

Тема 8. Основи використання системи управління доходами в готельно-ресторанному бізнесі

Мета: вміти впроваджувати систему управління доходами; моделювати споживче бронювання; моделювати процеси управління доходами; розподіляти потужності підприємства.

Основні поняття: рівні управління доходами, методи перебронювання, модель управління доходами, методи оптимізації, система управління, споживче бронювання, моделювання, потужність підприємства.

Управління доходами на основі контролю бронювання. Межі бронювання, рівні обмеження. Управління доходами при групових бронюваннях. Модель споживчого бронювання; модель «Newsboy»; метод критичного рівня. Евристичні методи.

Механізми контролю рівня бронювання. Вимірювання і управління перебронюванням. Фактори перебронювання: від'їзди, гарантовані бронювання, негарантовані бронювання, дострокові від'їзди, продовжені бронювання, скасування, скасування з встановленим очікуванням до певного терміну, неявки за гарантованими і негарантованими бронювання, штрафи за неявки, дострокові приїзди, номери, тимчасово вибули із загального номерного фонду. Альтернативи перебронюванням.

Питання, що виносяться на практичне заняття

1. Елементи, що включаються в автоматизовану систему управління доходами.
2. Розрахунок додаткового доходу на гостя.
3. Стратегії управління доходами
4. Практичне застосування моделі споживчого бронювання «Newsboy».
5. Практичне застосування методу критичного бронювання.
6. Альтернативні методи бронюванню.

Завдання до практичних занять

Завдання 1. Розрахувати ефективність впровадження системи управління доходами.

Завдання 2. Побудувати криві бронювання для готелю.

Тестові завдання

1. Управління доходами краще все описується наступним:
 - а) процес, спрямований на збільшення ефективності готелі;
 - б) ефективне використання потужностей готелю з метою максимізації прибутку;
 - в) робота менеджера по створенню готельного продукту, здатного принести прибуток.
2. Мета управління доходами:
 - а) максимізація прибутку від продажів номерів;

- б) максимізація прибутку від продажу додаткових послуг готелю;
- в) обидва варіанти.

3. Інструментами цінового позиціонування є:

- а) контроль конкуренції і цінова чутливість;
- б) діаграма цінового позиціонування і конкурентоспроможність;
- в) цінова чутливість і діаграма цінового позиціонування;
- г) контроль конкуренції, цінова чутливість і діаграма цінового позиціонування.

4. Еластичність тарифів це:

- а) вибудовування тарифної системи, яка б змінила попит на даний товар під впливом економічних і соціальних факторів, зв'язаних зі зміною цін;
- б) вибудовування тарифної системи, яка б адаптувалася до особливостей пропонованих послуг, а самі тарифи були чітко розмежовані між собою;
- в) вибудовування тарифної системи, яка б адаптувалася в суперечність між запланованими діями в сфері цінових обмежень і практикою;
- г) вибудовування тарифної системи, яка б розрізняла цінову еластичність попиту та еластичність попиту від доходів споживачів.

5. Філософія управління доходами в готельному бізнесі полягає в:

- а) тому як продати потрібний номер, потрібному клієнту в потрібний час і по потрібній ціні;
- б) тому як продати потрібний номер, потрібному акціонерові;
- в) тому як зберегти дохід і забезпечити його зростання;
- г) тому як збільшити зростання прибутку готелю в цілому.