



# Un calcolo preciso del **budget** permette di focalizzare gli obiettivi



**I**l budget è un bilancio in previsione, particolarmente utile per le imprese ricettive. Esso accorpa tutte le voci di spesa e la loro redditività in base al tipo di risultato che si vuole ottenere. Si può sviluppare in due principali categorie: “direct costing”, che prevede tutti i costi imputabili solo alla erogazione del prodotto servizio, e “full costing”, che tiene conto di tutte le spese, sia dirette che indirette.

## Budget “direct costing”

Nella formulazione di un budget “direct costing”, per prima cosa prenderemo in considerazione il periodo al quale ci vogliamo attenere. In seguito si distingueranno chiaramente i reparti produttivi e di vendita dell’azienda presa in considerazione.

È importante partire con lo sviluppo dei presunti ricavi. Come orientamento useremo il piano di marketing che ci darà

le informazioni necessarie per il calcolo delle presenze mensili. Il risultato darà un ricavo lordo al netto di Iva che dovrebbe essere molto prossimo al risultato reale che dovremmo ottenere. Questo sarà inoltre il risultato di fine periodo che prefissiamo.

Sarà il modello sul quale confrontare i risultati consuntivi dell’azienda. L’uso di percentuali in rapporto ai risultati è utile per un semplice confronto dei risultati che otterremo.

## Analysis

I costi devono essere soggetti a un attento esame detto “analysis”. Si deve tener conto delle molteplici voci di spesa e analizzarle in modo da ottenere un costo specifico per presenza di prodotto o servizio che sia. Nel caso in cui i costi siano imputabili a diversi reparti, si farà in modo di attribuirli in parti eque. Nel budget “direct costing” si tiene

conto anche delle spese invariabili, solitamente imputabili alla gestione. Bisogna fare attenzione a dividere le spese della gestione dai costi di produzione.

Nel caso di una nuova apertura si possono suddividere ulteriormente distinguendo voci riguardanti la pre apertura e l’avviamento. La trattenuta forzosa di proventi nel capitale netto è un debito verso i soci. È altrettanto importante non confondere i vantaggi fiscali dell’azienda con la gestione.

## Forecast

Il budget a sua volta è aggiornato con il “Forecast”, che prevede il valore annuo al quale si arriverà. Presi in considerazione i consuntivi dei primi mesi dell’anno, bisogna suddividere il dato del Forecast sui mesi. Indipendentemente dalla dinamica di mercato, nel calcolare il Forecast si deve decidere il target annuo da raggiungere.  cod 36094