

**ВИЗНАЧЕННЯ ЗНАЧУЩОСТІ ПОКАЗНИКІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ
РЕСТОРАННИХ ЗАКЛАДІВ**

В статті висвітлено сутність, зміст, переваги та недоліки методів визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства. Обґрунтовано, що визначення рівня конкурентоспроможності має відбуватися на основі комплексного аналізу із застосуванням теоретичних і емпіричних методів; розроблено алгоритм визначення оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства на місцевому рівні. Пропонується і апробується методика визначення ступеню узгодженості думок експертів на основі коефіцієнту конкордації.

Ключові слова: конкурентоспроможність, місцевий ринок, експертний метод, коефіцієнт конкордації.

DRUZHYNINA V.
SOSNOVSKA J.

Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi University

**EXPERT ASSESSMENT METHOD FOR DETERMINING THE VALUE OF THE
COMPETITIVENESS INDICATORS OF THE RESTAURANT AGENCY**

The aim of the article is to determine the significance of the competitiveness indicators of a restaurant enterprise taking into account statistical and heuristic methods. The article describes the essence, content, advantages and disadvantages of methods for determining the competitiveness of restaurants. It was confirmed that the definition of the level of competitiveness should be based on a comprehensive analysis using statistical and heuristic methods; an algorithm for determining the level of competitiveness of a restaurant business is developed, taking into account such methods. To determine the importance of the expert method in assessing the level of competitiveness, attention is focused on the sixth stage of the algorithm – calculation of the concordance coefficient. The concordance coefficient (W) can take values from 0 to 1, which shows the consistency of expert opinions when ranking certain properties. Among the many methods it is proposed to use the method of peer review. This makes it possible to use a survey of a group of experts to determine the competitive advantages of a public catering establishment. According to eight experts, which include restaurateurs, human resources specialists, marketers and regular customers, the most important features of the restaurant establishment were selected, such as price, location, cuisine, image, staff and others. Applying the method of calculating the concordance coefficient (according to calculations, the value of the coefficient of concordance is 0.61), it has been proved that the assortment of dishes, the location and the price of the average check are competitive features. The conducted research allows to draw the following conclusions: firstly, as a result of the research, the advantages and disadvantages of methods for determining the competitiveness of restaurant business enterprises are determined. The method of expert evaluation gives an objective description of the qualitative and quantitative aspects of the forecasting object on the basis of processing and analysis of the set of individual opinions of experts; secondly, the thoughts of eight experts showed which criteria in the work of a restaurant-type enterprise are on average needed by the consumer. By calculating the concordance coefficient, an average consistency of expert opinions is determined. In the future, the basis for scientific research will be to determine the level and assessment of the competitiveness of the restaurant establishment.

Keywords: competitiveness, local market, expert method, coefficient of concordation.

Постановка проблеми та її актуальність. В період глобалізації виробництва товарів і послуг єдиним критерієм ефективності та затребуваності є їх конкурентоспроможність. Ріст ефективності безпосередньо впливає на збільшення прибутку та розвитку підприємства в конкурентній боротьбі, особливо в час бурхливого науково-технічного прогресу.

Ресторанний бізнес є однією із найбільш вагомих складових сфери послуг, яка виступає одним із засобів високоліквідного використання капіталу та має високі можливості на ринку. У всьому світі він є одним із найбільш вигідних видів малого бізнесу, тому заклади та підприємства завжди конкурують за оптимально вигідне положення на ринку та найбільш перспективні його сегменти; за пошук нових та утримання постійних клієнтів [1].

На даний час поняття «конкурентоспроможність» має багато визначень різних вчених, на цю тему й досі проводяться дослідження та дискусії. Конкурентоспроможність розглядається як характеристика, як властивість, як здатність, як категорія. Але в загальному більше є відносною характеристикою, яка відображає відмінність процесу розвитку одного виробника від конкурента як за рівнем задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності.

На сьогоднішній день існує багато методів визначення конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства та її вдосконалення. Серед них матричні методи; методи, які базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції або послуги; методи, які базуються на теорії ефективної конкуренції; комплексні методи, на основі інтегральної оцінки та інші. Від правильного вибору певного методу залежить успіх заходів щодо підвищення конкуренції. Проблема полягає в тому, що

конкурентність повинна вимірюватися не одним або декількома методами та показниками, а цілою їх системою. Наприклад, визначення тільки приватних показників ефективності роботи ресторану на основі матричних методів не дозволяє з достатньою точністю провести порівняння загального рівня продуктивності і одержуваного прибутку. Тим паче, приватна інформація закладу не завжди є загальнодоступною. В такому випадку на допомогу приходить метод експертного оцінювання, який дозволяє зрозуміти психологію споживача і дати йому саме ті умови співпраці, які він бажає отримати. Це і тримає підприємство на лідируючих позиціях ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених. Вагомий внесок у дослідженнях конкурентоспроможності зробив М. Портер [2]. На його думку, чим сильніше розвинена конкуренція підприємства на внутрішньому ринку країни і вище за вимогу покупців, тим більше ймовірність його успіху на міжнародних ринках. Він виділяє два види конкурентних переваг: зовнішню (перевага у властивостях товару) і внутрішню (перевага підприємства у витратах виробництва).

В наукових працях Дж. Чорліана та В. Сама за допомогою онлайн опитування та тренінгів працівників досліджено вплив різних заходів на конкурентоспроможність фірми [3].

Серед вітчизняних науковців дослідженням конкурентоспроможності промислових підприємств займалися: Астахова І. [4], Іванов Ю.Б. [5], Труніна І.М. [6], Оберемчук В.Ф. [7], Загорянська О.Л. [8], Сакун Л.М. [9].

В галузі ресторанного господарства конкурентоспроможність досліджували Подлепіна П.О. [10], Михайлова Н.В. [11], Дружиніна В.В. [12, 13] та інші. Моніторинг місцевого ринку ресторанних послуг провели Дружиніна В.В., Труніна І.М., Сосновська Ю.Р. [1]. Метод експертного оцінювання в своїх наукових працях відзначили Леонт`єва Ю.Ю. [14], Шарко В.В. [15], Журан О.А. [16] та інші.

Невелика кількість публікацій, пов'язаних з використанням методу експертних оцінок для визначення конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства, особливо на місцевому рівні, зумовлює актуальність даного дослідження.

Постановка завдання. Мета статті – визначення значущості показників конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з урахуванням статистичних і евристичних методів.

Результати досліджень. В умовах ринкової економіки конкуренція є формою економічної боротьби між окремими суб'єктами ринку за кращі умови задоволення свого попиту, кращі умови та результати господарювання. Галузева конкуренція передбачає суперництво окремих підприємств-продавців товарів та послуг у задоволенні потреб споживачів, в обсягах реалізації товарів та послуг, в частках обслуговування ринку та відповідно масі одержаного прибутку.

Існує багато методів визначення конкурентоспроможності підприємства, які мають свою характеристику, переваги та недоліки. Найбільш відомі з них наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Методи оцінки конкурентоспроможності ресторанного закладу*

Назва	Характеристика	Переваги	Недоліки
Матричні методи	В основі лежить побудова матриць: БКГ, Портера, моделі групи Мак-Кінсі, «Привабливість галузі – конкурентоспроможність» та інших.	Висока адекватність оцінки	Потреба наявності точної маркетингової інформації; неможливість проведення аналізу причин ситуації
Методи, які базуються на проведенні оцінки конкурентоспроможності продукції або послуги	Конкурентоспроможність підприємства та товару (послуги) знаходяться в прямій залежності. Визначається відношення «ціна – якість»	Оцінка конкурентоспроможності виробленого товару чи послуги	Відсутність повної характеристики слабких і сильних сторін підприємства
Методи, які базуються на теорії ефективної конкуренції	Найбільш конкурентними є ті підприємства, в яких налагоджена робота всіх підрозділів. Досліджуються переваги наявності робочих ресурсів	Враховування різних елементів роботи підприємства	Рівень конкурентоспроможності підприємства визначається сумою різних елементів цієї складної системи, що є помилковим
Комплексні методи, на основі інтегральної оцінки	Конкурентоспроможність – величина інтегральна по відношенню до поточної конкурентоспроможності та конкурентного потенціалу, які в рамках інтегрального показника можуть відрізнятися	Можливість прогнозування майбутньої динаміки конкурентоспроможності підприємства	Визначення поточної та потенційної конкурентоспроможності здійснюється методами, вказаними вище, тому їх недоліки можуть перейти на даний метод

*Таблиця складена автором на основі [17, 18]

Результати аналізу табл. 1 демонструють, що наведені методи мають свої особливості, переваги та недоліки. Деякі дають можливість визначити конкурентоздатність певного товару чи послуги, інші в свою чергу – конкурентоздатність підприємства взагалі. Але кожен з даних методів має свої недоліки, вони не дають повноцінної відповіді на питання: «Що наразі потрібно сучасному споживачеві?», тому пропонується інший підхід до визначення конкурентоспроможності підприємства.

Сьогодні власники виробництва товарів та послуг намагаються змінювати свої напрями діяльності від «політики отримання прибутку» до «роботи задля споживачів». Тому використання саме експертного оцінювання конкурентоспроможності підприємства є більш доцільним у такому різноманітті методів.

Експертні оцінки найбільш часто використовуються в практиці оцінювання складних систем на якісному рівні. Термін «експерт» походить від латинського «expert» – «досвідчений». Експерти – фахівці, яким відомі специфічні сторони досліджуваного явища.

При використанні експертних оцінок зазвичай передбачається, що думка групи експертів надійніше, ніж думка окремого експерта. У деяких роботах відзначається, що це припущення не є очевидним, але одночасно стверджується, що при дотриманні певних вимог в більшості випадків групові оцінки надійніше індивідуальних. Для підвищення достовірності одержуваних результатів треба володіти теоретичними і методичними основами використання даних методів [19].

Алгоритм визначення оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з урахуванням статистичних і евристичних методів наведено на рис. 1.

Для визначення вагомості показників конкурентоспроможності за допомогою евристичних методів, зокрема експертного, акцентується увага на шостому етапі алгоритму – розрахунку коефіцієнта конкордації. Коефіцієнт конкордації (W) може приймати значення від 0 до 1, що показує узгодженість думок експертів при проведенні ранжирування певних властивостей:

$$W = \begin{cases} [0; 1] \\ 0 \leq x \leq 1 \end{cases}, \quad (1)$$

при цьому, якщо $x \in [0;0,1)$ – думка експертів неузгоджена; $x \in [0,1;0,3)$ – низька узгодженість; $x \in [0,3;0,7)$ – середня узгодженість; $x \in [0,7;1]$ – висока узгодженість.

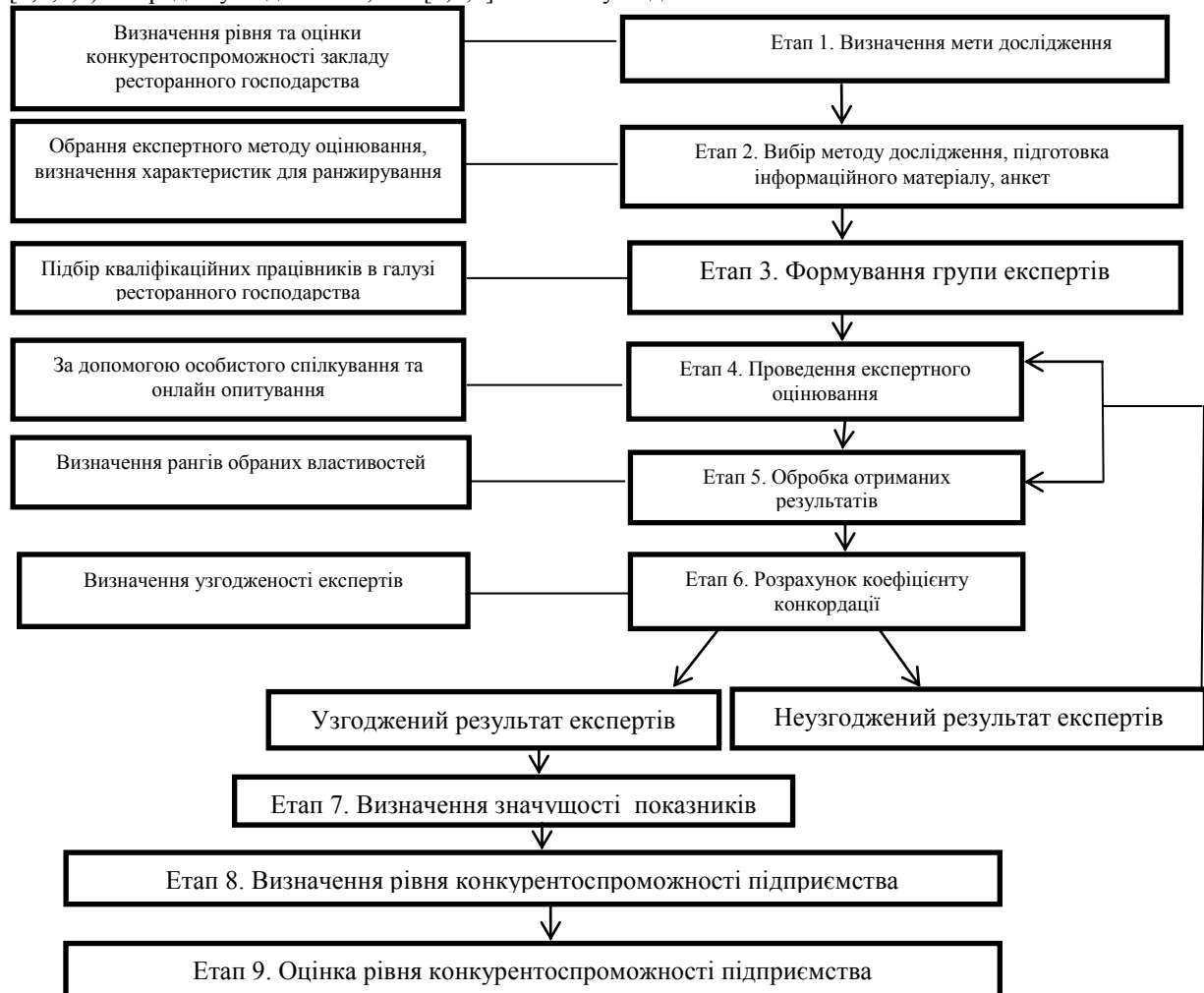


Рис. 1. Алгоритм визначення оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства ресторанного господарства з урахуванням статистичних і евристичних методів

Узгодженість ранжирування, здійсненого експертами, необхідно визначати для підтвердження правильності гіпотези про те, що експерти роблять відносно точні вимірювання. В тому випадку, якщо думка експертів є неузгодженою, змінюють склад групи або проводять повторне опитування.

При здійсненні ранжирування використовується метод рангів. Його сутність полягає в тому, що кожній властивості об'єкта присвоюється свій певний ранг. Причому кожним експертом, що входить в експертну групу, цей ранг присвоюється самостійно, в результаті чого виникає необхідність обробки цих даних з метою виявлення узгодженості думок експертів. Здійснюється цей процес за допомогою розрахунку коефіцієнта конкордації.

Головна перевага методу рангів – простота здійснення. Основними недоліками методу є: невелика кількість об'єктів ранжирування, оскільки при перевищенні їх кількості (15–20), стає важко присвоїти об'єктивні рангові оцінки; на підставі використання даного методу залишається відкритим питання про те, наскільки далеко за значимістю знаходяться досліджувані об'єкти один від одного.

Ранговий коефіцієнт конкордації Кендала використовується з метою визначення залежності між кількісними і якісними ознаками, що характеризують однорідні об'єкти і ранжированих за одним принципом. Визначення даного коефіцієнта здійснюється за формулою:

$$t = \frac{2S}{n(n-1)}, \quad (2)$$

де S – сума різниць між числом послідовностей і числом інверсій за другою ознакою;
 n – кількість спостережень.

Даний коефіцієнт показує залежність між двома змінними, і в більшості випадків називається ранговим коефіцієнтом кореляції Кендала. У разі, якщо кількість ранжированих ознак або факторів перевищує 2, використовують коефіцієнт конкордації, який, по своїй суті, являє собою множинний варіант рангової кореляції. Розрахунок коефіцієнта конкордації заснований на відношенні відхилення суми квадратів рангів від середньої суми квадратів рангів, помноженого на 12, до квадрату експертів, помножених на різницю між кубом числа об'єктів і числом об'єктів.

$$W = \frac{12S}{m^2(n^2-n)}, \quad (3)$$

де m – число експертів,
 n – число властивостей.

Отримане значення оцінюється на значимість за допомогою коефіцієнта Пірсона множенням даного коефіцієнта на кількість експертів і на число ступенів свободи. Отриманий критерій порівнюється з табличним значенням, і при перевищенні значення першого над останнім, говорять про значущість досліджуваного коефіцієнта [20].

Експертний метод на практиці був проведений в галузі ресторанного господарства. Базою дослідження обрано ресторанно-готельний комплекс в місті Кременчук, конкурентними перевагами якого є вигідне місце розташування, забезпечення транспортним вузлом, прийнятні ціни, особливості кухні. За допомогою думок восьми експертів, до складу яких входять ресторатори, спеціалісти з кадрових відділів, маркетологи та постійні клієнти визначено коефіцієнт конкордації.

Перш, ніж оцінити конкурентоспроможність, необхідно визначити ранги головних властивостей підприємства ресторанного господарства, які беруть участь у проведеній оцінці. В якості таких властивостей виступають наступні: місце знаходження ресторану, асортимент страв (меню), імідж закладу, кваліфікація обслуговуючого персоналу, розважальна програма, інноваційний підхід до роботи, приналежність до мережі відомих ресторанів, заклад у комплексі з готелем, ціна (середній чек).

В табл. 2 наведені результати ранжирування даних властивостей та розрахунку коефіцієнту конкордації. Табличний критерій Пірсона при 1% рівні значущості становить 18,5, а при 5% – 14,1. Ці числа – менше розрахункового значення ($8 \times 0,61 \times (9-1) = 39,04$). Отже, при рівні значущості 1% приймається значущим розрахований коефіцієнт конкордації.

Хоча узгодженість експертів є середньою, все ж таки за допомогою цього методу можна визначити характеристики, які є, тим не менш, конкурентними та затребуваними серед відвідувачів даного закладу. Одними з лідируючих властивостей обрали асортимент страв (меню), місцезнаходження ресторану та ціну (середній чек). Далі велику роль відіграє кваліфікація обслуговуючого персоналу, імідж закладу та наявна в ньому розважальна програма. Незважаючи на те, що експерти не надали інноваційному підходу закладу до своєї роботи гранд першості, все ж вважають його не менш важливим. І в останню чергу експерти відзначили приналежність закладу до мережі відомих ресторанів і наявність комплексу «готель-ресторан».

Згідно до формули 3 величина коефіцієнта конкордації складає 0,61.

$$W = \frac{12 \times 2326}{8^2 \times (9^2 - 9)} = 0,61$$

Тому, для того, щоб підвищити конкурентоспроможність свого закладу керівнику потрібно впевнитися, чи задовольняє він потреби споживачів, і можливо удосконалити або перекваліфікувати свою роботу.

Експертне ранжування властивостей ресторанного закладу та розрахунки коефіцієнту конкордації

Експерти	Місцезнаходження	Асортимент страв (меню)	Імідж закладу	Кваліфікація обслуговуючого персоналу	Розважальна програма	Інноваційний підхід до роботи	Приналежність до мережі відомих ресторанів	Закладу комплексу з готелем	Ціна (середній чек)	\sum ris
1	1	3	2	5	6	7	8	9	4	
2	6	1	2	4	8	5	7	9	3	
3	3	2	4	5	6	8	7	9	1	
4	4	2	1	5	8	7	6	9	3	
5	1	2	4	6	5	9	7	8	3	
6	4	2	6	5	1	9	7	8	3	
7	8	1	3	4	5	6	9	7	2	
8	4	1	6	2	5	7	3	8	9	
ris	31	14	28	36	44	58	54	67	28	360
rcp										40
ris – rcp	-9	-26	-12	-4	4	18	14	27	-12	
(ris-rcp) ²	81	676	144	16	16	324	196	729	144	2326
W										0,61

*Умовні позначки: ris – сума балів думок експертів за кожною властивістю; rcp = $(\sum \text{ris})/n$

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки: по-перше, в результаті дослідження визначені переваги та недоліки методів визначення конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства. У зв'язку з обмеженими можливостями їх застосування, відсутністю статистичної та іншої інформації експертні оцінки є єдиним засобом вирішення багатьох завдань. Метод експертного оцінювання дає об'єктивну характеристику про якісні і кількісні сторони об'єкта прогнозування на основі обробки та аналізу сукупності індивідуальних думок експертів; по-друге, думки восьми експертів показали, які ж саме критерії у роботі підприємства ресторанного типу в середньому потрібні споживачеві. За допомогою розрахунку коефіцієнту конкордації визначена середня узгодженість думок експертів. Серед запропонованих властивостей найбільш актуальними для підвищення рівня конкурентоспроможності обраного підприємства є асортимент страв, місцезнаходження та цінова політика закладу. В подальшому базою наукового дослідження буде визначення рівня та оцінки конкурентоспроможності закладу ресторанного господарства.

Література

1. Дружиніна В.В. Моніторинг місцевого ринку ресторанних послуг / В. В. Дружиніна, І. М. Труніна, Ю.Р. Сосновська // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2016. – № 4, Т. 1. – С. 65–69.
2. Портер М.Е. Стратегія конкуренції / Портер М.Е. ; пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
3. Chorlian J. Training and the firm's competitiveness: a survey of practitioners / J. Chorlian, V. Sum // Addleton Academic Publishers. – 2014. – № 9. – С. 11–26.
4. Астахова І. Управление конкурентоспособностью предприятия / А. Маренич, І. Астахова // Бизнес Информ. – 1996. – № 5. – С. 23–27.
5. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия : монография / Ю. Б. Иванов. – Харьков : ХНЭУ, 2004. – 256 с.
6. Труніна І. М. Дослідження конкурентних переваг суб'єктів підприємницької діяльності в умовах глобалізації / І. М. Труніна, О. А. Сущенко. // Часопис економічних реформ. – 2015. – С. 43–49.
7. Оберемчук В.Ф. Конкуренція: поняття, аналіз, стратегія / В.Ф. Оберемчук // Стратегія економічного розвитку України. – 2001. – Вип. 5. – С. 211–217.
8. Загорянська О. Л. Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О. Л. Загорянська. // Ефективна економіка. – 2011.
9. Сакун Л. М. Методика оцінки показників результативності виробничо-збутової діяльності машинобудівних підприємств / Л. М. Сакун. // Вісник Житомирського державного технологічного університету. – 2009. – № 4 (50). – С. 146–149.
10. Подлепіна П.О. Підвищення конкурентоспроможності підприємств індустрії гостинності / П.О. Подлепіна, О.М. Поп // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети : матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна. – С. 214–216.

11. Михайлова Н.В. Критерії та показники оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства на рівні оперативного управління / Н. В. Михайлова // Збірник наукових праць ХДУХТ "Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг". – 2008. – Випуск 2(8), Ч. 2. – С. 310–317.
12. Дружиніна В. В. До питання класифікації чинників конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності готельно-ресторанної сфери / В. В. Дружиніна, І. М. Труніна // International scientific conference "The development of international competitiveness: state, regional, enterprise", December 16th, 2016. – Part 1. – (Lisbon, Portugal, December 16th, 2016). – Part 1. – Lisbon, 2016. – S. 120–123.
13. Дружиніна В. В. Оцінка конкурентоспроможності закладів ресторанного господарства / В. В. Дружиніна, Л. Л. Троцько // Міжнародна науково-практична конференція «Соціально-економічний розвиток країн: досвід та перспективи», 30–31 травня 2014 р., м. Львів. – С. 21–24.
14. Леонт'єва Ю. Ю. Дослідження можливості використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств / Ю. Ю. Леонт'єва, К. А. Рудакова. // Науково-технічний збірник. – 2012. – С. 499–503.
15. Шарко В. В. Конкурентоспроможність підприємства: методи оцінки, стратегії підвищення / В. В. Шарко // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – С. 120–126.
16. Журан О. А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук "економіка, організація і управління підприємствами" / Журан О. А. – Одеса, 2006. – 20 с.
17. Лазаренко А. А. Методы оценки конкурентоспособности. / А. А. Лазаренко // Молодой ученый. – 2014. – № 1. – С. 374–377.
18. Поляничкин Ю. А. Методы оценки конкурентоспособности предприятий / Ю. А. Поляничкин // Бизнес в законе. – 2012. – № 3. – С. 191–194.
19. Сущность метода экспертных оценок [Електронний ресурс] / Институт сферы обслуживания и предпринимательства ДГТУ. – 2015. – Режим доступа : <https://studfiles.net/preview/1669809/>.

References

1. Druzhynina V. V. Monitoring of local market of restaurant services / V. V. Druzhynina, I. M. Trunina,
2. J. R. Sosnovska. – Herald of Khmelnytsky National University. Economic sciences. – 2016 – № 4, T. 1. – P. 65–69.
3. Porter M. E. Competition Strategy / (Trans. from English) A. Oliynyk, R. Selsky. – K. : Fundamentals, 1997. – 390 p.
4. Chorlian J. Training and the firm's competitiveness: a survey of practitioners / J. Chorlian, V. Sum. // Addleton Academic Publishers. – 2014. – № 9. – P. 11–26.
5. Astakhova I. Management of the enterprise's competitiveness / A. Marenych, I. Astakhova // Business Inform. – 1996. – № 5. – P. 23–27.
6. Ivanov Y. B. Competitiveness of the enterprise: assessment, diagnostics, strategy: monograph / Y. B. Ivanov. – Kharkov: KhNEU, 2004. – 256 p.
7. Trunina I. Research of competitive advantages of business entities under the conditions of globalizatio / I. Trunina, O. Sushchenko // The Journal of Economic Reforms. – 2015. – P. 43–49.
8. Oberemchuk V. F. Competition: concept, analysis, strategy / V. F. Oberemchuk // Strategy of Economic Development of Ukraine. – 2001. – № 5. – P. 211–217.
9. Zagoryanska O. L. Problems of becoming the competitiveness of machine-building enterprises in modern conditions of development / O. L. Zagoryanska // Effective economy. – 2011.
10. Sakun L. M. Method of estimation of performance indicators of production and sales activity of machine-building enterprises / L. M. Sakun. // Herald of the Zhytomyr State Technological University. – 2009. – №. 4 (50). – P. 146–149.
11. Podlepina P. O. Increasing the competitiveness of hospitality industry enterprises / P. O. Podlepina, O. M. Pop // Travel Business: World Trends and National Priorities: Materials of the VI International Scientific and Practical Conference. – Kh.: KhNU. – P. 214–216.
12. Mikhailova N. V. Criteria and indicators of competitiveness assessment of enterprises of restaurant economy at the level of operational management / N. V. Mikhailova // Collection of scientific works of Kharkiv State University of Food Technology and Trade "Economic strategy and prospects of trade and services development". – 2008. – Issue 2 (8), Ch.2 – P. 310–317.
13. Druzhynina V. V. On the classification of factors of competitiveness of subjects of entrepreneurial activity of the hotel and restaurant sector / V. V. Druzhynina, I. M. Trunina // International scientific conference "The development of international competitiveness: state, regional, enterprise", December 16th, 2016. – Part 1. – (Lisbon, Portugal, December 16th, 2016). – Part 1. – Lisbon, 2016. – P. 120–123.
14. Druzhynina V. V. The assessment of the competitiveness of restaurants / V. V. Druzhynina, L. L. Trotsko // International scientific and practical conference "Socio-economic development of the countries: experience and perspectives", May 30-31, 2014, Lviv. – 128 p. – P. 21–24.
15. Leonteva Y. Y. Investigation of the Possibility of Using Existing Competitiveness Assessment Methods for Hospitality Companies / Y. Y. Leonteva, K. A. Rudakova. // Scientific and technical collection. – 2012. – p. 499–503.
16. Sharko V. V. Competitiveness of the enterprise: methods of estimation, strategy of increase / V. V. Sharko // Scientific Herald of Mukachevo State University. – 2015. – P. 120–126.
17. Juran O. A. Conditions for the formation of the characteristics of competitiveness of enterprises: author's abstract. Degree Candidate eq Sciences "Economics, Organization and Management of Enterprises" / Juran O. A. – Odessa, 2006. – 20 p.
18. Lazarenko A. A. Methods of evaluation of competitiveness. / A. A. Lazarenko // Young Scientist. – 2014 – № 1. – P. 374–377.
19. Polyanychkin Y. A. Methods for assessing the competitiveness of enterprises. / Y. A. Polyanychkin // Business in the law. – 2012. – № 3. – P. 191–194.
20. The essence of the method of expert assessments [Electronic resource] // Institute of Service and Entrepreneurship DGTU. – 2015. – Access mode: <https://studfiles.net/preview/1669809/>.

Рецензія/Peer review : 01.03.2018

Надрукована/Printed : 10.04.2018

Рецензент: д. т. н., проф. Хоменко М. М.