

Семінар 6. Собівартість туристичного продукту. Планування та аналіз собівартості турпослуг

План.

1. Сутність витрат виробництва туристичного продукту.
2. Класифікація витрат на виробництво та реалізацію туристичного продукту.
3. Калькуляція собівартості і цін на туристичний продукт
4. Планування та управління витратами туристичних підприємств
5. Методи планування продажу туристичного продукту й окремих послуг
6. Програмно-цільовий метод планування продажу туристичного продукту

Основні поняття

Прямі витрати, непрямі витрати, постійні витрати й змінні витрати, собівартість, матеріальні витрати, витрати на оплату праці, відрахування на соціальні потреби, амортизація основних фондів, виробничі й комерційні витрати, основні й накладні витрати, ефективні витрати, неефективні витрати, калькуляція.

Задачі:

1. У ресторані змінними є витрати на продукти та напої, які становлять в середньому 25 грн на одного відвідувача. Постійні витрати (оренда, комунальні внески, заробітна плата працівників ресторану тощо) становлять 1000 грн на тиждень. Визначити собівартість однієї порції, якщо за тиждень буде обслуговано 1, 50, 100, 200 відвідувачів. Відповідь дати у вигляді табл. 1.

РОЗРАХУНОК СОБІВАРТОСТІ ПОРЦІЇ ПРОДУКЦІЇ, грн

Кількість відвідувачів	Змінні витрати	Постійні витрати	Собівартість порції
1			
50			
100			
200			

2. На основі наведених даних розрахувати для базового та планового років: кошторис витрат на виробництво продукції ресторанного комплексу; собівартість валової продукції та повну собівартість товарної продукції.

Елементи витрат	Сума витрат базового року, тис. грн.	Зміна у плановому році, %
Матеріальні витрати	18600	+4,5
Витрати на оплату праці	6200	+3,2
Відрахування на соціальні заходи	2100	+3,2
Амортизація основних фондів	3540	–
Інші витрати	890	-5
Витрати, що не включені до виробничої собівартості продукції	560	+6,7
Зміна залишків витрат майбутніх періодів	+670	- 9,4
Зміна залишків резерву майбутніх платежів	+95	- 19,3
Зміна залишків незавершеного виробництва	+345	-78,5
Позавиробничі витрати	1050	+4,3

3. Визначити планову та фактичну суму витрат турпідприємства, а також їх зміну, якщо в звітному році витрати на рекламу склали 64 тис. грн., адміністративно-

управлінські витрати – 34,2 тис. грн., амортизація основних фондів – 62 тис. грн., витрати на послуги розміщення – 136,5 тис. грн., послуги харчування – 107,4 тис. грн., послуги груповодів – 47,9 тис. грн., транспортні витрати – 86,5 тис. грн., комунальні витрати – 26,7 тис. грн., витрати на оплату праці – 210 тис. грн. На плановий період передбачено підвищити обсяг реалізації турпродукту на 25%, а змінні витрати плануються в обсязі 575 тис. грн.

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.

До змінних витрат у туризмі відносяться всі прямі витрати, пов'язані з закупівлею послуг транспортування, розміщення, харчування, культурного та рекреаційно-оздоровчого обслуговування туристів, витрати, пов'язані з візовим обслуговуванням одного туриста або групи туристів (залежно від того, що прийнято за одиницю розрахунків), оплата послуг груповодів і гідів-перекладачів, витрати на оплату формування і реалізацію туристичних пакетів (турів).

Постійні витрати - це витрати, що залишаються незмінними при зміні обсягів реалізації турпродукту. До них відноситься частина загальновиробничих і загальногосподарських витрат, а саме, витрати на рекламу, адміністративно-управлінські витрати, амортизація необоротних активів, витрати на використання інформаційних баз даних тощо.

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.

При цьому методі планування витрат враховується також темп зміни обсягів реалізації турпродукту і використовується формула

$$B^{пл} = B_{пос} + B_{зм}^{\phi} \times I_{р}^{пл} \times IB_{зм} \quad (10.2)$$

де $B^{пл}$ - планова сума витрат підприємства;

$B_{пос}$ - сума умовно-постійних витрат;

$B_{зм}^{\phi}$ - сума умовно-змінних витрат за звітний період;

$I_{р}^{пл}$ - індекс зміни обсягів реалізації турпродукту (послуг) у плановому періоді;

$IB_{зм}$ - індекс змінних витрат.