

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту  
Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Давиденко І. В.  
(підпис)  
“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2020 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 241 «готельно-ресторанна справа»  
за освітньою програмою «готельно-ресторанна справа»

на тему:  
**«Шляхи підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy's pub»**

**Виконавець:**

Студентка факультету міжнародної економіки

Курява Юлія Василівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**

д.е.н., доцент кафедри

туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

(науковий ступінь, вчене звання)

Лебедєв Ігор Васильович

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Одеса 2020

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                        |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| ВСТУП.....                                                                                                                             | 3   |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ<br>КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО<br>БІЗНЕСУ.....                           | 7   |
| 1.1. Сутність конкурентоспроможності підприємств ресторанного<br>бізнесу.....                                                          | 7   |
| 1.2. Чинники впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на<br>конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу.....           | 13  |
| 1.3. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності<br>підприємства.....                                                           | 20  |
| РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРО-<br>МОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ «MURPHY’S PUB».....                                                   | 32  |
| 2.1. Загальна характеристика об’єкта дослідження «Murphy’s<br>pub».....                                                                | 32  |
| 2.2. Аналіз економічної діяльності ресторану «Murphy’s pub».....                                                                       | 39  |
| 2.3. Оцінка конкурентної позиції підприємства ресторанного<br>господарства «Murphy’s pub».....                                         | 45  |
| РОЗДІЛ 3. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТО-<br>СПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ «MURPHY’S PUB».....                                         | 67  |
| 3.1. Розробка заходів щодо підвищення конкурентоспроможності<br>ресторану «Murphy’s pub».....                                          | 67  |
| 3.2. Прогнозна оцінка економічної ефективності запропонованих<br>заходів підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy’s pub»... | 83  |
| ВИСНОВКИ.....                                                                                                                          | 91  |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....                                                                                                        | 95  |
| ДОДАТКИ.....                                                                                                                           | 103 |

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** Під час переходу України до ринкової економіки виникла необхідність проводити дослідження конкурентоспроможності підприємств різних галузей. Одним із важливих напрямів – є дослідження конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. Цей сектор економіки є привабливим для інвесторів та споживачів. Підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу виступає одним із головних завдань управління, яке гарантує йому зміцнення власних конкурентних позицій на ринку. Підприємства ресторанного господарства відносяться до одного із найбільш ризикованих видів бізнесу. Одним із важливих етапів управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного бізнесу є проведення процедури її оцінювання. Як процес виявлення сильних і слабких місць ресторанних закладів оцінка конкурентоспроможності дозволить знайти можливість максимального удосконалення його діяльності для забезпечення подальшого успішного функціонування на ринку ресторанних послуг, а також визначити його місце серед основних конкурентів.

Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах досліджували Н. Кирніс [1], О.Бабенко [2], Д.Нагернюк [3]. Дослідженню конкурентоспроможності економічних систем та формуванню можливих шляхів підвищення конкурентоспроможності підприємств присвячені праці вітчизняних та зарубіжних науковців, таких як С.Клименко [4], О. Варахсіна [5], В.Адамик і Г.Вербицька [6], А.Афонін, С.Білоусова, К.Мільські [7], Бондаренко Г.С. [8], Винокуров В.А. [9], А.Воронкова [10], Н.Грицишин [11], Ю. Іванов [12], Б. Карлофф [13], А.Люкшинов [14], С. Попов [15], Р. Фатхутдінов [16], А. Юданов [17]

Попри зростання інтересу вчених до проблем конкурентоспроможності підприємств, серед сучасних економістів немає єдиних поглядів на питання виявлення зв'язків, що ідуть від ринку до результату через такі аспекти

поведінки, як ціноутворення, інвестиції, інновації тощо. Очевидно, що наукове визначення стану конкурентної поведінки підприємств ресторанного бізнесу є дуже складним завданням у силу різноманіття і труднощів фіксації форм і проявів поведінкової стратегії і тактики. Вищевикладене підтверджує актуальність теми дослідження напрямів підвищення конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу. Актуальність зазначених вище проблем, їх недостатнє вивчення і визначили вибір теми кваліфікаційної роботи, зумовили його мету та завдання.

**Мета і завдання дослідження.** Метою кваліфікаційної роботи є узагальнення теоретичних засад та обґрунтування практичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможності підприємства ресторанного бізнесу.

Для досягнення поставленої мети було поставлено такі **завдання**:

- з’ясувати сутність конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу;
- визначити чинники впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на конкурентоспроможність підприємств ресторанного бізнесу;
- представити методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства;
- надати загальну характеристику об’єкта дослідження «Murphy’s pub»;
- провести аналіз економічної діяльності ресторану «Murphy’s pub»;
- провести узагальнювальне оцінювання конкурентоспроможності ресторану «Murphy’s pub»;
- розробити комплекс заходів підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy’s pub»;
- надати економічне обґрунтування заходам підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy’s pub».

**Об’єктом дослідження** є організаційно-економічні процеси, які формують рівень конкурентоспроможності ресторану «Murphy’s pub» на ринку ресторанного бізнесу.

**Предметом дослідження** є сукупність теоретичних і практичних аспектів підвищення конкурентоспроможності підприємства ресторанного бізнесу «Murphy's pub».

**Методи дослідження.** Для досягнення поставленої мети у кваліфікаційній роботі використано широкий інструментарій загальноприйнятих методів наукового дослідження, а саме: ретроспективний метод (для розкриття сутності та принципів конкурентоспроможності); структурно-логічний (для дослідження послідовності процесу аналізування конкурентного середовища підприємств ресторанного бізнесу); метод системного і статистичного аналізу (для аналізування методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності); аналітичний і порівняльний аналіз (для визначення особливостей і напрямів розвитку підприємств на ринку ресторанного бізнесу); графічний і табличний (для ілюстрації динаміки явищ і процесів, що стосуються питань формування конкурентоспроможності підприємства ресторанного бізнесу).

**Інформаційну базу дослідження** склали зібрані, узагальнені, опрацьовані первинні матеріали маркетингових досліджень і внутрішня документація ресторану «Murphy's pub», чинні законодавчі та нормативні документи, наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, монографії, публікації у періодичних виданнях, інформаційні матеріали, розміщені в мережі Інтернет, результати власних спостережень.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає у можливості використання наукових розробок та методичних рекомендацій щодо формування конкурентоспроможності, що сприятиме оптимізації економічних витрат та підвищенню результативності господарської діяльності вітчизняних підприємств ресторанного бізнесу.

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та додатків. Повний обсяг роботи містить 98 сторінок, у тому числі 29 таблиць на 30

сторінок, 20 рисунків на 20 сторінках, список використаних джерел з 60 найменувань.

**Окремі результати дослідження** були представлені на науково-практичних конференціях у вигляді публікацій тез доповідей у збірниках наукових праць:

1. Курява Ю. В. Пансіонат як тип готельних підприємств лікувально-оздоровчого туризму / Ю. В. Курява // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції, 12 квітня 2018 р. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 158-161.

2. Курява Ю. В. Методичні підходи о оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства / Ю. В. Курява // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: ОНЕУ, 2020. – С. 394-398.

## ВИСНОВКИ

В роботі представлено узагальнення теоретичних засад формування конкурентоспроможності підприємства ресторанного бізнесу, розроблено й економічно обґрунтовано практичні рекомендації щодо її підвищення. В результаті проведеного дослідження нами зроблені відповідні висновки.

1. Конкурентоспроможність підприємства ресторанного господарства – це характеристика підприємства, яка відображає специфіку його діяльності на визначеному сегменті ринку підприємств харчування у певний період відносно існуючих підприємств-конкурентів і залежить від впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, а також впливає на задоволення потреб споживачів послуг. Показник конкурентоспроможності є своєрідним «люстерком», у якому відображуються результати роботи всіх його служб і підрозділів, які характеризують стан стійкості внутрішнього середовища до зовнішнього.

2. Аналіз впливу зовнішніх та внутрішніх факторів на конкурентоспроможність підприємства ресторанного бізнесу дає можливість знизити рівень невизначеності й ризику в процесі виробничо-збутової діяльності підприємства, підвищити якість стратегічного планування й прогнозування виробничо-збутової діяльності підприємства, підвищити рівень конкурентоспроможності підприємства та його продукції, зберегти конкурентні позиції та збільшити частку ринку, що належить підприємству.

3. Узагальнення найбільш поширених методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств переконує, що традиційно для цього використовують типові показники: якість продукції, якість обслуговування, якісно-організаційний склад персоналу, ефективність діяльності, фінансовий стан підприємства, ефективність управління персоналом, менеджмент ресторану, стратегія, кількість місць, час очікування замовлення в закладі, середній чек, можливість безкоштовної доставки, стилізація оформлення, кухня, якість і технологія виготовлення блюд, кухня, додаткові послуги, додаткові

акції, інноваційні технології, імідж ресторану. Використання запропонованих методичних підходів щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу дасть змогу отримати оперативну інформацію про конкурентні позиції на ринку ресторанних послуг з визначенням сильних та слабких місць, здійснювати постійний контроль, аналіз та діагностику рівнів конкурентоспроможності з метою швидко реагування на прояви зовнішнього середовища та їх регулювання шляхом розробки оперативних та стратегічних управлінських заходів. Важливою є фінансова оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного бізнесу, яка є невіддільною частиною оцінки фінансових можливостей підприємства та головним критерієм впливу на конкурентоспроможність.

4. Ресторан «Murphy's pub» - це загальнодоступне підприємство ресторанного господарства, що надає споживачам широкий асортимент страв складного приготування, в основному за індивідуальними замовленнями, а також вино-горілчані, тютюнові та кондитерські вироби. Високий рівень обслуговування поєднується з організацією відпочинку відвідувачів. «Murphy's pub» відноситься до виду підприємства ресторанного господарства ресторан-бар. Це різновид ресторану, до складу якого входить бар, торговельна зала якого суміжна з торговельною залою ресторану або барна стойка розміщена в торговельній залі ресторану.

5. Аналіз основних фінансових показників дозволив зробити висновок про зростання чистого доходу ресторану «Murphy's pub». Це пов'язано із зростанням клієнтів ресторану. Також простежується покращення фінансової діяльності ресторану «Murphy's pub». За 2017 – 2019 рр. валовий прибуток збільшився на 366 тис. грн. або майже в два рази. За 2017 – 2019 роки простежується збільшення фінансового результату від операційної діяльності на 434 тис.грн. і чистого прибутку – на 122 тис. грн. Протягом досліджуваного періоду на підприємстві ресторанного господарства «Murphy's pub» намітилася позитивна тенденція щодо поліпшення платоспроможності підприємства.

6. Як показало дослідження ресторанного ринку м. Одеси, основними конкурентами підприємства ресторанного господарства «Murphy's pub» є: ресторан «BISTEKKA. Steakhouse & Bar», ресторан «Gastrobar».

Карти стратегічних груп свідчать про те, що найбільшим конкурентом ресторану «Murphy's pub» є ресторан «BISTEKKA. Steakhouse & Bar», який має високий рівень конкурентних переваг, структури асортименту продукції та використовуваних технологій виробництва меблів.

Далі в розрахунках використано метод оцінки конкурентоспроможності ресторанної послуги, який запропонував науковець К.В. Каленік. Для оцінки конкурентоспроможності нами використано методи – карти стратегічних груп конкурентів і метод оцінки конкурентоспроможності за ключовими елементом споживчої цінності «Продукція (П)», «Персонал (Р)», «Сервіс (С) та «Імідж (І)».

Метод оцінки конкурентоспроможності ресторанної послуги за ключовими елементом споживчої цінності «Продукція (П)», «Персонал (Р)», «Сервіс (С) та «Імідж (І)» також показав, що основним конкурентом «Murphy's pub» є ресторан «BISTEKKA. Steakhouse & Bar» (загальна оцінка 9,8 бали). Ресторан «Gastrobar» знаходиться на третьому місці за ключовими елементами споживчої цінності (загальна оцінка конкурентоспроможності – 8,48 бали).

Отже ресторан, «Murphy's pub» має середній рівень конкурентоспроможності і потребує впровадження заходів щодо її підвищення.

7. Нами пропонується наступні заходи підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy's pub»:

1) Формування позитивного іміджу ресторану «Murphy's pub»:

– прийняття участі в Міжнародному експофорумі ресторанно-готельного бізнесу та клінінгу FoReCH, RestaurantExpo, професійний майданчик семінарів «INREST FORUM'19»);

– рекламна кампанія щодо формування і підтримки сприятливого іміджу ресторану.

2) Удосконалення ресторанного сервісу по обслуговуванню гостей (відкриття кейтерингу як доповнення до основного ресторанного сервісу)

3) Професійний розвиток і навчання персоналу ресторану.

– курси ресторанного бізнесу: «Організація та управління ресторанним бізнесом», «Адміністратор ресторанного закладу»;

– семінар практикум «Кейтеринг. Організація та проведення виїзних заходів»;

– тренінг «Активні продажі в ресторані»;

– майстер-класу для професійних кухарів.

4) Впровадження сучасного рішення оцінювання ресторану «Murphy's rab» за допомогою використання QR- коду

8. Основні економічні показники впровадження заходів підвищення конкурентоспроможності ресторану «Murphy's rab» підтверджують їх доцільність впровадження. В результаті впровадження заходів щодо підвищення конкурентоспроможності чистий дохід зростає на 1770,2 тис. грн. і чистий прибуток 253,76 тис. грн.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кирніс Н.І. Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах / Н.І. Кирніс // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2015. - № 5. - С. 135-140.

2. Бабенко О.М. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства та застосування лідерства в управлінні як конкурентної переваги / О.М. Бабенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2018. - № 4. - С. 100-108.

3. Нагернюк Д.В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства / Д.В. Нагернюк // Ефективна економіка. – 2017. – №9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>

4. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства / С.М. Клименко, Т.В. Омеляненко, Д.О. Барабась та ін. К. : КНЕУ, 2017. 520 с.

5. Вараксіна О.В. Конкурентоспроможність підприємства: сутність, виміри та чинники / О.В. Вараксіна // Проблеми системного підходу в економіці. - 2018. - Вип. 4. - С. 12-16.

6. Адамик В. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / В. Адамик, Г.Вербицька // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – 2016. – №1. – С.69–78.

7. Афонін А.С. Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання: теоретичні аспекти і висновки для індустрії туризму / А.С.Афонін, С.В.Білоусова, К.Мільські // Бізнес-навігатор. – 2017. – №3(15). – С.172–183.

8. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю підприємства: автореф. на здоб. наук. ступ. к.е.н. / Г.С. Бондаренко, — Харків: ХДЕУ, 2012. — 20 с.

9. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. — М.: Центр экономики и маркетинга, 2017. — 458 с.
10. Воронкова А.Е. Стратегічне управління конкурентоспроможним потенціалом промислових підприємств: автореф. дис. д-ра екон. наук: 08.06.01 / Воронкова А.Е.; НАН України, Інститут економіки промисловості. — Донецьк, 2012. — 32 с.
11. Грицишин Н. Оцінка конкурентоспроможності підприємства / Н.Грицишин // Вісник Львівського університету. Серія економічна. Вип. 33. — 2016. — С.431–436.
12. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия [Текст] / Ю.Б. Иванов [и др.]. — Х.: ХНЭУ, 2015. — 255 с.
13. Карлофф Б. Деловая стратегия, концепция, содержание, символы [Текст] / Б. Карлофф. — М.: Экономика, 2012. — 240 с.
14. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент [Текст] / А.Н. Люкшинов, — М.:ЮНИТИ, 2015. — 376 с.
15. Попов С.А. Стратегическое управление: 17-модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 4. — М.: ИНФРА-М, 2015. — 344 с.
16. Фатхутдінов Р.А. Управління конкурентоздатністю організації [Текст]: Підручник / Р.А. Фатхутдінов, Г.В. Осовська. — К.: «Кондор», 2012. — 470 с.
17. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика [Текст]: Учебно-практическое пособие. 2-е изд. / А.Ю. Юданов; — М: Ассоц. Авторов и издателей «Тандем»; Изд. «ГНОМ-ПРЕСС», 2016. — 384 с.
18. Кузьмін О.Є. Конкурентоспроможність підприємства: планування та діагностика: / Монографія / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник, О.П. Романко; за заг. ред. д.е.н., проф. Кузьміна О.Є. Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2017. 180 с.

19. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://normativ.com.ua/types/tdoc2728.php>.

20. Жарко И. В. Менеджмент ресторанного хозяйства : учеб. пособие / Жарко И. В. – Х. : [б. и.], 20015– 267 с.

21. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства : [монографія] / [Т.В. Андросова, Н.О. Власова, Н.В. Михайлова, О.А. Круглова]. – Х. : ХДУХТ, 2016. – 144 с.

22. Приходько Д.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності ресторанів японської кухні / Д.О. Приходько // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. 14. – С. 516-521.

23. Кривешко О.В. Чинники формування конкурентоспроможності підприємства та кластерів / О.В. Кривешко, П.В. Сідун // Національний університет «Львівська політехніка». – 2016. – С.180-188.

24. Пермінова С.О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю як фактор успіху сучасного підприємства / С.О. Пермінова, Є.В. Романко // Молодий вчений. - 2016. - № 2. - С. 70-74.

25. Петрушка Т.О. Чинники формування та показники оцінювання конкурентоспроможності підприємств / Т.О. Петрушка // Причорноморські економічні студії. - 2017. - Вип. 10. - С. 125-129.

26. Нефедова О.Г. Конкурентоспроможність в умовах зовнішніх змін / О.Г.Нефедова // Вісник Хмельницького національного університету Економічні науки. – 2016. – №5.Т.2. – С.212–215.

27. Шкарлет С. М. Методологічні аспекти та методичні принципи оцінки конкурентоспроможності підприємств / С. М. Шкарлет, Л. С. Ладонько, Т. І. Корж // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2017. – № 3 (11). – С. 153–161.

28. Мошнов В. А. Комплексная оценка конкурентоспособности предприятия [Электронный ресурс] / В. А. Мошнов. – Режим доступа: [http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate\\_competitiveness.shtml](http://www.cfin.ru/management/strategy/estimate_competitiveness.shtml) .

29. Лисенко К.Е. Методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності диверсифікованих підприємств / К.Е.Лисенко //Ефективна економіка. – 2019. – №3 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3\\_2019/154.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/3_2019/154.pdf)

30. Левицька А.О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації / А.О. Левицька //Механізм регулювання економіки. – 2017. – № 4, – с.155-161.

31. Костишина Т. Методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальним замовленням / Т. Костишина, Н. Кирніс //Актуальні проблеми розвитку готельно-ресторанного бізнесу. – 2018. – №1. – С. 19 – 30.

32. Каленік К.В. Методичний підхід до оцінки конкурентоспроможності ресторанної послуги / К.В. Каленік // Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. – 2017. – Т.22. Вип. 8(61). – С. 61 – 65.

33. Михайлова Н. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства : автореф. дис... канд. екон. наук: 08.00.04 / Н. В. Михайлова; Харк. держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2009. - 18 с.

34. Міжнародний експофорум ресторанно-готельного бізнесу та клінінгу FoReCH [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.forech.kiev.ua/pro-forech/>

35. Студія тренд (курси, семінари, тренінги) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://trend-ua.club/restoran-kursy-treningy.html>

36. Технофуд [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://technofood.com.ua/ua/o-kompanii>

37. Професійна кулінарна школа El Chef [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://elchef.com.ua/>

38. Visitizer Resto [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://visitizer.com/uk/faq/visirestoqrcode>

39. Про захист прав споживачів: Закон України № 1023-XII від 12 травня 1991 р. (редакція від 01.01.2019) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>.

40. Бедрадіна Г. К. Сучасні підходи до оцінювання якості послуг підприємств туризму / Г. К. Бедрадіна // Науковий вісник. Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – Науки: економіка, політологія, історія. – 2011. – С. 50-59.

41. Галасюк С. С. Стандартизація, сертифікація туристичних послуг та ліцензування туристичної діяльності: навчальний посібник / С. С. Галасюк. – Одеса: Астропринт, 2011. – 208 с.

42. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг: навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса: Атлант, 2014. – 242 с.

43. Герасименко В. Г. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку: монографія / за заг. ред. проф. В.Г. Герасименка; авт. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса: Астропринт, 2013. – 304 с.

44. Нездоймінов С. Г. Науково-методичні основи оцінювання якості туристичних послуг / С. Г. Нездоймінов, Г. К. Бедрадіна // Вісник соціально-економічних досліджень. – Одеса, 2018. – Вип. 3 (67). – С. 63–72.

45. Бедрадіна Г. К. Концептуальні підходи до формування моделей підвищення якості послуг туристичних підприємств / Г. К. Бедрадіна // International scientific conference Modern Economic Research: Theory, Methodology, Strategy : Conference Proceedings, Part I (Kielce, September 28, 2018). – Kielce: 2018. – P.93-96

46. TripAdvisor [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tripadvisor.ru>.

47. Менеджмент ресторанного господарства : навч. посіб. : [для вищ. навч. закл.] / [Г.Т. П'ятницька, Н.О. П'ятницька, Л.В. Лукашова та ін.] ; за ред.

Г.Т. П'ятницької. - 2-ге вид., перероб. і допов. - К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. - 430 с.

48. Ткачова С.С. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: Навч. посібник / Харк. держ. університет харчування та торгівлі. – Харків, 2012. – 500 с.

49. П'ятницька Г.Т. Менеджмент громадського харчування: Підруч. для вузів / Г.Т. П'ятницька – К.: Київ. нац. Торг. – екон. У-т, 2001. -655с.

50. Садева А.А. Оцінка якості управління як фактор успішної реалізації стратегії підприємств ресторанного господарства / А.А. Садева, Т.В.Шталь // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. Науковий журнал. – Хмельницький, 2016. – № 5, т. 1 (95). – С. 108–111.

51. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства. Навчальний посібник / В.В.Архіпов - К.: Центр учбової літератури; Фірма «Інкос», 2016. - 280 с.

52. Усов В. В. Організація виробництва і обслуговування на підприємствах ресторанного господарства / В. В. Усов. – Москва: Академія. – 2011. – 432 с.

53. Архіпов В. В. Організація ресторанного господарства : навчальний посібник / В. В. Архіпов – Київ: Центр учбової літератури. – 2013. – 280 с.

54. Ткачова С.С. Менеджмент підприємств ресторанного господарства: навчальний посібник / О.П. Ткаченко, С.С. Ткачова. – Харків: Харківський державний університет харчування та торгівлі. – 2009. – 40с.

55. Гаврилюк С.П. Конкурентні переваги як основа розробки стратегії туристських підприємств / С.П. Гаврилюк // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2013. – № 4. – С. 76–80.

56. Ринок ресторанних послуг. Аналітика. Маркетингові дослідження // Аналіз ринків, огляди ринків, база маркетингової інформації MarketinG [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.marketing.net.ua/view\\_markets.php?num=46694](http://www.marketing.net.ua/view_markets.php?num=46694)

57. Давиденко І. В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І. В. Давиденко // Економічні студії. – Львів: Львівська економічна фундація, 2017.- №2 (15) – С. 23-27.

58. Єгунов Ю. А. Аналіз резервів зниження поточних витрат в контексті економічної оцінки виробничої програми підприємства / Ю. А. Єгунов, І. М. Єгунова // Наукові погляди на вдосконалення економіки: перспективи та розвиток: збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 20 квітня 2019 року). – Східноукраїнський інститут економіки та управління. – Запоріжжя: ГО «СІЕУ», 2019. – С. 88-91.

59. Ковешніков В. С. Організація готельно-ресторанної справи: навчальний посібник / В. С. Ковешніков, М. П. Мальська, Х. Й Роглев. – К.: Кондор, 2015. – 752 с.

60. Нечаюк Л. І. Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навчальний посібник. – 3-тє видання / Л. І. Нечаюк, Н. О. Нечаюк. – К.: Центр учбової літератури, 2017. – 342 с.

61. Основи готельно-ресторанної справи: навчальний посібник / Н. І. Данько, А. Ю. Парфіненко, П. О. Подлепіна, О. О. Вишневська. – Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2017. – 288 с.

62. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за загальною редакцією професора О.Г. Янкового. – Одеса, Атлант, 2017. – 514 с.

63. Курява Ю. В. Пансіонат як тип готельних підприємств лікувально-оздоровчого туризму / Ю. В. Курява // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України: Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції, 12 квітня 2018 р. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – 158-161.

64. Курява Ю. В. Методичні підходи о оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства / Ю. В. Курява // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для

України: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 15 квітня 2020 р.: у 3-х томах. – Т. 2. – Одеса: ОНЕУ, 2020. – С. 394-398.