

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МИКОЛАЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту

Кафедра готельно - ресторанної справи та організації бізнесу

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

ПАРФІРОВА Анна Андріївна

УДК 338.5:640.4

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

«РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ В ЗАКЛАДАХ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ (НА ПРИКЛАДІ «HOTEL MODERNO KOLEJOWA» М.ПОЗНАНЬ, ПОЛЬЩА)»

Спеціальність 241 «Готельно-ресторанна справа»
Галузь знань – 24 «Сфера обслуговування»

Подається на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Парфірова А.А.

Науковий керівник: Кушнірук Віктор Степанович, кандидат економічних наук, доцент.

Завідувач кафедри: Червен Іван Іванович, доктор економічних наук, професор.

Миколаїв - 2023

АНОТАЦІЯ

Парфірова А.А. Розробка маркетингової цінової політики в закладах готельно-ресторанної сфери (на прикладі «Hotel Moderno Kolejowa» м.Познань, Польща).

Робота на здобуття освітнього рівня бакалавра за спеціальністю 241 «Готельно-ресторанна справа» - Миколаївський національний аграрний університет, Миколаїв 2023.

Тема: Розробка маркетингової цінової політики в закладах готельно-ресторанної сфери (на прикладі «Hotel Moderno Kolejowa» м.Познань, Польща). Кваліфікаційна робота включає 75 сторінок, 8 рисунків, 17 таблиць, 31 літературне джерело.

У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти розробки маркетингової цінової політики та ціноутворення в готельно-ресторанному бізнесі. У другому розділі кваліфікаційної роботи було з'ясовано та зроблено висновки, що для підвищення рівня обслуговування готелю «MODERNO», збільшення прибутку та зменшення витрат необхідно змінити цінову політику підприємства. У третьому запропоновані шляхи удосконалення маркетингової цінової політики та рекомендації їх реалізації.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є – готельно-ресторанний комплекс «MODERNO» який знаходиться за адресом Kolejowa 29 , 60-718 Poznan, Poland

У кваліфікаційній роботі використовуються такі методи аналізу інформації: конкретно-історичний (для характеристики розвитку стратегій ціноутворення); логічний (для побудови рекомендацій та висновків); метод польових досліджень (для оцінки системи ціноутворення підприємства) та загальнонаукові методи що включають синтез й аналіз.

Робота включає анотацію, вступ, 3 розділи, висновки і список використаних джерел.

Ключові слова: ціна, ціноутворення, маркетингова політика, готельно-ресторанний комплекс, послуга.

ANNOTATION

Parfirova A.A. Development of marketing price policy in hotels and restaurants (on the example of «Hotel Moderno Kolejowa» in Poznań, Poland). Qualification work on manuscript rights.

Work to obtain a bachelor's degree in specialty 241 «Hotel and restaurant business» - Mykolaiv National Agrarian University, Mykolaiv 2023.

Topic: Development of marketing price policy in hotels and restaurants (on the example of «Hotel Moderno Kolejowa» in Poznan, Poland).

The qualification work includes 75 pages, 8 figures, 17 tables, 31 literary sources.

The first chapter deals with the theoretical aspects of developing a marketing pricing policy and pricing in the hotel and restaurant business. In the second section of the qualification work, it was found out and conclusions were drawn that in order to improve the level of service of the «MODERNO» hotel, increase profits and reduce costs, it is necessary to change the pricing policy of the enterprise. In the third, ways of improving the marketing price policy and recommendations for their implementation are proposed.

The object of the research of the qualification work is the hotel and restaurant complex «MODERNO», which is located at the address Kolejowa 29, 60-718 Poznan, Poland

The following methods of information analysis are used in the qualification work: concrete-historical (to characterize the development of pricing strategies); logical (for building recommendations and conclusions); the method of field research (for evaluating the company's pricing system) and general scientific methods including synthesis and analysis.

The work includes an abstract, an introduction, 3 chapters, conclusions and a list of used sources.

Keywords: price, pricing, marketing policy, hotel and restaurant complex, service.