**ЦІНОУТВОРЕННЯ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ**

1. Особливості ціноутворення в готелях

[2. Методи формування цін в готелях](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=259325&chapterid=85548)

[3. Структура вартості послуг розміщення](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=259325&chapterid=85566)

[4. Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/book/view.php?id=259325&chapterid=85567)

### **1. Особливості ціноутворення в готелях**

*Ціноутворення*– це система стандартних правил визначення ціни готельного продукту при його реалізації. Як правило, цінова політика розробляється на тривалий термін і пристосовується до мінливих умов ринку. Ціна повинна бути маневреною та динамічною.

Існує різниця між готельної ціною і тарифним планом. [**Тарифний план**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198905&displayformat=dictionary) є більш широким поняттям і фактично об'єднує сукупність цін, розроблених для певного сегмента покупців, що мають однакові обмеження (умови ануляції, умови оплати) і наповнення (наприклад, вартість сніданку включена до ціни проживання). Так, наприклад, тариф «вихідного дня» може мати в різних готелях різні ціни, залежно від сегмента ринку і попиту, але завжди має стандартну формулу: проживання з п'ятниці по неділю (не менше 2 ночей), включає вартість сніданку, екскурсійної програми, безкоштовне [відвідування](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/attendance/view.php?id=338859) оздоровчого центру.

Тариф (ціна) є формою грошового визначення вартості продукції (робіт, послуг), яку реалізують суб’єкти господарювання.

В сфері готельного господарства виникають свої специфічні особливості надання та реалізації послуг. У зв’язку з цим при ціноутворенні слід враховувати такі аспекти, а саме:

1)     сезонність надання послуг. Йдеться про попит на більшість видів послуг, які не можна виробити «про запас», а їх виробництво, реалізація, споживання збігаються у часі й мають чітко виражений сезонний та часовий характер;

2)      неоднорідність послуг (пропозиція номерів різних категорій і за різними цінами не тільки за категоріями номерів, але й за сезонами), а також надання додаткових послуг (ресторан, сауна, більярд, боулінг й т. ін.);

3)    основна маса витрат, що їх за економічним змістом відноситься до змінних, в готельному бізнесі належить до постійних, тому що навіть незаповнений номер потребує витрат на його обслуговування. В результаті, в готельному бізнесі постійні витрати суттєво перевищують змінні, й відповідно зростає операційний леверидж й зменшується зона безпеки підприємства;

4)   плинність штату обслуговуючого персоналу (найм влітку, звільнення взимку). Причому частину оплати праці персоналу відносять не на змінні витрати, а на постійні, наприклад, прибиральниці, садівники, шофери;

5)   на формування вартості послуг у підприємствах готельного господарства впливають повноваження центральних органів виконавчої влади, обласних, міських державних адміністрацій, виконавчих органів міських рад через регулювання цін і тарифів на такі види продукції й послуг:

а) Мінекономіки України встановлює оптові ціни на природний газ для виробників і постачальників та тарифи на його транспортування територією України;

б) Мінзв'язку України, за погодженням із Мінекономіки України, встановлює тарифи:

–   на основні послуги зв'язку в межах України;

–   на міжнародні послуги зв'язку;

в) Мінпром України, за погодженням із відповідними обласними державними адміністраціями, регулює тарифи на послуги з подання води;

г) обласні державні адміністрації регулюють (встановлюють):

–    тарифи на теплову енергію (послуги теплопостачання для всіх груп споживачів), що відпускається енергопостачальними організаціями й підприємствами незалежно від форм власності;

–    тарифи на послуги водопостачання та водовідведення, що надаються всім споживачам підприємствами, що перебувають у комунальній власності, та населенню – підприємствами незалежно від форм власності.

6)        високий рівень орієнтації на психологічні особливості гостя. Наприклад, ціна на розміщення може бути пов'язана з його статусом і становищем у суспільстві.

Ціна готельного місця залежить від:

-         класу готелю;

-         категорії номера;

-         якості послуги;

-         знижок чи надбавок за певні послуги.

Особливістю готельних послуг є те, що вони, як правило, не потребують посередників при реалізації. Крім того, особливістю надання готельних послуг є відсутність незавершеного виробництва. Ці особливості виробництва та продажу готельних послуг надають певний вплив на формування ціни готельної послуги. Як показує практика, на рівень цін впливають такі фактори:

–   собівартість послуги;

–   рівень цін на аналогічні послуги у конкурентів;

–   співвідношення попиту і пропозиції;

–   рівень заробітної плати персоналу.

При формуванні ціни готельної послуги слід брати до уваги і те, що можуть бути різні типи покупців:

–     ощадливі покупці, що звертають особливу увагу на ціну, якість і перелік послуг;

–   персоніфіковані покупці, для яких велике значення має імідж готелю, якість обслуговування, ставлення персоналу і в меншій мірі – ціна послуг, що надаються;

–        апатичні покупці, які основну увагу приділяють комфортному проживанню та якісному обслуговуванню, незалежно від ціни послуги.

При наданні готельних послуг ціни повинні бути однаковими для всіх споживачів (фізичних та юридичних осіб).

Зміна цін можлива тільки у випадку, якщо умови надання послуг відрізняються від умов, передбачених публічним договором. Проте, все це не позбавляє готель можливості застосовувати знижки, встановлені ним самостійно. Але ці знижки при виконанні умов їх надання повинні надаватися всім споживачам.

З[**гід**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198846&displayformat=dictionary)но з «Правилами надання готельних послуг в Україні» готель зобов'язаний своєчасно надавати споживачеві необхідну і достовірну інформацію про послуги, що забезпечує можливість їх правильного вибору, в якій, зокрема, мають бути зазначені:

–        ціни номерів (місця в номері);

–        перелік послуг, що входять у ціну номера (місця в номері);

–     перелік і ціни додаткових послуг, що надаються за окрему плату;

–     відомості про форму та порядок оплати послуг;

–     граничний термін проживання в готелі, якщо він встановлений виконавцем;

–     перелік категорій осіб, які мають право на отримання пільг, а також перелік пільг, що надаються при наданні послуг відповідно до законів і іншими нормативними правовими актами.

Готелі надають свої послуги відповідно до «Правил надання готельних послуг», у яких закріплено положення, що ціна номера (місця в номері), а також форма його оплати встановлюється виконавцем, тобто керівництвом готелю.

Готель може включати до вартості проживання різний набір послуг. Даний набір визначається вимогами, встановленими стандартами для відповідної категорії готелів. Одні й ті ж послуги для готелів однієї категорії є додатковими, а для іншої – обов'язковими, які вносять у вартість проживання.

Готель самостійно визначає перелік послуг, які входять в ціну номера. Однак, надаючи цю інформацію споживачам, готель може зіткнутися з проблемою, коли, клієнт не захоче купувати більш широкий спектр послуг.

Слід звернути увагу на те, що «Правилами» встановлено перелік послуг, які виконавець зобов'язаний надати споживачеві безкоштовно, незалежно від категорії готелю:

–        виклик швидкої допомоги;

–        користування медичною аптечкою;

–        доставка в номер кореспонденції після її отримання;

–        побудка до певного часу;

–        надання окропу, голок, ниток, одного комплекту посуду і столових приладів.

«Правилами» встановлено, що виконавець має право встановити або погодинну, або подобову оплату проживання, а плата за проживання в готелі стягується у відповідності з єдиною розрахунковою годиною – з 12-ї години поточної доби за місцевим часом.

Як правило, за певних умов розміщення (одномісне, двомісне, тримісне) в певній категорії номерів адміністрацією готелю встановлюються базові ціни, розраховані за добу проживання (без знижок).

У готелях можуть бути передбачені спеціальні ціни, які передбачають знижки в порівнянні з базовими цінами. Спеціальні ціни фіксуються в окремих прейскурантах. Ці ціни, як правило, застосовуються для таких категорій:

–   групи іноземних громадян більше десяти чоловік;

–   [**турист**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198912&displayformat=dictionary)ичні фірми;

–   постійні споживачі;

–   розміщення на неповний день та ін.

Знижка може надаватися покупцю або у формі зменшення звичайної продажної ціни, або у формі передачі певної їх кількості «безкоштовно».

При відхиленні ціни більш ніж на 20 відсотків у бік підвищення або в бік зниження від рівня цін, що застосовуються платником податку за ідентичний (однорідний) товар (роботу, послугу) у межах нетривалого періоду часу, податкові органи мають право перевіряти правильність застосування цін по операціях.

При здійсненні податкового контролю податкові органи повинні враховувати підстави надання знижок. Таким чином, при наданні знижок у розмірі, що перевищує 20% продажної ціни з метою уникнення податкових ризиків, має бути підготовлено обґрунтування надання знижки, яке вказує на те, що:

–   знижка є звичайною;

–   знижка надана на законних підставах.

З цією метою: відповідно до Закону України «Про підприємства в Україні» (ст. 23 п. 1) та «Правил користування готелями та надання готельних послуг в Україні» (затверджених наказом Державного комітету України по [**тур**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198909&displayformat=dictionary)изму від 10 вересня 1996 р. № 77/44), підприємства готельного господарства зобов’язані розробити внутрішній документ «Положення про надання знижок проживаючим». Зазначене Положення і буде документом, що формує маркетингову (цінову) політику готелю, і саме воно буде використовуватися в суперечках з податковими органами як обґрунтування своєї позиції. Зокрема, в ньому зазначають всі знижки і можливі ситуації (умови), за яких можуть бути надані знижки клієнтам готелю, в тому числі юридичним особам, (наприклад, в періоди зниження завантаження ціна номера знижується, але при цьому ці періоди мають бути чітко визначені; при поселенні більш ніж на 20 днів надається знижка; знижки вихідного дня; групові знижки та ін.).

Необхідно також, щоб внутрішніми документами були визначені поняття стандартного номера, номерів напівлюкс, люкс тощо. А саме, повинні бути визначені такі вимоги, як оформлення номера, періодичність прибирання і зміни постільної білизни, наявність тих або інших меблів, побутової техніки.

Таким чином, просто надання знижок за рішенням адміністрації не є підставою для застосування нижчої ціни реалізації послуги. Це буде порушенням і призведе до несприятливих податкових наслідків. Тільки якщо надання знижки буде роз'яснено «Положенням про надання знижок проживаючим», знижена ціна буде виправдана і не викличе нарікань з боку податкових органів і клієнтів.

Для того, щоб уникнути податкових ризиків, пов'язаних з визнанням знижки у формі надання додаткової кількості продукції «безкоштовно» безоплатною передачею можна запропонувати наступне. По-перше, в рахунку повинно бути вказано, що додатково передана клієнтові кількість товарів являє собою знижку. По-друге, повинна бути вказана сума, на яку надається знижка.

Порядок надання знижок, що перевищують 20%, повинно бути формалізовано у розпорядчому документі (наказі керівника). Даний документ повинен містити не тільки порядок розрахунку знижки, а й підстави надання знижки.

Оскільки всі послуги, що надаються готелем поділяють на основні і додаткові, то в рахунку гостя необхідно відображати кожну надану йому послугу окремим рядком із зазначенням дати надання послуги та її повної вартості для гостя.

### **2. Методи формування цін в готелях**

На сьогодні в теорії і практиці ціноутворення склалися два принципово різних методологічних підходи до встановлення тарифів на послуги проживання в готелях.

Перший підхід полягає у формуванні спочатку ціни, яка забезпечує окупність всіх витрат і отримання цільового прибутку, та її корегування з урахуванням інформації про рівень цін, що склалися на ринку.

Другий підхід заснований на абсолютно протилежній логіці і припускає визначення на першому етапі ринкової ціни з подальшим корегуванням постійних і змінних витрат підприємства для забезпечення цільового прибутку.

Оскільки політика цін кожного готельного підприємства залежить від безлічі обставин, існують такі методи розрахунку цін на готельні послуги:

***1.     Метод розрахунку ціни послуги на основі витрат***набув широкого розповсюдження у підприємницькій практиці і базується на поділі витрат на змінні і постійні. Після розрахунку суми витрат до неї додається надбавка в залежності від бажаного рівня прибутку або особливостей того чи іншого виду послуг. Слід зазначити, що собівартість послуг готельного господарства складається з витрат на утримання й експлуатацію основних фондів; обігових коштів, що йдуть на придбання матеріальних ресурсів і витрат на оплату праці. На відміну від промислових підприємств, готельні підприємства пов'язані з експлуатаційною діяльністю й тому струк[**тур**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198909&displayformat=dictionary)а їх затрат різна. Проте є й такі загальні елементи витрат, як витрати на амортизацію, енергію, опалення, водопостачання та інші.

До складу готельного тарифу (вартості проживання), окрім вартості розміщення у номері певної категорії, входять інші складові, такі як харчування, послуги міні-бару (напої), послуги сауни тощо залежно від особливостей попиту клієнтів та відповідної маркетингової (в тому числі продуктової) політики готельного підприємства. Водночас надаються знижки, якщо деякі складові не входять до готельного тарифу.

***2.        Метод розрахунку ціни за цільовою нормою прибутку***може використовуватись готельними підприємствами з широким асортиментом послуг, більшість з яких є новими на ринку. Цей метод базується на тому, що до сумарних витрат на одиницю послуги додається бажана норма прибутку на вкладений капітал.

Відсоток прибутку додається до ціни основної послуги з[**гід**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198846&displayformat=dictionary)но з ціновою політикою готелю після розрахунку собівартості та визначається з урахуванням податку на прибуток.

Слід відмітити, що цінова політика будь-якого підприємства  готельного господарства не буває постійною. Вона змінюється залежно як від характеру самого ринку, так і від ринкової ситуації, що відбиває вплив усіх ціноутворювальних факторів. Попит зумовлює максимальну ціну, яку підприємство може запросити за пропоновану послугу.

***Мінімальна ціна***визначається експлуатаційною чи повною  собівартістю послуги.

***Конкурентоспроможна ціна***враховує рівень розвитку конкуренції.

Кожне підприємство на ринку повинно прагнути встановити таку ціну на свій товар чи послугу, яка б повністю покрила всі витрати на його виробництво й збут, а також справедливу норму прибутку за докладені при цьому зусилля й подолані ризики.

***3.    Метод розрахунку ціни, базуючись на рівні поточних цін****,*полягає у тому, що підприємці встановлюють ціни на свої послуги трохи вищі або нижчі ніж у конкурентів, орієнтуючись при цьому не на власні витрати, а на ринкову ситуацію, цінову політику підприємств-конкурентів, а також їх реакцію на зміну ціни.

***4. Метод наближеного підрахунку*.** Цей метод довгий  час застосовувався в США. Він встановлював тариф номера з розрахунку $1 на кожні $1000 будівельних витрат на один номер. Наприклад, припустимо, що середні будівельні витрати    склали $80 000 на  готельний номер. Використовуючи співвідношення 1 до 1000, одержуємо середню ціну номера, рівну $80. Однак, беручи за основу будівельні витрати, випускається з уваги ефект інфляції. Так, добре обладнаний готель з витратами на номер $100000. міг бути побудована сорок років тому з витратами $20000 за номер. Метод $1 за $1000 рекомендує ціну $20 за номер, тоді як дійсна ціна буде значно вище.

***5. Формування тарифу на основі приведення витрат до площі готелю***(приклад розрахунку наведено в кінці теми)*.*

***6. Формула Хаббарта***(приклад розрахунку наведено в кінці теми), за якою планова вартість послуг розміщення визначається таким чином:

а) розраховуються загальні операційні витрати готелю, що охоплюють: загальну суму прямих і загальних витрат, в т. ч. з експлуатації номерного фонду; адміністративні та інші загальногосподарські витрати; витрати на маркетинг, амортизацію будівлі, обладнання, меблі, білизну; обов'язкові податкові та страхові платежі;

б) визначається прийнятна сума прибутку відповідно до цінової політики готелю. Мінімальна сума прибутку – норма прибутку на вкладений капітал за мінімальною відсотковою ставкою банків;

в) визначається планова вартість послуг розміщення як різниця між загальною вартістю продукції, робіт, основних і додаткових послуг готелю та плановою сумою доходів (виручки) ресторану, кафе і барів, інших доходів;

г) розраховується плановий обсяг реалізації послуг розміщення як добуток максимальної пропускної спроможності готелю на плановий коефіцієнт завантаження номерного фонду;

д) визначається середня вартість однієї доби розміщення шляхом ділення суми планової вартості послуг проживання (в грн) на плановий обсяг реалізації послуг (в натуральних одиницях). Середня вартість однієї доби розміщення є відправною точкою в процесі диференціації готельних тарифів за категоріями номерів готелю.

**Управління прибутком**(до оподаткування) вважається окремим елементом ціноутворення, пов'язаним з ціновою політикою підприємства.

Прибуток може бути мінімальним, нормальним, необхідним та максимальним.

Мінімальний прибуток забезпечує мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал.

Мінімальна сума прибутку може бути визначена кількісно незалежно від обсягу діяльності підприємства. Для цього використовується сума основних та оборотних коштів підприємства, й мінімальний рівень рентабельності капіталу, що відповідає рівню середньої відсоткової ставки за депозитними вкладами. Розрахунок здійснюється за формулою:

***П = (Фос + Фоб) х Рвс/100***

де *П*– прибуток;

*Фос і Фоб*– основні й обігові фонди підприємства;

*Рвс*– рівень середньої відсоткової ставки за депозитними вкладами.

*Нормальний прибуток*визначається за середньогалузевим рівнем прибутку.

Поняття максимального й необхідного прибутків пов'язано з реалізацією цілей підприємства й обраною ціновою політикою на регіональному ринку продукції й послуг. При цьому підприємство повинно визначити, з одного боку, можливість збільшення обсягу діяльності з урахуванням зміни платоспроможного попиту клієнтів, а з іншого - розрахувати обсяг діяльності, тобто доходу (*Д*), який дає змогу одержати максимально можливий або необхідний прибуток, за формулою:

***Д = (ПВ + П)/(100% – РЗВ),***

де *ПВ*– сума умовно-постійних витрат виробництва й обігу;

*П*–   сума   максимально   можливого  або   необхідного  прибутку   (з eрахуванням податку на прибуток);

*РЗВ*– рівень змінних витрат, відсоток від обсягу доходів.

Обсяг беззбиткової діяльності готелю можна визначити за формулою:

***Д = ПВ / 100 % – РЗВ,***

де *ПВ*– сума умовно-постійних витрат виробництва й обігу;

РЗВ – рівень змінних витрат, відсоток від обсягу доходів.

Враховуючи, що завданням кожного готелю є максимальне задоволення різноманітних потреб клієнтів, не менш важливим є вдосконалення механізму ціноутворення на додаткові послуги в готельних комплексах.

### **3. Структура вартості послуг розміщення**

Струк[**тур**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198909&displayformat=dictionary)а вартості розміщення гостей охоплює:

-         повну собівартість послуг розміщення;

-         прибуток;

-         кілька видів податків і зборів;

-         комерційні надбавки і знижки.

У вітчизняній практиці середня ціна однієї людино-доби розміщення в номері готелю визначається за формулою:

***Ц =S([(S + П + ЗНк) х 1,2 + ТЗ ] х n) / Nзаг***

де *S*– повна собівартість послуг розміщення, грн;

n – кільксть номерв данної категорії;

Nзаг – загальна кількість номерів в готелі;

*П*– прибуток від реалізації послуг розміщення, грн;

*ЗНк*– комерційні знижки (надбавки) від оптової ціни підприємства *(S + П),* грн;

S + П= базовий тариф місця;

*1,2*– коефіцієнт, що враховує податок на додану вартість (20%) до оптової ціни підприємства з урахуванням комерційних надбавок і знижок, грн;

*ТЗ*– готельний збір, що сплачується за диференційованими ставками й дорівнює 1,5% від оптової ціни підприємства за одну (першу) добу розміщення з урахуванням комерційних надбавок і знижок, грн(додаткові послуги до бази оподаткування не включаються, в т.ч. і послуги [бронювання](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198836&displayformat=dictionary), оскільки являються додатковими);

*Тл/д*– загальний термін перебування клієнтів, місце-діб.

При визначенні собівартості і розміщення гостей у номерах готелю слід розрізняти експлуатаційну та повну собівартості, але в основу ціни будь-якої послуги готельного господарства покладена її повна собівартість.

***Експлуатаційна собівартість одиниці послуг***(однієї місце-доби розміщення) визначається як сума прямих і загальних експлуатаційних витрат на одиницю послуг.

***Повна собівартість послуги розміщення***у номері відповідної категорії являє собою сукупність трудових, матеріальних і фінансових витрат, виражених у грошовій формі в розрахунку на одиницю послуг. Вона відбиває досягнутий техніко-організаційний рівень експлуатаційної діяльності готелю, пов'язаної з виробництвом і реалізацією послуг.

Визначення повної собівартості одиниці послуг розміщення здійснюють в такій послідовності:

***Повна собівартість = Експлуатаційна собівартість + Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати.***

У таблиці 44 наведений перелік статей поточних витрат, що входять до складу експлуатаційної й повної собівартостей послуг розміщення.

**Таблиця 44**– **Перелік витрат, що відносяться на собівартість послуг розміщення**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Найменування витрат | | |
| Прямі експлуатаційні витрати: | Загальні експлуатаційні витрати, в т. ч.: | Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати: |
| –заробітна плата обслуговуючого персоналу; | –витрати на утримання загальних приміщень готелю та прилеглої території; | –на оплату праці працівників апарату управління з відрахуваннями на соціальні заходи; |
| –соціальні відрахування (з прямої заробітної плати); | –амортизаційні відрахування; | –витрати на маркетинг, в т.ч. на рекламу; |
| –амортизація номерного фонду; | –витрати на протипожежні заходи; | –представницькі витрати по збуту послуг; |
| –поточний ремонт номерного фонду; | –знос малоцінного інвентарю; | –витрати на відрядження; |
| –витрати на утримання приміщень номерного фонду, в т. ч.: | –витрати на охорону праці та техніку безпеки; | –витрати на утримання адміністративних приміщень; |
| · опалення приміщень номерного фонду; | –витрати на підвищення професійної кваліфікації кадрів готелю; | –витрати на підготовку управлінських кадрів. |
| · витрати на водопостачання та каналізацію; | – інші загальні експлуатаційні витрати. |  |
| · витрати на електроенергію; |  |  |
| · витрати на прання та прасування білизни; |  |  |
| · інші матеріальні витрати (в т.ч. на придбання предметів індивідуального користування клієнтів); |  |  |
| · витрати на утримання телефонів, радіо, годинників. |  |  |
| Експлуатаційна собівартість | |  |
| Повна собівартість | | |

Собівартість одиниці послуг розміщення гостей є основою для розрахунку мінімального (базового) рівня цін на проживання в номері готелю.

Однак планування собівартості послуг проживання в номерах, різних за якістю та категорією, пов'язане з трудомісткими розрахунками витрат за кожною калькуляційною статтею. Тому на практиці більшість підприємств готельного господарства визначає лише планову середню вартість одиниці послуг (однієї людино-доби розміщення гостей) і на її основі встановлює коефіцієнти перерахунку до діючих цін на послуги розміщення в номерах певної категорії та встановлює ціни на період, що планується.

Повну собівартість послуг розраховують на підставі окремих та зведеного кошторису експлуатаційних й інших витрат.

***Зведений кошторис експлуатаційних витрат***охоплює всі види витрат, пов'язаних з експлуатаційною діяльністю готелю, спрямованою на створення умов для тимчасового проживання гостей та надання їм усіх складових основних і додаткових послуг. До планового кошторису витрат не  включають витрати, які не належать до експлуатації готелю. Наприклад, до кошторису витрат не входять: витрати щодо поточного і капітального ремонту нежитлових будівель і споруд, що входять до складу валових витрат готелю; фінансові витрати; витрати від участі в капіталі; надзвичайні витрати. Ці витрати відшкодовуються за рахунок валового прибутку.

У готельному господарстві вироблення та реалізація послуг збігаються в часі, тому за характером своєї діяльності готель не має незавершеного виробництва, а відтак кошторис поточних витрат готелю є одночасно й планом поточних витрат. Кошторис поточних витрат, який містить ряд елементів та статей витрат, складається на підставі окремих кошторисів та розрахунків. Більшість з них визначають, виходячи з розрахунків плану з праці та матеріально-технічного постачання; частина витрат планового кошторису встановлюється на підставі звітних даних.

З плану з праці переносять ***витрати на заробітну плату***обслуговуючого та адміністративно-управлінського персоналу. До складу витрат на оплату праці входять:

–       виплати заробітної плати, нараховані з[**гід**](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198846&displayformat=dictionary)но з тарифними ставками, посадовими окладами, відрядними розцінками;

–    усі види компенсаційних доплат і стимулювальних надбавок (за роботу в нічний час, суміщення посад, розширення зон обслуговування);

–    за високу професійну майстерність, володіння двома й більше іноземними мовами та ін.;

–   премії за поточні виробничі результати;

–       вартість форменого одягу, що залишається в особистому постійному користуванні;

–   оплата чергових щорічних відпусток, навчальних відпусток;

–   оплата за роботу у вихідні та святкові дні, у понаднормативний час;

–   оплата робіт за трудовою угодою;

–   різниці між окладами, що виплачуються за тимчасове заміщення;

–   інші виплати, що їх вносять до фонду оплати праці (за винятком витрат на оплату праці, що фінансуються за рахунок чистого прибутку, який залишається у – інші загальні експлуатаційні витрати.озпорядженні підприємства).

***Відрахування на соціальні заходи***містить відрахування за встановленими нормами на державне соціальне страхування, до пенсійного фонду, до державного фонду страхування на випадок безробіття та на страхування від нещасних випадків (разом 37,84%).

***Витрати на опалення, водопостачання та електроенергію***переносять з відповідних розрахунків плану матеріального постачання.

***Витрати на амортизаційні відрахування***визначають, виходячи з середньорічної вартості основних засобів та чинних норм амортизації. Середньорічна вартість засобів на період, що планується, складається з вартості основних засобів на початок періоду та середньорічної вартості основних засобів за вирахуванням середньорічної вартості засобів, які вибувають в плановому періоді.

***Витрати на прання та прасування білизни***розраховують на підставі встановлених підприємством норм накопичення білизни на одне готельне місце на місяць та чинних тарифів на прання та прасування, враховуючи вартість транспортування брудної та доставки чистої білизни. Якщо готель має в своєму розпорядженні пральню, яка працює на умовах господарського розрахунку, витрати на прання та прасування білизни відносяться на собівартість послуг пральні як прямі витрати.

***Витрати на телефонізацію, радіофікацію***розраховуються на підставі діючої абонентської плати за ці послуги. При наявності в готелі комутатора зв'язку враховуються витрати, пов'язані з його утриманням (заробітна плата обслуговуючого персоналу, нарахування на неї, витрати на ремонт комутатора тощо).

Окремо складається кошторис витрат на заходи з охорони праці та техніки безпеки, куди входять витрати на придбання спецодягу, медикаментів, проведення заходів з техніки безпеки та інші роботи, пов’язані з охороною та поліпшенням умов праці. Розмір сум за цими статтями визначається на підставі відповідних норм або розробленої технічної документації. Наприклад, витрати на спецодяг залежать від встановлених на підприємстві термінів використання одягу для визначених професій робітників. За тими видами витрат, на які не існує встановлених нормативів, розрахунки здійснюються на основі звітних даних за минулі періоди, враховуючи можливі зміни в періоді, що планується.

Витрати на утримання адміністративно-управлінського персоналу та інші адміністративні витрати вносять до окремого кошторису в межах лімітів, встановлених власником готелю.

Поточні витрати, пов'язані з наданням додаткових та супутніх послуг, а також з експлуатацією підсобних підрозділів (пральня, перукарня, ресторан), розраховуються за окремими кошторисами. Зазначені кошториси та розрахунки лягають в основу складання зведеного кошторису поточних витрат готельного комплексу. Виходячи з них, складають калькуляцію повної собівартості послуг розміщення та інших видів готельних послуг.

У вітчизняних готелях при ціноутворенні визначають *середню вартість однієї місце-доби розміщення*як частку між всією сумою витрат на експлуатацію готелю та сумою прибутку з врахуванням податкових платежів на повний обсяг наданих послуг розміщення (місце-діб).

Зазвичай у готельних комплексах (що надають кілька видів послуг) поточні витрати поділяють, залежно від віднесення їх до різних видів послуг, на прямі (виробнича заробітна плата, технологічне пальне, сировина тощо) та загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, на збут та інші загальногосподарські витрати.

Якщо готель надає один вид послуг – лише помешкання, - то всі витрати готелю відносять прямо на одиницю цих послуг, не поділяючи їх на прямі та загальні. Якщо ж загальні експлуатаційні, адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрати розподіляють між готельними послугами й послугами інших підрозділів, підпорядкованих готелю (підсобні підрозділи), то застосовують метод опосередкованого віднесення вказаних витрат на собівартість послуг цих підрозділів. Наприклад, якщо у підпорядкуванні готелю є сауна, пральня, підприємство громадського харчування, то частину загальних витрат готелю відносять на собівартість цих послуг пропорційно сумі прямих витрат. Коли за калькуляційними статтями, тобто статтями, які прийняті при розрахунку собівартості послуг, проводять групування прямих поточних витрат, враховують місце їх виникнення та призначення.

Залежно від способу віднесення до собівартості послуг витрати поділяються на прямі та непрямі. ***Прямі витрати***характеризуються тим, що можуть бути безпосередньо віднесеними до собівартості одиниці окремих видів готельних послуг. Так, до прямих експлуатаційних витрат, що їх відносять до собівартості послуг розміщення, слід відносити витрати на оплату праці обслуговуючого персоналу, прямі матеріальні витрати, в тому числі на опалення номерів готелю, водопостачання, електроенергію, прання білизни, телефонізацію номерів та інші прямі витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені на конкретний об'єкт, зокрема, відрахування на соціальні заходи, плата за оренду землі, амортизаційні відрахування та ін.

***Непрямі адміністративні витрати, витрати на збут, загальновиробничі та загальногосподарські витрати***спочатку визначаються в цілому по підприємству, а потім розподіляються між підрозділами готельного комплексу та видами послуг пропорційно прямим витратам або іншим показникам відповідно до методики, затвердженої адміністрацією підприємства.

Визначення вартості кожної послуги в готелі потребує калькуляції.

***Планова калькуляція середньої вартості однієї людино-доби розміщення гостей***передбачає визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартостей та вартості послуг розміщення (табл.45).

**Таблиця 45**– **Послідовність визначення окремих видів витрат, експлуатаційної й повної собівартості та вартості послуг розміщення**

|  |  |
| --- | --- |
| 1 | Прямі експлуатаційні витрати |
| 2 | Загальні експлуатаційні витрати |
| 3 | Експлуатаційна собівартість загального обсягу послуг (ряд.1+ряд.2) |
| 4. | Адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальні господарські витрат |
| 5. | Повна собівартість послуг розміщення (ряд.3+ряд.4) |
| 6. | Планова сума прибутку до оподаткування |
| 7. | Вартість послуг розміщення в оптових цінах підприємства як сума повної собівартості та прибутку до оподаткування (ряд.5+ряд.6) |
| 8. | Сума ПДВ (20% від вартості послуг в оптових цінах підприємства) (ряд.7 х 0,2) |
| 9. | Сума [турист](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198912&displayformat=dictionary)ичного збору за одну (першу) добу розміщення (добуток середньої добової вартості послуг в оптових цінах підприємства (без ПДВ) на ставку готельного збору) (ряд.7 х (1,5%)/100%) |
| 10 | Відпускна вартість основних послуг готелю (ряд.7+ряд.8+ряд.9) |

Далі визначається ***середня вартість однієї місце-доби розміщення***як частка від ділення відпускної вартості послуг розміщення в готелі на планову кількість людино-діб експлуатації номерного фонду.

З урахуванням визначеної норми прибутку, ПДВ і готельного збору здійснюється диференціація середньої вартості послуг розміщення за категоріями номерів готелю за одну добу.

На спеціальні, додаткові й супутні послуги (транспортні, екскурсійні послуги, сніданок у номері, виклик таксі, прання та прасування білизни тощо) рекламна ціна визначається за формулою:

***Ц = S + П + Кзн. + ПДВ,***

де *S*– повна собівартість, що охоплює прямі й непрямі витрати на надання послуг;

*П*– прибуток до оподаткування, запланований відповідно доцінової політики підприємства;

*Кзн.*– сума комерційних знижок для окремих категорій клієнтів;

*ПДВ*– податок на додану вартість (20%).

В основі визначення рекламних цін (*Цр*) на основні й додаткові послуг підрозділів громадського харчування також лежить калькулювання їх реальної собівартості (*S*), прибутку до оподаткування (*П*), комерційних знижок (*Кзн*.), відпускної вартості й податку на додану вартість (*ПДВ*):

***Цп = S + П + Кзн + ПДВ.***

При калькулюванні собівартості додаткових послуг та послуг підсобних підрозділів повинні враховуватись «прямі витрати», які можуть бути безпосередньо віднесені на собівартість тої чи іншої послуги, й «непрямі витрати», що охоплюють адміністративні витрати, витрати на збут та інші загальногосподарські витрати, які відносять на собівартість різних послуг пропорційно визначеним показникам, найчастіше — за середнім рівнем, що склався на підприємстві. До прямих відносять такі статті витрат: на оплату праці працівників, які надають послугу, транспортні витрати, інші прямі витрати (допоміжні матеріали, витрати на тару тощо).

Для визначення базової ціни, наприклад послуги камери схову, спочатку розраховують розмір витрат на оплату праці персоналу, який надаватиме послугу туристам щодо зберігання багажу. Далі плануються інші прямі витрати за передбаченими статтями калькуляції, додається частка непрямих витрат (пропорційна прямим витратам), враховується запланований прибуток (до оподаткування) та ПДВ. Таким чином визначається відпускна вартість загального обсягу послуги. Діленням цієї суми на добуток максимальної кількості місць камери схову й середньої кількості календарних днів місяця (або планового обсягу послуг зберігання багажу) визначається відпускна вартість одиниці послуги зберігання ручної поклажі за добу.

Отже середня відпускна вартість (базова ціна) зберігання 1–го додаткового місця в камері схову за добу визначається за формулою:

***Цр = В : (Д х М х К),***

де *В*– відпускна вартість послуг камери схову, за місяць;

*Д*– календарна кількість днів місяця;

*М*– максимальна кількість місць зберігання багажу в камері схову,

*К*– коефіцієнт використання місць.

### 4. Практика використання цінових знижок та спеціальних тарифів в Україні та за кордоном

***Спеціальний тариф*–** стандартний тариф, зменшений на певну величину (знижку). Використовується для розширення ринку збуту продукції, є основною «зброєю», що використовується в конкурентній боротьбі.

***Пропозиція знижок***– це звичайний засіб використання будь-якої можливості привабити клієнта та розширити ринок збуту продукції в конкурентному середовищі готельного продукту. Тому пільги та понижені тарифи в готелях – загальноприйнятий метод конкурентної боротьби і засіб швидкого підвищення збуту готельного продукту, передусім у випадку його низького збуту.

Вітчизняні готелі найчастіше вносять до «Положення про надання знижок проживаючим» такі види цінових знижок:

1. Сезонні знижки – за реалізацію послуг у несезонний період, у святкові дні (різдвяні, великодні та інші релігійні свята) – від 25 до 50%;
2. За тимчасове зниження якості послуги проживання за будь-яких об'єктивних причин (ремонт ліфтового господарства, тимчасова відсутність гарячої води, телефонного зв'язку, телевізора або холодильника у номерах, де вони повинні бути) – сума знижки визначається з урахуванням розмірів мінімальної добової вартості відсутніх послуг;

3. За розташування номерів у безпосередній близькості до душових та інших приміщень загального користування, а також приміщень, у яких проводяться ремонтні роботи, – 5–10%;

4. Спеціальні знижки – для школярів та студентів під час канікул, при розміщенні в одному номері членів однієї родини (якщо не застосовується спеціальний «родинний тариф»);

5. Знижка за платежі готівкою (а не кредитними картками) – до 2%. Функціональні знижки (дилерські) – при реалізації товарів і послуг з допомогою посередників ([турагент](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198910&displayformat=dictionary)ів, дистриб'юторів, інших посередників). Знижка на відшкодування витрат посередників складає 3 – 25% від собівартості послуг;

6. Знижки постійним клієнтам готелю – 5–10%. Розмір знижок на проживання постійним клієнтам коригується залежно від кількості діб проживання;

7. Дипломатичні знижки – надаються при наявності дипломатичного паспорта та за умови обов'язкового попереднього [бронювання](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198836&displayformat=dictionary) (10–20%);

8. Закриті знижки – при наданні окремих видів послуг працівникам підприємства.

9. Спеціальні знижки, сума яких визначається окремим розрахунком:

–   форс-мажорні знижки – при ненаданні обов'язкових послуг не з вини відповідальних служб готелю (наприклад, тривала відсутність гарячої чи холодної води; відключення електроенергії; відключення ліфтового господарства; відключення опалення в осінньо-зимовий період тощо);

–    знижки на нічне проживання у робочі дні – надаються клієнтам, що розміщуються у готелі з 2200 до 800 наступного дня;

–       знижки на проживання в неробочі (вихідні та святкові) дні – надаються з 1200 п'ятниці до 1200 неділі (святкового дня);

10. Знижки за обсяг реалізації послуг. Готель може застосовувати спеціальні розцінки для залучення клієнтів, які спроможні оплатити більшу кількість людино-діб впродовж певного періоду чи протягом року; пропонувати спеціальні, пільгові ціни або надавати безплатні послуги для асоціацій та організаторів зустрічей та конференцій. Крім знижок для групових клієнтів готель може пропонувати спеціальні корпоративні ціни учасникам, які гарантують готелю використання визначеної кількості місць щороку;

11. Знижки залежно від сезону купівлі. Застосування сезонних знижок, тобто зниження ціни для споживачів, які користуються готельними послугами в несезон, дозволить готелю підтримувати стійкий попит впродовж року. Сезонність суттєво впливає на ціни. Тому на ринку готельних послуг рекомендується формувати різні варіанти сезонних цін:

* ціни на послуги гостинності в головний сезон;
* ціни на послуги гостинності в період міжсезоння;
* ціни на послуги гостинності в несезонний період.

Різниця між сезонними та несезонними цінами може бути в 2 і більше разів. Врахування фактора сезонності при формуванні цін на послуги гостинності дозволяє протидіяти обмеженим можливостям реалізації послуг через стимулювання попиту.

В українських готелях набула поширення ***диференціація готельних тарифів залежно від громадянства та форми надання послуг:***

-   для [турист](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198912&displayformat=dictionary)ів та громадян України;

-   для іноземних [тур](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198909&displayformat=dictionary)истів та громадян;

-   за оренду приміщень під офіси;

-   за довгострокове проживання тощо.

При визначенні вартості послуг проживання застосовують *диференційований підхід до встановлення цін на номерний фонд залежно від виду й категорії номеру*. При цьому встановлюють такі види готельних тарифів:

* базовий тариф;
* тариф сімейного туру;
* тариф на вихідні дні;
* тариф сімейного туру на вихідні дні;
* тариф на проживання понад 7 діб;
* тариф на проживання понад 14 діб;
* тарифи на оренду номерного фонду.

Рішення про застосування знижки оформляється наказом по підприємству.

Цінова структура деяких готелів може бути подана декількома десятками видів тарифів. Кожен з тарифів має свої характеристики та умови застосування. У сучасній міжнародній готельної практиці тарифи можна об'єднати в кілька груп:

базовий (rack rate) – офіційно опублікований тариф. Як правило, обсяг продажів за цим тарифом невеликий;

ринковий (best available rate) – ціна формується на основі співвідношення попиту і пропозиції на певний момент часу. Даний тариф може змінюватися до декількох разів на день залежно від коливання попиту;

агентський (consortia rate) – комісійний тариф для агентств, а також для глобальних систем бронювання. Дорівнює часто базовому тарифу. Комісія не перевищує 5–10%;

корпоративний (corporate rate) – спеціальний тариф для корпоративних клієнтів на певний час. Як правило, некомісійний, але зі знижкою від базового до 20%;

[туроператор](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198914&displayformat=dictionary)ський (tour operator net rate) – тариф призначений для реалізації в [турпакет](https://elearn.nubip.edu.ua/mod/glossary/showentry.php?eid=198915&displayformat=dictionary)і. Знижка від базового 10–40%.

Для оптовиків (wholesaler rate) – для великих операторів на ринку для внесення в турпакет інших туроператорів. Знижка – до 50%.

Інші види популярних тарифів:

–тариф зі сніданком (bed and breakfast);

–тариф «Пакетний» (packaged rate) – охоплює кілька послуг готелю;

–   тариф для тривалого проживання (long-term stay rate);

–    тариф «N ночей за ціною N-1» – один з найперспективніших зараз.

Умова – кілька ночей проживання;

–   тариф для співробітників турфірм і авіакомпаній (travel agent rate);

–   груповий тариф (group rate).

Готельний тариф повинен гарантувати відшкодування затрат на утримання готелю і повертати інвестований капітал. Одночасно вартість номера не має відштовхувати потенційного клієнта.

Саме із застосуванням системи спеціальних тарифів для конкретних категорій клієнтів та залежно від конкретної ситуації сьогодні функціонує абсолютна більшість готельних підприємств у світі.