

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-50>

УДК 339.1:640.4

МЕТОД ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА В ОЦІНЮВАННІ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ТИПУ «КАФЕ»

THE METHOD OF THE INTEGRAL INDICATOR IN ASSESSING THE LEVEL OF COMPETITIVENESS OF CAFE

Машта Надія Олександрівна

кандидат технічних наук,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9704-9278>

Поліщук Олена Юріївна

кандидат економічних наук,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1549-5646>

Савченко Ольга Ростиславівна

кандидат економічних наук, доцент,
Рівненський державний гуманітарний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5596-2915>

Mashta Nadiia, Polishchuk Olena, Savchenko Olga
Rivne State University of Humanities

Стаття присвячена актуальним питанням визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Проаналізовано найновіші підходи до оцінювання рівня конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Обґрунтовано необхідність визначення переліку факторів конкурентоспроможності окремо для кожного з типів закладів ресторанного господарства (кафе, бар, ресторан тощо). Адаптовано метод інтегрального показника для визначення рівня конкурентоспроможності такого типу закладів ресторанного господарства, як кафе. Окреслено групи показників конкурентоспроможності кафе, описано особливості їх оцінювання та охарактеризовано вплив оцінюваних показників на загальний рівень конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, заклад ресторанного господарства, кафе, метод інтегрального показника.

The type of the institution of restaurant business is an important factor, which influences the choice of indicators to assess competitiveness. However, most scientific works do not take this into account. Given this, the establishment of the most important criteria for the competitiveness of restaurants, which belong to the type of "cafe" is relevant. The research used the method of integral indicator for assessing the level of competitiveness of cafes, which provides a comprehensive approach to evaluation, taking into account both the technical parameters of service in cafes and their economic component. In addition, the method of group survey of experts was used to determine the importance of each group of indicators of cafe competitiveness. The purpose of this article is to adapt the method of integral indicator for assessing the level of competitiveness of cafes by determining the list of the most important factors of competitiveness and describing the features of their definition. According to the results of research, to assess the level of competitiveness of restaurants such as "cafe" it is advisable to assess such key components of competitiveness as assortment (quality of dishes, width of the range of dishes, drinks and additional services), communication (corporate identity, advertising, interior, exterior, total atmosphere), geographical (location and work schedule), personnel (staff qualifications, speed of service, quality of service) and economic (cost of the average check). To determine all the criteria, except for the economic component, it is advisable to use a 5-point evaluation system, where a score of 5 means the best position of the cafe, and a score of 1 – the worst result. The cost of the average check would be calculated in UAH as of the date of determining the level of competitiveness. According to the authors, the importance of competitiveness factors would be distributed as follows: economic component –

0.3, assortment component – 0.25, geographical component – 0.2, personnel component – 0.15, communication component – 0.1. This approach allows you to take into account the specifics of the restaurant business type "cafe", more objectively calculate the level of their competitiveness and suggest possible ways to increase competitiveness.

Keywords: competitiveness, the institution of restaurant business, cafe, the method of the integral indicator.

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку спостерігається високий рівень конкуренції серед закладів ресторанного господарства, тому задля ефективної роботи вони повинні забезпечувати високий рівень своєї конкурентоспроможності.

Адекватність та ефективність управління кожною складовою конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства дасть змогу підприємству підтримувати на належному рівні прибутковість своєї діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням оцінки конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства присвячено чимало наукових праць. Зокрема, у роботі [5] запропоновано авторський склад груп факторів конкурентоспроможності у ресторанній справі і деталізовано їх конкретними наборами показників.

У роботі [8] робиться акцент на переліку внутрішніх та зовнішніх факторів конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства, а науковці Галасюк С. С. та Наймарк К. А. у роботі [7] досліджують прикладні аспекти оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства із застосуванням багатокутника конкурентоспроможності.

Цікавий підхід до визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства запропоновано науковцем Бабенко О. М., згідно з яким вирішальну роль у забезпеченні конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства відіграє лідерство. А у роботі [4] запропоновано підхід до оцінки конкурентоспроможності ресторанів, який передбачає аналіз відгуків споживачів в Інтернеті, що, на думку дослідників, є ключовими ознаками для виявлення конкурентоспроможності продукту. На відміну від більшості досліджень, у роботі [2] акцентується увага на впливі часу функціонування закладу ресторанного господарства на його конкурентоспроможність.

Нагернюк Д. В. під час визначення рівня конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства акцентує увагу на тому, що конкуренція у ресторанному бізнесі має особливий характер та пропонує використовувати систему чинників, що відображають відповідність продукції та послуг суб'єкта господарювання попиту споживачів [12].

У роботі [3] робиться акцент на особливостях оцінки конкурентоспроможності ресторанів міжнародної кухні шляхом анкетування, розробленого на основі карти конкурентоспроможності Міжамериканського банку розвитку та яке включає оцінювання якості страв/напоїв, людського фактору, інновацій, інформаційних та комунікаційних технологій, особливостей ведення бухгалтерського обліку і фінансів.

При цьому науковець Chiu C.-N. [1] акцентує на необхідності врахування таких чинників конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, як людські ресурси, управління активами та контроль витрат на сировину, що у подальшому дає змогу віднести заклад ресторанного господарства до одного з чотирьох рівнів та на основі цього запропонувати оптимальну стратегію його розвитку.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Важливим чинником, який впливає на вибір показників, що застосовуються для оцінки конкурентоспроможності, є тип закладу ресторанного господарства та його цільова аудиторія. Проте більшість наукових робіт не враховують цього. З огляду на це встановлення найважливіших критеріїв конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, що належать до типу «кафе» є актуальним.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою даної статті є встановити перелік факторів конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, що належать до типу «кафе» та описати особливості їх визначення під час оцінювання рівня конкурентоспроможності методом інтегрального показника.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для розрахунку рівня конкурентоспроможності підприємства надважливим є правильний вибір основних конкурентів для проведення аналізу. Такими критеріями вибору можуть бути види потреб, які задовольняють конкуренти; типи використовуваних ринкових стратегій; обсяги реалізації чи надання послуг; розташування тощо [6].

Під час визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства передусім слід враховувати тип закладу,

адже саме тип (сукупність загальних характерних ознак виробничо-торговельної діяльності закладу ресторанного господарства [13]) визначає спосіб обслуговування клієнтів у ньому, асортимент страв, рівень сервісного обслуговування та ціновий діапазон. З огляду на те, що у статті досліджуються проблеми конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, що належать до типу «кафе», то відзначимо, що за ДСТУ 4281:2004 кафе – це заклад ресторанного господарства із широким асортиментом страв нескладного готування, кондитерських виробів і напоїв, в якому застосовують самообслуговування або обслуговування офіціантами [10].

Окрім цього, при виборі конкурентів закладу ресторанного господарства типу «кафе» обов'язково слід зважати на їх розташування та суму середнього чека.

Для встановлення рівня конкурентоспроможності кафе доцільним є застосування методу інтегрального показника [11], адже даний підхід до оцінювання конкурентоспроможності зумовлює необхідність врахування всіх найбільш важливих показників, які характеризують підприємство.

На основі аналізу літературних джерел [7] та власних досліджень нами встановлено такі основні показники, які слід враховувати при визначенні рівня конкурентоспроможності кафе (рис. 1).

Таким чином, нами виділено п'ять складових конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства типу «кафе». Для визначення усіх критеріїв, окрім економічної складової, доцільно застосовувати 5-бальну систему оцінки, де бал 5 означає найкращу позицію закладу ресторанного господарства за певним показником, а бал 1 – найгірший



Рис. 1. Номенклатура показників конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства типу «кафе»

Джерело: складено авторами

результат. Вартість середнього чека слід розраховувати у гривні станом на дату визначення рівня конкурентоспроможності.

Під час аналізу *асортиментної складової* конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства передусім оцінюється якість страв. Якість готової продукції визначають на основі характерних для них властивостей, тобто показників зовнішнього вигляду, смаку, запаху, консистенції. При цьому можливим є оцінювання якості як однієї, так і кількох основних страв з асортименту.

Під час оцінювання ширини асортименту страв і напоїв враховується їх груповий та внутрішньогруповий асортимент, тобто кількість найменувань груп страв/напоїв (наприклад, фірмові закуски, холодні страви, супи, другі гарячі страви, солодкі страв тощо) та кількість страв/напоїв всередині кожної групи.

Аналіз *асортиментної складової* конкурентоспроможності кафе також передбачає врахування такого фактора, як кількість додаткових послуг, які пропонує заклад. Це можуть бути послуги з доставки їжі, організація та обслуговування свят і бенкетів, бронювання столиків, приймання для оплати банківських карт, наявність дитячих ігрових кімнат тощо.

Оцінювання *комунікаційної складової* конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства типу «кафе» передбачає врахування таких критеріїв, як фірмовий стиль, використовувані засоби реклами, інтер'єр, екстер'єр та загальна атмосфера у кафе.

Необхідність використання фірмового стилю у діяльності закладів ресторанного господарства зумовлена тим, що сьогодні існує велика кількість ресторанів, кав'ярень, піцерій, барів, пабів тощо і споживачеві важко обрати свого "фаворита". А створення власного фірмового стилю створює бренд як стратегічний актив будь-якої компанії [9]. Під час оцінювання цієї складової конкурентоспроможності слід звертати увагу на наявність та якість виконання таких складових фірмового стилю, як;

- наявність колірних, графічних, словесних, типографічних дизайнерських постійних елементів, які забезпечують візуальну і смислову єдність обслуговування у кафе та всієї вихідної від фірми інформації;

- наявність елементів фірмового стилю у внутрішньому і зовнішньому оформленні кафе.

Під час оцінюванні такої складової конкурентоспроможності, як засоби реклами,

звертається увага на види використовуваних засобів реклами (в пресі, друкованої, аудіовізуальної, сувенірів, зовнішньої, заходів PR, інтернет-реклами), якість її виконання та періодичність використання. Відзначимо, що заклади ресторанного господарства типу «кафе» зазвичай використовують засоби зовнішньої (вивіски, штендери) та інтернет-рекламу (місцеві інформаційні сайти, соцмережі).

Оформлення інтер'єру та екстер'єру закладів ресторанного господарства, конкурентоспроможність яких оцінюється, передбачає аналіз таких складових, як якість та сучасність меблів, барної стійки, посуду, наявність ремонту, загальне оформлення кафе всередині та зовні тощо.

Загальна атмосфера закладу ресторанного господарства – важлива складова рівня конкурентоспроможності. Необхідно створювати максимально приємну атмосферу для гостей у залі, щоб можна було по-справжньому розслабитись. Атмосфера зали складається із таких компонентів: стиль приміщення, відповідний інтер'єр, фонові музика, зручність сидінь.

Географічна складова включає місце розташування та графік роботи. При оцінюванні цієї складової конкурентоспроможності слід звертати увагу на зручність для споживачів.

Кадрова складова передбачає порівняння кваліфікації персоналу, швидкості та якості обслуговування працівниками закладів ресторанного господарства. Контакт персоналу з гостями кафе повинен бути привітним, уважним, дружнім. Гість повинен відчувати турботу зі сторони працівників закладу. Уважність, ввічливість, зовнішній вигляд персоналу створюють обстановку гостинності, забезпечують гарний настрій у відвідувачів, спонукають їх до повторного і багаторазового відвідування даного закладу.

Економічна складова конкурентоспроможності передбачає розрахунок середнього чека, тобто приблизної вартості замовлення середньооблікового відвідувача досліджуваних закладів ресторанного господарства.

Результати дійсних значень вимірюваних показників доцільно вносити в таблицю, завдяки якій складається загальне уявлення про конкурентні переваги кожного із досліджуваних закладів ресторанного господарства.

Наступним етапом визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства типу «кафе» є встановлення коефіцієнтів вагомості (тобто показників, що

характеризують ступінь значимості окремого показника у загальній сумі) із застосуванням методу групового опитування експертів. Авторами статті запропоновано такий розподіл коефіцієнтів вагомості: асортиментна складова – 0,25, комунікаційна складова – 0,1, географічна складова – 0,2, кадрова складова – 0,15, економічна складова – 0,3.

Розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності здійснюється у кілька етапів: спочатку розраховуються групові індекси конкурентоспроможності окремо за кожною складовою (асортиментною, комунікаційною, географічною, кадровою та економічною) шляхом ділення дійсних значень на базові (оптимальні) значення кожної складової та перемножування на 100%. При цьому дійсними вважаються ті бали, які були виставлені в процесі оцінювання конкурентоспроможності (за шкалою від 1 до 5), а оптимальними – максимально можлива оцінка за кожним критерієм.

Для прикладу наведемо формулу для розрахунку групового індексу за показниками асортиментної складової (1). Аналогічно розраховуються групові індекси за іншими складовими конкурентоспроможності.

$$I_a = \frac{X_{aa}}{X_{ab}} \cdot 100\%, \quad (1)$$

де X_{aa} – дійсне значення асортиментних показників кафе-конкурентів;

X_{ab} – базове (оптимальне) значення показників асортиментної складової конкурентоспроможності.

Після цього проводиться розрахунок інтегрального індексу конкурентоспроможності (I_K) кафе-конкурентів відносно базового за формулою (2):

$$I_K = \frac{I_a \cdot K_a + I_k \cdot K_k + I_z \cdot K_z + I_{KC} \cdot K_{KC}}{I_e \cdot K_e}, \quad (2)$$

де $I_a, I_k, I_z, I_{KC}, I_e$ – групові індекси асортиментної, комунікаційної, географічної, кадрової складових конкурентоспроможності та економічних показників відповідно;

$K_a, K_k, K_z, K_{KC}, K_e$ – коефіцієнти вагомості показників асортиментної, комунікаційної, географічної, кадрової складових та економічних показників відповідно.

Результати розрахунків індексів конкурентоспроможності кафе-конкурентів відносно базового, а також інтегральні індекси конкурентоспроможності доцільно внести в узагальнюючу таблицю за результатами якої робляться висновки про загальну конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства типу «кафе» та можливі шляхи підвищення конкурентоспроможності. Відзначимо, що найбільш конкурентоспроможним вважається заклад ресторанного господарства, інтегральний показник конкурентоспроможності якого є найвищим.

Висновки. Таким чином, адаптований авторами метод інтегрального показника для оцінювання рівня конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства типу «кафе» передбачає проведення оцінки таких основних складових конкурентоспроможності, як асортиментної (якість страв, ширина асортименту страв, напоїв та додаткових послуг), комунікаційної (фірмовий стиль, реклама, інтер'єр, екстер'єр, загальна атмосфера), географічної (місце розташування та графік роботи), кадрової (кваліфікація персоналу, швидкість обслуговування, якість обслуговування) та економічної (вартість середнього чека). Такий підхід дозволяє максимально врахувати специфіку роботи закладів ресторанного господарства типу «кафе» та об'єктивніше розрахувати рівень їх конкурентоспроможності.

Подальші дослідження будуть спрямовані на адаптацію методу інтегрального показника для оцінювання рівня конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства інших типів (фабрик-кухонь, заготівельних фабрик, ресторанів, барів, їдалень, закусточних, буфетів, магазинів кулінарних виробів, кафетеріїв), адже конкурентоспроможність кожного з них може формувати інший набір чинників.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Chiu C.-N. Leveraging competitiveness to develop optimal strategies: evidence from the restaurant industry. *Competitiveness Review*. 2022. Vol. 32 No. 4, pp. 525–545. DOI: <https://doi.org/10.1108/CR-04-2020-0058> (дата звернення: 15.06.2022).
2. Cho M., Bonn M.A., Jung H.S. What drives restaurant competitive productivity (CP): a comprehensive examination at meso-micro levels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2021. Vol. 33. No. 9. pp. 3065–3090. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1040> (дата звернення: 15.06.2022).

3. García Ramírez, María Magdalena, López Torres, Virginia Guadalupe. Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional (assessing the competitiveness in international cuisine restaurants). *Revista Internacional Administración & Finanzas*. 2014. Vol. 7 (1). p. 79–88. URL: <https://ssrn.com/abstract=2327829> (дата звернення: 15.06.2022).
4. Wang H., Gao S., Yin P., Liu J.N.-K. Competitiveness analysis through comparative relation mining: Evidence from restaurants' online reviews. *Industrial Management & Data Systems*. 2017. Vol. 117. No. 4, pp. 672–687. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2016-0284> (дата звернення: 16.06.2022).
5. Барна М. Ю., Гліненко Л. К., Дайновський Ю. . Фактори конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Випуск 39. С. 415–421. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/71.pdf (дата звернення: 16.06.2022)
6. Войчак А. В. Маркетингові дослідження [Текст] : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ : КНЕУ, 2001. 119 с.
7. Галасюк С. С., Наймарк К. А. Оцінка конкурентного профілю підприємств ресторанного господарства. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств : монографія / за ред. О. Г. Янкового. Одеса : Атлант, 2017. С. 247–260. URL: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6943> (дата звернення: 14.06.2022).
8. Дзисюк Ю. В. Фактори, що визначають конкурентоспроможність закладу ресторанного господарства. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції "Стратегічні перспективи туристичної та готельно-ресторанної індустрії в Україні: теорія, практика та інновації розвитку"*. Умань : Візаві, 2019. С. 329–331. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dzysjuk.htm (дата звернення: 17.06.2022).
9. Дмитрук А. О., Федотова Н. М. Фірмовий стиль закладу харчування – італійського ресторану «FLOUR». *Регіональні ЗМІ України: історія, сучасний стан та перспективи розвитку* : Матеріали регіональної науково-практичної Інтернет-конференції, 20–22 березня 2017 року, м. Старобільськ. С. 111–115. URL: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1776/RegionalniZMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=112> (дата звернення: 15.06.2022).
10. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. Класифікація. Київ : Держспоживстандарт, 2004. 16 с.
11. Кирніс Н.І. Інтегральний метод оцінки конкурентоспроможності кейтерингових підприємств. *Модернізація економіки в умовах зростання суспільної свідомості: туризм, людиномірність, партнерство, кооперація* : матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава 14 грудня 2017 р.). Полтава : ПУЕТ, 2017. С. 301–303. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9806/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%81.pdf> (дата звернення: 19.06.2022).
12. 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> (дата звернення: 15.06.2022).
13. Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України №219 від 24.07.2002 р. «Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#top> (дата звернення: 12.06.2022).

REFERENCES:

1. Chiu, C.-N. (2022). Leveraging competitiveness to develop optimal strategies: evidence from the restaurant industry. *Competitiveness Review*, 32 (4), 525–545. DOI: <https://doi.org/10.1108/CR-04-2020-0058>.
2. Cho, M., Bonn, M. A. & Jung H.S. (2021). What drives restaurant competitive productivity (CP): a comprehensive examination at meso-micro levels". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33 (9), 3065–3090. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2020-1040>.
3. Ramírez, G., Magdalena, M., Torres, L. & Guadalupe, V. (2014). Evaluación de la competitividad de los restaurantes de cocina internacional (assessing the competitiveness in international cuisine restaurants). *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 7 (1), 79–88. Available at: <https://ssrn.com/abstract=2327829>.
4. Wang, H., Gao, S., Yin, P. & Liu, J.N.-K. (2017). Competitiveness analysis through comparative relation mining: Evidence from restaurants' online reviews. *Industrial Management & Data Systems*, 117 (4), 672–687. DOI: <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2016-0284>.
5. Barna, M. Y., Hlinenko, L. K. & Dainovskyi, Y. A. (2020). Factory konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Factors of competitiveness of restaurant enterprises]. *Infrastrukturа rynku*, 39, 415–421. Available at: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/71.pdf. (in Ukrainian)

6. Voichak, A. V. (2001). *Marketynhovi doslidzhennia [Marketing researches]: navchalno-metodychnyi posibnyk dlia samostiinoho vyvchennia dystsypliny*. Kyiv: KNEU, 119. (in Ukrainian)
7. Halasiuk, S. S. & Naimark, K. A. (2017). *Otsinka konkurentnoho profilu pidpriemstv restorannoho hospodarstva. Teoretychni, metodolohichni ta praktychni aspekty konkurentospromozhnosti pidpriemstv: monohrafiia [Assessment of the competitive profile of restaurant enterprises. Theoretical, methodological and practical aspects of enterprise competitiveness: monograph] / za red. O.H. Yankovoho*. Odesa: Atlant, 247–260. Available at: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/6943> (in Ukrainian)
8. Dzysiuk, Y. V. (2019). *Faktory, shcho vyznachaiut konkurentospromozhnist zakladu restorannoho hospodarstva [Factors that determine the competitiveness of the restaurant]*. *Materialy Vseukrainskoi naukovopraktychnoi konferentsii "Stratehichni perspektyvy turystychnoi ta hotelno-restoranoi industrii v Ukraini: teoriia, praktyka ta innovatsii rozvytku"*. Uman: Vizavi, 329–331. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/dzysjuk.htm. (in Ukrainian)
9. Dmytruk, A. O. & Fiedotova, N. M. (2017). *Firmovyi styl zakladu kharchuvannia – italiiskoho restoranu «FLOUR» [Corporate identity of the restaurant – Italian restaurant "FLOUR"]*. *Rehionalni ZMI Ukrainy: istoriia, suchasnyi stan ta perspektyvy rozvytku: Materialy rehionalnoi naukovopraktychnoi Internet-konferentsii, 20–22 bereznia 2017 roku, m. Starobilsk*. 111–115. Available at: <http://dspace.luguniv.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/1776/RegionalniZMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=112>. (in Ukrainian)
10. DSTU 4281:2004. *Zaklady restorannoho hospodarstva. Klasyfikatsiia [Restaurants. Classification]*. Kyiv: Derzhspozhyvstandart, 2004. 16. (in Ukrainian)
11. Kyrnis, N.I. (2017). *Intehralnyi metod otsinky konkurentospromozhnosti keiterynhovykh pidpriemstv [An integrated method for assessing the competitiveness of catering companies]*. *Modernizatsiia ekonomiky v umovakh zrostantnia suspilnoi svidomosti: turyzm, liudynomirnist, partnerstvo, kooperatsiia: materialy II Vseukrainskoi naukovopraktychnoi internet-konferentsii (m. Poltava 14 hrudnia 2017 r.)*. Poltava: PUET, 301–303. Available at: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/9806/1/%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%BD%D1%96%D1%81.pdf>. (in Ukrainian)
12. Naherniuk, D.V. (2016). *Osnovni chynnyky, shcho formuiut konkurentospromozhnist pidpriemstv restorannoho hospodarstva [The main factors that shape the competitiveness of restaurants]*. *Efektivna ekonomika*. № 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142>. (in Ukrainian)
13. *Nakaz Ministerstva ekonomiky ta z pytan yevropeiskoi intehratsii Ukrainy №219 vid 24.07.2002 r. «Pro zatverdzhennia Pravyl roboty zakladiv (pidpriemstv) restorannoho hospodarstva» [About the statement of Rules of work of establishments (enterprises) of restaurant business]*. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02#top>. (in Ukrainian)