

УДК 72.012(477.87)

Данієлла Васько
студентка 4 курсу
спеціальність «Туризм і рекреація»,
Науковий керівник: Галина Щука
д-р пед. наук, професор,
Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II,
м. Берегове

АНАЛІЗ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ВІНОГРАДІВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В умовах ринкової економіки успішний розвиток будь-якого бізнесу залежить від здатності до конкуренції. За кордоном все більше людей бажать звільнитись від приготування їжі вдома, щоб мати більше часу і використовувати його на власний розвиток. Така тенденція характерна і для України. Тому велике значення має розвиток індустрії гостинності. Прогрес ресторанного бізнесу в значній мірі залежить від умов ринкового середовища.

Значний вплив на ринкове положення й прибуток підприємства має ціна. В ринкових умовах кожне підприємство харчування має змогу встановлювати будь-яку ціну на свої страви. За цих обставин, науковці звертають увагу на те що, встановлені ціни не завжди задовольняють вимоги споживачів до якості і недоступні для більшості з них. Ціна яка була й залишається найважливішим критерієм прийняття споживчих рішень.

Мета дослідження полягає в тому, щоб проаналізувати цінову політику закладів ресторанного господарства, які працюють у м. Виноградів Закарпатської обл.

Цінова політика це – комплекс заходів щодо визначення цін, цінової стратегії і тактики, умов оплати, варіювання цінами залежно від позиції на ринку, стратегічних і тактичних цілей фірми. Основними

методами встановлення фактичних цін є орієнтація на витрати, прибуток, попит та ціни конкурентів.

Головне завдання адміністрації закладу – розрахувати максимально можливу ціну за послугу, яку гість готовий оплатити. Саме грамотно встановлена ціна у майбутньому визначає рівень доходу підприємства, обсяги продажу.

Для вивчення цінової політики підприємств харчування було обрано ресторани «Fredoom», «Сонячна гора», «Ташкент» та «Impresso», як такі, що за результатами опитування мешканців та гостей міста виявилися найбільш популярними.

Виявилось, що з вересня 2022 р. до квітня 2023 р. в досліджуваних закладах ціни зросли лише на 8%. Це незначне підняття, з урахуванням того, що за даними Міністерства фінансів України індекс інфляції (індекс споживчих цін) на продукти харчування за цей період склав 5,1%. Вище середнього, тобто здорожчали більше, ніж на 8%, страви з овочів, риби та м'яса. Причини підвищення цін адміністрація пов'язує зі збільшенням вартості продуктів, які використовуються для приготування страв. Хоча вартість кошику споживача за даними місцевої преси за цей період зросла більше, ніж на 30%.

Ціни в досліджуваній період піднімалися лише один раз – в грудні 2022 року, у період різдвяно-новорічних свят. Надалі ціни залишилися практично незмінними, як ми вважаємо, по причині несезонності, відсутності туристів, зниження платоспроможності місцевого населення і військовий стан. З цієї причини успішною стала практика введення комплексних обідів, ціна яких коливається в розмірі 150 – 175 грн..

Досліджувані ресторани мають однакову цінову політику – ціна виставляється з огляду на собівартість продукції. Війна та економічна криза мають негативний вплив на підприємств харчування. Ресторани можуть продовжувати ефективно працювати, лише змінюючи продуктову та цінову політику. Витратна цінова політика – це не найкращий інструмент у ціновій стратегії, але в поєднанні зі зміною асортименту (введення комплексних обідів) вона дала можливість двом закладам, «Fredoom» та «Impresso», залишитися на ринку, тоді як інші два («Сонячна гора» та «Ташкент») на межі закриття.

Ключові слова: цінова політика, заклади ресторанного господарства, ресторани міста Виноградів, цінова політика ресторану

Список використаних джерел:

1. Індекс інфляції в Україні [Електронний ресурс]. – URL : <https://cutt.ly/еbcosN0>
2. Череп О. Г. Маркетингове ціноутворення в умовах вільного ринку / Череп О. Г., Коцеруба А. В. // Вісник Хмельницького національного університету. – 2021. – № 2. – С. 140 – 144. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-292-2-24