

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ
ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

(на матеріалах готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-41д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Герейло
Вікторії
Анатоліївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Рябенська
Марина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	5
1.1 Сутність та значення цінової політики на підприємстві	5
1.2 Особливості формування цінової політики в закладах готельно-ресторанного бізнесу	9
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»	15
2.1. Організаційно-економічна характеристика готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»	15
2.2. Оцінка діючої цінової політики у досліджуваному закладі	24
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО КОМПЛЕКСУ «DRIVE CLUB»	34
3.1. Пропозиції щодо удосконалення цінової політики готельно-ресторанного комплексу «Drive Club»	34
3.2. Обґрунтування ефективності запропонованих заходів	39
ВИСНОВКИ ТА ПРОЗИЦІЇ	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	46
ДОДАТКИ	51

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення: 04.04.2023).
2. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. Київ: Центр учбової літератури, 2015. 240 с.
3. Власюк В.Є., Олексієвець О.О., Олішкевич К.В. Проблеми формування цінової політики підприємств. *Молодий вчений*. 2017. № 5. С. 521-524.
4. Гакова М.В. Управління підприємствами готельно-ресторанного господарства: сутність та специфіка. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2017. Вип. 13(1). С. 55-60.
5. Герейло В.А. Формування цінової політики в закладах готельно-ресторанного господарства. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.173. С. 282-288.
6. Готельно-ресторанний комплекс «Drive Club». URL: <https://drive-club.vn.ua/> (дата звернення: 04.04.2023).
7. Давидова О. Розробка комплексу концепції маркетинг-мікс 11Р на підприємствах готельно-ресторанного господарства. *Соціальна економіка*. 2018. № 55. С. 89-96.
8. Державна служба статистики України: офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.04.2023).
9. Єрко І. Характеристика цінової політики закладів готельно-ресторанного господарства Луцької територіальної громади. *Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки*: матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф., присвячена 30-літтю утворення кафедри географії України і туризму Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка (4–5 жовтня 2022 р.). Тернопіль, 2022. С. 99-102.

10. Єрухомович І. Л. Ціноутворення: підручник. Київ: Енігма, 2015. 315 с.
11. Жегус О.В., Михайлова М.В. Особливості комплексу маркетингу підприємств ресторанного господарства. *Соціально-економічні трансформації в епоху глобалізації: збірник наукових статей учасників VI Всеукраїнської науково-практичної конференції* (Полтава, 2 квітня 2015)/ ПНПУ ім. В. Г. Короленка. Полтава: ПНПУ, 2015. С. 205-209.
12. Жовнірова М. Цінова політика як складова соціальних комунікацій в індустрії гостинності. *Соціальні комунікації в культурних індустріях: теорія та практика гостинності в готельно-ресторанному й туристичному бізнесі*. URL: <http://knukim.edu.ua/wp-content/uploads/2014/06/221.pdf>. (дата звернення: 15.04.2023).
13. Заблоцький І. І. Економіка України: підручник. Львів: ЛБК НБУ, 2017. 156 с.
14. Іванов Ю. Б., Тищенко А.Н., Дробитько Н.А., Абрамова О.С. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка, діагностика. Харків: Вид. ХНЕУ, 2017. 256 с.
15. Коваленко Л.Г., Нагернюк Д.В. Стратегія розвитку маркетингу готельних послуг в умовах нестабільності ринкового середовища. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 30. С. 45-51.
16. Ковальчук С.В. Сучасні тренди маркетингу гостинності. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. URL: <http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/6725/1/7.pdf> (дата звернення: 15.04.2023).
17. Конституція України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80/print> (дата звернення: 04.04.2023)
18. Косташ Т.В., Михалків А.А. Підходи до прийняття рішень щодо ціноутворення в системі управління витратами підприємств харчової переробної промисловості в умовах невизначеності. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7531> (дата звернення: 20.01.2023).

19. Костинець В.В. Маркетингові інструменти забезпечення конкурентоспроможності підприємства на ринку готельних послуг. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2017. Вип. 3 (09). С. 66-70.
20. Кудренко Н.В., Редзюк Т.Ю., Муравська Т.М. Обґрунтування цінової політики підприємства. *Економіка та суспільство. Електронне наукове фахове видання Мукачівського державного університету*. 2017. № 13. С. 210-214.
21. Макаренко Н.О., Лищенко М.О. Маркетингове ціноутворення. Теоретичні основи: навч. посіб. Буринь: ПП «Буринська районна друкарня», 2020. 129 с.
22. Мардус Н.Ю. Особливості ціноутворення на готельно-ресторанні послуги. *Приазовський економічний вісник*. 2017. Вип. 4(04). С. 43-48.
23. Мармоза А.Т. Економічна статистика. Київ: Центр навчальної літератури, 2017. 602 с.
24. Мендела І.Я. Маркетинг готельно-ресторанного господарства: навчально-методичний посібник. Івано-Франківськ: Територія друку, 2022. 56 с.
25. Мних Є. В. Економічний аналіз: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2015. 412 с.
26. Могилевська О., Слободяник А., Данилевська-Жугунісова О. Ключові аспекти ціноутворення як елемент маркетингової політики підприємства. *Economic Analysis*. 2022. Volume 32. No. 2. С. 140-145.
27. Москвяк Я.Є. Управління маркетинговою діяльністю підприємства готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. № 1. С. 137-141.
28. Нікітченко К.С. Трансформація підходів до змісту поняття «цінова політика». *Інтелект XXI*. 2020. № 2. С. 176-179.
29. Перерва П., Кобелева Т., Маслак М., Косенко О., Ткачова, Н. ТОВАРНА І Цінова політика підприємства при маркетинговому позиціонуванні інноваційного товару на ринку. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*. 2021. № 3. С. 43-48.

30. Про захист економічної конкуренції : закон України від 11.01.2001 №2210-III із змінами та доповненнями від 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата звернення 03.04.2023).
31. Про ціни і ціноутворення: Закони України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17#Text> (дата звернення: 04.04.2023).
32. Савіцька О. П. Маркетингове забезпечення діяльності підприємств сфери послуг. *Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. Актуальні проблеми економіки, фінансів, обліку та права*. 2020. С. 33-36.
33. Сідельнікова В.К., Прокопенко М.В. Формування ціново-збутової політики підприємства з використанням елементів «теорії ігор». *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва: зб. наук. пр.* 2022. № 1 (28). С. 119-129.
34. Сколовська О.О., Данько Н.І., Михальчук А.С. Аналіз готельно-ресторанного підприємства для розробки маркетингової стратегії, на прикладі ресторану «Мілена». *International Relations. Economics. Country Studies. Tourism (IRECST)*. 2021. Вип. 14. С. 161-168.
35. Трофіменко А.Ю., Невмержицька С.М. Удосконалення цінової політики підприємства. URL: https://ru.knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Nevmerzicka2015022811.pdf (дата звернення: 04.04.2023).
36. Федорченко А. Аналітична функція маркетингу в системі управління підприємством. *Економічний аналіз*. 2016. Випуск 12. Частина 4. С.112-116.
37. Цвілій С.М., Корнієнко О.М. Посткоронавірусна маркетингова політика утримання лояльних споживачів готельно-ресторанного продукту. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Випуск 42. 2021. С.50-55.
38. Ціхановська О.М. Маркетингова цінова політика та її стратегії. 2020. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ua/article/id-3610/> (дата звернення: 04.04.2023)
39. Чекотовський Е. В. Статистичні методи. Київ: Знання, 2016. 191 с.
40. Чичуліна К. В., Ріжко І. В., Матюшенко К. М. Особливості формування цінової політики на сільськогосподарських підприємствах. *Ефективна економіка*. 2018. № 6. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 20.01.2023).

41. Якименко-Терещенко Н. В. Формування цінової політики підприємства готельно-ресторанного бізнесу в умовах конкуренції. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління : електрон. наук. фахове вид.* 2018. Вип. 6 (17). С. 434-437.
42. Янчук Т.В., Любінчак К.Р., Вовколуп А.Ю. Ефективність упровадження маркетингових технологій на підприємствах готельно-ресторанного бізнесу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* Ужгород: Гельветика, 2020. Вип. 29. С. 176-179.
43. Deonir De Toni, Gabriel Sperandio Milan, Evandro Busata Saciloto, Fabiano Larentis Pricing strategies and levels and their impact on corporate profitability. *Revista de Administração.* Volume 52. 2017. Pages 120-133.
44. Tsviliy S., Vasylychev D., Gurova D. Improvement of the qualification of small & micro-enterprise staff in the crisis conditions of business transformation. *Економічний вісник ДВНЗ «УДХТУ».* 2020. No1(11). С. 50-60.