

ЛДУФК ім. Боберського Кафедра інформатики і кінезіології

Лектор: доцент Заневська Людмила
Георгіївна

Галузь знань: 24

Сфера обслуговування

Спеціалізація: 242

Туризм, магістри, 5 курс

Дисципліна «Комп'ютерні та інформаційні технології»

Тема. 4. Інформаційна система і технології з розрахунку цін на послуги

Зміст і структура інформаційної системи з розрахунку цін на послуги

Стратегія ціноутворення - це вибір туристичним підприємством можливої динаміки зміни вихідної ціни послуги в умовах ринку, яка найкращим чином відповідає меті підприємства, тобто відповідає обраним цілям та методам ціноутворення.

Цінова стратегія туристичного підприємства



Етапи розроблення стратегії і тактики ціноутворення

1, 2

- Вивчення завдань щодо ціноутворення
- Вивчення попиту клієнтів

3,4

- Оцінка витрат і собівартості послуги
- Аналіз цін на послуги конкурентів

5,6,7

- Вибір цінової стратегії
- Встановлення вихідної ціни
- Ініціативна зміна вихідної ринкової ціни на послуги

Ціноутворення на основі витрат і цільового прибутку ґрунтується на калькуляції витрат та визначеного розміру прибутку.

Ціноутворення орієнтоване на ціни конкурентів. Є типовим для сфери надання послуг.

Ціноутворення на основі прогнозування попиту споживачів. Передбачає вивчення чутливості клієнтів на ціни послуг.

Встановлення вихідної ринкової ціни. Не є завершальним етапом процесу ціноутворення.



Алгоритм розрахунку ціни на послуги

Визначення мети ціноутворення

Аналіз обмежень ціноутворення

Розрахунок витрат на послуги

Вибір можливого рівня ціни

Вибір методу розрахунку ціни

Розрахунок ціни

Структура інформаційної системи з розрахунку

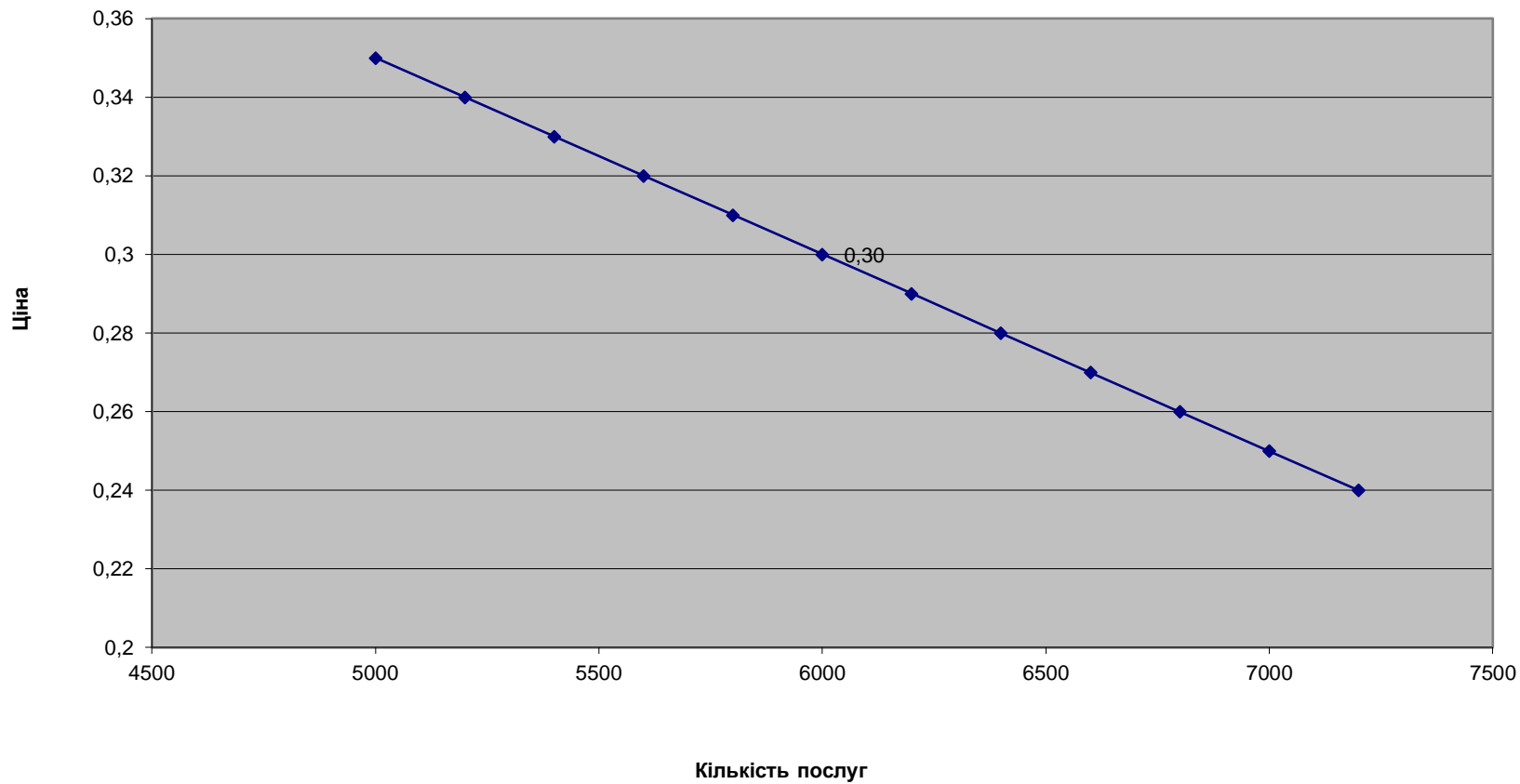
цін на послуги



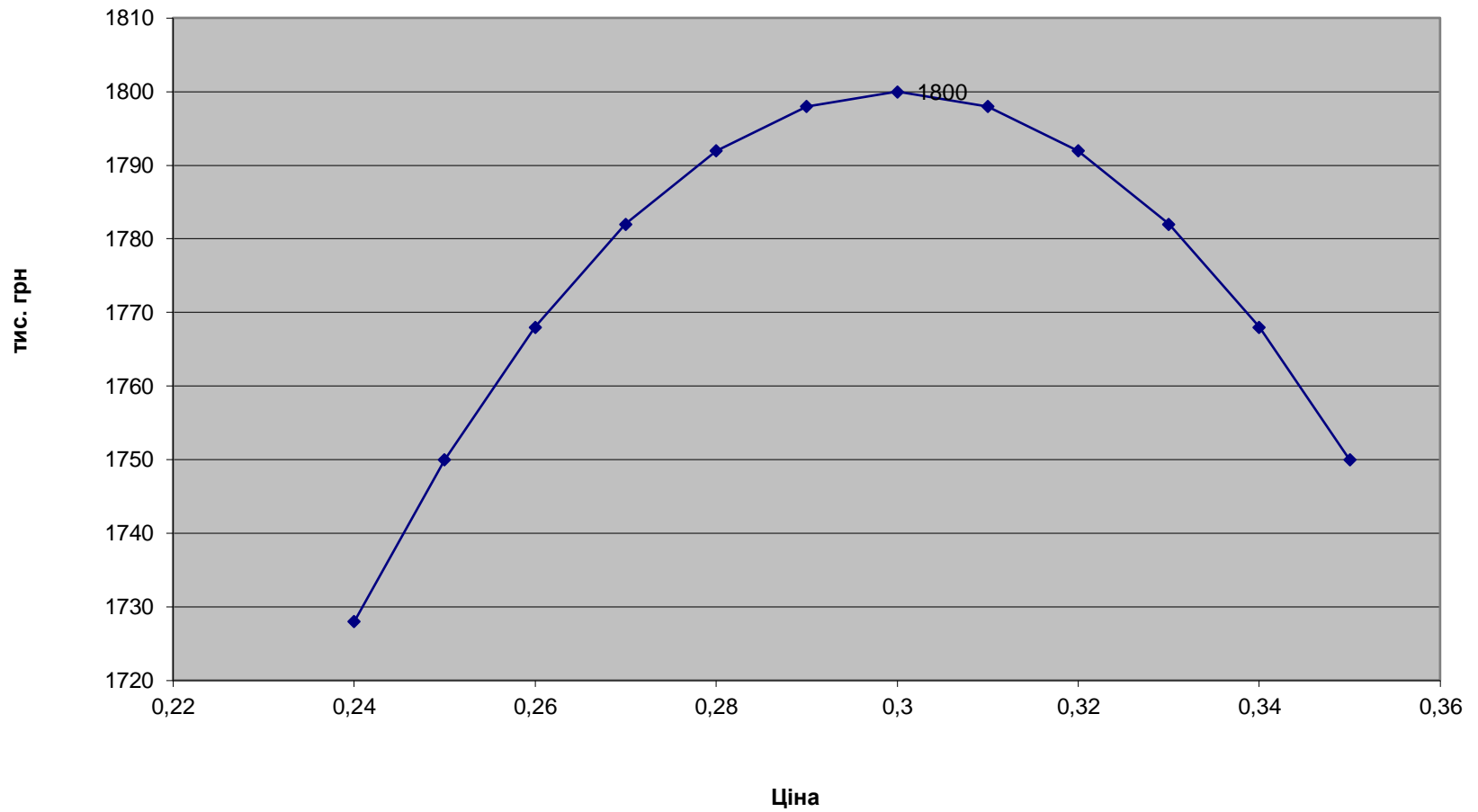
Технології розрахунку еластичності попиту

Варіанти розрахунку еластичності попиту						
№	Кількість наданих послуг розміщення за місяць	Середня ціна номеру, тис.грн/добу	Виручка від реалізації послуг, тис./грн	Зміни у попиті, %	Зміни в ціні, %	Еластичність попиту
1	5000	0,35	1750			
2	5200	0,34	1768	4%	3%	1,4
3	5400	0,33	1782	4%	3%	1,307692
4	5600	0,32	1792	4%	3%	1,222222
5	5800	0,31	1798	4%	3%	1,142857
6	6000	0,3	1800	3%	3%	1,068966
7	6200	0,29	1798	3%	3%	1
8	6400	0,28	1792	3%	3%	0,935484
9	6600	0,27	1782	3%	4%	0,875
10	6800	0,26	1768	3%	4%	0,818182
11	7000	0,25	1750	3%	4%	0,764706
12	7200	0,24	1728	3%	4%	0,714286

Еластичність попиту (чутливість споживачів до зміни ціни на послуги розміщення)

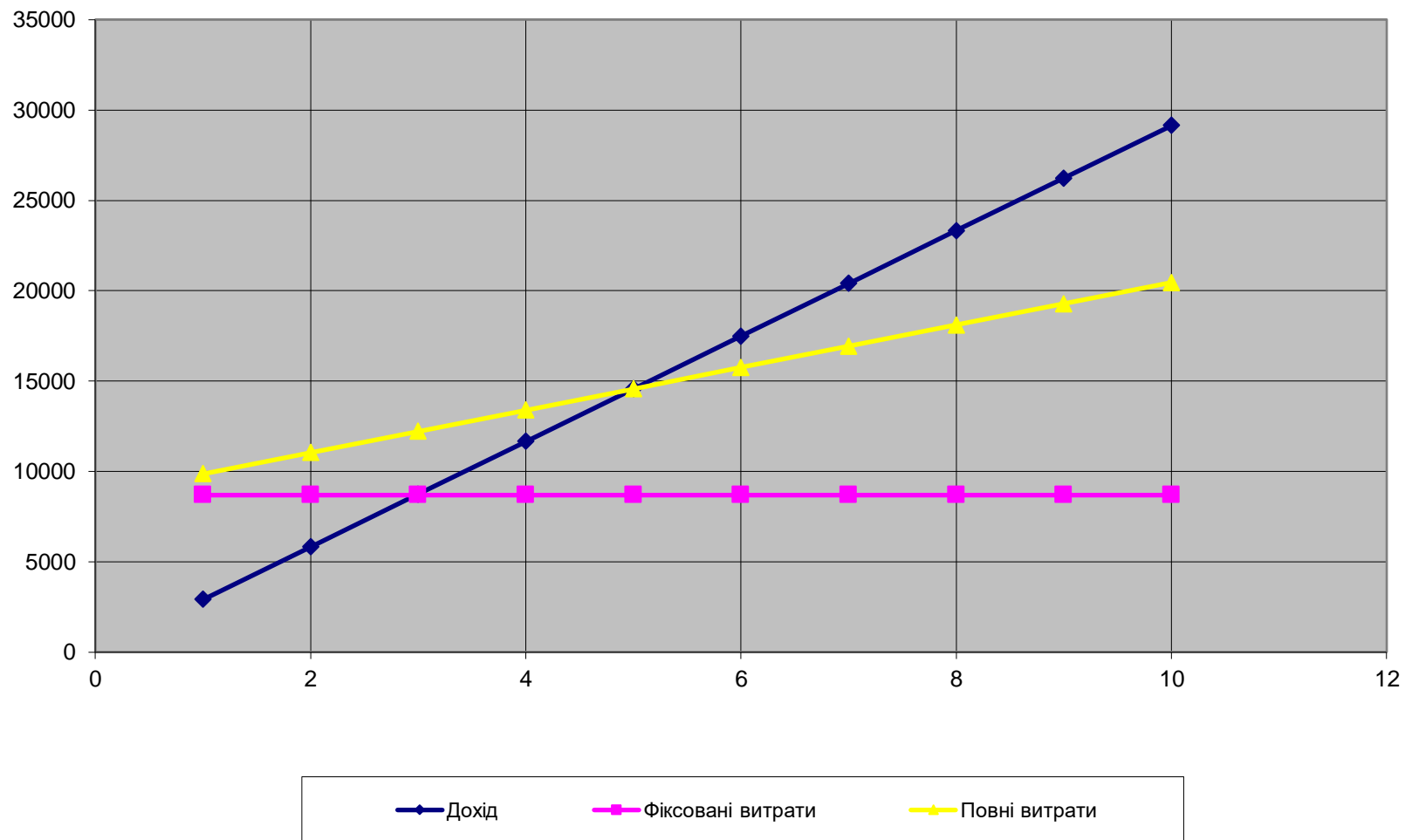


Вплив зміни ціни на виручку від реалізації послуг

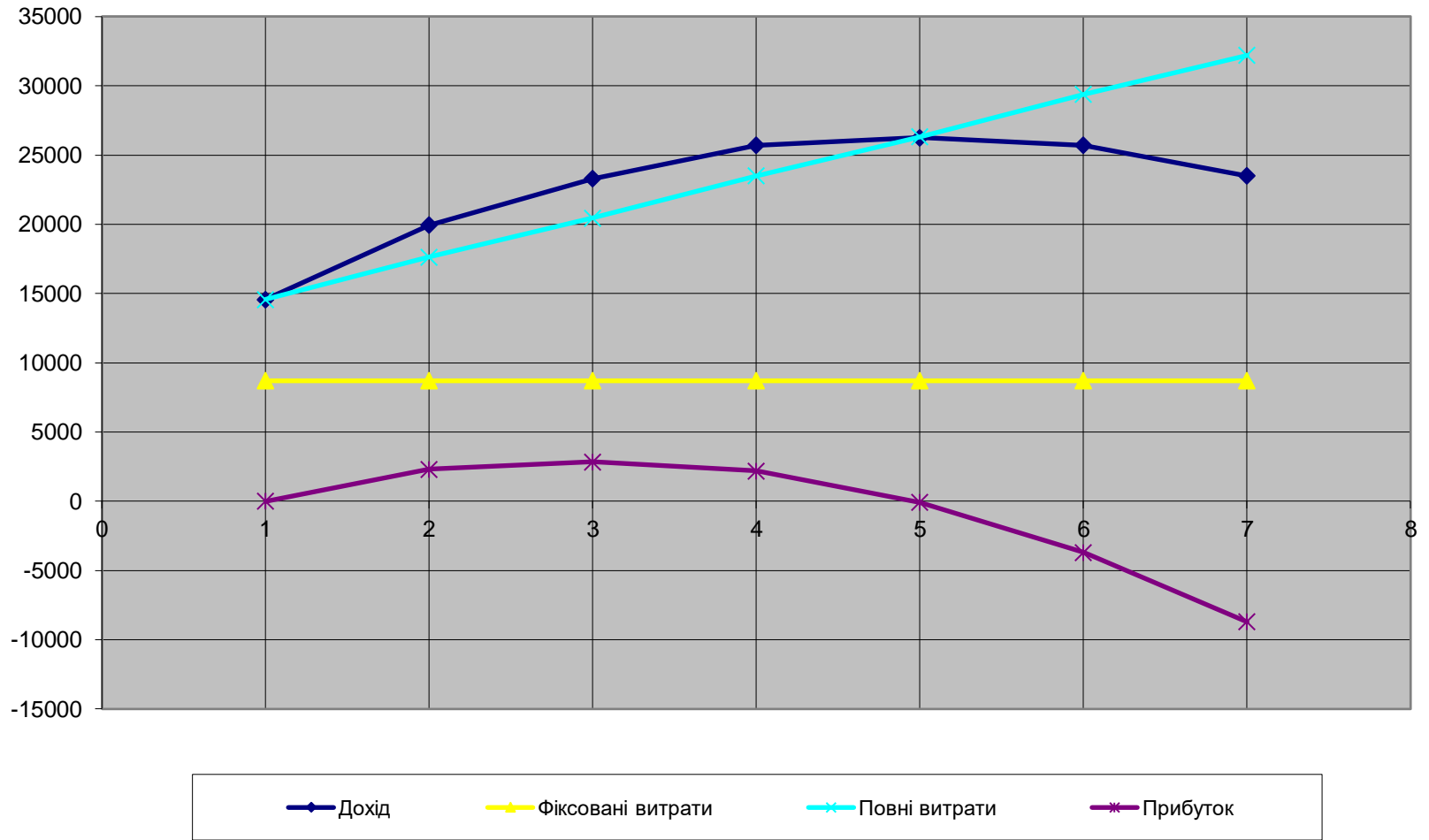


Стаття витрат	Сума. Дол. США
Змінні витрати на 1 путівку	
Консульський збір (Амбасада Італії)	35
Страхування	10
Проживання у готелі (7 ночей)	140
Оглядові екскурсії (Рим, Мілан, Венеція, Подуя)	50
Разом	235
Фіксовані витрати	
Оренда автобуса на 10 діб (20 дол за голину)	4800
Реклама туру	2200
Заробітна плата персоналу, оренда офісу	1700
Разом	8700
Кількість туристів	25
Вартість однієї путівки	583

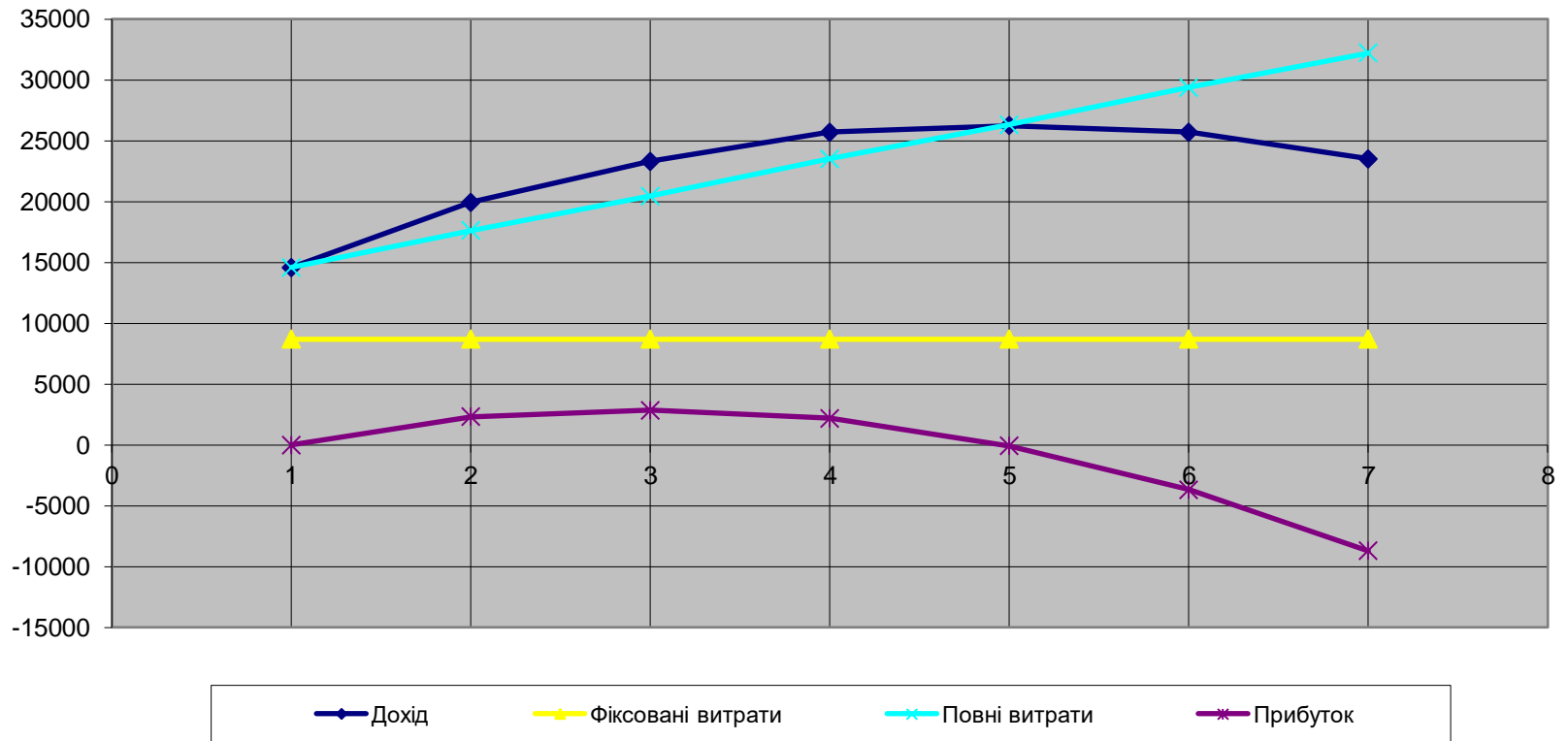
Визначення точки беззбитковості на проведення туру



Визначення оптимальної ціни на тур



Визначення оптимальної ціни на тур



Рік	Місяць	Фактична ціна за номер, грн	Дохід, грн	Коефіцієнт завантаження номерного фонду, %	Витрати на рекламу. Грн	Розрахунок ціни за номер, грн
2007	1	235,2	65972,3	37,6	560	252,1251376
2007		2 235,2	93009,7	42,3	712	279,4446587
2007		3 235,2	89679,5	41	760	289,3001472
2007		4 235,2	79985,3	38,6	794	293,9816714
2007		5 235,2	98088,4	43,1	858	292,8295326
2007		6 235,2	128253	52,9	1058	267,5007473
2007		7 235,2	121324	51,6	970	258,6997946
2007		8 235,2	121155	47	970	316,4416002
2007		9 235,2	105284	48,3	970	254,5011034
2007		10 235,2	161935	55	1200	346,1602834
2007		11 235,2	128859	52,7	1220	281,7064763
2007		12 235,2	125347	51,6	1250	287,4052103
2008		1 426,5	77960	37,4	485	284,4120502
2008		2 426,5	117378	50,2	1100	273,0862669
2008		3 426,5	155324	54,1	1300	344,7398461
2008		4 426,5	143558	52,9	1340	328,6623444
2008		5 426,5	209095	63	1964	426,9202564
2008		6 426,5	224085	65,8	2354	458,3620128
2008		7 426,5	249604	72,4	2670	467,3400482
2008		8 426,5	159014	55,6	1600	354,7309567
2008		9 426,5	195196	58,5	2100	452,3894742
2008		10 426,5	161856	54,8	1507	367,297432
2008		11 426,5	165683	56,3	1600	364,9833874
2008		12 426,5	180987	57,7	1702	397,3795615
		Середнє значення:	139104	51,7	1293,5	

Коефіцієнти кореляції						
	Y	X1	X2	X3		
Y		1	0,65	0,56	0,64	
X1		0,65	1	0,97	0,98	
X2		0,56	0,97	1	0,95	
X3		0,64	0,98	0,95	1	
Параметри регресії						
		A3	A2	A1	A0	
Коефіцієнти апроксимації			0,06	-12,66	0,003	504,64
Середні квадратичні відхилення			0,13	7,94	0,002	220,65

Залежність ціни за номер від доходу, коефіцієнта завантаженості та витрат на рекламу готелю

