

ПРИМЕНЕНИЕ ТЕОРИИ ЭЛАСТИЧНОСТИ ДЛЯ АНАЛИЗА ПРИБЫЛИ ФИРМ (НА ПРИМЕРЕ ООО «CORAL TRAVEL»)

А. Д. Хомянков

artyomhomyankov2004@gmail.com;

Научный руководитель – А. А. Литвинович, преподаватель

В работе рассматривается эластичность спроса по цене как важнейшая экономическая категория для анализа и прогнозирования прибыли фирм. На примере международной туристической компании ООО «Coral Travel» продемонстрирована корреляция эластичности спроса, проводимой политики компании по регулированию цены предлагаемых услуг и ее прибыльностью.

Ключевые слова: спрос; предложение; цена; кривая спроса; теория эластичности; эластичность спроса по цене; ООО «Coral Travel».

Общеизвестным является тот факт, что в руках экономистов сосредоточено множество различных инструментов для анализа будущей прибыльности компаний. Одним из таких инструментов является понятие эластичности.

Эластичность – это мера реагирования (чувствительность изменения) одной переменной величины на изменение другой переменной величины [1, с. 64].

Эластичность спроса по цене – измеряет процентное изменение в количестве покупаемого товара в ответ на каждый процент изменения его цены на заданной кривой спроса [2, с. 93].

Применение теории эластичности имеет большое практическое значение. Для фирмы важно иметь в виду, что эластичность спроса на ее продукцию и эластичность рыночного спроса не совпадают. Первая всегда выше второй. Рассчитать ценовую эластичность спроса на продукцию фирмы достаточно сложно, так как необходимо принимать во внимание и реакцию конкурентов на повышение или понижение фирмой цены. Помочь в этом может использование математических моделей или опыт руководителей фирмы. Если фирма при принятии решения о цене будет руководствоваться только данными об эластичности рыночного спроса, то потери сбыта от повышения цен могут стать более значительными, чем ожидалось.

Рассмотрим применение теории эластичности на примере туристической организации ООО «Coral Travel».

«Coral Travel» является многопрофильным туроператором, работающим на российском рынке туристических услуг с 1995 года. Организация относится к большому международному холдингу – OTI. Общий

штат сотрудников холдинга составляет более 3000 человек. Бизнес данного холдинга развивается быстрыми темпами с помощью применения современных высоких технологий, профессиональному подходу к делу и постоянному контролю над качеством [3].

Из-за расширения деятельности каждый год создаются новые офисы. В 2010 г. открыта организация «Coral Travel» в Республике Беларусь.

Туристический спрос – динамическая категория. Туристические потребности, так, и спрос, меняются вместе с развитием общества. Некоторые из них изменяются, исчезают старые, появляются новые. Потребности постоянно увеличиваются и становятся более разнообразными.

На создание единого туристического спроса воздействует ряд факторов внешней среды: демографические, природно-географические, социально-экономические, культурные, научно-технические, политические. При создании индивидуального спроса увеличивается значение индивидуальных факторов: возраста, пола, образования и профессии, личных особенностей, интересов и предпочтений.

Туристическое движение идет интенсивно, но скачкообразно. Туристическая активность зависит не только от состояния экономики, но и в целом обстановки в мире. Ее обострение приводит к уменьшению реального спроса на туристические поездки [4].

Далее на примере туристической организации «Coral Travel» рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2020–2022 гг.

Таблица 1

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организацией «Coral Travel» в 2020 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
490	30,890
570	11,740
650	7,430

Используя данные из таблицы 1 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Выручка формируется путем умножения цены туристического продукта на количество продукции, проданной по этой цене. Так, туры по цене 650 долл. приобретут 7,430 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 4 млн 830 тыс. долл.

Для развития туристической отрасли в общем и туристических компаний в частности важно знать темпы изменения трех экономических ве-

личин: цены, спроса и предложения. В этом помогает такое понятие, как «эластичность спроса».

Рассчитаем ценовую эластичность спроса при разных уровнях цен по формуле:

$$E_p = \frac{(Q_1 - Q_0) / Q_0}{(P_1 - P_0) / P_0},$$

где индексы 1 и 0 означают соответственно новые и базовые цены и количество проданных туров.

С применением этой формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 7,430 тыс. до 11,740 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(7,430 - 11,740) / 11,740}{(650 - 570) / 570} = -2,62.$$

Эластичность – 2,62 означает, что если бы цена понизилась на 10 %, то спрос на туры в Египет возрос бы на 26,2 %. Как правило для простоты знак «минус» опускают, применяя абсолютную величину эластичности.

Эластичность спроса по цене разнообразна на различных участках кривой спроса. Абсолютная величина эластичности ниже при высоких ценах и выше при низких ценах на туристический продукт.

Далее рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2021 год.

Таблица 2

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организации «Coral Travel» в 2021 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
850	48,350
1080	33,490
1150	15,170

Используя данные из таблицы 2 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Туры по цене 1150 долл. приобретут 15,170 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 17 млн 446 тыс. долл.

С применением формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 15,170 тыс. до 33,490 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(15,170 - 33,490) / 33,490}{(1150 - 1080) / 1080} = -8,44.$$

Далее рассмотрим спрос потребителей на одно из наиболее известных направлений путешествий туристов в Египет за 2022 год.

Таблица 3

Данные по спросу на путешествия в Египет, реализуемые туристической организации «Coral Travel» в 2022 году в зависимости от стоимости тура

Стоимость тура, долл.	Спрос, тыс. чел.
950	51,100
1120	35,320
1300	15,360

Используя данные из таблицы 3 можно определить величину общей выручки от реализации туристических услуг. Туры по цене 1300 долл. приобретут 15,360 тыс. туристов. Следовательно, выручка от реализации туров составит 19 млн 968 тыс. долл.

С применением формулы и величин спроса, учитывая, что количество потребителей в связи с понижением цены поднялось с 15,360 тыс. до 35,320 тыс., рассчитаем эластичность спроса:

$$E_p = \frac{(15,360 - 35,320) / 35,320}{(1300 - 1120) / 1120} = -3,52.$$

Исходя из полученной информации, представим взаимосвязь эластичности спроса и выручки туристической организации за анализируемый период в таблице 4.

Таблица 4

Данные по эластичности спроса и выручке туристической организации «Coral Travel»

Год	Эластичность спроса	Выручка организации, млн. долл.
2020	2,62	4,830
2021	8,44	17,446
2022	3,52	19,968

По представленной информации за анализируемый период в ООО «Coral Travel» на туры в Египет наблюдается эластичный спрос. При этом каждый год в туристической организации наблюдается рост выручки при снижении цены на тур. То есть связь между ценой и выручкой в организации обратно пропорциональная.

В свою очередь туристический продукт по очень низкой цене ассоциируется с невысоким качеством обслуживания и условиями, и его будут покупать потребители с низким уровнем доходов. При очень высокой цене туристический продукт становится недоступным большому количеству потенциальных туристов. Таким образом, туристический спрос представляет собой массовую и общественную категорию. Он формируется на базе многообразия факторов, влияние которых может поднимать или снижать спрос. Характер спроса утверждается на основе маркетингового исследования, при этом предполагаемый объем продаж, естественно, зависит от цены.

Подводя итог, можно сказать, что одним из возможных направлений увеличения денежных доходов организации является не только рост цен, но и их снижение, которое способствует росту спроса на продаваемые туры. Имея определенный запас финансовой прочности, организация может «позволить себе» снизить цены продаж для расширения клиентской базы, доли рынка. Инструментом для оценки целесообразности изменения ценовой политики организации является эластичность спроса, позволяющая проводить сбалансированную ценовую политику, способствующую росту доходов организации и укреплению ее конкурентных позиций.

Библиографические ссылки

1. *Тумашев А. Р., Котенкова С. Н., Тумашева М.В.* Экономическая теория в двух частях. Часть I. Введение в экономическую науку. Микроэкономика : учебное пособие для студентов неэкономических специальностей. Казань : Казанский университет, 2011. 204 с.
2. *Коваленко А. В., Бельский А. В.* Микроэкономика. Минск : БГУ, 2013. 368 с.
3. Информация с официального сайта CORAL TRAVEL [Электронный ресурс]. URL: <http://www.knigaturizma.ru/description.asp?company=1001376> (дата обращения: 24.04.2023).
4. Туристическая библиотека [Электронный ресурс]. URL: https://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm (дата обращения: 25.04.2023).