

Számolunk, vagy úszunk az ÁRRAL?



2012. Május 9.

Szállodaüzemelési cél = Profit

Árbevétel - Költségek

ár * forgalom

FIX

+

fajlagos ktg. * forgalom

Alacsony ár

Alacsony forgalom

Munkaerő hatékonyság

Beszállítói alkupozíció

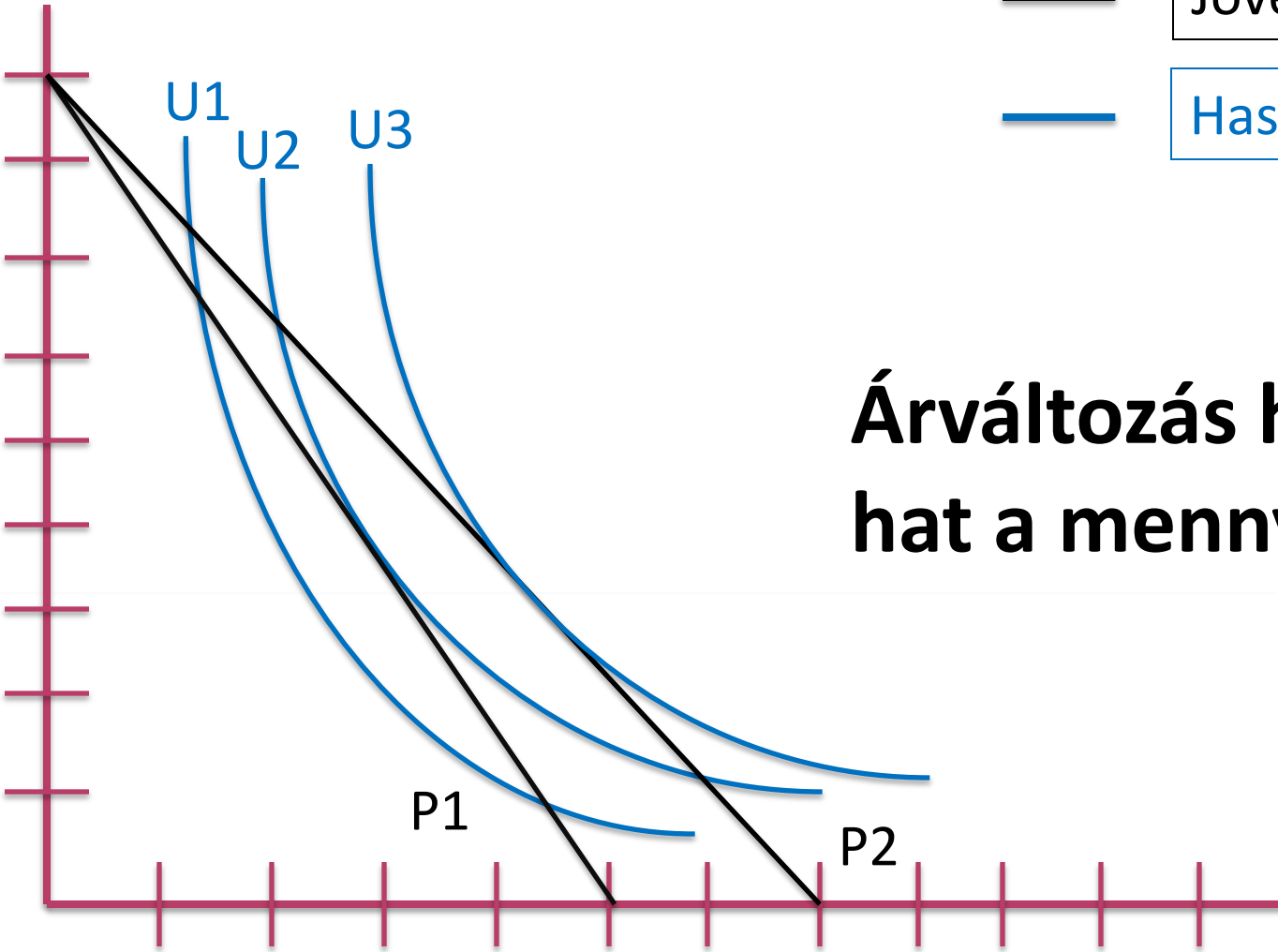
+

Pénzügyi környezet

Árak és fogyasztók

Fogyasztói közömbösség

egyéb fogyasztás mennyisége



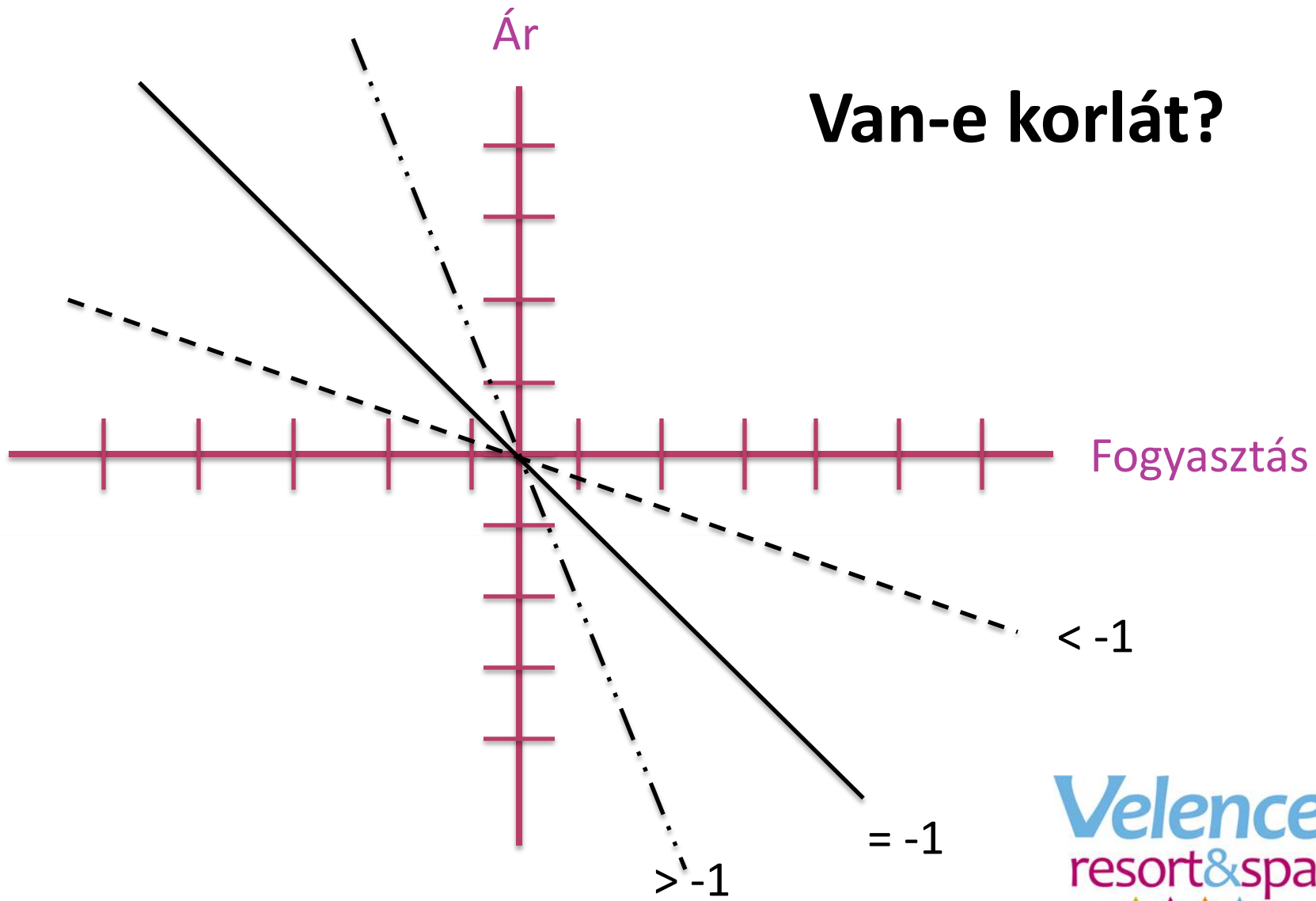
Jövedelmi korlát

Hasznosság

Árváltozás hogyan hat a mennyiségre?

Szállás-igénybevétel mértéke

Kereslet ár rugalmassága



Van-e korlát?

Árrugalmasság számokban

- Van egy jószágunk, ami 100 egységbe kerül és ezért 100-at vásárolnak
- Példa 1. - az árrugalmasság legyen - 2
 - Definíció szerint: 10%-os árcsökkentés esetén 20%-kal nő a forgalom
 - Pénzügyileg: 90 egységért adjuk, a piac felszív 120-at
 - Árbevétel változás: a kezdeti 10.000 helyett 10,800 egység
 - Árbevétel növekedés 800 egység (8%)
- Példa 2. - az árrugalmasság legyen - 0,5
 - Definíció szerint: 10%-os árcsökkentés esetén 5%-kal nő a forgalom
 - Pénzügyileg: 90 egységért adjuk, a piac felszív 105-öt
 - Árbevétel változás: a kezdeti 10.000 helyett 9,450 egység
 - Árbevétel csökkenés 550 egység (-5,5%)

Korlát: -1-nél nagyobb árrugalmasságnál

Biztos?

Ár meghatározási alapok I.

Célcsoportok azonosítása

1. Árat vesz minden áron
2. Minőséget vesz nagy ártoleranciával
3. Presztízst vesz bármi áron

Ártranszparencia a célcsoportok között



Disztribúciós csatornák kiválasztása

Ár meghatározási alapok II.

Árparitás = Bizalom + Hűség + Minőség

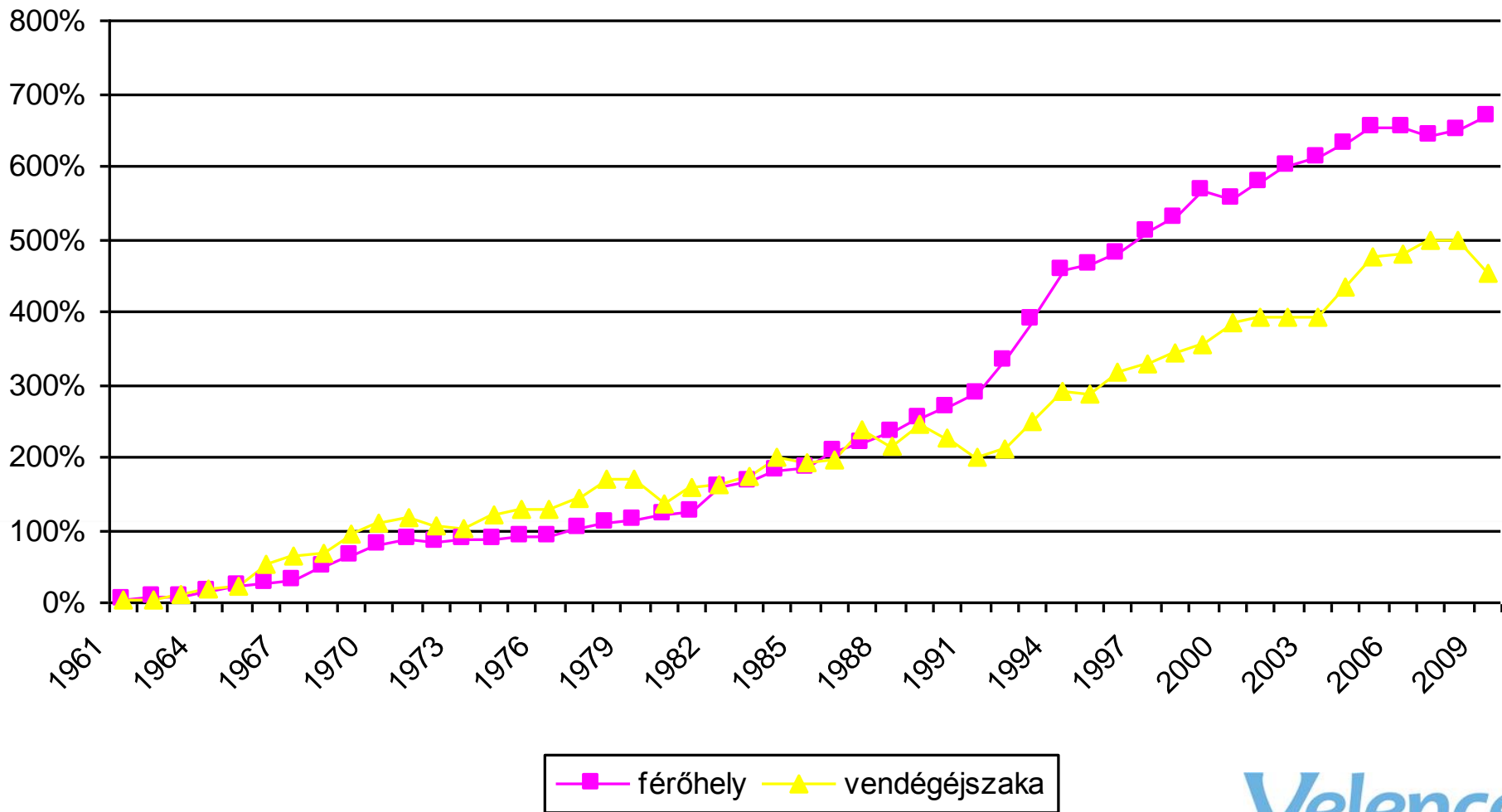
Virtuális ár: Csak azért, hogy nagy engedménnyel hozzunk volument - miért ilyen olcsó?

Eladási ár: Hitelesen pozicionálja a termék értékét, de marad mozgástér korrekcióra

Engedmény: Korlátozásokkal, valamiért cserébe
Csak itt – csak most – csak Önnek ...
Készlet mérték meghatározása!

Komoly versenykörnyezet

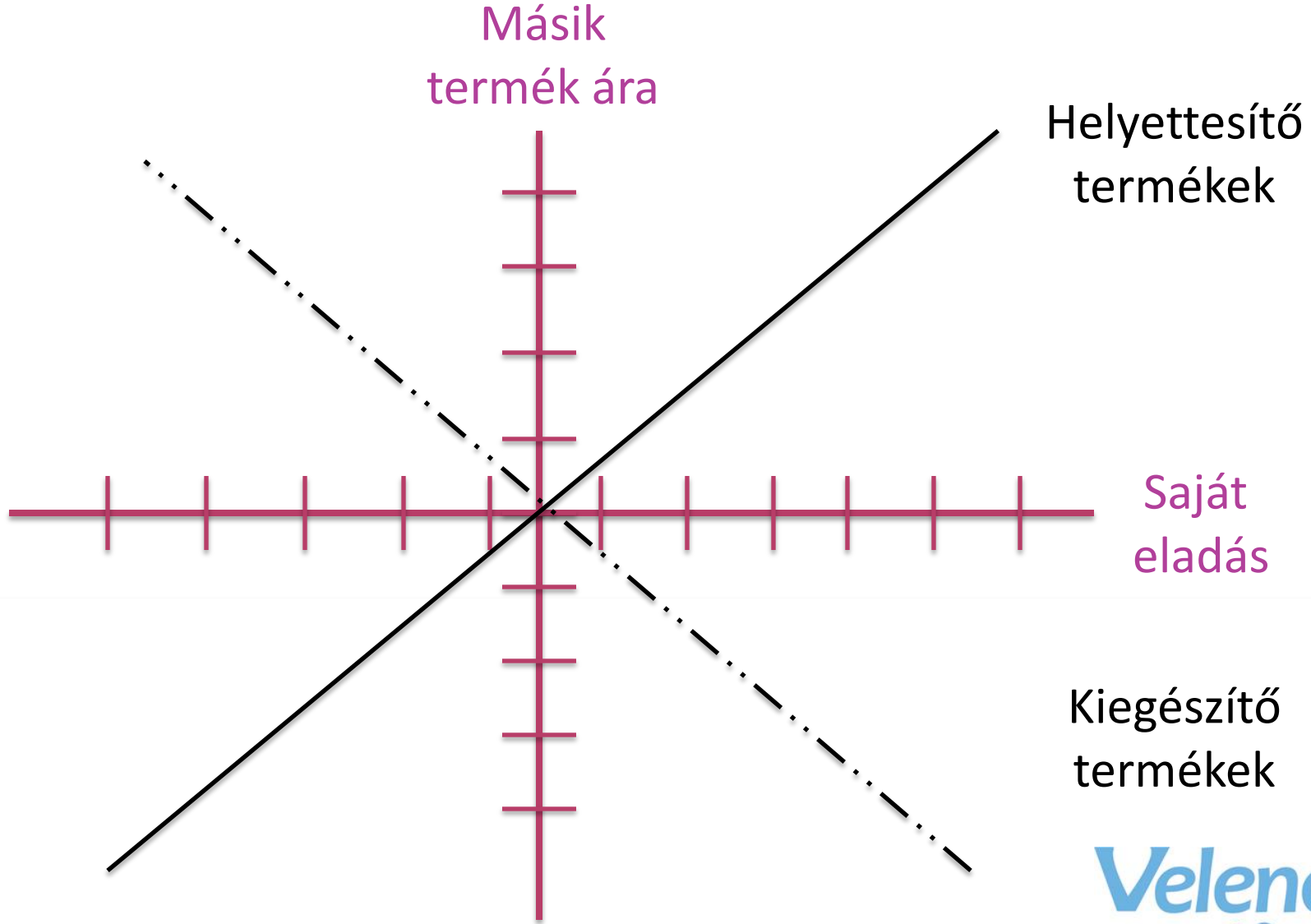
Kereslet-kínálat alakulása 1960-2009



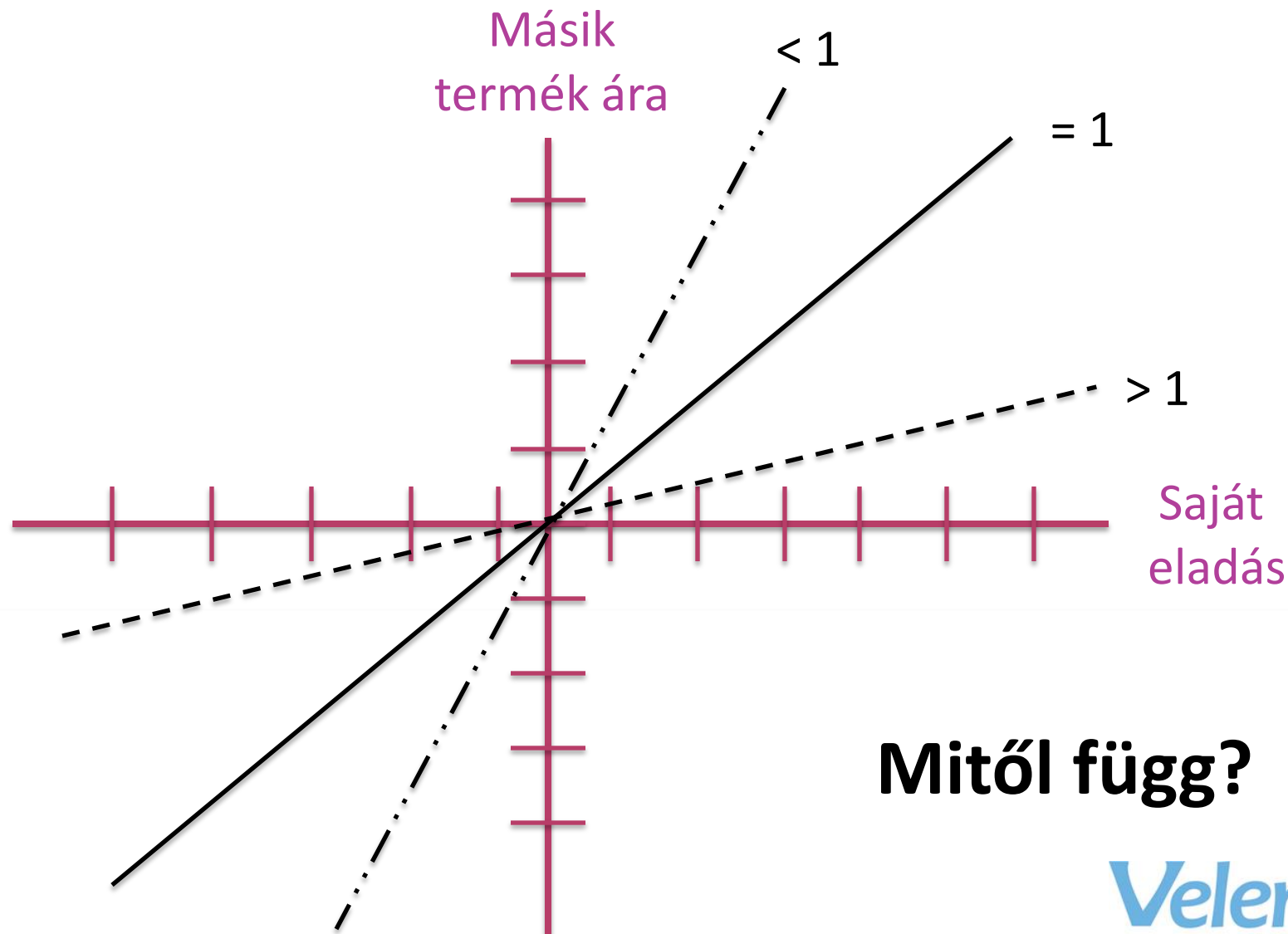
Forrás: KSH, 2012



Keresztár-rugalmasság



Helyettesítő termékek



Mitől függ?

Versenykörnyezet

- Versenytársak pontos kiválasztása
- Proaktív piaci és versenytárs elemzés
SWOT, VRIO, PEST, stb.
- Elemzés módszertanilag:
 - értékében kezelni
 - folyamatos „rate shopping”
 - általános és közvetlen piaci előrejelzés
- Versenytársak viselkedésének előrejelzése változó piaci körülmények között.

Melyik utat választom

Piackövető

Úszom az árral és adott esetben hibás taktikát követek

Pl. folyamatos árcsökkentés hatására bevétel kiesést is eltűrök

Kezdeményező

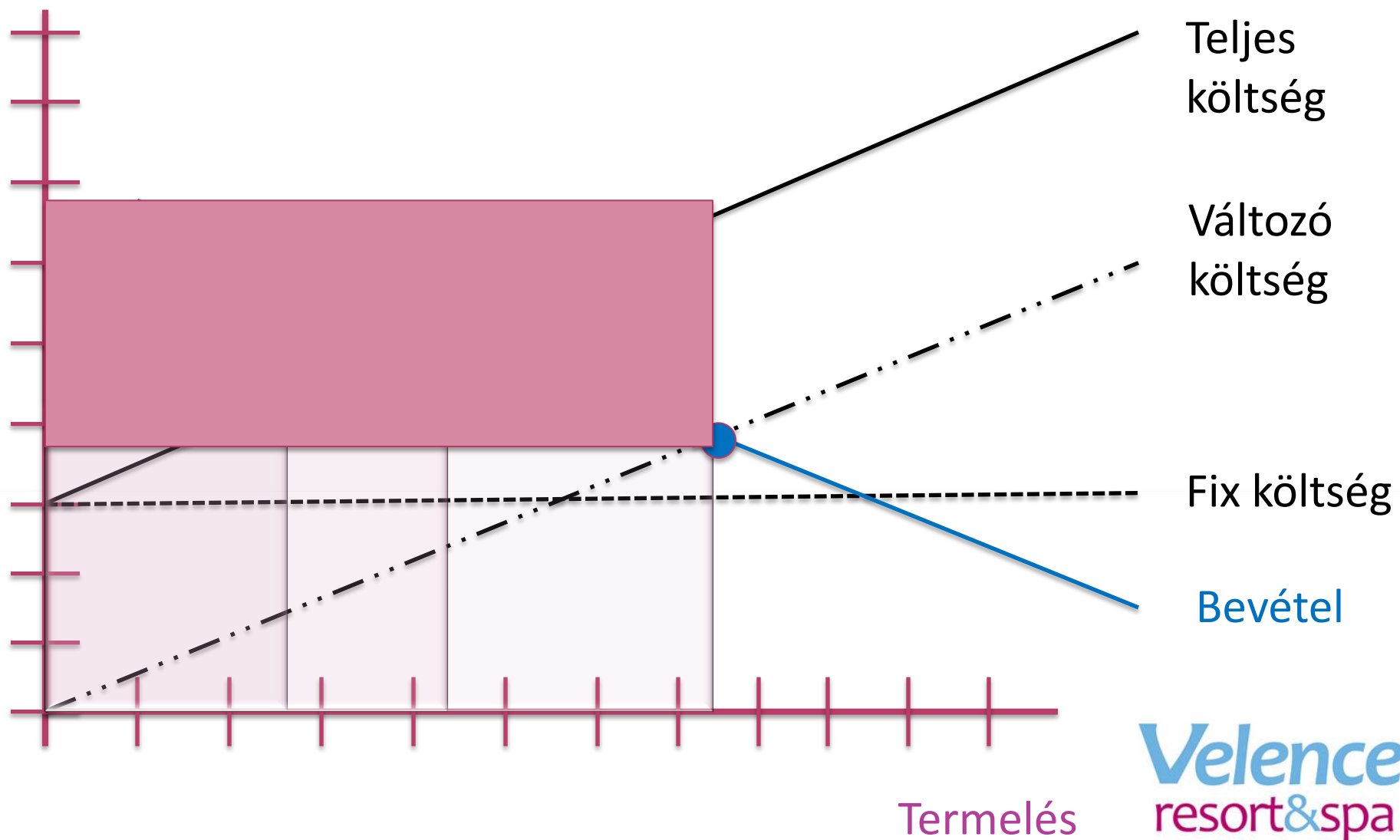
- Innovatív szolgáltatás/termék-fejlesztés
- Időszakos árkorrekció
- Tartalom arányos változtatása (package)
- Értékesítési csatornák taktikai felhasználása
- Marketing kommunikáció

Budapest \neq Vidék

Termelési költség is van

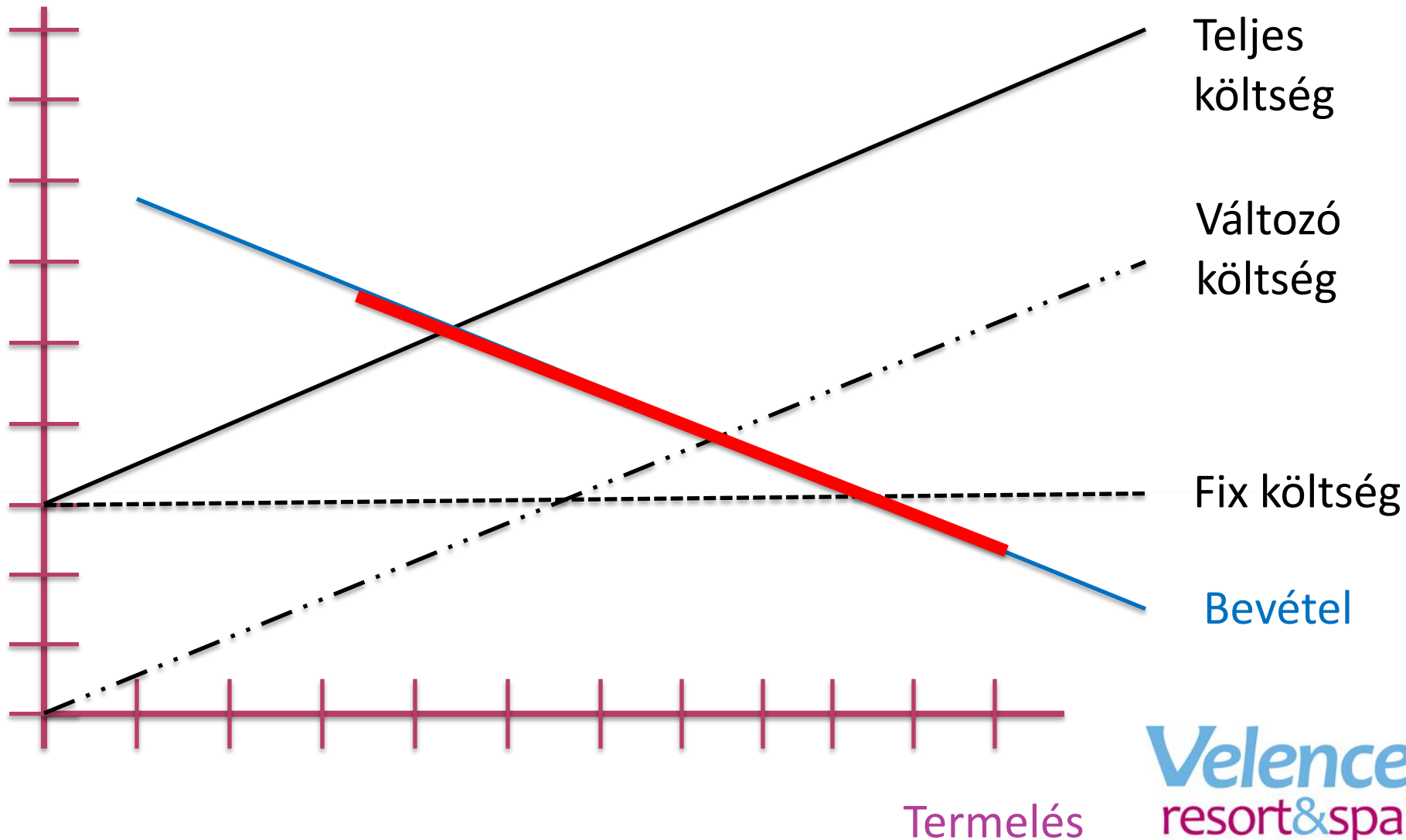
Költségek – Fix és Változó

Költség / Ár



Szállodaipar ma Magyarországon

Költség / Ár



Termelés

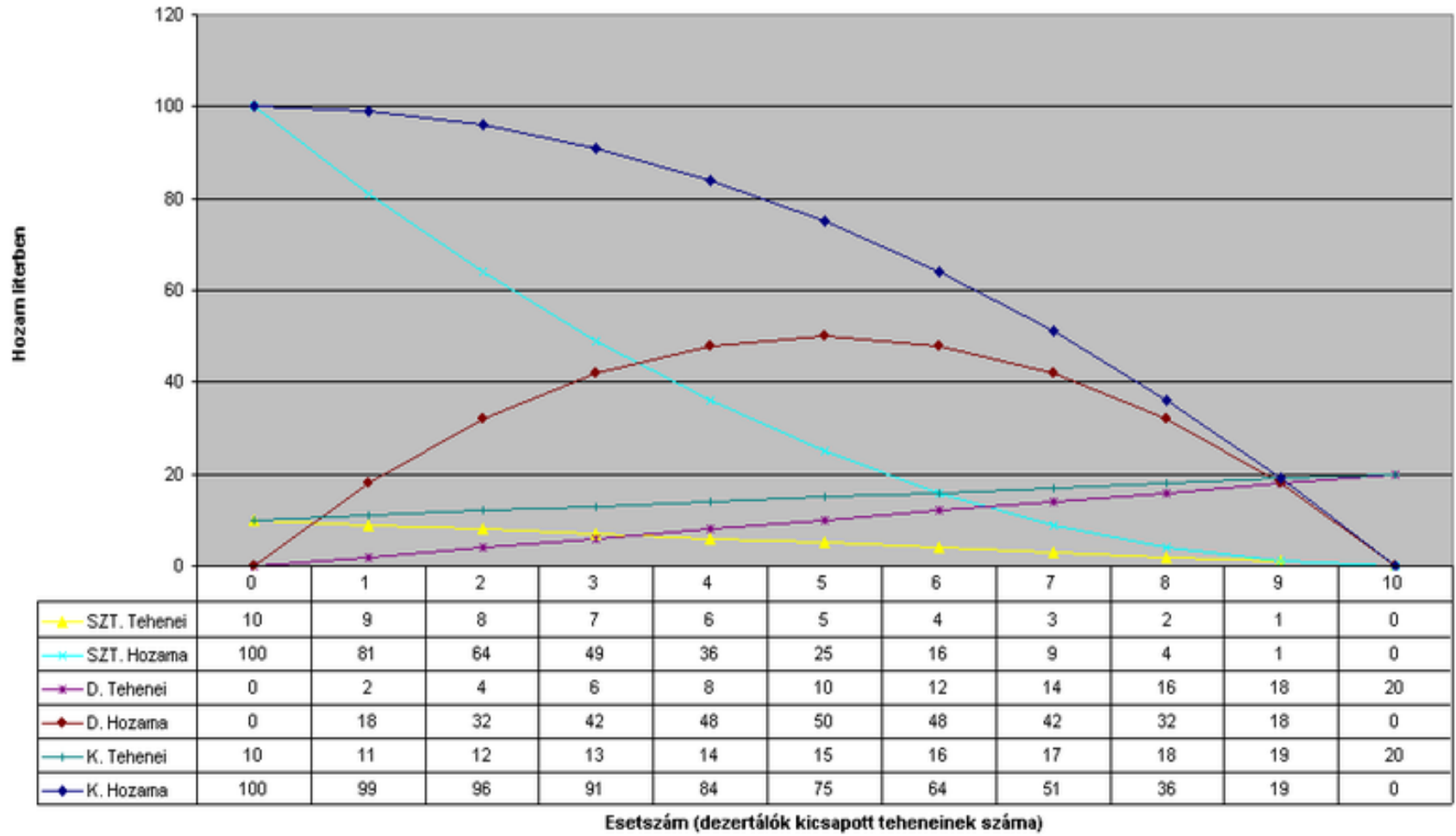
Miért van mégis árspirál?

Játékelmélet – Közlegelő problémája I.

- Egy mezőre 10 gazda jut. A mező nagy része tönkre megy. Elhatározzák, hogy mindenki 1 tehenet legeltethet, mert akkor 10 liter tej jut mindenkinek.
- 1. Lépés
 - Mindenki 1-et hajt ki, kivéve egy gazdát, aki kettőt
 - Minden tehén csak 9 liter tejet ad
 - Dezertőr 18 literes (+8) termelést produkál, többiek (-1 liter)
 - Összességében 100 liter helyett 99 liter
- 5. Lépés
 - 5 dezertőr 2-2 tehenet hajt ki, 5 gazda még szabálykövető
 - Minden tehén csak 5 liter tejet ad
 - Dezertőrök 10 literes (+0) termelést produkál, többiek (-5 liter)
 - Összességében 100 liter helyett 75 liter
- ...

Játékelmélet – Közlegelő problémája II.

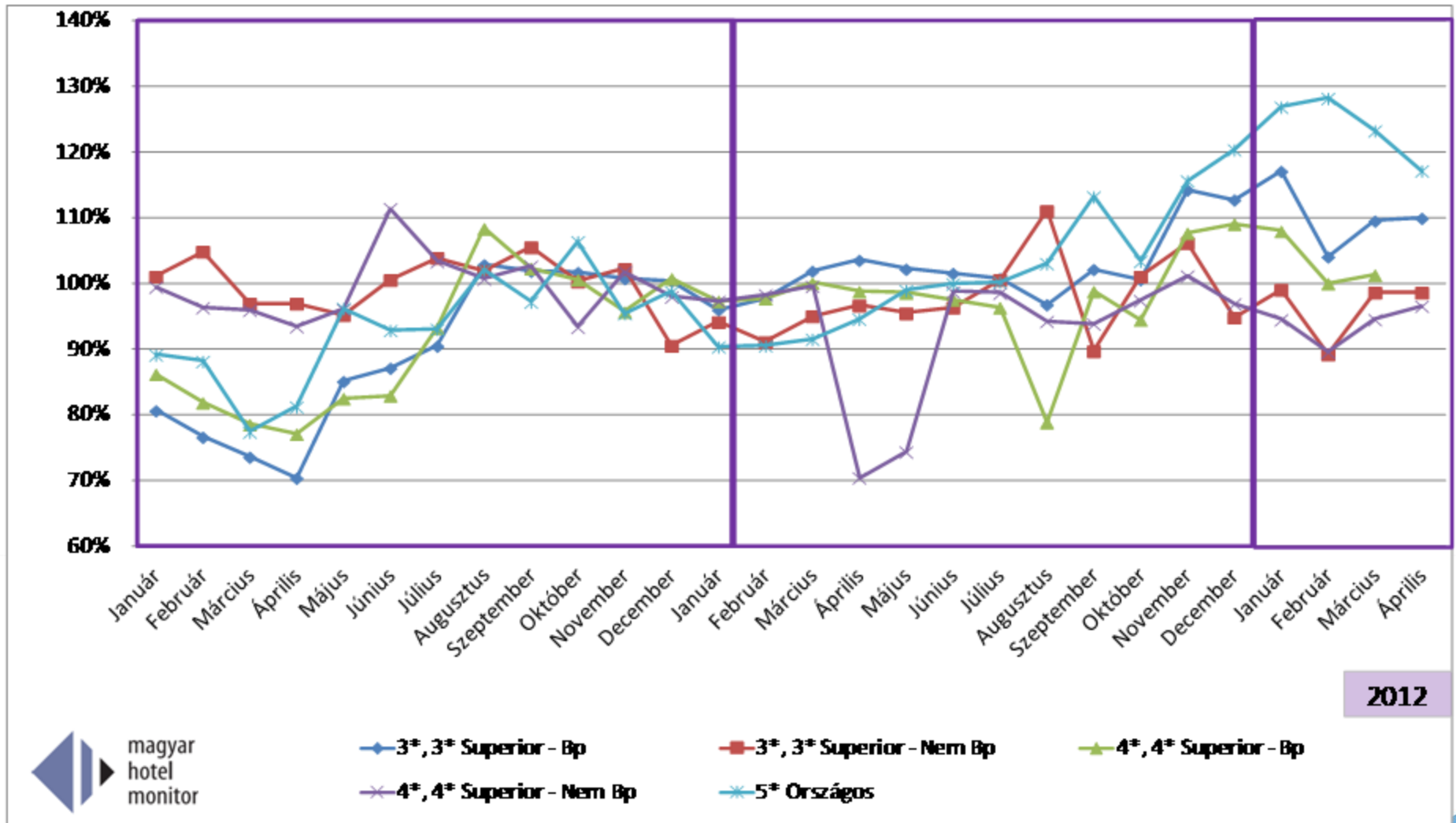
Közlegelők tragédiája



—▲— SZT. Tehenei —▲— SZT. Hozama —▲— D. Tehenei —▲— D. Hozama —▲— K. Tehenei —▲— K. Hozama

Szabályozás kell!

Azért nem reménytelen...



Forrás: Xellum – Magyar Hotel Monitor 2012

Köszönjük a figyelmet!