

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(повна назва кафедри)

**РЕФЕРАТ**

**кваліфікаційної роботи**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»

(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справи»

(назва бакалаврської програми)

на тему: **«Управління ціноутворенням на рестораних підприємствах  
(на прикладі ресторану «Варадеро»)»**

**Виконавець:**

студентка факультету міжнародної економіки

**Нижня Регіна Русланівна**

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

К.е.н., доцент

**Шикіна Ольга Володимирівна**

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

Одеса 2023

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Встановлення певної ціни на товар чи послугу служить для подальшого їх продажу та отримання прибутку. Дуже важливо встановити ціну таким чином, щоб вона не виявилася занадто високою або занадто низькою.

Визначення ціни є одним із найскладніших завдань, що стоять перед будь-яким підприємством. І саме від ціни залежить успіх компанії – обсяг продажу, дохід, прибуток.

Взаємозв'язок понять «ціна» і «прибуток» очевидний. Чим вища ціна, тим вищий прибуток, чим нижча ціна, тим менший прибуток. З іншого боку, дешевий продукт або послугу легше продати, і за той же період часу він буде проданий в більшому обсязі, ніж його дорогі аналоги.

Особливої актуальності ця проблема набуває в умовах ринкової економіки, яка передбачає об'єктивну та комплексну участь у регулюванні відтворювального процесу всіх вартісних економічних категорій, насамперед, цін. Не секрет, що в умовах ринкової економіки комерційний успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від правильно обраної стратегії та тактики ціноутворення на товари та послуги. Складність ціноутворення полягає в тому, що ціна є сезонною категорією. На її рівень впливає комплекс політичних, економічних, психологічних і соціальних факторів. Сьогодні ціна може визначатися фактором вартості, а завтра її рівень може залежати від психології поведінки покупця.

**Мета кваліфікаційної роботи** є розробка проекту оптимізації ціноутворення ресторану «Варадеро».

Досягнення поставленої мети обумовило необхідність вирішення таких завдань:

- розкрити поняття та особливості ціноутворення у ресторанних підприємствах;
- розглянути фактори, що впливають на ціни у ресторанних підприємствах;
- визначити методи ціноутворення у ресторанних підприємствах;
- дослідити організаційно-економічну характеристику ресторану «Варадеро»;
- провести аналіз цінової політики ресторану «Варадеро»;
- надати оцінку конкурентному середовищу ресторану «Варадеро»;
- розробити проект оптимізації ціноутворення ресторану «Варадеро»;
- провести обґрунтування економічної доцільності впровадження проекту оптимізації доходів ресторану «Варадеро».

**Об'єктом дослідження** кваліфікаційної роботи є процес управління ціноутворенням на ресторанних підприємствах.

**Предметом дослідження** кваліфікаційної роботи є науково-практичні питання управління ціноутворенням на ресторанних підприємствах на прикладі ресторану «Варадеро».

**Методом дослідження** роботи є застосування діалектичного підходу до аналізу взаємозв'язку та розвитку явищ і процесів. Для досягнення поставленої мети і вирішення завдань кваліфікаційної роботи були використані наступні загальнонаукові методи: абстрактно-логічний метод: використовувався для узагальнення теоретичних положень, визначення сутності економічних понять та формулювання висновків, системний аналіз: застосовувався для аналізу цінової

політики ресторану «Варадеро», графічний метод: використовувався для наочного представлення статистичних даних, табличний та групування методи: застосовувалися під час аналізу діяльності ресторану «Варадеро», конструктивний та експериментальний методи: використовувалися для оцінки результатів запропонованих заходів щодо оптимізації доходів ресторану «Варадеро».

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані статистичної та внутрішньогосподарської звітності готельного підприємств.

Не зважаючи на наявність публікацій, присвячених ціноутворенню, досить мало уваги приділено управлінню ціноутворенням на ресторанных підприємствах.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для удосконалення діяльності ресторану «Варадеро» та підвищення його прибутковості.

**Структура і обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (46 найменувань). Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 68 сторінок комп'ютерного тексту. Основний зміст викладено на 64 сторінках. Робота містить 15 таблиць, 6 рисунків.

**Публікації.** За результатами виконання кваліфікаційної роботи бакалавра опубліковано:

1. Нижня Р.Р. Управління ціноутворенням на підприємствах ресторанного господарства / Туристичний та готельно-ресторанный бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти (м. Одеса, 12 квітня 2023 р.) / Одеський національний економічний університет. Одеса: ОНЕУ, 2023. 255 с. С. 174-177.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичний зміст ціноутворення у ресторанных підприємствах» було розглянуто поняття та особливості ціноутворення у ресторанных підприємствах. Було наведено фактори, що впливають на ціни у ресторанных підприємствах та наведено методи ціноутворення у ресторанных підприємствах.

У другому розділі «Дослідження ціноутворення на послуги ресторану «Варадеро»», надано загальну характеристику ресторану «Варадеро». Проведено аналіз цінової політики ресторану «Варадеро» та проаналізовано конкурентне середовище ресторану «Варадеро».

У третьому розділі «Шляхи удосконалення управління ціноутворення в ресторані «Варадеро»» було розроблено проект оптимізації ціноутворення ресторану «Варадеро» та надано економічне обґрунтування впровадження проекту оптимізації доходів ресторану «Варадеро».

## ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розглянуто тему «Управління ціноутворенням на ресторанных підприємствах (на прикладі ресторану «Варадеро»)» та зроблено наступні висновки:

1. Ціна виступає важливим інструментом у контексті ринкової економіки. Можна охарактеризувати ціну як суму грошей, яку продавець витрачає на виготовлення або продаж певного товару або послуги. При цьому ціна повинна враховувати як інтереси продавця, так і інтереси покупця. Економічні відносини між продавцем і покупцем передбачають укладання угоди, в рамках якої продавець зобов'язується продати, а покупець – придбати товар чи послугу. Тому ціна завжди має дві межі: максимальну (верхню) та мінімальну (нижню). Максимальна межа визначається кількісно за рахунок попиту, а мінімальна – з урахуванням витрат на виробництво та обіг товару.

2. У ресторанный галузі ціни на продукти та послуги підприємств можуть формуватися виходячи з різних факторів. До таких факторів можна віднести: Сировина та постачальники; Операційні витрати; Рівень попиту; Репутація та позиціонування; Локальний ринок. Ресторанні підприємства повинні уважно аналізувати ці фактори та збалансовувати їх вплив на формування цін. Вони також можуть використовувати стратегії, такі як диференціювання меню, спеціальні пропозиції та програми лояльності, щоб вплинути на споживачів і стимулювати попит, не знижуючи значно свою рентабельність. Враховуючи ці фактори та знаходячись у гармонії з ринковими умовами, ресторани можуть успішно встановлювати ціни, що відповідають інтересам як продавців, так і покупців, забезпечуючи якісні продукти та задоволення клієнтів.

3. У ресторанных підприємствах використовуються різні методи ціноутворення, такі як: Метод витрат; Метод конкурентоспроможності; Метод попиту; Метод диференційованого ціноутворення; Метод стратегії ціноутворення.

Ці методи дозволяють ресторанам гнучко встановлювати ціни, враховуючи різні фактори, і підтримувати рентабельність, одночасно задовольняючи потреби та очікування клієнтів.

4. Ресторан «Варадеро» розташований в центральній частині Одеси, недалеко від парку імені Т. Г. Шевченка. У меню ресторану популярні страви європейської, італійської, французької, кавказької та української кухні. Заклад орієнтований на споживачів із середнім рівнем доходу та різного віку.

Запорукою успіху ресторану «Варадеро» є дотримання найвищих стандартів якості продукції, сервісу, чистоти, а також відносно доступні ціни. Для успішної роботи ресторану «Варадеро» виготовляється кулінарна продукція, яка: задовольняє чітко визначені потреби; відповідає діючим стандартам і нормативним вимогам; продається за конкурентними цінами.

5. Ціна на послуги ресторану «Варадеро» визначається виходячи з: собівартості продукції; ціни конкурентів на аналогічні товари; унікальні переваги послуги; ціни визначаються попитом на цю продукцію.

6. Основними конкурентами ресторану «Варадеро» назвали три заклади: ресторан «Чача», ресторан «Розмарин» і ресторан «У Ангелових». Аналіз компаній-конкурентів проводився за такими характеристиками: якість обслуговування; технології та культура обслуговування; дизайн інтер'єру та стан приміщень для споживачів; складність обслуговування; рівень цін на продукцію власного виготовлення та купівлю; кількість місць у ресторанах.

Результати аналізу свідчать, що ресторан «Варадеро» є найбільш конкурентоспроможним за всіма аналізованими інтегральними факторними показниками. Інші конкуренти є послідовниками ринку, оскільки їхні коефіцієнти конкурентоспроможності коливаються від 0,9 до 1. Найбільшим конкурентом є ресторан «Чача», який за якістю обслуговування та дизайном інтер'єру перевершує ресторан «Варадеро». Проте цей заклад поступається досліджуваній компанії за технологіями, культурою та обсягом обслуговування.

7. На основі SWOT-аналізу було рекомендовано залучити нових інвесторів для облаштування літньої тераси та почати активне просування компанії. Ці дії допоможуть компанії перемогти в конкурентній боротьбі. Для вдосконалення роботи ресторану «Варадеро» було рекомендовано придбати посудомийну машину. На основі запропонованих заходів проведено економічні розрахунки, які підтверджують ефективність цих заходів та встановлено, що при правильному застосуванні всіх трьох заходів ресторан «Варадеро» може отримати прибуток у розмірі 473 670 грн. на 2023 рік.

8. За результатами проведеної роботи можна сказати, що наше дослідження не вичерпує глибину вивчення даної теми та потребує подальших досліджень у напрямку більш детального та поглибленого дослідження.

#### АНОТАЦІЯ

**Нижня Р.Р. «Управління ціноутворенням на ресторанных підприємствах (на прикладі ресторану «Варадеро»)».**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа» за освітньою програмою «Економіка та організація готельно-ресторанної справа» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Об'єкт дослідження – процес управління ціноутворенням на ресторанных підприємствах. Предметом дослідження є науково-практичні питання управління ціноутворенням на ресторанных підприємствах на прикладі ресторану «Варадеро».

Метою роботи є розробка проекту оптимізації ціноутворення ресторану «Варадеро».

У роботі було висвітлено поняття та особливості ціноутворення у ресторанных підприємствах, фактори, що впливають на ціни у ресторанных підприємствах, а також методи ціноутворення у ресторанных підприємствах. Досліджено організаційно-економічну характеристику ресторану «Варадеро», проведено аналіз цінової політики ресторану «Варадеро», а також конкурентне середовище ресторану.

За результатами дослідження сформульована доцільність впровадження проекту оптимізації ціноутворення ресторану «Варадеро». Проаналізована ефективність, враховуючи прибуток та витрати на впровадження заходів.

**Ключові слова:** ціна, цінова політика, ціноутворення, методи ціноутворення, ресторан.

## ANNOTATION

**Nizhnya R.R. «Management of pricing at restaurant enterprises (on the example of the Барадеро restaurant)».**

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 241 «Hotel and restaurant business» for the educational program «Economics and organization of hotel and restaurant business». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The qualification work consists of an introduction, three sections, conclusions, and a list of used sources.

The object of the study is the process of pricing management at restaurant enterprises. The subject of the study is the scientific and practical issues of pricing management at restaurant enterprises using the example of the Барадеро restaurant.

The purpose of the work is to develop a project to optimize the pricing of the Барадеро restaurant.

The concept and peculiarities of pricing in restaurant enterprises, factors affecting prices in restaurant enterprises, as well as methods of pricing in restaurant enterprises were highlighted in the work. The organizational and economic characteristics of the restaurant "Барадеро" were studied, the price policy of the restaurant "Барадеро" was analyzed, as well as the competitive environment of the restaurant.

Based on the results of the study, the feasibility of implementing the pricing optimization project of the "Барадеро" restaurant was formulated. The effectiveness was analyzed, taking into account the profit and costs of implementing the measures.

**Keywords:** price, pricing policy, pricing, pricing methods, restaurant.