

АЛГОРИТМ МЕТОДУ ЗВОРОТНОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ОСНОВНІ ПОСЛУГИ ГОТЕЛЮ

І.М. Єгупова

м. Одеса, Одеський національний економічний університет

На сьогодні в теорії і практиці встановлення тарифів на послуги проживання в готелях найбільшого поширення набули два принципово різних методів: витратний метод і метод зворотного ціноутворення.

Перший метод, відомий в економічній літературі під самими різними назвами («витрати+прибуток»), «витрати плюс бажаний прибуток» та ін., полягає у коригуванні базової ціни, що забезпечує окупність всіх витрат і отримання цільового прибутку, з урахуванням інформації про рівень цін, що склалися на ринку. Основний його недолік полягає у відірваності цін і тарифів, розрахованих на його основі, від цін, що склалися на ринку.

Другий метод - метод зворотного ціноутворення - так само як і витратний метод, орієнтує підприємства на окупність витрат і отримання цільового прибутку. Проте така орієнтація реалізується не шляхом коригування базової ціни з урахуванням ринкової кон'юнктури, а за рахунок коригування витрат, що стимулює противитратну діяльність підприємства. Вказана особливість відноситься до безперечних достоїнств даного методу, вигідно відрізняючи його від витратного методу.

Проте, не дивлячись на такі явні достоїнства методу зворотного ціноутворення, в даний час відсутній чіткий алгоритм його застосування з метою встановлення тарифів на послуги проживання в готелі. Внаслідок чого на сьогодні готельні підприємства не мають в своєму розпорядженні дієвого механізму, що дозволяє об'єктивно оцінити прийнятний для себе рівень цін, виходячи з рівня ринкових цін і тих або інших цільових установок (отримання цільового прибутку; забезпечення повного покриття (або різного рівня покриття) постійних витрат і т.п.).

Основні етапи розробленого нами алгоритму реалізації методу зворотного ціноутворення представлені на рисунку. Теоретично процес ціноутворення, як це витікає з рисунку,

може бути завершений на ранніх етапах у тому випадку, коли ціна, що забезпечує окупність витрат і отримання цільового прибутку, не перевищуватиме рівень ринкової ціни. Проте на практиці така ситуація маловірогідна. Як правило, для досягнення цільового прибутку виникає необхідність в коригуванні витрат.

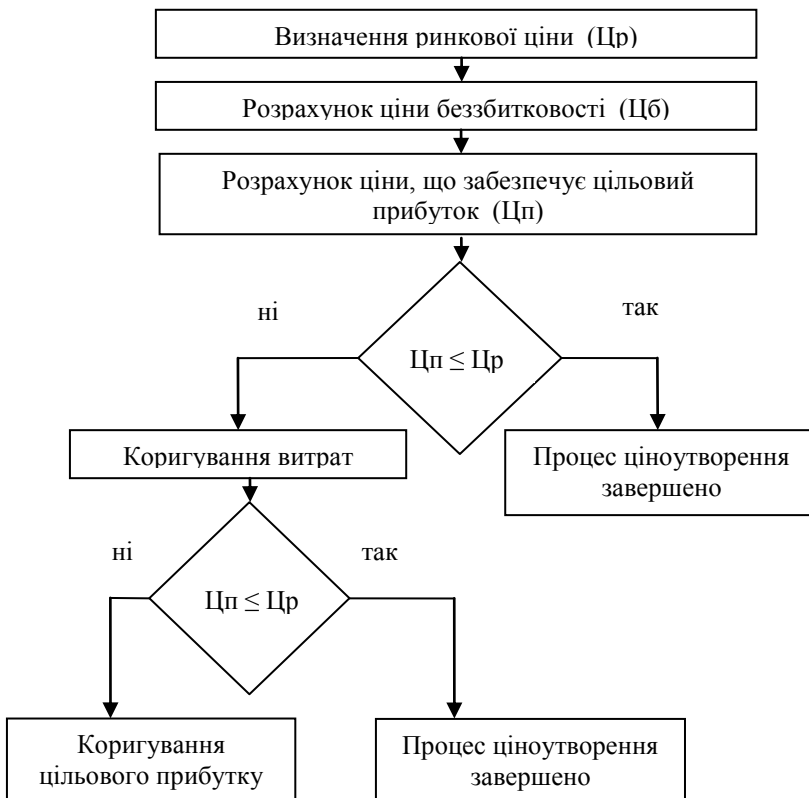


Рисунок. Алгоритм методу зворотного ціноутворення.

У тому випадку, коли резерви зниження постійних і змінних витрат підприємства вичерпані, але мета ще не досягнута, коригуванню повинен підлягати сам цільовий прибуток – на величину перевищення планованих витрат (з урахуванням реалізації виявлених резервів) над цільовими.