

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

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«ВПРОВАДЖЕННЯ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ»**

(за матеріалами ресторану «Т-Bone»)

Здобувача вищої освіти
2 курсу, групи ГРС-21д(м)
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Штефанюка
Віталія
Олександровича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

Рябенська
Марина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук,
доцент

Рябенська
Марина
Олександрівна

ЗМІСТ

ВСТУП		3
РОЗДІЛ 1	ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ	
	КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ	
	ПІДПРИЄМСТВОМ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	7
1.1	Концептуальні засади визначення сутності та основних складових клієнтоорієнтованого підходу	7
1.2	Розробка та впровадження клієнторієнтованої стратегії підприємства ресторанного бізнесу	12
1.3	Моделі впровадження клієнтоорієнтованого підходу в управління рестораном	17
РОЗДІЛ 2	АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «T-BONE» НА РИНКУ ПОСЛУГ ТА ОЦІНКА ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ	24
2.1.	Загальна характеристика ресторану «T-Bone»	24
2.2	Аналіз та оцінка фінансово-економічної діяльності досліджуваного закладу	28
2.3.	Дослідження рівня лояльності клієнтів до ресторану «T-Bone»	32
РОЗДІЛ 3	РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «T-BONE» НА ЗАСАДАХ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ	
3.1	Розробка програм лояльності для клієнтів ресторану «T-Bone»	38
3.2	Підвищення клієнтоорієнтованого сервісу обслуговування клієнтів досліджуваного закладу	44
	ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	48
	СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52
	ДОДАТКИ	58

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Акіліна О.В. Проблеми підготовки сучасних менеджерів. Бізнесаналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю. Збірник тез виступів на I Міжнародній науково-практичній конференції, 8-9 листопада 2017 р. Київ: Видавничо-поліграфічний дім «Формат», 2018 р. С. 50-55.
2. Аніськіна І.В. Підприємство як клієнтоорієнтована система. *Ефективна економіка*. 2018. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=2051>.
3. Антошкова Н. А. Клієнтоорієнтований сервіс як пріоритетний споживчий запит споживачів підприємства ресторанного господарства у XXI столітті. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 6. Том 1. С. 14-18.
4. Баксалова О.М. Формування ефективної системи мотивації праці на підприємстві. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2019. № 6, Т. 3. С. 194-197.
5. Биба В.В., Теницька Н.Б. Якість продукції як чинник конкурентоспроможності підприємства. *Вісник «Економіка і Суспільство»*. 2017. № 12. С. 174-180.
6. Біліченко О.С. Класичні і сучасні моделі мотивації трудової діяльності. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2017. № 4. С. 119-125.
7. Бовш Л. А., Гопкало Л. М., Расулова А. М. Диверсифікаційний підхід до клієнтоорієнтованого управління діяльністю суб'єктів готельно-ресторанного бізнесу. *Наукові горизонти*. 2020. Т. 23. № 11. С. 88-100.
8. Бойчук І. В. Адаптація управління маркетингом до умов пандемії COVID-19. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. Хмельницький: ХНУ, 2020. № 5. С. 38-41.
9. Бондаренко А. Ф., Розкошна О. А., Косенко В. І. Сучасні аспекти розвитку клієнтинг-стратегії банку. *Бізнес-Інформ*. 2019. № 3. С. 313–318.

10. Бочарова О.Н. Перспективні напрямки розвитку малого і середнього бізнесу в нових умовах. *Соціально-економічні явища і процеси*. 2017. Т. 9, № 6. С. 11-15.
11. Вантух Т. З. Сутність та визначення поняття «клієнтоорієнтована депозитна політика». *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 2018. Вип. 2. С. 17–25.
12. Василик А.В. Компетенції HR фахівця в епоху цифрових технологій. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. № 9. 2018. С. 119-127.
13. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво: монографія. Київ : Знання України, 2015. 463 с.
14. Вартанова О. Компетенція підприємства у стратегічному управлінні знаннями: формування та розвиток: монографія. Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2012. 340 с.
15. Весельська А. Л. Гендерний аспект лідерства: теоретичний аналіз. *Наука і освіта*. 2018. №5 (122). С. 19-24.
16. Возна М. Підходи до оцінки лідерських якостей керівника. URL: <http://kerivnyk.info/2014/04/vozna.html>.
17. Волинець В.В. Засоби переконання та стимулювання (заохочення) у забезпеченні зобов'язань за трудовим договором. *Форум права*. 2018. № 1. С. 92-98.
18. Воржакова Ю.П. Використання клієнтоорієнтованого підходу при формуванні конкурентної політики на поліграфічних підприємствах URL: <http://ir.kneu.edu.ua:8080/handle/2010/9012>.
19. Голубовський Р. Клієнтоорієнтованість та як нею скористатись клієнту. URL: <http://blog.golubovsky.com/client-orientation-for-client>.
20. Гросул В.А. Лояльність споживачів як основний критерій формування конкурентних переваг підприємств ресторанного господарства. *Економіка та управління підприємствами Мукачівський державний університет*. Мукачево, 2018. № 15. С. 272–277.

21. Дейнека О. Клієнтоорієнтованість роздрібного мережевого підприємства: кроки від декларації до реалізації. *Економічний аналіз*. 2017. Вип. 5. С. 75–79.
22. Дідченко О. І. Маркетинговий потенціал підприємства як складова економічного потенціалу. *Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності*. 2017. Вип. 1(3). С. 269-272.
23. Дороніна М. Формування та розвиток професійної компетентності управлінського персоналу. Харків: ВД "ІНЖЕК", 2018. 368 с.
24. Економічна правда. «Через 2-3 роки 50 % ресторанів вийдуть в онлайн». URL:<http://www.epravda.com.ua/news/2016/06/6/595148/>.
25. Зайцева І.В. Компетентність як основа формування майбутнього фахівця економічної сфери. Наукові дослідження – теорія та експеримент: матеріали міжнародної науково-практичної конференції. Полтава, «Інтер Графіка». 2020. С.37-40.
26. Захаренко Д.С. Клієнтоорієнтованість підприємства: сутнісні характеристики. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2019. № 4(22). С. 187–194.
27. Ніколаєва А. М. Формування стратегії досягнення конкурентних переваг підприємств м'ясної промисловості: дис. канд. наук: 08.00.04. Луцьк: ЛНТУ, 2019. 218 с.
28. Каліна І.І. Сучасна парадигма інформаційного забезпечення маркетингу інновацій. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2018. Випуск 34. С. 316-322.
29. Кваско А. В., Лавренюк М. М. Потенціал підприємства на основі клієнтоорієнтованого підходу. *Інтелект XXI*. 2013. № 1-2. С. 69-78 URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/int_XXI_2013_1-2_10.pdf.
30. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: навч. посіб., 2-ге вид., переробл. і доповн. Київ : Знання, 2016. 406 с.
31. Клієнтоорієнтованість – це вулиця з двобічним рухом. URL: <http://nbr.com.ua/novosti/492-klientoorientovanist-tse-vulitsya-z-dvobichnimrukhom>. (дата звернення 22.08.2021).

32. Ковальська Н. А. Формування професійної компетентності майбутніх фахівців економічного профілю. *Innovative Educational Technologies: European Experience and Its Application in Training in Economics and Management. Training. Poland: WSBiP, 2017. P. 55-58.*
33. Коленда Н. В. Виробнича стратегія підприємства: класифікація та види. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2018. Вип. 23(1). С. 103-107. URL: 80 [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23\(1\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmgu_eim_2017_23(1)_24).*
34. Корінев В. Л., Мартиненко Д. О. Стратегічне планування маркетингу як складова адаптивного управління підприємством. *Держава та регіони. 2019. № 3 (78). С. 71-74*
35. Костецька Н.І. Методичні аспекти формування стратегії зниження витрат підприємства. *Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць. Дніпропетровськ : ДНУ, 2018. С. 443-450.*
36. Ковальчук С. В. Клієнтоорієнтованість – сучасне спрямування маркетингової концепції. Тези доп. IV Всеукр. наук. конф. мол. учен. та студ. «Актуальні проблеми та перспективи розвитку маркетингового управління» 4 листопада 2016 р. м. Київ. Київ: КНУТД. 2016. С. 10-11.
37. Комарніцька І. А., Андрушккевич З. М. Клієнтоорієнтованість – сучасний підхід до ведення бізнесу. Збірник тез доповідей XX міжнар. наук.-практ. конф. «Проблеми планування в ринкових умовах» 28-30 жовтня 2021 р., м. Хмельницький. Хмельницький : ХНУ, 2021. С. 7-8.
38. Малюкіна А. О. Обґрунтування впровадження CRM-системи для удосконалення процесу прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Науковий вісник Полісся. 2015. № 1 (1). С. 85-90.*
39. Манн И. Клиентоориентированность: что делать, как делать, взять и сделать URL: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=1478>.
40. Матвійчук Т. В., Церклевич В. С., Коломієць О. М. Психологія споживачів кави і компетентність бариста. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2019. № 58. С. 99-106.*

41. Момот В.М., Нежурко В.В. Способи управління якістю на підприємствах ресторанного типу. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2013. № 3 (15). С. 71–78.
42. Момот О. І. Можливості використання міжнародних стандартів для побудови інтегрованих систем менеджменту. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну*: зб. наук. Праць. К., 2017. № 5 (37). С. 133-138.
43. Моргулець О. Б. Клієнтоорієнтована модель сервіс-менеджменту. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. № 4. Вип. 9. С. 111–115.
44. Моргулець О. Б. Менеджмент у сфері послуг : навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2017. 384 с
45. Папенко Л. М. Підходи до визначення поняття «клієнтоорієнтованість» у контексті управління сервісним підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Вип. 15. С. 67-70.
46. Романчукевич М. Й. Клієнтоорієнтованість як інструмент формування конкурентних переваг компанії. *Економіка та управління підприємствами. Інфраструктура ринку*. 2018. Випуск 21. С. 165-173.
47. Рябокони Н. П., Мартінович В. Г. Індикатори клієнтоорієнтованого підходу. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. Випуск 21. Частина 2. С. 104-107.
48. Соколов А. В., Рубан К. А. Клієнтоорієнтованість – основна цінність корпоративної культури сучасної організації. *Причорноморські економічні студії*. 2017. Вип. 22. С. 113-115.
49. Сухенко Ю.Г., Сухенко В.Ю. Особливості ресторанного бізнесу в Україні. URL: <http://who-is-who.com.ua/bookmarket>.
50. Татаревська М. С., Збрицька Т. П., Савченко Г. О. Управління розвитком персоналу: навчальний посібник. Одеса: Атлант, 2013. 427 с.

51. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
52. Устьян О. Ю. Концептуальний підхід до впровадження клієнтоорієнтованого маркетингу на підприємстві сфери розваг і відпочинку. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2017. № 2-3 (63-64). С. 61-68.
53. Халіна В. Структурно-функціональний підхід до формування клієнтоорієнтованої стратегії розвитку підприємств. *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/118>.
54. Штефанюк
55. Штефанюк
56. Юрчак Е. В. Особливості формування лояльності споживачів до ресторанного бренду. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2014. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3706>.
57. Narver J.C., Slater S.F. The Effect of a Market Orientation on Business Profitability. *Journal of Marketing*. 1990. 54(4). P. 20–35.
58. Farley J. U., Webster F. E. Corporate culture, customer orientation and innovativeness in Japanese firms: a quadrant analysis. *Journal of Marketing*. 1993. 57 (1). P. 23–37.

ДОДАТКИ