

Міністерство освіти і науки України  
Державний торговельно-економічний університет  
Вінницький торговельно-економічний інститут

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Формування та просування іміджу підприємств ресторанного бізнесу»

(за матеріалами ресторану «Престиж Хол»)

Здобувача вищої освіти  
4 курсу, групи ГРС-42д,  
спеціальності 241 «Готельно-  
ресторанна справа»  
освітньої програми «Готельно-  
ресторанна справа»

Білої  
Аліни  
Сергіївни

Науковий керівник  
кандидат географічних наук,  
доцент

Кізюн  
Алла  
Григорівна

Гарант освітньо-професійної  
програми  
кандидат економічних наук

Мазуркевич  
Ірина  
Олександрівна

Вінниця 2022

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ ..	5
1.1 Сутність, види, завдання іміджу підприємства ресторанного бізнесу .....	5
1.2 Параметри оцінки іміджу підприємства ресторанного господарства .....	9
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ ТА ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «ПРЕСТИЖ ХОЛ» .....	16
2.1 Організаційно-економічна характеристика закладу .....	16
2.2 Оцінка якості іміджу підприємства ресторанного бізнесу .....	22
РОЗДІЛ 3 НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОСУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ НА ПРИКЛАДІ РЕСТОРАНУ «ПРЕСТИЖ ХОЛ» .....	33
3.1 Вдосконалення методів формування та просування іміджу підприємства .....	33
3.2 Підвищення мотивації персоналу закладу .....	40
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ .....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	45
ДОДАТКИ .....	51

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Федчишин Д. Р., Миронов Ю. Б. Іміджевий фактор конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Інновації в управлінні асортиментом, якістю та безпекою товарів і послуг*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, м. Львів, 6 грудня 2018 року. Львів: Растр-7, 2018. 316 с. С.263-266. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/fedchyshyn.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/fedchyshyn.htm) (дата звернення 29.03.2022).
2. Ілляшенко С. М., Колодка А. В. Імідж організації як економічна категорія: сутність зміст, основні етапи формування. Вип. 2 (38). С. 164-170. URL: <http://repositoriy.kpi/kharkov.ua/handle/KhPI-Press/52216> (дата звернення 30.03.2022)ю
3. Дячук М., Буга Н. Формування та підтримка іміджу підприємства. *Науковий вісник МНУ імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки*. Вип. 2 (9), 2017. С. 12 -16. URL: <http://mdu.edu.ua/wp-content/uploads/Economic-visnik-9-2017-4.pdf>. (дата звернення 28.03.2022)
4. Вардеванян В. А. Проблемні аспекти формування іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Економіка та управління підприємствами*. Вип. IV (68), 2017. С. 82 - 91. URL: <http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2017/v4/10.pdf> (дата звернення 28.03.2022).
5. Колянко О. В. Імідж підприємства як фактор його конкурентоспроможності. *Підприємництво і торгівля*. 2018. Вип. 23. С. 93 – 97. URL: <http://journals-lute.lviv.ua/index.php/pidpr-torgi/article/view/66/61> (дата звернення 28.03.2022).
6. Таран-Лала О. М., Зось-Кіор М. В., Андрусенко М. М. Імідж підприємства як фактор впливу на його конкурентоспроможність. *Агросвіт*, 2020. № 7. С. 18 – 22. URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/7\\_2020/4.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/7_2020/4.pdf) (дата звернення 03.04.2022).
7. Кір'ян О. І. Формування іміджу організації як джерела її стійкості та прибутковості. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. №15-16. С 75 – 80. URL: [http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16\\_2020/15.pdf](http://www.investplan.com.ua/pdf/15-16_2020/15.pdf) (дата звернення 01.04.2022)

8. Нагернюк Д., Коваленко Л. Формування конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 31. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-249> (дата звернення 15.04.2022)

9. Говорун І.В., Макарова В.В. Напрями формування позитивного іміджу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 37. С. 204 – 209. URL: [http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37\\_2019\\_ukr/31.pdf](http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/31.pdf) (дата звернення 28.03.2022).

10. Каличева Н. Є., Прокопенко А. О. Підходи до створення універсального іміджу для забезпечення конкурентоспроможності підприємств громадського харчування. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. Вип. 60. С. 140-146. URL: [http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/5205/1/VETP\\_2017\\_60\\_140\\_146.pdf](http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/5205/1/VETP_2017_60_140_146.pdf) (дата звернення 05.05.2022).

11. Поняття і структура іміджу. URL: <https://jak.koshachek.com/articles/ponjattja-i-struktura-imidzhu.html> (дата звернення 28.03.2022).

12. Гладищук Я. А. Формування іміджу підприємства як фактор забезпечення його конкурентоспроможності. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wpcontent/uploads/2019/12/530.pdf> (дата звернення 05.04.2022).

13. Федорова В. А., Кірчатая І. Н. Процес формування іміджу підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2019. Вип. 23. С.233 – 243. URL: <http://ppb.khadi.kharkov.ua/article/view/186328> (дата звернення 28.03.2022).

14. Воронько-Невіднича Т. В. Особливості формування та впливу іміджу керівника на діяльність організації. URL: <http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/2017.pdf> (дата звернення 15.04.2022).

15. Одінцева С. В., Артеменко Л. П. Формування іміджу підприємства: світовий та вітчизняний досвід. *Актуальні проблеми економіки та науки*. Вип. 12, 2018. URL: <http://ape.fmm.kpi.ua/article/download/130972/126705> (дата звернення 28.03.2022).

16. Сенишин О. С., Кривешко О. В. Маркетинг: навч. посібник. Львів: Львівський національний університет імені Івана Франка, 2020. 347 с.

17. Орлов А. С., Власенко І. В. Особливості формування іміджу в закладах ресторанного господарства. *Збірник наукових праць ЛОГОΣ*. Вип 11, 2020 С 24-27. URL: <https://doi.org/10.36074/11.12.2020.v5.07> (дата звернення 29.03.2022).

18. Фаїзова С. О., Фаїзова О. Л., Гуцалова В. І. Позитивний імідж, як ключовий фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. №4. С. 36 – 40. URL: <http://efp.in.ua/uk/download/review?id=391> (дата звернення 28.03.2022).

19. Перевертайло Т. С., Чевганова В. Я. Оцінка іміджу підприємства оцінка іміджу підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. №23. С. 335 – 340. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/66.pdf> (дата звернення 11.03.2022).

20. Могилова А.Ю., Вознюк М.А. Формування комплексу заходів Public relations на підприємствах громадського харчування. *Економіка, управління та адміністрування*. 2019. № 4 (90). URL: <http://ema.ztu.edu.ua/article/download/192491/192823> (дата звернення 28.03.2022).

21. Федорова В. А. Классификация стратегий формирования имиджа предприятия. *Економіка та суспільство*. 2017. №9. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/9\\_ukr/113.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/113.pdf) (дата звернення 28.03.2022).

22. Єремян О. М., Бойко Л. І. Гудвіл під час придбання: методи розрахунку і розкриття в бухгалтерському обліку та фінансовій звітності. *Економіка та суспільство*. 2017. № 8. С. 748-755. URL: [https://economyandsociety.in.ua/journals/8\\_ukr/124.pdf](https://economyandsociety.in.ua/journals/8_ukr/124.pdf) (дата звернення 30.03.2022).

23. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки. Економічні науки*. 2017. №1 (54). URL: <http://nz.uad.lviv.ua/static/media/1-54/14.pdf> (дата звернення 29.03.2022).

24. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Методи оцінки конкурентоспроможності туристичних підприємств. *Вісник Хмельницького національного університету* 2018. № 3. Том 1. URL: [http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018\\_3\\_1/jrn/pdf/7.pdf](http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/pdfbase/2018/2018_3_1/jrn/pdf/7.pdf) (дата звернення 30.03.2022).

25. Постова В. В., Лук'янець А. В. Особливості формування та підтримка іміджу підприємств готельно-ресторанного бізнесу. *Підприємство та інновації*. 2020. № 14. С. 63-67. URL: <http://ejournal.in.ua/index.php/journal/article/download/370/361/> (дата звернення 31.03.2022).

26. Лебеденко Т. Е., Крусір Г. В., Соколова В. І., Шунько Г. С. Оцінка життєвого циклу готельно-ресторанного комплексу. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2021. Вип. 62. С. 32-37. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/lebedenko2.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/lebedenko2.htm) (дата звернення 01.04.2022).

27. Білоус С. В., Масюк Ю. О., Мункачій І. З. Застосування окремих методів менеджменту задля підвищення конкурентоспроможності ресторанного підприємства. *Держава та регіони. Економіка та підприємництво*. 2019. Вип. 6 (111). С. 60- 65. URL: <https://geography.lnu.edu.ua/wpcontent/uploads/2021/07/Bilous-Munkachiy-Masiuk-Zastosuvannia-okr-metodiv-men-2019.pdf>. (дата звернення 02.04.2022).

28. Шутенко В. П. PR-технології у ресторанному бізнесі. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти: Всеукраїнська науково-практична конференція докторантів, молодих учених та студентів*. Харків, 17 травня 2019 року. Харків, ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2019. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis09-23.html>

29. Лисюк Т. В., Терещук О. С., Демчук О. А. Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 28. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/514/492> (дата звернення 05.04.2022).

30. Миронова М. І., Миронов Ю. Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності: *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції*. м. Черкаси, 16–17 квітня 2020 р. Черкаси, 2020. С. 517–520.

31. Гапоненко Г. І., Євтушенко О. В., Шамара І. М., Холодок В. Д. Основні тенденції розвитку ресторанного господарства України в сучасних умовах. *Вісник ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. 2021. Вип. 14. С. 132-141. URL: <https://periodicals.karazin.ua/irtb/article/download/18353/16694> (дата звернення 05.04.2022).

32. Гриценко Н. В. Особливості формування корпоративної культури організації. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2017. № 59. С. 284 – 290.

33. Колацька А. О. Шляхи підвищення якості обслуговування на підприємствах ресторанного господарства. *Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції, 15–16 травня 2019 р.* URL: <https://turizmliol.wordpress.com/> (дата звернення 05.04.2022).

34. Пушкар З. М., Панчук Д. В. Корпоративна культура в контексті діяльності організації. *Молодий вчений*. 2017. № 10 (50). С. 1025 – 1028.

35. Просування бренду в інтернеті: стратегії, канали розкрутки. URL: <https://seo-evolution.com.ua/blog/reklama-v-internete/prodvizhenie-brenda-v-internete-strategii-kanalyi-raskrutki> (дата звернення 05.04.2022).

36. Носань Н. С., Коршуков Р. В. Управління мотивацією персоналу на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/379/366> (дата звернення 05.04.2022).

37. Козубова Н. В. Особливості мотивації персоналу ресторанного бізнесу. *Сучасні проблеми управління підприємствами: теорія та практика*. 2018. URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/> (дата звернення 05.04.2022).

38. Непочатенко В. О. Мотивація персоналу в готельному господарстві. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 31. URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/709/682> (дата звернення 05.04.2022).

39. Крайнюк Л. М., Полчанінова І. Л., Шишлакова О. В. Особливості мотивації праці на ресторанных підприємствах м. Харкова. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2018. Вип. 2(10). URL: <http://irbis->

nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\_nbuv/cgiirbis\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE\_FILE\_DOWNLOAD=1&Image\_file\_name=PDF/mnjie\_2018\_2\_12.pdf (дата звернення 09.04.2022).

40. Олефіренко М. В. Вплив нематеріальних мотивацій на підвищення конкурентноздатності ресторанних закладів: матеріали *Міжн. наук. –практ. інтерн.-конф.*, 24 листопада 2020 р. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/tpzpsg/wp-content/uploads/sites/18/95olefirenko-m.v.vplyv-nematerialnyh-motyvacij-na-pidvyshchennja-konkurentnozdatnosti-restorannyh-zakladiv.pdf> (дата звернення 10.04.2022).