

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ»

(на матеріалах мережі кав'ярень «Bigman Coffee»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-41д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Загородної
Маріни
Анатоліївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Рябенька
Марина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	
1.1 Сутність прибутку як економічної категорії	6
1.2 Управління прибутком та рентабельністю на підприємствах індустрії гостинності	12
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ В МЕРЕЖІ КАВ'ЯРЕНЬ «BIGMAN COFFEE»	
2.1 Організаційно-економічна характеристика досліджуваного підприємств	18
2.2 Оцінка ефективності управління прибутком та рентабельності мережі кав'ярень «Bigman Coffee»	27
РОЗДІЛ 3 ЗАХОДИ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ТА РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ В МЕРЕЖІ КАВ'ЯРЕНЬ «BIGMAN COFFEE»	
3.1 Основні напрямки підвищення прибутку в досліджуваному закладі	31
3.2 Підвищення ефективності розподілу прибутку та рентабельності в мережі кав'ярень «Bigman Coffee»	36
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	38
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	40
ДОДАТКИ	45

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Господарський кодекс України: Закон України № 436-IV від 16.01.2003 р.. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2003. №18-22 . URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення 15.03.2023).
2. Державний служба статистики України URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/fin/chpr/chpr_reg/chpr_reg_u/chpr_reg_0918_u.htm. (дата звернення: 17.01.2023).
3. Азарова А. О., Нікофірова Л.О. Економіка підприємства: навч. посіб. Вінниця: ВНТУ, 2016. 216 с.
4. Андренко І.Б., Кравець О. М., Писаревський І. М. Менеджмент готельно-ресторанного господарства: підручник; Харк. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків: ХНУМГ, 2016. 431 с.
5. Архіпов В.В., Іванникова Є.І., Іванникова Т.В. Барна справа: технологія продукції та організація обслуговування: навч. посіб. Київ: «Інкос», 2018. 360 с.
6. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: навчю посіб. Київ: ЦУЛ, 2017. 280 с.
7. Бабко Н. М., Мандич О. В., Сєвідова І. О., Романюк І. А., Квятко Т. М. Поведінка споживача: навч. посібник. Харків: ХНТУСГ, 2020. 170 с.
8. Балабанова Л.В, Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємства: навч. посібник. Київ: ВД «Професіонал». 2020. 76 с.
9. Бойчук І. Економіка підприємства: навч. посіб. Львів: Полтава, 2017. 102 с.
10. Болтянська Л.О., Анжреєва Л.О., Лисак О.І. Економіка підприємства: навч. посіб. Херсон: Олді-Плюс, 2015. 668 с.
11. Бондаренко К. В; Ніколайчук О. А., Лебеденко Т. Є., Герасименко К. О. Обґрунтування стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності

готельно-ресторанної індустрії України. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського*. 2021. № 5. С. 25-32.

12. Борисова О.В. Тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2021. Вип. 1(2). С. 331-338.

13. Булгакова А.К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства. *Науково-технічний збірник*. 2018. № 102. С. 494-498.

14. Гиль О. О. Економіка та організація діяльності об'єднань підприємств: навч. посіб. Київ: Ліра - К, 2015. 248 с.

15. Городняк І.В. Поведінка споживача: навч. посібник. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2018. 256 с.

16. Гуменна О. В., Гончарова К. О. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент у маркетингу. *Наукові записки НаУКМА*. 2018. Т. 3. С. 38-44.

17. Довгань Л.П., Клішина М.С. Використання прийомів і інструментів фінансового менеджменту для забезпечення підвищення вартості корпоративних прав (на прикладі ПАТ «Арселорміттал Кривий Ріг»). *Бізнес навігатор*. 2019. Вип. 6.1–1(56). С. 163–171.

18. Дем'янова М. О. Сучасні методи впливу на поведінку споживачів ресторанного бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.173. С. 355-362.

19. Жарська І.О. Поведінка споживача: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 208 с.

20. І. А. Назаренко, О. А. Боднарук. Організація обслуговування в закладах ресторанного господарства: навч. посібник. Кривий ріг: Доннует, 2020. 116 с.

21. Івашина Л. Л. Перспективи розвитку ресторанного бізнесу як складника індустрії гостинності. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 14. С. 597-600.
22. Карпенко Н. В., Іваннікова М.М. Нейромаркетинг для малого бізнесу. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2020. № 2 (98). С. 65-74.
23. Карпенко Н. В., Іваннікова М. М. Сучасний цифровий споживач та його особливості. *Маркетингові технології в умовах глобалізації економіки України*: тези доповідей XV міжнар. наук.-практ. конф. (26-28 листоп. 2020 р., м. Хмельницький). Хмельницький: ХНУ, 2020. С. 69-71.
24. Клевцов Є. Г. Базисні основи формування конкурентних переваг за рахунок взаємодії готельного бізнесу та ресторанного господарства. Сучасні підходи до управління бізнесом: теорія і практика: колективна монографія. Oktan print s.r.o.. 2021. 93с.
25. Куцик П. О. Головацька С.І. Оцінка ефективності контролінгу у систем і управління підприємства Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: О. В. Ярошук (голов. ред.) та ін. Тернопіль: Видавничо поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2017. Том 27. №2. С. 145-155. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecan_2017_27%282%29__21 (дата звернення: 11.02.2023).
26. Куц А. О. Інноваційні технології як засіб підвищення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. *Фізичні процеси та поля технічних і біологічних об'єктів*: зб. Матеріалів хіх міжнар. Наук.-техн. Конф. Кременчук. 2020. С. 64-66.
27. Любарська М. А., Ларіонова А. А. Економічні проблеми сфери послуг. *Економічний вектор*. 2020. №2 (21). С.68–72.
28. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. Київ: КНЕУ, 2019. 352 с.

29. Прохорова В.В., Давидова О.Ю. Організація виробництва: навч. посіб. Харків: Іванченка І.С., 2018. 275 с.
30. П'ятницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2017. 584с.
31. Ресторан Рахман в Facebook <https://www.facebook.com/profile.php?id=100083570790639> (дата звернення: 02.03.2023).
32. Скопенко Н.С., Бовкун А.О., Петренко О.Я. Оптимізація економічних рішень: навч. посіб. Київ: НУХТ, 2018, 80 с.
33. Скригун Н. П., Метейко В. О. Нейромаркетинг як засіб психологічного впливу на споживача. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія: Економіка і менеджмент. 2018. № 12. С 67-70.
34. Трайно В. М. Використання сприйняття споживачів у маркетинговій діяльності. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2020. № 10 (42), Т. 1. С. 142–148.
35. Трайно В. М. Вплив ситуаційних чинників на поведінку споживачів. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2021. № 8 (52). С. 25-29.
36. Трайно В. М., Захаренко-Селезньова А. М., Яловега Н. І. Маркетингові інструменти впливу на клієнтів, як система управління продажами. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2021. № 1 (290). С. 44-48.
37. Трайно В. М. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни «Поведінка споживачів» студентами спеціальності 075 «Маркетинг» ступеня бакалавра ПУЕТ. Полтава: ПУЕТ, 2018. 149 с.
38. Трайно В. М. Особливості поведінки споживачів в умовах COVID-19. *Економіка та суспільство*. 2021. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/550> (дата звернення: 02.02.2023).

39. Ушкальов В.В. Психологія та поведінка споживача: конспект лекцій для студентів першого (бакалаврського) рівня. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 100 с.

40. Шваб Л.І. Економіка підприємства: навч. посіб. Львів: Світ, 2017. 256 с.