

## OBSAH

Poděkování .....	11
Úvod .....	13
<b>1 Podstata a postavení revenue managementu .....</b>	<b>17</b>
1.1 Předpoklady aplikace revenue managementu .....	24
1.1.1 Pojmy a ukazatele revenue managementu nutné k jeho aplikaci .....	25
1.1.2 Informační základna pro revenue management .....	34
<b>2 Historicko-metodologická východiska revenue managementu .....</b>	<b>38</b>
2.1 Predikce vývoje poptávky v leteckém průmyslu .....	38
2.2 Littlewoodovo pravidlo .....	39
2.3 Expected Marginal Seat Revenue .....	43
2.3.1 EMSRa .....	43
2.3.2 EMSRb .....	48
2.4 Airline Deregulation Act .....	51
2.5 Predikce a restrikce .....	52
2.5.1 Length of stay .....	52
2.5.2 Rate fence .....	53
2.6 Big data a rozmach OTA .....	53
2.7 Práce s best available rate .....	54
2.8 Dynamický přístup k tvorbě ceny .....	55
2.8.1 Sběr dat a odhady atributů WTP .....	57
2.8.2 Identifikace jednotlivých segmentů .....	58
2.8.3 Nastavení ceny pro jednotlivé segmenty .....	58
2.9 Současné trendy a budoucí výzvy .....	58
<b>3 Revenue management v ekonomické teorii .....</b>	<b>61</b>
3.1 Cena a hodnota v historickém kontextu .....	61
3.1.1 O původu ceny .....	61
3.1.2 Cena a hodnota .....	62
3.1.3 Resumé .....	75

3.2	Význam ceny v podniku .....	76
3.3	Metody tvorby ceny .....	80
3.3.1	Metody vycházející z nákladů .....	81
3.3.2	Metody vycházející z tržních cen .....	89
3.3.3	Metody vycházející z poptávky .....	90
3.3.4	Psychologická tvorba ceny .....	91
3.3.5	Metoda hédonické ceny .....	93
3.3.6	Adaptivní tvorba cen .....	94
3.3.7	Specifikum tvorby cen v ubytovacích službách a výhled budoucího vývoje .....	94
3.3.8	Shrnutí .....	95
3.4	Vazba ceny, tržeb a cenové elasticity .....	96
3.4.1	Elasticita poptávky .....	96
3.4.2	Cenová elasticita poptávky .....	97
3.4.3	Význam elasticity v řízení tržeb a zisku .....	98
3.4.4	Metody výpočtu cenové elasticity .....	99
3.4.5	Aplikace stanovení elasticity v segmentu ubytovacích služeb .....	102
3.5	Nedokonalá konkurence a cenová diskriminace .....	106
3.5.1	I. stupeň .....	106
3.5.2	II. stupeň .....	106
3.5.3	III. stupeň .....	107
3.5.4	IV. stupeň .....	108
<b>4</b>	<b>Nástroje revenue managementu .....</b>	<b>110</b>
4.1	Práce s cenou .....	110
4.1.1	Nástroje upravující cenu .....	112
4.1.2	Cenová optimalizace .....	114
4.2	Práce s množstvím .....	116
4.2.1	Nástroje upravující nabízené množství .....	116
4.2.2	Optimalizace množství .....	120
4.3	Ostatní nástroje .....	120
<b>5</b>	<b>Segmentace .....</b>	<b>121</b>
5.1	Kritéria segmentace .....	122
5.2	Profil vybraných segmentů .....	123
5.3	Segmentace dle specifického účelu ubytování .....	126



<b>6</b>	<b>Metody predikce jako součást revenue managementu</b>	129
6.1	Přístupy predikce poptávky v revenue managementu	129
6.2	Podstata predikce	132
6.3	Základní charakteristika časových řad	133
6.3.1	Modelování trendu	135
6.3.2	Modelování sezónní složky	136
6.3.3	Možnosti trendu a sezónnosti v časových řadách	138
6.4	Základní charakteristika predikce	140
6.5	Hodnocení kvality predikce	141
6.6	Naivní predikce	143
6.7	Průměrování	144
6.7.1	Aritmetický průměr	144
6.7.2	Klouzavý průměr	144
6.8	Exponenciální vyrovnávání	147
6.8.1	Jednoduché exponenciální vyrovnávání	147
6.8.2	Holtovo exponenciální vyrovnávání	149
6.8.3	Winterovo exponenciální vyrovnávání	150
6.9	Přístupy využívající regresi	152
6.9.1	Multiplikativní trend	153
6.9.2	Polynomický trend	154
6.9.3	Autokorelace	155
6.9.4	Autoregresní modely	156
6.9.5	Model ARIMA	157
6.9.6	Model SARIMA	158
6.9.7	Rozšířený SARIMA model	159
6.10	Neuronové sítě	161
6.11	Predikce poptávky v sektoru služeb s využitím různých modelů – aplikace	167
6.11.1	Dlouhodobá predikce (strategická)	167
6.11.2	Krátkodobá predikce (operativní)	174
6.11.3	Krátkodobá predikce (operativní) – využití s malým množstvím dat	175
6.12	Shrnutí	177
<b>7</b>	<b>Optimalizační přístupy vhodné pro revenue management</b>	179
7.1	Metodická východiska optimalizace	180
7.2	Deterministická optimalizace	181



7.2.1	Lineární programování	181
7.2.2	Obecný postup optimalizace v RM	189
7.3	Stochastická optimalizace	192
7.3.1	Nelineární programování	193
7.3.2	Obecný postup optimalizace v RM	198
7.3.3	Optimalizace s využitím Monte Carlo simulace	200
7.4	Postoptimalizace a analýza rizika	203
7.4.1	Analýza citlivosti	204
7.4.2	Postoptimalizační simulace	206
<b>8</b>	<b>Využívání nástrojů revenue managementu v České republice</b>	<b>207</b>
8.1	Vyhodnocení dotazníku	207
8.1.1	Určení minimálního počtu respondentů	207
8.1.2	Struktura respondentů	208
8.1.3	Základní souhrn	209
8.1.4	Pokročilé vyhodnocení	211
8.2	Shrnutí	213
<b>9</b>	<b>Výstavba modelu revenue managementu</b>	<b>215</b>
9.1	Rozhodování v rámci revenue managementu	217
9.2	Stochastický model revenue managementu	221
9.2.1	Předpoklady modelu	223
9.2.2	Základní analýza	224
9.2.3	Stanovení cen	242
9.2.4	Stanovení množství	272
9.2.5	Postoptimalizační proces	291
9.3	Shrnutí	294
<b>10</b>	<b>Verifikace modelu – případové studie</b>	<b>296</b>
10.1	Ubytovací služby v České republice	296
10.1.1	Trh s ubytováním v Praze	297
10.2	Případové studie aplikace modelu	299
10.2.1	Představení webové aplikace	300
10.2.2	Ubytovací zařízení A	302
10.2.3	Ubytovací zařízení B	322
10.2.4	Ubytovací zařízení C	326
10.2.5	Shrnutí	329

---

<b>11 Souhrn výsledků, limity výzkumu a možný další rozvoj . . . . .</b>	<b>330</b>
Seznam použité literatury . . . . .	333
Příloha – dotazníkové šetření . . . . .	351
Anotace . . . . .	365
Annotation. . . . .	366
O autorovi . . . . .	367
Rejstřík . . . . .	368

...výsledkem několikaletého výzkumu v oblasti rozvoje  
...vývoje a zlepšení ubytovacích služeb. Jedná se o výstup postar  
...vány na spolupráci autorovy osoby s několika klíčovými lidmi. Díky patří  
...měně Ing. Štěpán Chálapovi za dlouhodobou a ukázkovou spolupráci,  
...Ing. Jitě Jančkové, Ph.D., za praktické připomínky a komentáře, Ing.  
...Kadce Terjékové za faktické postřehy, Ilkám Schuster, B.A., za sdílení  
...zkušenosti a dalšími kolegy muži a kolegyně, kteří se přímo či nepřímo  
...komentářů, několika diskuzí, kulatých stůlů, případových studií, vyplňování  
...dotazníky atp. Všechni se tak podíleli a podílejí na rozvoji revizní mana-  
...gerství v oblasti ubytovacích služeb v České republice a na Slovensku.

...Svoucí a velké díky patří moji milované manželce za obrovskou  
...podporu a klidné pochopení při prozkoumávání slopych uliček a psaní  
...též knihy a při vývoji představené webové aplikace.