витрат міняється.

Розподіл витрат на змінні й постійні умовний. Частина витрат у певній ситуації переходить із розряду змінних у постійні. У довгостроковому плані всі витрати змінні, у короткостроковому – постійні.

2. Класифікація витрат на виробництво і реалізацію туристичного продукту

Частина витрат на виробництво й реалізацію туристичного продукту становить його собівартість. **Собівартість продукції (робіт, послуг)** – це виражена в грошовій формі сума витрат на використовувані в процесі виробництва природні ресурси, сировину, матеріали, паливо, енергію, основні фонди, нематеріальні активи, трудові ресурси, а також інші витрати на її виробництво й реалізацію. **Собівартість** – це якісний показник, що характеризує рівень використання всіх ресурсів, що перебувають у розпорядженні туристичного підприємства.

Як економічна категорія *собівартість виконує функції бази для:*

- формування відпускної ціни на туристичний продукт і визначення прибутку й рентабельності;
- визначення оптимальних розмірів підприємства;

- економічного обґрунтування й прийняття управлінських рішень.

Відповідно до діючого положення всі витрати, що утворюють собівартість туристичного продукту, групуються відповідно до їхнього економічного змісту за наступними елементами:

- матеріальні витрати (за винятком вартості поворотних відходів);
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні потреби;
- амортизація основних фондів;
- інші витрати.

Групування витрат за економічними елементами дозволяє визначити, що витрачено на виробництво туристичного продукту й у якій формі.

1. Матеріальні витрати включають:

- витрати на організацію нових туристичних продуктів, маршрутів, послуг у період їхнього освоєння;
- витрати, безпосередньо пов'язані з наданням послуг, проведенням робіт, виробленням продукції, обумовлені технологією й організацією процесів обслуговування туристів і екскурсантів;
- витрати некапітального характеру, пов'язані з удосконаленням технології обслуговування туристів і організацією виробництва, а також з поліпшенням якості туристичного продукту;
- витрати на забезпечення виконання санітарно-гігієнічних вимог у приміщеннях по обслуговуванню туристів;
- витрати на проведення рекреаційних робіт, спрямованих на підтримку території туристичних підприємств і їхніх територій у належному екологічному й санітарному стані;
- витрати, пов'язані з організацією й забезпеченням процесу обслуговування туристів: послуги, надання підприємствами засобів розміщення, транспорту, проживання, харчування й ін.; експлуатаційні послуги; витрати на туристичні походи; витрати на розважальні заходи для туристів і екскурсантів; оплата послуг зі страхування туристів і ін.;
- витрати на оплату робіт і послуг виробничого характеру, що виконуються сторонніми організаціями й підприємствами, які не відносяться до основного виду діяльності й т.д.

Вартість матеріальних витрат формується виходячи із цін їхнього придбання, включаючи вартість, обговорену в контрактах і договорах на поставку й обслуговування.

2. Витрати на оплату праці – це витрати на оплату праці основного виробничого персоналу туристичного підприємства, включаючи премії за

виробничі результати, що стимулюють і компенсують виплати, у тому числі у зв'язку з підвищенням цін і індексацією доходів у межах норм, передбачених законодавством, а також витрати на оплату праці працівників, зайнятих в основній діяльності, що не входять до штату підприємства. У цей елемент витрат включені:

- виплати заробітної плати за фактично виконану роботу відповідно до тарифних ставок, посадових окладів й ін.;
- вартість продукції, виданої в порядку натуральної оплати працівникам;
- премії, надбавки й оклади за виробничі результати й ін.

У собівартість не включаються виплати, безпосередньо не пов'язані з оплатою праці: матеріальна допомога, подарунки працівникам і ін.

3. **Відрахування на соціальні потреби** стягуються від суми витрат на оплату праці відповідно до встановлених законом нормативів відрахувань у фонди: соціального страхування; пенсійний фонд; державний фонд зайнятості; фонд на потреби армії.

4. **Амортизація основних фондів** – це грошове вираження суми зношування основних фондів, перенесеної на реалізований туристичний продукт (послугу). Амортизаційні відрахування виробляються туристичними підприємствами, виходячи із установлених урядом норм, методів і правил амортизації, і включаються до складу витрат на виробництво й реалізацію продукції.

Сума нарахованої амортизації відноситься на собівартість туристичного продукту (послуги) щомісяця, а в сезонних туристичних підприємствах річна сума відрахувань включається в собівартість за фактичний період роботи підприємства в році протягом нормативного строку експлуатації. Нарахування амортизації здійснюється залежно від облікової політики туристичного підприємства.

Разом з виторгом від реалізації амортизація надходить на розрахунковий рахунок підприємства, на якому накопичуються відрахування.

5. **Інші витрати.** До інших витрат відносяться:

- податки, збори й інші платежі в бюджет і в позабюджетні фонди, що стягуються відповідно до встановленого законодавством порядку;
- витрати на утримання працівників АУП й інших структурних підрозділів, матеріально-технічне й транспортне обслуговування їхньої діяльності;
- оплата послуг зв'язку, банків, обчислювальних центрів, за пожежну й сторожову охорону;
- оплата консультаційних, інформаційних і аудиторських послуг;
- відрядні й представницькі витрати (у межах установлених норм);

- оформлення документів для виїзду за кордон;
- господарські витрати, пов'язані з відправленням (прийомом) туристичних груп (поштові, телефонні, канцелярські й т.п.);
- витрати по підготовці, перепідготовці й підвищенню кваліфікації кадрів;
- оплата відсотків за кредитами банків за винятком прострочених;
- витрати на: розробку й видання рекламної продукції; рекламні заходи; придбання рекламних кіно- і відеофільмів; виготовлення стендів, щитів, показників; оформлення вітрин, виставок-продажів. Витрати на рекламу відносяться на собівартість у межах установлених норм, понад нормативні – за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства;
- витрати на сертифікацію; зношування нематеріальних активів (ліцензія, торговельний знак і ін.) і ін.;
- податки: транспортний, податок із власників транспортних засобів.

Витрати включаються в собівартість того звітного періоду, до якого вони відносяться.

Витрати, пов'язані з виробництвом і реалізацією туристичного продукту (послуги), при плануванні, обліку й калькулюванні собівартості групуються по статтях витрат. Їхній перелік визначається галузевими методичними рекомендаціями. Вивчення по калькуляційних статтях витрат дозволяє визначити собівартість одиниці продукції, бачити, під впливом яких факторів сформувався даний рівень собівартості.

Заелементне групування витрат показує, скільки зроблене тих або інших видів витрат у цілому по організації за певний період часу незалежно від того, де вони виникли й на формування якої конкретної туристичної продукції вони використані.

Дане групування дає можливість установлювати потребу в основних і оборотних фондах, визначати фонд оплати праці й т.д.

Однак класифікація витрат за економічними елементами не дозволяє обчислити собівартість окремих видів туристичної продукції й установити обсяг витрат конкретних структурних підрозділів туристичної організації.

Для вирішення цих завдань застосовують класифікацію витрат по статтях калькуляції. **Калькуляційною статтею** прийнято називати певний вид витрат, що утворюють собівартість як окремих видів, так і всієї турпродукції в цілому.

Групування витрат за калькуляційними статтями дозволяє:

- визначати призначення витрат і їхню роль;
- організовувати контроль над витратами;

- виявляти якісні показники господарської діяльності як туристичної організації в цілому, так і її окремих підрозділів;
- установлювати, за якими напрямками необхідно вести пошук шляхів зниження витрат виробництва.

На підставі групування витрат будується аналітичний облік витрат, складається планова й фактична калькуляція собівартості окремих видів турпродукції.

У собівартість туристичного продукту включаються:

1) витрати на придбання з метою виробництва туристичного продукту прав на наступні послуги туристам:

- розміщення й проживання;
- транспортне обслуговування (перевезення);
- харчування;
- екскурсійне обслуговування;
- медичне обслуговування (а також інші витрати, пов'язані з оформленням турпоїздки);
- культосвітнє, культурно-дозвільне й спортивне обслуговування;
- добровільне страхування від нещасних випадків, хвороб і медичне страхування в період турпоездки;
- обслуговування гідями-перекладачами й супровідними;

2) витрати, пов'язані з освоєнням нових турів, у тому числі вивчення працівниками іноземної мови тих країн, в які організовуються тури на основі налагодженого ділового співробітництва й контактів, а також тих країн, громадяни яких приймаються туристичною організацією як туристів;

3) витрати на організований набір працівників, пов'язані з оплатою послуг організацій по підборі кадрів;

4) представницькі витрати, пов'язані з виробничою діяльністю туристичної організації по прийому й обслуговуванню представників інших організацій, включаючи іноземних, у тому числі поза місцем знаходження організації, що займається туристичною діяльністю, у межах сум, установлених законодавством;

5) витрати, що виникають по не затребуваній туристами частини послуг, права на які здобуваються партіями, блоками й іншими неподільними комплексами для цілей формування турів:

- по фрахтуванню всієї або частини місткості транспортного засобу (чартер) у перевізника або іншого організатора чартерних програм;
- по придбанню блоку місць у транспортному засобі (блок-чартер);

– по розміщенню й проживанню в організаціях готельної, що роблять такі послуги, а також у власників прав на такі послуги.

Для вирахування собівартості окремих видів турпродукції туристичні фірми, з урахуванням особливостей своєї діяльності, самостійно встановлюють групування витрат по статтях калькуляції. У найбільш загальному виді номенклатура статей калькуляції може виглядати в такий спосіб:

1. Витрати на оплату праці.
2. Відрахування на соціальні потреби.
3. Амортизація основних фондів.
4. Витрати на оренду й утримання будинків, споруджень, устаткування й інвентарю.
5. Витрати на ремонт основних засобів.
6. Амортизація нематеріальних активів.
7. Зношування малоцінних і швидкозношуваних предметів.
8. Витрати на рекламу.
9. Представницькі витрати.
10. Транспортні витрати: послуги перевізника (авіа, залізничної організації, морського, річкового транспорту й т.п.).
11. Витрати по оплаті відсотків за користування кредитами.
12. Платежі стороннім організаціям (особам) за надання послуг зі здійснення турів (готельне обслуговування, харчування, трансфер, екскурсії, надання гідів-перекладачів, оренда автомобіля, мобільного телефону, страхівка й т.д.).
13. Витрати на підготовку й освоєння нового турпродукту.
14. Комісійна винагорода контрагентам.
15. Інші витрати й платежі.

Витрати туристичного підприємства можна групувати залежно від різних факторів. **За місцем виникнення** витрати у туристичних фірмах групують і враховують за філіями, відділеннями, ділянками і іншими структурними підрозділами. Таке групування витрат дозволяє організувати внутрішній госпрозрахунок і визначити фактичну собівартість кожного виду турпродукту.

Стосовно повної собівартості реалізованої турпродукції всі витрати підприємства в плануванні й обліку підрозділяються на виробничі й поза виробничі (комерційні). У **виробничі витрати** включають всі витрати, безпосередньо пов'язані з формуванням турпродукції й утворенням її виробничої собівартості. **Поза виробничі (комерційні)** витрати пов'язані з реалізацією турпродукції споживачам. Сюди включають витрати на рекламу та інші збутові витрати. Виробничі й комерційні витрати в сукупності формують **повну собівартість турпродукції**.

За роллю в процесі формування турпродукції і цільовому призначенню витрати підприємства підрозділяються на основні й накладні. **Основними** називаються витрати, безпосередньо пов'язані із процесом формування турпродукції. До них відносяться витрати на розміщення й проживання туристів, транспортне обслуговування, харчування, екскурсійне обслуговування, візове обслуговування, медичне страхування, обслуговування перекладачами й супровідними. **Накладні витрати** – це витрати, які пов'язані з обслуговуванням і керуванням туристичною фірмою. До складу накладних витрат включають: заробітну плату адміністративно-управлінського персоналу; відрахування на їхні соціальні потреби; амортизацію будинків і інвентарю; витрати на поточний ремонт; витрати електроенергії для освітлення приміщень.

За способом включення в собівартість турпродукції витрати туристичної фірми підрозділяються на прямі й непрямі. **Прямими витратами** є витрати по формуванню конкретного виду турпродукції. Тому вони можуть бути віднесені на об'єкти калькуляції в момент їхнього здійснення або нарахування прямо на підставі даних первинних документів (наприклад, оплата праці менеджерів, що безпосередньо формують і реалізують турпродукт). **Непрямі витрати** пов'язані з формуванням декількох видів турпродукції, наприклад, витрати по керуванню й обслуговуванню процесу формування турпродукції (накладні): міжнародні телефонні переговори, оплата послуг доступу в Інтернет, виготовлення рекламної (каталогів) і сувенірної продукції, орендна плата.

Потрібно помітити, що основні витрати найчастіше виступають у вигляді прямих, а накладні – непрямих витрат, але вони не є тотожними. Групування витрат на прямі й непрямі необхідне при організації роздільних систем обліку повних і часткових витрат на формування турпродукції.

Групування витрат стосовно обсягу діяльності має важливе значення у виборі системи обліку й калькулювання. За даною ознакою витрати підрозділяються на постійні й змінні. **Змінними** називаються витрати, величина яких змінюється разом зі зміною обсягу виробництва турпродукції. До **постійних** відносять витрати, величина яких не змінюється або слабо змінюється при зміні обсягу діяльності. До них відносяться загальногосподарські витрати.

Поділ витрат на постійні і змінні має велике значення **для планування, обліку й аналізу собівартості турпродукції**. Постійні витрати, залишаючись відносно незмінними за абсолютною величиною, при збільшенні масштабів діяльності стають важливим фактором зниження собівартості турпродукції, тому що їхня величина при цьому зменшується розраховуючи на одиницю турпродукції. Змінні ж витрати зростають у прямій залежності від росту

турпродукції, але розраховані на одиницю, являють собою постійну величину. Економія за цими витратами може бути досягнута за рахунок здійснення організаційно-технічних заходів, що забезпечують зниження їх вартості розраховуючи на одиницю турпродукції. Крім того, дане групування витрат можна використати при аналізі й прогнозуванні беззбитковості діяльності й, в остаточному підсумку, при виборі економічної політики туристичної фірми.

Важливе значення при калькулюванні собівартості турпродукції має групування витрат **залежно від часу їхнього виникнення й віднесення на собівартість турів**. За даною ознакою витрати туристичної організації підрозділяються на поточні, майбутнього звітного періоду й майбутні. До **поточних** відносяться витрати по формуванню турпродукції даного періоду. **Витрати майбутнього звітного періоду** – це витрати, зроблені в поточному звітному періоді, але підлягають включенню в собівартість турпродукції, що буде сформована в наступні звітні періоди (наприклад, витрати на оренду приміщення, передплата на періодичні видання й т.д.). До **майбутніх** відносять витрати, які в даному звітному періоді ще не зроблені, але для правильного відбиття фактичної собівартості підлягають включенню у витрати туристичної фірми за даний звітний період у плановому розмірі (витрати на оплату відпусток працівників і т.д.).

На результати діяльності туристичних фірм істотний вплив робить **доцільність здійснення витрат**. За даною ознакою витрати підрозділяються на ефективні й неефективні. **Ефективні** – це продуктивні витрати, у результаті яких надходять доходи від реалізації тих видів турпродукції, на формування яких вони були зроблені. До них відноситься більша частина витрат, що утворюють собівартість турпродукції. Вони передбачаються кошторисом витрат туристичної фірми. **Неефективні** – це витрати непродуктивного характеру, у результаті яких не будуть отримані доходи, тому що не буде сформований і реалізований турпродукт. Неефективні витрати – це втрати, до яких відносяться втрати за штрафами і неустойками, виплачені по контрактах, компенсації туристам і т.д. Обов'язковість виділення неефективних витрат диктується необхідністю не допустити проникнення втрат у планування й нормування.

З попереднім групуванням тісно взаємодіє групування витрат **залежно від охоплення плануванням**. За даною ознакою витрати підрозділяються на плановані й неплановані. До **планованих** відносяться продуктивні витрати підприємства, обумовлені його господарською діяльністю й передбачені кошторисом витрат. Вони відповідно до норм, нормативам, лімітам й кошторисам включаються в планову собівартість турпродукції. **Неплановані** – це непродуктивні витрати, які не є неминучими й не впливають із нормальних

умов господарської діяльності туристичної фірми. Ці витрати вважаються прямими втратами й тому до кошторису витрат не включаються. Вони відбиваються тільки у фактичній собівартості турпродукції й на відповідних рахунках у бухгалтерському обліку. Їхній відособлений облік сприяє здійсненню заходів, спрямованих на їхнє попередження.

Стосовно діючих норм всі витрати, що включають у собівартість турпродукції, групуються в **розрізі встановлених норм**, що діють на початок поточного місяця, і за відхиленнями від діючих норм, що виникли в процесі формування турпродукції. Такий розподіл витрат лежить в основі нормативного обліку і є найважливішим засобом поточного оперативного контролю за рівнем витрат туристичної організації.

У туристичних фірмах завершальним етапом є групування витрат за **їхніми носіями**. Носіями витрат виступають об'єкти калькуляції, тобто туристичні продукти, виконані роботи й послуги. Для кожного об'єкта вибирається калькуляційна одиниця, у якості якої застосовують в основному натуральну одиницю.

Найбільш простий спосіб розрахунку собівартості турпродукції – це *розподіл сумарних витрат на обсяг реалізованих путівок*. Однак застосовувати цей спосіб можна тільки за умови, коли туристична фірма реалізує стандартні групові тури.

Більш складний спосіб – *калькуляція собівартості в розрізі індивідуальних турів*. У цьому випадку прямі витрати безпосередньо включають у собівартість турпродукції, а непрямі – розподіляють за допомогою спеціальних баз і коефіцієнтів розподілу.

У системі керування собівартістю продукції в туристичних організаціях застосовуються різні види калькуляції собівартості продукції. **За часом складання** вони підрозділяються на попередні й наступні. До **попередньої** відносяться планова, кошторисна й нормативна калькуляції, що робляться до процесів формування турпродукції, виконання робіт і надання послуг. **Планова калькуляція** складається на основі прогнозних, припустимих прогресивних норм і економічних нормативів на рік і по кварталах і являє собою завдання туристичній фірмі по граничній величині витрат на формування відповідних видів турпродукції. **Кошторисна калькуляція** є різновидом планової калькуляції. Вона складається з турпакетів, сформованих у разовому порядку. Кошторисна калькуляція використовується для встановлення цін, розрахунків із замовниками й обґрунтування витрат на формування турпродукції. **Нормативна калькуляція** – це розрахунок собівартості на основі діючих на початок місяця норм і нормативів витрат. На відміну від планової, нормативна калькуляція виражає рівень собівартості на момент її складання. Вона

використовує норми й нормативи витрат, що відбивають досягнутий рівень формування турпродукції.

Нормативна калькуляція використовується для керування, контролю й аналізу виробничих процесів, вирахування фактичної собівартості турпродукції, виявлення відхилень від діючих норм витрат, причин, винуватців і місць їх виникнення, оцінки ефективності впроваджених організаційно-технічних заходів.

До наступних відноситься **фактична калькуляція**, складена після реалізації турпродукції. **Фактична калькуляція** – це розрахунок фактичної собівартості сформованої турпродукції. Вона складається за даними бухгалтерського обліку витрат у розрізі калькуляційних статей витрат, передбачених планом. У ній відбиваються також витрати й втрати, не передбачені плановою калькуляцією.

Витрати, пов'язані з операційною діяльністю підприємства, що не включаються до собівартості реалізованого турпродукту, поділяються на адміністративні витрати, витрати на збут та інші операційні витрати.

Калькуляція собівартості туристичного продукту

Оскільки туристичний продукт найчастіше виступає у формі пакета туристичних послуг, розрахованого на групу туристів, то калькуляція його собівартості має ряд особливостей, пов'язаних з тим, що в туристичну групу входять, крім туристів, особи, що супроводжують цю групу на конкретному маршруті (гід-перекладач, груповод тощо).

З урахуванням осіб супроводу туристичних груп визначається собівартість усього пакета туристичних послуг на групу туристів і на одного туриста. Ця собівартість включає вартість проживання, харчування, витрати на транспортування (авіа-, залізничний, автобусний квиток), трансфер, страховку, поїздку керівника групи, витрати на екскурсії, комісійну винагороду турагентів, митний збір тощо.

Розрахунок собівартості здійснюється спочатку за основною діяльністю, тобто відповідно до пакета послуг на групу туристів у цілому, а потім визначається собівартість у розрахунку на одного туриста і встановлюється ціна послуг, передбачених туристичною путівкою (ваучером).

3. Планування витрат туристичних підприємств

Співвідношення окремих елементів витрат собівартості становить структуру собівартості. Структура собівартості перебуває в русі. Постійний вплив на неї роблять наступні фактори: стан економіки, інфляційний процес,

податки; збільшення витрат на рекламу; поведінка покупців; рівень конкуренції (з урахуванням якості сервісу, пропонованого конкурентами); стан кредитно-грошової й платіжної дисципліни; удосконалення структури керування; впровадження кваліфікованого менеджменту.

Систематичне визначення й аналіз структури витрат на підприємстві мають важливе значення для керування витратами, що включає:

- організацію інформаційного забезпечення відповідно до змісту, складу і структури витрат;
- повний аналіз витрат у динаміці й за поточний період;
- оцінку умов функціонування туристичного підприємства;
- прогнозування розміру й рівня витрат різними методами;
- постатейне нормування витрат;
- доведення планового рівня витрат до кожного структурного підрозділу, окремого працівника;
- удосконалення обліку витрат.

Найважливішим елементом системи керування витратами виробництва є вдосконалювання їхнього обліку. Прийняття правильних управлінських рішень сприяють організація обліку по системі «директ-костинг». Це – система обліку витрат, що базується на поділі загальних витрат на постійні й змінні. Іноді її називають обліком обмеженої або скороченої собівартості.

«Директ-костинг» дозволяє визначити товари з низькою рентабельністю й відмовитися від їхнього виробництва, установити межу зміни ціни; створює умови для ефективності оперативного контролю за постійними витратами. «Директ-костинг» може застосовуватися в туризмі одночасно з іншими методами керування витратами.

Управління витратами повинне ґрунтуватися на оптимізації. Одним з основних методів оптимізації витрат є визначення граничного рівня витрат для конкретного суб'єкта підприємницької діяльності в конкретній ситуації. Для розв'язання завдання оптимізації витрат необхідно визначити оптимальні розміри постійних і змінних витрат на одиницю приросту або скорочення обсягів реалізації турпродукту.

Загальний алгоритм управління витратами туристичних підприємств представлено на рисунку 1.2.



Рисунок 1.2. Алгоритм планування витрат туристичного підприємства

Розробка плану витрат може здійснюватися різними методами. Найбільш прийнятними для сучасної економіки туристичного бізнесу є такі:

- досвідно-статистичний, тобто факторно-аналітичний;
- каузальний – метод побудови економіко-математичних моделей;
- метод прямих техніко-економічних розрахунків.

Метод прямих техніко-економічних розрахунків є найбільш точним. Його легко застосовувати в туристичному бізнесі. Розрахунки ведуться по кожній статті витрат.

Не важчим є досвідно-статистичний метод, але його застосування вимагає стабільних темпів розвитку економіки не тільки сфери діяльності, що планується, а й всієї країни.

При застосуванні факторно-аналітичного методу із сукупних витрат підприємства виділяються умовно-постійні та умовно-змінні витрати, пов'язані з основною операційною діяльністю за минулий період.

Після встановлення кожної з цих груп витрат визначається динаміка змінних витрат за ряд попередніх років (3-5). Найчастіше при цьому методі використовується ковзна середня двох доданків. Отримані індекси (коефіцієнти) зміни витрат екстраполюються на плановий період. Постійні витрати при плануванні тільки коригуються на перспективні зміни цін і тарифів на рекламні послуги та інші види постійних витрат.

Рекомендована література

1. Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма: учеб. пособ. / Г. А. Яковлев 2-е изд., перераб и доп. — М. : Изд-во РДЛ, 2004. — 376 с.
2. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : Навчальний посібник / Л. П. Дядечко. — Київ: ЦУЛ, 2007. — 224 с.
3. Мальська М. Туристичний бізнес: теорія та практика : Навч. пос. / М. Мальська, В. Худо. — Київ: ЦУЛ, 2007. — 424 с.
4. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва: Навч. посіб. / П. Р. Пуцентейло. — Київ: ЦУЛ, 2007. — 344 с.