

---

# ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

---

УДК 338.439.658

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2025.23.30>

**Петлін І.В.**

кандидат економічних наук, доцент,  
Львівський національний університет імені Івана Франка  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0198-588X>

**Petlin Iryna**

Ivan Franko National University of Lviv

## ПРОБЛЕМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНІВ З КЕЙТЕРИНГОВИМ ОБСЛУГОВУВАННЯМ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

### PROBLEMS OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF RESTAURANTS WITH CATERING SERVICES IN MODERN CONDITIONS

---

*У статті аргументовано актуальність дослідження питань забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням. Доведено, що кейтерингові послуги відіграють ключову роль у сфері обслуговування, і їхній успіх значною мірою залежить від здатності підприємств задовольнити потреби споживачів. Запропоновано застосування методичного підходу щодо забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням, що ґрунтується на оцінці інтегрального показника систематизацією трьох груп індикаторів: якість продукції, якість обслуговування, ціна. Доведено, що перевагою застосування запропонованого підходу є те, що він дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється, а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства та дає можливість своєчасно розробити заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням.*

**Ключові слова:** кейтерингове обслуговування, конкурентоспроможність, якість продукції, якість обслуговування, ціна, оцінка забезпечення конкурентоспроможності.

*The article argues the relevance of research on issues of ensuring the competitiveness of restaurants with catering services since restaurant business entities operate in conditions of fierce competition. It has been noted that in conditions of political and economic instability, not all restaurants and establishments have the opportunity to introduce innovative technologies and innovative methods of service, which serve as an effective tool for increasing their competitiveness. The essence of the concept of competitiveness of restaurant enterprises has been outlined. It has been proven that catering services play a key role in the service sector, and their success largely depends on the ability of enterprises to meet the needs of consumers. It has been argued that for the effective development of this market segment, several aspects should be taken into account: studying the current state of the catering services market, its dynamics and development trends; identifying the main groups of consumers, their needs and preferences; ensuring a high level of service and compliance with quality standards; using the latest technologies and innovations to improve service processes; development of effective marketing strategies to attract new customers and retain existing ones. It has been noted that the study of these aspects will help restaurant enterprises to better navigate market conditions and ensure stable demand for catering services. The challenges that restaurant enterprises with catering services face today have been analyzed. The application of a methodological approach to ensuring the competitiveness of restaurants with catering services is proposed, which has been based on the assessment of an integral indicator by systematizing three groups of indicators: product quality, service quality, and price. It has been proven that the advantage of using the proposed approach is*

---

*that it allows not only to identify the main competitors and the place in the competitive struggle of the enterprise being evaluated, but also to quantitatively assess the lag from the most competitive enterprise and makes it possible to develop measures to increase the level of competitiveness of restaurants with catering services promptly.*

**Keywords:** catering service, competitiveness, product quality, quality of service, price, assessment of competitiveness.

**Постановка проблеми.** Інноваційний курс розвитку національної економіки є важливим фактором для підвищення конкурентоспроможності підприємств. Це передбачає не лише адаптацію до ринкових змін, але й активне використання інноваційних підходів у виробництві, маркетингу та управлінні. Для цього підприємства розробляють конкурентні стратегії, які дозволяють ефективніше використовувати свої ресурси та можливості.

Дослідження теоретичних та практичних аспектів забезпечення конкурентоспроможності дозволяють підприємствам краще орієнтуватися в ринковому середовищі та приймати оптимальні рішення для досягнення своїх цілей.

Дослідження питань забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням є надзвичайно актуальним, оскільки суб'єкти ресторанного бізнесу працюють в умовах жорсткої конкуренції. Не всі ресторани заклади в умовах політичної та економічної нестабільності мають можливість впроваджувати інноваційні технології та інноваційні методи обслуговування, адже саме вони є запорукою підвищення конкурентоспроможності.

Слід зазначити, що ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням є максимальне врахування мінливих вподобань споживачів, що дає можливість швидко адаптуватися до змін та пропонувати креативні послуги.

Необхідною умовою забезпечення ефективного функціонування зазначених суб'єктів є прийняття оперативних і креативних управлінських рішень, що лежать в основі формування ефективної стратегії їх розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питанням управління та оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства присвячено праці таких вітчизняних науковців як Воронюк Т. [2], Діденко О., Жураківського П. [3], Кирніс Н. [4], Михайлової Н. [7], Нагернюк Д. [8], Приходько Д. [10], П'ятницької Г., Григоренко О. [11], Расулової А. [12]. та ін.

Незважаючи на значний науковий доробок, питання оцінки та забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням залишається маловивченим, тому є необхідність наукового обґрунтування методичного підходу щодо комплексної оцінки забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням.

**Формулювання цілей статті.** Метою дослідження є аналіз існуючих проблем забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням та обґрунтування методичного підходу щодо комплексної оцінки забезпечення конкурентоспроможності зазначених суб'єктів в сучасних умовах.

**Виклад основного матеріалу.** Науковцями сформовано низку підходів до трактування поняття «конкурентоспроможність» в залежності від галузевої приналежності.

Конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства являє собою здатність підприємств ефективно функціонувати і досягати своїх цілей та визначається спроможністю підприємства виготовляти продукцію або надавати послуги, які відповідають вимогам ринку, переважають за якістю, ціною та іншими характеристиками над аналогічною продукцією (послугами) конкурентів, що в кінцевому підсумку проявляється в підвищенні ефективності їх функціонування.

Кейтерингові послуги відіграють ключову роль у сфері обслуговування, і їхній успіх значною мірою залежить від здатності підприємств задовольнити потреби спо-

живачів. Для ефективного розвитку цього сегмента ринку необхідним є врахування низки аспектів:

- вивчення поточного стану ринку кейтерингових послуг, його динаміки та тенденцій розвитку;
- ідентифікація основних груп споживачів, їх потреб та уподобань;
- забезпечення високого рівня обслуговування та відповідності стандартам якості;
- використання новітніх технологій та інновацій для поліпшення процесів обслуговування;
- розробка ефективних маркетингових стратегій для залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

Дослідження цих аспектів допоможе підприємствам ресторанного господарства краще орієнтуватися в ринкових умовах та забезпечити стабільний попит на кейтерингові послуги.

Термін «кейтеринг» походить від англійського дієслова “cater”, що в перекладі означає «поставляти провізію», «обслуговувати споживачів», та словосполучень “public catering” – ресторанне господарство, а також “catering trade” – ресторанный бізнес [9, с. 92].

Перевагами цієї послуги є [1, с. 117]:

1. Мобільність. Замовник самостійно може вибрати місце проведення свого заходу. Він не обмежений у часі і місці розташування дійства.

2. Економія часу і коштів. Клієнтові кейтерингової компанії потрібно просто повідомити, в який час і в якому місці має бути проведено ресторанне обслуговування, і більше ні про що він не повинен турбуватися. Крім того, замовник економить на оренді приміщення, якщо дія розвивається на природі.

3. Високий професіоналізм. Кейтеринг має на увазі участь певного персоналу.

4. Відсутність проблем із обмеженою кількістю гостей.

5. Красиве оформлення. Крім смачного приготування і доставки їжі, в кейтеринг включається тематичне оформлення, сервірування столів. При цьому будуть враховані побажання клієнта.

Сьогодні підприємства ресторанного господарства з кейтеринговим обслуговуванням стикаються з низкою викликів, найбільш вагомими з яких є наступні:

1. Нестабільність ринку. Внаслідок нестабільної політичної ситуації та значного скорочення населення внаслідок міграції підприємства стикаються з труднощами у збереженні стабільності обсягів продажів.

2. Високі витрати на доставку. Доставка є важливою складовою кейтерингових послуг, але вона також приносить значні витрати. Підвищення цін на транспорт та паливо впливають на прибутковість підприємств.

3. Конкуренція. Ринок ресторанного господарства є дуже конкурентним. Підприємства повинні постійно впроваджувати креативні інноваційні рішення та підвищувати рівень обслуговування, щоб зберігати свої позиції.

4. Зміни в потребах споживачів. Споживачі все частіше вимагають швидкість, якість та різноманітність послуг. Підприємства повинні адаптуватися до цих змін, щоб задовольнити своїх клієнтів.

5. Технологічні виклики. Впровадження новітніх технологій, таких як мобільні додатки для замовлень та трекінг замовлень, є необхідністю для підтримки конкурентоспроможності.

Ці виклики вимагають від підприємств постійного аналізу та адаптації до змін на ринку.

Варто виокремити такі чинники конкурентоспроможності: макросередовища (економічні, політико-правові, законодавчо-нормативні, науково-технічні, соціально-демографічні, екологічні та випадкові); мезосередовища (інтенсивність конкуренції, стан приватизації, контактні аудиторії, кількість постачальників, ЗМІ, еластичність попиту і пропозиції, наявність постачальників і розвинутої інфраструктури); мікросе-

редовища (виробничі потужності, економіко-географічне положення, інформаційне забезпечення, ефективність витрат та збуту продукції, наявність техніко-технологічного, ресурсного, виробничого потенціалів тощо) [12].

Вважаємо за необхідне запропонувати комплексну оцінку забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням (Рис. 1).

На першому етапі відбувається визначення параметрів оцінювання забезпечення конкурентоспроможності, а саме: окреслення мети інтегрального оцінювання; вибір статистичних методів для оцінювання; визначення та обґрунтування системи оцінкових показників тощо. Метою є розроблення методичних підходів до оцінювання інтегрального показника забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням є врахування таких груп показників як якість продукції, якість обслуговування, ціна. Система показників для оцінки забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням формується з врахуванням можливостей отримання статистичних даних, їх оброблення та аналізу.

На другому етапі відбувається аналіз та оцінювання основних показників, які найбільшою мірою впливають на зазначений показник. До системи статистичних показників, які мають найбільш вагомий вплив віднесено такі групи: якість продукції, якість обслуговування та ціна.



Рис. 1. Методичний підхід щодо комплексної оцінки забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням  
Джерело: сформовано автором

До групи «якість продукції» нами віднесено наступні показники: індекс асортименту страв; індекс кількості реалізованих страв на 1 замовлення; індекс фірмової продукції; рівень привабливості зовнішнього вигляду страв; рівень відповідності оформлення страв сучасним тенденціям; індекс питомої ваги екопродукції; індекс питомої ваги унікальної продукції.

До групи «якість обслуговування» – індекс кількості замовлень у залежності від виду кейтерингу; рівень організації інтер'єру приміщень для споживачів послуг; рівень ставлення персоналу до споживачів; рівень дотримання санітарно-гігієнічних норм персоналом; рівень майстерності обслуговування; рівень комунікабельності персоналу; номенклатура послуг; рівень унікальності послуг.

У групу «ціна» увійшли такі показники: середня вартість 1 замовлення; індекс цінкових знижок; індекс рівня цін за прейскурантами послуг; індекс цін програм лояльності для різних категорій споживачів.

На третьому етапі здійснюється інтегральне оцінювання забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням, яке включає: групування показників за інтегральними характеристиками для оцінювання забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням; стандартизацію обраних показників, з метою досягнення їх співмірності; визначення ваги груп показників шляхом експертного оцінювання та розрахунок інтегрального показника.

Для того, щоб показники були співмірними, а результати оцінювання адекватними до вихідних даних, потрібно провести їх стандартизацію.

Для цього необхідним є розмежування показників на стимулятори та дестимулятори. Ті показники, які позитивно впливають на рівень конкурентоспроможності, вважаємо стимуляторами, а які ні – дестимуляторами.

В залежності від того чи показник є стимулятором чи дестимулятором залежатиме механізм стандартизації показників.

Для показників-стимуляторів протягом окресленого часового горизонту потрібно конкретне значення показника ділити на його максимальне значення:

$$Z_{i,j} = \frac{x_{i,j}}{x_{max}}$$

А для показників-дестимуляторів – мінімальне значення показника ділити на конкретне його значення:

$$Z_{i,j} = \frac{x_{min}}{x_{i,j}}$$

Кожній групі факторів, за результатами анкетного опитування керівників ресторанних закладів з кейтеринговим обслуговуванням, було задано вагове значення – якість продукції 0,4 (40 %), якість обслуговування 0,35 (35 %), ціна 0,25 (25 %).

Оцінку забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням на основі інтегрального підходу доцільно на часовий горизонт не менше 5 років, для того щоб прослідкувати якусь закономірність та виключити вплив факторів дестимуляторів.

Після інтегрального оцінювання забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням на основі інтегрального показника, здійснюється інтерпретація отриманих результатів та розробка конкретних пропозицій щодо її підвищення.

Ми вважаємо, що результати інтегрального оцінювання доцільно інтерпритувати на основі шкали Харрінгтона, що систематизовано у вигляді табл. 1.

Перевагою застосування запропонованого підходу інтегрального оцінювання забезпечення конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим є те, що він дозволяє не тільки визначити основних конкурентів та місце, в конкурентній боротьбі підприємства, яке оцінюється, а й кількісно оцінити відставання від найбільш конкурентоспроможного підприємства. Недоліком є наявність певної частки суб'єктивізму при

Таблиця 1

**Діапазони значення інтегрального показника забезпечення  
конкурентоспроможності ресторанів з кейтеринговим обслуговуванням  
відповідно до теорії Харрінгтона**

| Інтервали<br>шкали<br>Харрінгтона | Рівень<br>конкуренто-<br>спроможності | Характеристика рівня                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Заходи щодо підвищення<br>рівня забезпечення<br>конкурентоспроможності                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                 | 2                                     | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 4                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| (0,8–1]                           | Абсолютна                             | Неперевершений рівень обслуговування, меню складається з ексклюзивних страв, які відображають сучасні тенденції, поєднують оригінальні рецепти та використовують найякісніші інгредієнти, дієва маркетингова стратегія, передове обладнання та технології, висококваліфікований та мотивований персонал, надійні та якісні постачальники, ефективне фінансове управління, відмінна репутація та лояльність клієнтів, впровадження сталих практик, зменшення екологічного впливу та підтримка місцевих виробників. | <ul style="list-style-type: none"> <li>– інновації та ексклюзивність;</li> <li>– вдосконалення клієнтського досвіду;</li> <li>– високотехнологічні рішення;</li> <li>– розширення географії;</li> <li>– участь у міжнародних конкурсах та фестивалях;</li> <li>– розвиток партнерських відносин;</li> <li>– постійне навчання та розвиток персоналу;</li> <li>– активна комунікація.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| (0,63–0,8]                        | Значна                                | Високий рівень обслуговування, інноваційне та різноманітне меню, ефективна маркетингова стратегія, сучасне обладнання та технології, мотивований та кваліфікований персонал, стабільні та якісні постачальники, ефективне фінансове управління, позитивна репутація та лояльність клієнтів.                                                                                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– постійне вдосконалення обслуговування;</li> <li>– постійна робота над створенням нових страв, використання сезонних продуктів та введення ексклюзивних пропозицій, які виділятимуться на тлі конкурентів;</li> <li>– посилення маркетингових зусиль;</li> <li>– впровадження сучасних технологій;</li> <li>– участь у галузевих подіях;</li> <li>– збір та аналіз даних;</li> <li>– розширення мережі.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                              |
| (0,37–0,63]                       | Нормальна                             | Середній рівень обслуговування, меню включає достатньо різноманітних страв, але не пропонує унікальні або ексклюзивні варіанти, брак інноваційних підходів в управлінні, недостатня мотивованість персоналу, ресторан має позитивну репутацію серед клієнтів, але може стикатися з конкуренцією від закладів з більш виразною або інноваційною пропозицією.                                                                                                                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>– покращення якості обслуговування;</li> <li>– оновлення меню;</li> <li>– інноваційні маркетингові стратегії;</li> <li>– оптимізація процесів через впровадження сучасних технологій для автоматизації процесів, зменшення витрат та підвищення ефективності роботи ресторану;</li> <li>– покращення інтер'єру та атмосфери;</li> <li>– впровадження програм лояльності;</li> <li>– збір та аналіз зворотного зв'язку;</li> <li>– впровадження екологічних практик, таких як мінімізація відходів, використання біорозкладних матеріалів та підтримка місцевих виробників;</li> <li>– професійний розвиток персоналу.</li> </ul> |



Продовження таблиці 1

| 1          | 2                 | 3                                                                                                                                                                                                                                                                          | 4                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (0,2–0,37] | Помірна           | Задовільний рівень обслуговування, меню не вирізняється винятковою оригінальністю або новаторством, помірна маркетингова активність.                                                                                                                                       | – оптимізація процесів через впровадження сучасних технологій для автоматизації процесів, зменшення витрат та підвищення ефективності роботи ресторану;<br>– впровадження інновацій;<br>– активна робота з клієнтами.                        |
| [0–0,2]    | Низька (критична) | Низький рівень обслуговування, обмежений асортимент, низька маркетингова активність, застаріле обладнання та технології, проблеми з персоналом, перебої в постачанні продуктів, неефективне управління фінансами, відсутність унікальної пропозиції, проблеми з репутацією | – розробкою стратегій для підвищення конкурентоспроможності, що включає:<br>• покращення якості обслуговування;<br>• впровадження нових технологій;<br>• розвиток маркетингових кампаній;<br>• створення унікальних пропозицій для клієнтів. |

Джерело: сформовано на основі [6]

визначенні експертами коефіцієнтів вагомості показників та те, що ринок може змінюватися швидше, ніж підприємство встигає адаптуватися до нових умов, що зменшує актуальність отриманих результатів.

**Висновки.** Для забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства з кейтеринговим обслуговуванням необхідно постійно працювати в таких напрямках:

1. Покращення якості послуг.
2. Використання новітніх технологій, таких як онлайн-замовлення, мобільні додатки та системи управління запасами, може значно підвищити ефективність та зручність для клієнтів.
3. Розробка та впровадження ефективних маркетингових кампаній для залучення нових клієнтів і підвищення лояльності існуючих. Використання соціальних мереж, партнерства з іншими компаніями та акцій може бути дуже ефективним.
4. Гнучкість та адаптивність. Це може включати розширення асортименту послуг, впровадження нових форм обслуговування або зміну цінової політики.
5. Підвищення кваліфікації персоналу.
6. Ефективне управління всіма наявними ресурсами.
7. Забезпечення каналів зв'язку. Доступний телефонний зв'язок, можливість робити замовлення через сайт компанії.
8. Оптимальний асортимент страв. Тестинг.

Ці заходи допоможуть підприємствам ресторанного господарства з кейтеринговим обслуговуванням зберігати та підвищувати свою конкурентоспроможність в умовах сучасного ринку.

#### Список використаних джерел:

1. Горшкова Л. О. Особливості кейтерингу в організації мобільного ресторанного обслуговування. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2017. Вип. 6(62). С. 134–138.
2. Воронюк Т. А. Формування механізму управління конкурентоспроможністю підприємств ресторанного господарства: дис. ... кандидата екон. наук : 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Одеса: Одеська національна академія харчових технологій, 2019. 200 с.

3. Діденко О. Є., Жураківський П. І. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
4. Кирніс Н. І. Аспекти конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства в сучасних умовах. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 5(61). С. 135–140.
5. Лойко В. В. Методичні аспекти регіональної діагностики рівня економічної безпеки. *Ефективна економіка*. 2013. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1794>
6. Михайлова Н. В. Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства: автореф. дис. канд. економ. наук: 08.00.04 / ДВНЗ «Харківський державний університет харчування та торгівлі». Харків, 2009. 20 с.
7. Нагернюк Д. В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. *Ефективна економіка*. 2016. № 9. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>
8. Прилепа Н. В., Миколук О. А. Особливості розвитку кейтерингу як інноваційної форми ресторанного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 5, т. 2. С. 85–88.
9. Приходько Д. О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності ресторанів японської кухні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Випуск 14. С. 516–521. URL: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/105.pdf>
10. П'ятницька Г., Григоренко О. Глобальні тренди розвитку кейтерингу. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2019. №3. С. 51–68.
11. Расулова А. М. Управление конкурентоспроможностью ресторанов: автореф. дис. ... канд. економ. наук : 08.06.01 / ДВНЗ «Київський національний торговельно-економічний університет». Київ, 2006. 20 с.
12. Шемчук Л. О. Конкурентоспроможність підприємства в системі чинників її забезпечення. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2011. № 5, т. 1. С. 83–85.

### References:

1. Horshkova L. O. (2017) Osoblyvosti keiterynhu v orhanizatsii mobilnoho restorannoho obsluhovuvannya [Features of catering in the organization of mobile restaurant services]. *Problemy systemnoho pidkhotu v ekonomitsi*, no. 6(62), pp. 134–138.
2. Voroniuk T. A. (2019) Formuvannya mekhanizmu upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Formation of a mechanism for managing the competitiveness of restaurant enterprises], (PhD Thesis), Odesa: Odessa National Academy of Food Technologies. (in Ukrainian)
3. Didenko O. Ye., Zhurakivskiy P. I. (2017) Model upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstva [Enterprise competitiveness management model]. *Efektivna ekonomika*, no. 5. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5590>
4. Kyrnis N. I. (2013) Aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva v suchasnykh umovakh [Aspects of competitiveness of restaurant enterprises in modern environment]. *Naukovyy visnyk Poltav'skoho universytetu ekonomiky i torhivli*, no. 5(61), pp. 135–140. (in Ukrainian)
5. Loiko V. V. (2013) Metodychni aspekty rehionalnoi diahnostryky rivnia ekonominoi bezpeky [Methodological Aspects of Regional Diagnostics of the Level of Economic Security]. *Efektivna ekonomika*, no. 2. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1794>
6. Mykhaylova, N. V. (2009). Otsinka konkuren tospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Evaluation of enterprise competitiveness restaurant industry]. Extended abstract of candidate's thesis. Kharkiv DVNZ "Kharkivskiy derzhavnyi universytet kharchuvannya ta torhivli". (in Ukrainian)
7. Naherniuk D. V. (2016) Osnovni chynnyky, scho formuiut' konkurentospromozhnist' pidpriemstv restorannoho hospodarstva [The main factors forming the competitiveness of restaurant enterprises]. *Efektivna ekonomika*, no. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>
8. Prylepa N. V., Mykoliuk O. A. (2014) Osoblyvosti rozvytku keiterynhu yak innovatsiinoi formy restorannoho biznesu [Features of the development of catering as an innovative form of restaurant business]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no 5, t. 2, pp. 85–88.



9. Prykhodko D. O. (2016) Teoretychni aspekty konkurentospromozhnosti restoraniv yaponskoi kukhni [Theoretical aspects of the competitiveness of Japanese restaurants]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, no. 14, pp. 516–521. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/14-2016/105.pdf>

10. Piatnytska H., Hryhorenko O. (2019) Hlobalni trendy rozvytku keiterynhu [Global trends in the development of catering]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo*, no. 3, pp. 51–68.

11. Rasulova A. M. (2006) Upravlinnia konkurentospromozhnistiu restoraniv [Restaurant Competitiveness Management] (PhD Thesis), DVNZ “Kyivskyi natsionalnyi torhivelno-ekonomichnyi universytet”.

12. Shemchuk L. O. (2011) Konkurentospromozhnist pidpriemstva v systemi chynnykiv yii zabezpechennia [Competitiveness of the enterprise in the system of factors of its provision]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 5, t. 1. pp. 83–85.

---