

Тема 3. Ціноутворення з позиції Revenue менеджменту

Мета: навчитись формувати цінову політику готелю; оцінювати споживче визнання; оцінювати наслідки від зміни ціни; приймати рішення в нестандартних ситуаціях пов'язаних з ціноутворенням.

Основні поняття: Ціноутворення в готелях і ресторанах, дискримінація, тариф, знижка, пакетні послуги, Request For Proposal –RFP, Request For Quotation –RFQ, Best available rate – BAR, ціновий аналіз, логістична регресія, ціновий відгук, діагностика меню.

Під час вивчення теми необхідно вивчити види цін в готелі, зрозуміти логіку ціноутворення, основи тарифної політики, сучасні цінові стратегії в готелях, механізм цінової сегментації та диференціації. Важливо зрозуміти різницю між звичайним ціноутворенням та динамічним.

Необхідно засвоїти такі поняття як оптимізація цін, спеціальні ціни, запит на продукт (Request For Proposal -RFP), Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ), крива виграшу / програшу, логістична регресія, сезонні ціни на готельні послуги, краща ціна (Best available rate - BAR).

Важливо навчитися формувати цінову політику готелю; оцінювати споживче визнання; оцінювати наслідки від зміни ціни; приймати рішення в нестандартних ситуаціях пов'язаних з ціноутворенням.

При вивченні теми звернути увагу на те, яким чином кількість проданих номерів та сума змінних витрат, структура продажу номерів впливає на зміну валового доходу; як враховують вплив коливань ціни на обсяг валового доходу, для чого складають таблицю знижок. Необхідно засвоїти алгоритми розрахунку ціни знижки.

План

1. Основні критерії та фактори, що впливають на ціноутворення в готелях і ресторанах. Залежність ціни від фази життєвого циклу готельного продукту.
2. Стратегії ціноутворення в системі управління доходами.
3. Розрахунок оптимальної середньої ціни на номер.

Завдання до практичних занять

Завдання 1. Розробити тарифну сітку готелю.

Завдання 2. Розрахувати можливі знижки на тарифи для різних сегментів гостей.

Завдання 3. Розробити пакети послуг і розрахувати їх ціни.

Завдання 4. Побудувати криву виграшу/програшу.

Завдання 5. Розробити VAR.

Завдання 6. Розробити груповий тариф.

Завдання 7. Розробити корпоративний тариф.

Тестові завдання

1. Еластичність попиту це:
 - а) реакція споживача на зміну ціни;
 - б) співвідношення попиту і пропозиції;
 - в) наявність на ринку конкурентів.
2. Коефіцієнт доходності розраховується наступним способом:
 - а) Коефіцієнт доходності = Фактичний дохід / Планований дохід * 100%;
 - б) Коефіцієнт доходності = Продані номери/Наявні номери * Фактичний дохід на номер/Плановий дохід на номер;
 - в) обидві відповіді вірні.
3. Фактори ціноутворення можуть бути:
 - а) тільки внутрішні;
 - б) лише зовнішні;
 - в) внутрішні і зовнішні.
4. Основним завданням сучасної управлінської ланки готелю є:
 - а) встановлення оптимальної ціни;
 - б) оптимізація доходу;
 - в) оптимізація структури попиту.
5. Стратегія високих цін застосовується:
 - а) в умовах високого попиту;
 - б) ї на споживача чуттєвого до ціни;
 - в) правильної відповіді немає.

Питання для самоконтролю:

1. Підхід до оптимізаційної проблеми в умовах обмежених потужностей. Вплив зрушень попиту.
2. Основи оптимізації цін. Спеціальні ціни. Запит на продукт (Request For Proposal -RFP). Запит на ціну (Request For Quotation - RFQ).
3. Крива виграшу / програшу. Логістична регресія. Сезонні ціни на готельні послуги. Краща ціна (Best available rate - VAR).
4. Визначення мінімальної ціни продажу номера.
5. Ціноутворення для груп та індивідуальних клієнтів.
6. Структура тарифів.
7. Тактика цінового диференціювання.
8. Можливості застосування теорії перспектив.

9. Тактичні прийоми зниження незадоволеності сприйняття споживачем диференціювання.

10. Ціноутворення в залежності від фази життєвого циклу продукту.