

выпускников. Специалисты могут работать на стыке экономики, прикладной математики, статистики и информационных технологий, что принесет вклад в каждую из сфер.

В Беларуси анализ данных активно используется в экономике для решения различных задач. Он позволяет организациям лучше понять потребности и предпочтения своих клиентов, что, в свою очередь, помогает улучшить продукты и услуги. Анализ остатков товаров на складах помогает организациям оптимизировать управление запасами и уменьшить издержки. Выявление наиболее и наименее продаваемых товаров позволяет организациям сконцентрироваться на продаже товаров, которые приносят наибольшую прибыль, и пересмотреть стратегию продаж для товаров с низким спросом. Более того анализ данных помогает оценить динамику продаж, прогнозировать будущие продажи и планировать бюджет. Сравнение объемов продаж по контрагентам помогает организациям определить, с какими контрагентами стоит улучшить сотрудничество, а с какими – пересмотреть условия договора.

Таким образом, анализ данных играет ключевую роль в современной экономике. Он позволяет организациям принимать обоснованные решения, основанные на точных и актуальных данных, что в свою очередь приводит к улучшению продуктов и услуг, оптимизации управления запасами, увеличению продаж и улучшению отношений с контрагентами. Благодаря анализу данных, организации могут стать более конкурентоспособными и успешными в условиях постоянно меняющегося рынка. В целом, анализ данных является мощным инструментом, который может способствовать росту и развитию экономики.

#### Список использованных источников

1. Официальный интернет портал Президента Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://president.gov.by/ru/belarus/economics>. – Дата доступа: 07.12.2023.
2. Экономический анализ: методы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://spravochnick.ru/ekonomicheskij\\_analiz/ekonomicheskij\\_analiz\\_metody/](https://spravochnick.ru/ekonomicheskij_analiz/ekonomicheskij_analiz_metody/). – Дата доступа: 07.12.2023.
3. Что такое интеллектуальный анализ данных? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aws.amazon.com/ru/what-is/data-mining/>. – Дата доступа: 09.12.2023
4. BIG DATA: перспективы развития, тренды и объемы рынка больших данных [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://delprof.ru/upload/iblock/f03/DelProf\\_Analiticheskaya-statya\\_Rynok-Big-Data.pdf](https://delprof.ru/upload/iblock/f03/DelProf_Analiticheskaya-statya_Rynok-Big-Data.pdf). – Дата доступа: 09.12.2023.

УДК 657

### ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА В ТУРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЯХ

*Грабовая Е. С.; Лесная А. В.*

*Глинник Е. П., к. э. н., доцент*

*Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь*

**Аннотация.** В статье приведена группировка прямых и косвенных затрат по формированию себестоимости автобусных туров, на основе которой проанализированы туристические продукты с целью выявления наиболее востребованных и рентабельных для принятия управленческих решений, дана оценка методике определения плановых расходов на заработную плату сотрудников туристической организации.

**Ключевые слова:** доходы, калькуляция, оплата труда, прибыль, прямые затраты, себестоимость, туризм, туристическая организация, туристический продукт, управленческий учет.

## PROBLEMS OF MANAGEMENT ACCOUNTING IN TOURISM ORGANIZATIONS

*Lesnaya A., Grabovaya E.*

*Glennik E. P., Ph. D., Associate Professor*

*Belarusian State Economic University, Minsk, Republic of Belarus*

**Annotation.** The article presents an aggregation of direct and indirect costs for the formation of the cost of bus tours, based on which tourist products are analyzed in order to identify the most in-demand and cost-effective one for making managerial decisions, also the article provides an assessment of the methodology for determining planned salary costs for employees of a travel organization.

**Keywords:** income, calculation, remuneration, profit, direct costs, cost, tourism, travel organization, travel product, management accounting.

Ключевым инструментом для принятия управленческих решений в туристической организации является информация о затратах, доходах по текущей деятельности, прибыли от реализации туристических услуг, базирующаяся на данных бухгалтерского управленческого учета, для оценки эффективности использования ресурсов, оптимизации финансовых процессов и обеспечения финансовой устойчивости организации.

Целью данной работы является группировка предлагаемых туристических продуктов, каждый из которых имеет свои особенности, по экономическим элементам и статьям затрат, их анализ для принятия решения на основе имеющихся данных о валидности того или иного туристического продукта.

При этом основными критериями сопоставления туристических продуктов для определения рентабельности каждого, их актуальности и релевантности для современного клиента являются затраты, объем продаж, прибыль.

Для группировки затрат и определения себестоимости туристического продукта с целью последующего анализа были выбраны автобусный тур в Карелию и автобусный тур в Псков.

При расчете себестоимости туристического продукта были учтены прямые затраты, включающие расходы на транспорт, размещение, питание, экскурсионное обслуживание, стоимость проезда на платные дороги, расходы на оплату труда и отчисления от оплаты труда специалиста по туризму, менеджера, руководителя туристической группы и прочие затраты.

Расчет себестоимости вышеуказанных туров представлен в таблице 1.

*Таблица 1 – Калькуляция себестоимости автобусных туров в Карелию и Псков*

Статья затрат	Автобусный тур в Карелию	Автобусный тур в Псков
1 Прямые затраты, в том числе:	<b>17 312,9</b>	<b>8 972,6</b>
1.1 Затраты на оплату труда основного персонала,	1 243	573,7
1.2 в том числе:		
1.1.1 Затраты на услуги сопровождающего группы	382,5	318,7
1.2 Отчисления от оплаты труда основного персонала в ФСЗН (34 %) и Белгосстрах (0,6 %)	420,7	194,4
1.3 Затраты на питание	528,7	498,5
1.4 Затраты на аренду автобуса и топливо	7 649,3	5 099,5
1.5 Услуги сторонних организаций по размещению	6 833,7	1 923,8
1.6 Затраты на экскурсионное обслуживание	255	319
2 Косвенные общехозяйственные затраты, связанные с обслуживанием организации	<b>310,8</b>	<b>143,4</b>

2.1 Электроэнергия	28,4	12,8
2.2 Водоснабжение и водоотведение	29,78	15,9
2.3 Аренда офиса	49,2	23,4
2.4 Содержание помещений основного назначения	41	13,8
2.5 Благоустройство прилегающей территории	15,6	7,5
2.6 Техобслуживание и ремонт основных средств	27,78	14,03
2.7 Охрана труда и санитарно-противопожарные мероприятия	17,41	9,7
2.8 Амортизация основных средств	101,63	46,27
3 Управленческие расходы	<b>182,3</b>	<b>70,8</b>
Производственная себестоимость тура	<b>17 806</b>	<b>9 186,8</b>
4 Расходы на реализацию	<b>318,9</b>	<b>116,6</b>
Полная себестоимость тура	<b>18 124,9</b>	<b>9 303,4</b>
Себестоимость на 1 человека	<b>18 124,9/48 = 377,6</b>	<b>9 303,4/35 = 265,8</b>

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [4–5]

На основании приведенной в таблице 1 информации о себестоимости туристических услуг и данных о доходах организации от реализации рассматриваемых туров, представим в таблице 2 расчет рентабельности автобусных туров в Карелию и Псков.

Таблица 2 – Расчет рентабельности автобусных туров в Карелию и Псков

Критерий для сравнения	Стоимость тура в Карелию	Стоимость тура в Псков
1	2	3
Размер группы	48 человек	35 человек
Отпускная цена тура, опубликованная на сайте организации	486 BYN на человека	300 BYN на человека
Доход от реализации тура	$486 \times 48 = 23\,328$	$300 \times 35 = 10\,500$
Прибыль	$23\,328 - 18\,124,9 = 5\,203,1$	$10\,500 - 9\,303,4 = 1\,196,9$
Рентабельность	$5\,203,1 \div 18\,124,9 \times 100 \% = 28,7 \%$	$1\,196,9 \div 9\,303,4 \times 100 \% = 12,8 \%$

Примечание – Источник: собственная разработка на основе [5]

На основе приведенных в таблице 2 расчетов можно сделать вывод, что в отличие от автобусного тура в Псков, тур в Карелию за счет более высокого спроса и отчетливо видимой популярности региона является высокорентабельным продуктом, согласно следующим нормам:

1–5 % — низкая рентабельность;

5–20 % — средняя рентабельность, организация работает стабильно;

20–30 % — высокая рентабельность, бизнес сверхприбыльный.

Немаловажным фактором является и то, что во время сезона автобусные туры в Карелию составляют в среднем 6 рейсов в неделю, в то время как автобусные туры в Псков – всего 1 раз в две недели.

Таким образом, несмотря на то что затраты на автобусный тур в Псков меньше, автобусный тур в Карелию более рентабельный еще и за счет объема продаж.

Следовательно, у руководителя существует два варианта при принятии управленческого решения:

отказ от проведения автобусных туров в Псков;

принятие дополнительных мер по продвижению данного тура с целью повышения рентабельности.

При выборе второго варианта руководителю организации следует предпринять ряд перечисленных ниже мероприятий.

Во-первых, следует увеличить количество туристов в группе за счет привлечения новых потребителей. Объем продаж можно увеличить за счет особых предложений.

Во-вторых, нужно продвигать регион среди белорусов, повышать его узнаваемость с целью снижения конкуренции и увеличения объемов продаж.

В-третьих, можно использовать диверсификацию туристического продукта, что предполагает разнообразие и совершенствование тура с целью привлечения клиентов к данному региону.

Не менее важным вопросом, возникающим в туристических организациях и в научной литературе, является расчет затрат на оплату труда работников основного производства – специалистов, занимающихся разработкой и реализацией конкретного туристического продукта.

Согласно методическим рекомендациям по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости туристических услуг, по статье «Расходы на оплату труда» отражается заработная плата основного производственного персонала, то есть специалистов по туризму. Следует отметить, что в туристических организациях данная статья затрат носит расчетный характер и для каждого туристического продукта будет разной, так как применяется коэффициент учета рабочего времени специалиста по туризму, затраченного на тот или иной тур, который не отражает реальные затраты.

На наш взгляд, расчет заработной платы основного производственного персонала недостаточно объективен и отражает скорее плановые, а не фактические расходы на заработную плату, в связи с чем, требует уточнений для достоверного определения фактической себестоимости туристического продукта.

Таким образом, на основе группировки затрат, связанных с формированием туристических продуктов, на примере автобусных туров проведен анализ полученных показателей прибыли с целью выявления наиболее востребованных и рентабельных из них, а также поиска мер для повышения объема продаж менее рентабельности второго продукта. Это позволит в рамках управленческого учета оптимизировать затраты на формирование туров, оценивать эффективность рекламных кампаний, управлять запасами и обеспечивать финансовую устойчивость организации.

#### **Список использованных источников**

1. Воронова, Е. Ю. Управленческий учет: учебное пособие / Е. Ю. Воронова. – М. : Юрайт, 2017. – 389 с.

2. Горбылева, З. М. Экономика туристической индустрии: учебник / З. М. Горбылева; Белорус. гос. эконом. ун-т. – Минск : БГЭУ, 2018. – 527 с.

3. Глинник, Е. П. Развитие методик учета и анализа доходов и расходов санаторно-курортных организаций Республики Беларусь: монография / Е. П. Глинник. – Минск : БГАТУ, 2017. – 208 с.

4. Глинник Е. П. Методические аспекты учета затрат и калькулирования себестоимости туристических услуг / Е. П. Глинник, А. А. Мазур, Е. С. Кушнер // Учетно-аналитическое и правовое обеспечение экономической безопасности организации : материалы V Всерос. студенческой науч.-практич. конф., Воронеж, 22 апр. 2023 г. : в 3 ч. / под ред. Д. А. Ендовицкого, Н. Г. Сапожниковой ; Воронежский гос. ун-т. – Воронеж : Издат. дом ВГУ, 2023. – Ч. 2 – С. 194–197.

5. Методические рекомендации по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости туристических услуг [Электронный ресурс]: постановление Мин-ва спорта и туризма Респ. Беларусь, 23 янв. 2009 г. № 2 // Пех. – Режим доступа: <https://ilex-private.ilex.by>. – Дата доступа: 19.11.2023г.