

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____ Герасименко В.Г.

“ ____ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 *Туризм*

за темою:

«Маркетингова політика просування послуг ресторану «Grand Prix»

Виконавець,
студентка ФМЕ, гр. 48.
Замкова Д.О.

Науковий керівник,
к.е.н., доцент **Михайлюк О.Л.**

Одеса 2018

АНОТАЦІЯ

Замкова Д.О.

«Маркетингова політика просування послуг ресторану «Grand Prix»

випускна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності

Туризм Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів, 13 таблиць, 3 рисунків, 6 додатків, висновків і пропозицій, списку літератури з 64 найменувань.

Об'єкт дослідження – політика просування послуг ресторану «Grand Prix».

Предмет дослідження – процес формування і удосконалення політики просування ресторану «Grand Prix».

У першому розділі «Теоретичні основи політики просування (promotion)» аналізується політика просування як складова маркетингової діяльності ресторану; наводиться характеристика нормативно-правової бази ресторанного бізнесу;

У другому розділі «Аналіз світового і національного досвіду маркетингової політики просування підприємств ресторанного бізнесу» досліджуються світовий і національний досвід ресторанного бізнесу у політиці просування ; оцінюється сучасний стан і перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні; проводиться аналіз сучасного організаційного і фінансового стану ресторану «Grand Prix»

У третьому розділі «Перспективи маркетингової політики просування ресторану «Grand Prix»» аналізується оцінка конкурентної позиції ресторану; пропонуються перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для ресторану «Grand Prix».

Ключові слова: туризм, ресторанний бізнес, маркетинг, політика просування, конкурентоспроможність , підприємства ресторанного господарства.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ...	7
1.1. Політика просування як складова маркетингової діяльності ресторану	7
1.2. Характеристика нормативно-правової бази ресторанного бізнесу . . .	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СВІТОВОГО І НАЦІОНАЛЬНОГО ДОСВІДУ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ ПІДРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	25
2.1. Світовий і національний досвід ресторанного бізнесу у політиці просування	25
2.2. Сучасний стан і перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні	36
2.3. Аналіз сучасного організаційного і фінансового стану ресторану «Grand Prix».	41
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРОСУВАННЯ РЕСТОРАНУ «Grand Prix»	55
3.1. Удосконалення методичних підходів щодо оцінки конкурентної позиції ресторану «Grand Prix»	55
3.2. Перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для ресторану «Grand Prix».	62
ВИСНОВКИ	69
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	72
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

Актуальність теми. Особливість функціонування сфери ресторанного господарства в економічному та соціальному прояві полягає у забезпеченні якості життя населення засобами задоволення фізіологічних потреб. Динамічний розвиток цієї галузі обумовлює появу підприємств громадського харчування різних типів та цінових категорій, що дає можливість споживачам обирати такі підприємства ресторанної сфери, які найбільш підходить для них за всіма критеріями.

Ефективність діяльності будь-якого підприємства ресторанного господарства залежить від багатьох факторів, до яких можна віднести конкурентне позиціонування підприємства, специфіку та технологію створення бренда ресторану, що забезпечить високу лояльність споживачів, визначення чітких стратегічних перспектив розвитку діяльності, проведення оптимальної фінансової та маркетингової політики.

Сучасна індустрія ресторанного бізнесу постійно поширюється та видозмінюється під впливом різних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища. Як сфера підприємницької діяльності, ресторанне господарство виконує соціальні (задоволення потреб споживачів) та економічні функції (підприємницька одиниця сфери обслуговування). Економічні функції сфери ресторанного господарства розглядаються як єдиний комплексний механізм виробництва та обігу продукції, що забезпечує ресторанному бізнесу певні переваги в порівнянні з іншими галузями народного господарства. Перш за все, це перспективна галузь для інвестування капіталу, що гарантує достатньо швидку оборненість вкладених засобів. Прибуток від інвестування складає близько 15-25 %, що зацікавлює нових учасників цього ринку і стимулює його поширення.

Підприємствам ресторанного господарства в остатні десятиліття притаманні характерні тенденції розвитку, до яких належить:

- Утворення міжнародних ресторанних ланцюгів;

- Глиблення спеціалізації ресторанної пропозиції;
- Розвиток мережі малих підприємств ресторанного господарства;
- Нові комп'ютерні технології, що проваджуються в індустрію РГ;

Серед ресторанів національної кухні в Україні перевага надається українській – 36,8%. Проте значна увага приділяється і французькій кухні – 21%; італійській, кавказькій, японській по 7,9%; всім іншим – 18,5%.

Отже, можна сказати, що з кожним роком в Україні з'являються нові види підприємств ресторанного господарства, починаючи з фаст-фудів і закінчуючи тематичними і елітними ресторанами. Тому, необхідно значну увагу приділяти особливостям розвитку даної сфери, а особливо темпам та динаміці його розвитку, стежити за тим як реагують на той, чи інший тип ресторанного господарства споживачі, вивчати їх уподобання. Всі перелічені обставини зумовлюють актуальність проблем активізації діяльності вітчизняних підприємств ресторанного господарства на ринку ресторанного бізнесу, які аналізуються у дипломній роботі.

Питаннями розвитку туристичної сфери в цілому в Україні займаються Новікова [21], Мальська М. П. [22] та інші; особливості розвитку ресторанного господарства в Україні висвітлюють у своїх працях Молдавська Ю.В. [25], Агафонова Л. Г. [7] , Архіпов В. В. [8] , Галасюк С. С. , Наймарк К. А. [15, 16] ; теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності й маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства описують Іванов А. М. [19].

Метою випускної роботи є: дослідити національний досвід розвитку політики просування ресторанних послуг і застосувати його у діяльності ресторану.

Мета дослідження розкривається через виконання наступних **завдань**:

- проаналізувати політику просування як складову маркетингової діяльності ресторану;

- провести характеристику нормативно-правової бази ресторанного бізнесу;
- дослідити світовий і національний досвід ресторанного бізнесу у політиці просування;
- оцінити сучасний стан і перспективи розвитку ресторанного бізнесу в Україні;
- проаналізувати оцінка конкурентної позиції ресторану;
- запропонувати перспективні напрямки впровадження маркетингової політики просування для ресторану «Grand Prix».

Об'єкт дослідження – політика просування послуг ресторану «Grand Prix».

Предмет дослідження – процес формування і удосконалення політики просування ресторану «Grand Prix».

В ході написання даної випускної роботи було використано наступні **методи дослідження:** метод джерелознавчого аналізу (для аналізу попередніх досліджень стосовно визначення сутності ефективності фінансово-господарської діяльності, послуг ресторанної сфери та особливостей розвитку їх в світі), описовий метод (для здійснення характеристики організаційної структури ресторану «Grand Prix»), метод економічного аналізу (для обрахунку фінансово-економічних показників діяльності ресторану «Grand Prix».), комп'ютерні методи обробки і візуалізації інформації (для побудови діаграм на основі статистичної інформації).

Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

Тематика випускної роботи відповідає напрямкам науково-дослідницької діяльності кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу.

ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ

Ефективність фінансово-господарської діяльності підприємства характеризується ефективним використанням усіх ресурсів підприємства та високим рівнем рентабельності виробничої діяльності. Рівень ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства характеризується рівнем його доходів, витрат, результатів роботи і фінансового стану.

Якщо говорити про сутність ресторанної сфери господарювання, то на сьогоднішній день ресторанний бізнес в усьому світі вважається таким, що найбільш швидко окупається при інвестуванні. Так, порівняно невеликі капітальні витрати на створення ресторану можуть окупитися протягом 2-3 років. У той же час, ресторанний бізнес є одним з найбільш ризикованих, оскільки помилка, допущена лише в одному з безлічі ключових факторів успіху, може зумовити збитковість бізнесу в цілому.

Провівши у рамках випускної роботи повний аналіз розвитку ресторанної індустрії у світі, ми з'ясували, що лідируючі позиції на світовому ринку ресторанного бізнесу займає Європа, яка вважається батьківщиною сучасних підприємств харчування, а також законодавцем світових тенденцій ресторанного бізнесу. Саме європейський ресторанний бізнес є найбільш стабільним у світі, що безперечно робить його прикладом для наслідування, досвідченим «старшим братом» на міжнародному ресторанному ринку.

Одним з найбільш популярних напрямків європейської індустрії харчування є стиль «фьюжн» або, як його ще називають, cross-cooking (з англ. Cross - «перехрестя»; cooking - «приготування їжі»). Кухня все більше орієнтується на естетів. Власники ресторанів міксують стилі у їжі і концепції, щоб зробити приємність своїм клієнтам. У зв'язку з цим збільшується інтерес до такого роду закладів.

Зростаючий інтерес до здорової і смачної їжі вплинув на появу ще декількох популярних напрямків ресторанного бізнесу. По-перше, набирає популярності

формат renkitchen: клієнти хочуть бачити, як і з чого для них готують. По-друге, затребуваний такий напрямок, як slow-food, який ґрунтується на повільному вживанні смачної і здорової їжі, вихованні смаку у клієнтів і повернення у них поваги до їжі. Тому при приготуванні використовується мінімум обробки: клієнти хочуть відчувати смак продукту, а не численних спецій. У меню - все більше страв з овочів і фруктів. Овочі в Європі зараз - найпопулярніший продукт. В результаті зростає кількість суп-барів, салат-барів, збільшується число вегетаріанських ресторанів.

Що стосується аналізу діяльності ресторану «Grand Prix», то він включає за стандартним набором загальну характеристику підприємства, характеристику організаційної структури функціонування підприємства та його організаційно-правової форми, аналіз фінансового стану та показників економічної активності підприємства, аналіз факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на функціонування підприємства.

Так, ресторан «Grand Prix» має чітку ієрархічну організаційну структуру, що дає змогу його керівнику (генеральному директорові) контролювати усі сфери діяльності підприємства, а працівникам – спільно вирішувати питання, що виникають протягом роботи.

Аналіз фінансового стану та економічних показників діяльності підприємства, здійснений на основі бухгалтерської звітності щодо діяльності підприємства за 2015-2016 роки, показав, що хоча чистий прибуток підприємства у 2016 році зріс у порівнянні з попереднім звітним періодом (2015 рік), проте значно зросла і собівартість реалізованих послуг, що в цілому зумовило зниження ліквідності діяльності підприємства. Разом з тим, фінансова стійкість ресторану знаходиться на високому рівні і її показники мають тенденцію до зростання.

У рамках аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища підприємства було встановлено, що останнє працює в умовах жорсткої конкуренції, скрутного економічного та політичного становища у державі.

В свою чергу, аналіз внутрішнього середовища підприємства показав, що його сильною стороною є висококваліфікований персонал. Слабкою стороною стала недостатня кількість маркетингової політики просування, зокрема неякісна реклама.

Проаналізувавши світові й національні тенденції розвитку ресторанної індустрії, нами було встановлено, що перспективними напрямками є створення нових концепцій, зокрема поєднання декількох кухонь, відкриття квест-ресторанів або створення нових заходів для залучення клієнтів.

Якщо розширити існуючий перелік послуг підприємства «Grand Prix» запропонованими напрямками і разом з тим скористатись маркетинговими засобами просування зазначених послуг на ринку, це дасть змогу розширити кількість клієнтів підприємства і принесе економічний ефект.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. «Про рекламу» .- Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>
2. «Про правила роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства» .- Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>
3. «Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів» .-Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/833-2006-%D0%BF>
4. «Про підприємства в Україні» .- Закон України [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12>
5. Ресторанне господарство. Терміни та визначення. ДСТУ 3862-99. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dnaop.com/html/40988/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_3862-99
6. Заклади ресторанного господарства класифікація ДСТУ 4281:2004. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://dnaop.com/html/34057/doc%D0%94%D0%A1%D0%A2%D0%A3_4281_2004
7. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: Ціноутворення, конкуренція, державне регулювання: навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К.: Знання України, 2006. – 352 с.
8. Архіпов В.В. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства : навч. посіб. Для студентів ВНЗ / В.В. Архіпов, В.А. Русавська. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 342 с.
9. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навч. посіб. /В. В. Архіпов. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 280 с.
10. Асоціації франчайзингу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/aktualno/asociaciya-franchayzingu/>

11. Бікташева Д.Л. Менеджмент в туризмі / Д.Л. Бікташева, Л.П. Гієва. - М.: Альфа-М, 2007. – 272 с.
12. Бердар М.М. Фінанси підприємств // М.М. Бердар. - К.: Центр учбової літератури, 2010. — 352 с.
13. «Бум концептуальних ресторанів закінчується» стаття Олени Гладських [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/lifestyle/sytnyj-god-obzor-restorannogo-rynka-329410/>
14. Борисова О. В. Оцінка ефективності інноваційної політики підприємств ресторанного господарства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами» / О. В. Борисова. – Х. : 2011. – 20 с.
15. Галасюк С. С., Наймарк К. А. Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства / Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія // За заг. Ред. Д-ра екон. Наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – С. Одеса: Атлант, 2017. – С.
16. Галасюк К. А. Специфіка маркетингової діяльності підприємств ресторанного господарства // Проблеми обліку, аудиту, аналізу та оподаткування в умовах глобалізації економіки : матеріали I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 25.05.2017 р. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – 512 с. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2017. – С. 125-129.
17. Галасюк К. А. Гастрольне меню на підприємствах ресторанного господарства як складова маркетингової програми// Теорія, практика та інновації розвитку туристичної та готельно-ресторанної індустрії: матеріали міжнародної конференції (28-29.05.2017 р., Умань). – Умань: Візаві, 2017. – С. 129-131. Умань: Візаві, 2017. – С. 129-131.
18. Галасюк С. С. Особливості розвитку етнічних ресторанів в Одеському регіоні // Перспективи розвитку галузей економіки з урахуванням сучасних євро інтеграційних процесів: Матеріали Міжнародної науково-

практичної конференції, 21-22.04.2017 р. – Дніпро: Перспектива, 2017. – 132 с. (с. 57-60). – Дніпро: Перспектива, 2017. – С. 57-60.

19. Іванов А. М. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств / Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія // За заг. Ред. Д-ра екон. Наук, проф. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2017. – С. Одеса: Атлант, 2017.

20. Казимирская, В. А. Статистический анализ рынка ресторанных услуг Украины / В. А. Казимирская, К. И. Тарасова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 4. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2018. – С. 144 – 148.

21. Кудла Н.Є. Менеджмент туристичного підприємства / Н.Є. Кудла. – К.: Знання, 2012. – 343с

22. Мальська М. П. Ресторанна справа : технологія та організація обслуговування туристів (теорія та практика) : підручник / М. П. Мальська, О. М. Гаталяк, Н. М. Ганич. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 304 с.

23. Мережа роздрібної торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року : Статистичний збірник [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

24. Милашко О. Г. Основи комплексного факторного аналізу результатів діяльності підприємств сфери туризму / О. Г. Милашко // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики: матеріали четвертої міжнар. Наук.-практ. Конф. (18 вересня 2015 р.). – Одеса: Атлант, 2015. – С. 277-278.

25. Молдавська Ю.В. Правові засади ресторанного бізнесу /Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції "Індустрія гостинності в країнах Європи". - 4-6 грудня 2009 р. Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. - 176 с. - С.164-167.

26. «Маркетингова політика. Характеристика маркетингу »[Електронний ресурс] .- Режим доступу:

http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_m/marketingovaya_politika/

27. «Маркетингова стратегія просування» [Електронний ресурс].- Режим доступу:

http://pidruchniki.com/13540925/marketing/marketingovaya_strategiya_prodvizheniya

28. «Маркетингова політика просування підприємства» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://1-fin.ru/?id=281&t=834>

29. Нагорода «Червоний Гід «Мішлен» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://harchi.info/blogs/san-ayt-j/shcho-take-mishlenivski-zirky-i-restorany>

30. Нагорода ресторанів «Кулінарний Оскар «Мішлен» »[Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://proman.com.ua/3361-kulinaryj-oskar-mishlen/>

31. Організація харчування та обслуговування туристів на підприємствах ресторанного господарства : навч. Посіб. / О. В. Новікова та ін. – Х. : Світ Книг, 2014. – 411 с.

32. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства : підручник / За ред. Н. О. П'ятницької. – 2-ге вид., перероб. Та допов. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 584 с.

33. Офіційний сайт ресторану «Elbulli» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.elbulli.info>

34. Офіційний сайт ресторану «Нома» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://noma.dk>

35. Офіційний сайт ресторану «МомофукуСсам Бар» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://ssambar.momofuku.com/>

36. Офіційний сайт ресторану «АсаторЕтхебаррі» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.theworlds50best.com/The-List-2017/1-10/Asador-Etxebarri.html>

37. Офіційний сайт ресторану «Святий Джон» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://stjohnrestaurant.co>St. Johnm

38. Офіційний сайт ресторану «Товста качка» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.thefatduck.co.uk/>
39. Офіційний сайт ресторану « Посли» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.rosewoodhotels.com/en/hotel-de-crillon/dining/Les-Ambassadeurs>
40. Офіційний сайт ресторану «Французська білизна» » [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.thomaskeller.com/tfl>
41. Офіційний сайт Ресторан El_Celler_de_Can_Roca » [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g187499-d996088-Reviews-El_Celler_de_Can_Roca-Girona_Province_of_Girona_Catalonia.html
42. Офіційний сайт ресторану «Остерія Францена» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.osteriafrancescana.it/>
43. Офіційний сайт ресторану «Eleven Madison Park» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.elevenmadisonpark.com/>
44. Офіційний сайт ресторану «Централ» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.centralrestaurante.com.pe/>
45. Офіційний сайт закладу «Білий Налив» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.the-village.com.ua/village/food/new-place/270415-kyiv-bilyy-nalyv-hreschatyk-sydr-hot-dog>
46. Офіційний сайт закладу «DoBeDo» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.the-village.com.ua/village/food/food-news/270255-hot-dogi-do-be-do-na-akademmistechku>
47. Офіційний сайт першого індонезійського ресторану в Україні 17.804 «Indonesian Social Kitchen» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.the-village.com.ua/village/food/food-guide/271343-established-april-2018-bilyy-nalyv-17-804-sho-blur-nam-drinkarnya>

48. Офіційний сайт ресторану «Маца и пламя» [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.the-village.com.ua/village/city/city-news/270847-restoran-matsa-i-plamya-na-gonchara>
49. Офіційний сайт ресторану «GRAND PRIX»[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://grandprix.ua/restaurant.html>
50. Офіційний сайт ресторану «Fratelli»[Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.facebook.com/fratelli.odessa>
51. Офіційний сайт ресторану «Jardin »[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://jardin.od.ua/>
52. «Політика просування послуг у ресторанному бізнесу» [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://studme.org/1265042815063/marketing/politika_prodvizheniya
53. Ресторан Grand Prix на сайті Tripadvisor » [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review-g295368-d2485340-Reviews-Grand_Prix-Odessa_Odessa_Oblast.html
54. «Ресторанний консалтинг» електронний журнал [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://restaurant-consulting.com.ua>
55. Регіональні показники. Статистична інформація. Держкомстат України // <http://www.ukr>
56. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. Ред. Професора В. Г. Герасименка ; авт. Кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
57. СІЛЬ - НАЦІОНАЛЬНА РЕСТОРАННА ПРЕМІЯ » [Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://saltawards.com/uk/2017/novini/premiya-sil-nazvala-krashhi-restorani-ukrayini-2017-roku/>
58. Холдинг емоцій «!FEST » [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://rau.ua/experience/istorii-kompanij/andrij-hudo-fest/>
59. 50 Кращих Ресторанів – світовий рейтинг ресторанів [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://www.theworlds50best.com/>

60. Investment Company Freedom Finance LLC [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://ffin.ru/market/review/82/62075/>
61. Restaurant Magazine (журнал) [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Restaurant>
62. TripAdvisor [Електронний ресурс].- Режим доступу: https://www.tripadvisor.ru/Restaurant_Review
63. 13 нових локацій жовтня 2017: від ресторанів до крутих «take away» стаття цифрової друкарської платформи про гастрономічну індустрію [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://posteat.ua/obzory/12-novux-lokacij-oktyabrya-2017-ot-restoranolov-do-krutyx-take-away>
64. PostEat — МІСЦЕ ГАСТРОСИЛИ! ДОСИТЬ МРІЯТИ, ЧАС ПОЧИНАТИ ЖИТИ [Електронний ресурс].- Режим доступу: <https://posteat.ua/onas/>