

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

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

**«АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА  
ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА»**

(на матеріалах кав'ярні «Supremo»)

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

Кащенко  
Марії  
Михайлівни

Науковий керівник  
кандидат економічних наук

Мазуркевич  
Ірина  
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної  
програми  
кандидат економічних наук

Мазуркевич  
Ірина  
Олександрівна

## ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА ТА ЇХ ВПЛИВУ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1 Сутність та класифікація факторів зовнішнього середовища функціонування ресторанного підприємства	6
1.2 Методика оцінки факторів зовнішнього середовища та їх впливу на ефективність функціонування ресторанного підприємства	14
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «SUPREMO»	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика кав'ярні	19
2.2 Оцінка впливу факторів зовнішнього середовища на ефективність функціонування кав'ярні	26
РОЗДІЛ 3 ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ФАКТОРАМИ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА З МЕТОЮ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «SUPREMO»	34
3.1 Розробка заходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності кав'ярні	34
3.2 Вдосконалення механізму обґрунтування управлінських рішень в умовах адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища	37
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	41
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	44
ДОДАТКИ	49

## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

На основі проведеного аналізу теоретико-методологічних та практичних аспектів даного дослідження можна зробити наступні висновки:

1. Встановлено, що зовнішнє середовище є вагомою складовою маркетингового середовища закладів ресторанного господарства та містить фактори, які або важко контролюються, або не контролюються взагалі. Узагальнення наукових праць вітчизняних та закордонних дослідників показало, що категорія зовнішнього середовища є суперечливою та містить різні підходи щодо трактування залежно від тієї ролі, яку воно відіграє для будь-якої організації. Досліджено, що в економічній та соціологічній літературі зовнішнє середовище часто називають також середовищем функціонування підприємства, сферою життєдіяльності, зовнішнім організаційним середовищем, а найчастіше – її зовнішнім оточенням.

Сформовано наступне визначення зовнішнього середовища підприємства як сукупності елементів, що мають матеріальну (природного або штучного походження) або інформаційну форму, які не входять до складу організації та генерують фактори, що прямо або опосередковано впливають або можуть вплинути на її стан, функціонування і розвиток, а також зовнішні для організації елементи, на які вона сама впливає або може вплинути.

2. Доведено, що заклади ресторанного господарства по-різному взаємодіють із зовнішнім середовищем. Це залежить не тільки від об'єктивних, але і суб'єктивних аспектів її діяльності. До об'єктивних можна віднести поєднання динаміки і складності зовнішнього середовища, інформаційну забезпеченість, кількість і якість використовуваних ресурсів і технологій. До суб'єктивних чинників, що визначають стиль «спілкування» із зовнішнім середовищем, зазвичай відносять професіоналізм і компетентність менеджерів, готовність підприємства йти на ризик, систему внутрішньо-організаційних відносин і організаційну культуру



Щодо методики оцінки зовнішнього середовища, то застосовують такі методи: експертні методи, сценарії, конкурентні порівняння, імітаційне й економіко-математичне моделювання, морфологічний і функціонально-вартісний аналіз та ін. Застосування різних видів аналізу впливу зовнішніх факторів на структуру підприємства, дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони, та розробити заходи щодо підвищення ефективності господарської діяльності підприємства.

3. Аналіз впливу зовнішніх факторів на ефективність діяльності нами проведено на прикладі кав'ярні «Supremo», яка працює на ринку ресторанних послуг міста з 2016 року. Впродовж цього часу бізнес ФОП Демидас М.С. успішно розвивався і наразі вже функціонує потужна мережа кав'ярень та міні-пекарень «Supremo». Аналіз відгуків споживачів показав, що відвідувачі закладу відзначають про зниження якості приготованих страв та погіршення якості обслуговування, що негативно відображається на результатах діяльності кав'ярні «Supremo».

Аналіз організаційного типу управління кав'ярні показав, що характерним є лінійний тип управління, що вимагає від директора Демидас М.С. високого рівня кваліфікації. Проведений аналіз економічних показників показав, що кав'ярня «Supremo» є досить вдалим і прибутковим проектом, має добре продуману концепцію, стильний інтер'єр. В меню закладу враховується фактор сезонності та є сезонні меню для зимового і літнього періодів, широко представлене домашніми десертами, великим асортимент кави, напоїв та меню страв швидкого приготування.

4. З метою оцінки факторів зовнішнього середовища на ефективність діяльності кав'ярні використано методи SPACE-аналізу, PEST-аналізу та метод SWOT-аналізу. Результати показали, що кав'ярня «Supremo» знаходиться в оборонному стратегічному стані, тобто галузь є привабливою, проте підприємство не має достатнього рівня конкурентоздатності та характеризується суттєвим впливом факторів стабільності. Визначено головних конкурентів кав'ярні та сформовано конкурентний профіль. Щодо впливу

зовнішніх факторів, то на даний час – це політична нестабільність та загрози щодо національної безпеки країни через військову агресію дії росії до України.

Таким чином, нами запропоновано наступні заходи щодо вдосконалення управління факторами зовнішнього середовища з метою підвищення ефективності функціонування закладів ресторанного господарства на прикладі кав'ярні «Supremo»:

1. Вдосконалити маркетингову діяльність кав'ярні через запровадження таких інструментів просування як: Google Map, реклама по геолокації, соціальні мережі – Instagram, застосування таргетованої реклами, робота з лідерами думок, а також робота з відгуками споживачів. Все це дозволить збільшити кількість дописувачів, а отже, і потенційних клієнтів, підвищити інтерес і лояльність наявних.

2. Вдосконалити механізм обґрунтування управлінських рішень в умовах адаптації підприємств до змін зовнішнього середовища. Основними етапами розробки концептуальних підходів до прийняття управлінських рішень є наступні: організаційний, аналітичний та управлінський, що передбачає узагальнення, систематизація та перевірка даних, а також оформлення звіту про потенційні напрями та способи реалізації адаптаційної стратегії.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Афанасьєва О. П., Жегус О.В., Михайлова М. В. Маркетинг в ресторанному господарстві : навч.- метод. Посібник. Харків : Видавництво Іванченка І.С., 2016. 182 с.
2. Білоусько Т.Ю. Зовнішній моніторинг організації в конкурентному середовищі. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В.В. Докучаєва*. Серія «Економічні науки». 2013. № 7. С. 55–64.
3. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник. Київ: Кондор. Видавництво, 2016. 378 с.
4. Бондаренко В.М., Бондаренко Л.М. Сутність, структура та дослідження маркетингового середовища діяльності підприємств АПК. URL: <http://econjournal.vsau.org/files/pdfa/476.pdf> (дата звернення 27.03.2023)
5. Воронюк Т.А. Загальні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні в умовах сьогодення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. 2019. № 2. С. 112–115.
6. Воронюк Т.А. Місце і роль кав'ярень у структурі ресторанного господарства. *Український журнал прикладної економіки*. 2019. Т. 4. № 1. С. 145 – 149.
7. Горєлов Д. О. Стратегія підприємства : навч.-метод. посіб. Харків : Вид-во ХНАДУ, 2010. 133 с.
8. Горлачук В. В., Яненко І. Г. Економіка підприємства підприємства : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. 344 с.
9. Грушина А. І. Вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність підприємств галузі культури. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. Серія : Економіка і менеджмент. 2017. Вип. 24(1). С. 101–106.
10. Дзюба С. Г., Гайдай І. Ю. Загальна характеристика зовнішнього середовища функціонування підприємств. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 1. С. 144–156.

11. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. Стратегічне управління : навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 272 с.

12. Допомога бізнесу. «Як відкрити кав'ярню?» URL: <http://helpbusiness.ru/vibir-galuzi-svogo-biznesu-bank-idej/yak-vidkritikavyarnyu.html> (дата звернення: 23.04.2023)

13. Кащенко М. Методика оцінки зовнішнього середовища функціонування підприємств ресторанного бізнесу. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту ДТЕУ*. Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип.174. С. 241 – 247.

14. Кіпа Д. В. Визначення впливу зовнішнього середовища на формування конкурентної стратегії підприємства. *Бізнес Інформ*. 2014. № 9. С. 322–329.

15. Кулешова Н. В. Аналіз сучасних методів та моделей формування маркетингової стратегії туристичних підприємств . *Ефективна економіка*. 2011. № 4. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2011\\_4\\_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_4_3) (дата звернення: 27.03.2023)

16. Кулешова Н. В., Полякова О. Ю. Маркетингова стратегія туристичного підприємства: моделі формування та оцінювання : монографія. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. 220с.

17. Литвак Б. Г. Стратегічний менеджмент. 2013. URL: [https://stud.com.ua/18606/menedzhment/zovnishnya\\_vnutrishnya\\_sereda\\_obyekta\\_u\\_pravlinnya#72](https://stud.com.ua/18606/menedzhment/zovnishnya_vnutrishnya_sereda_obyekta_u_pravlinnya#72) (дата звернення: 15.04.2023).

18. Ломоносова О.Е. Типологізація підходів до визначення зовнішнього середовища організації. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. Том 31 (70). № 5, 2020. С. 1 – 15.

19. Мазуркевич І.О. Дослідження структури маркетингового середовища підприємств туристичного бізнесу. *Соціально-політичні, економічні та гуманітарні виміри європейської інтеграції України*: зб. наук. пр. ІХ Міжнар.

наук.-практ. конф., м. Вінниця, 14-16 вересн. 2021 р. Вінниця, 2021. Ч. 3. С. 201 – 210.

20. 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.

21. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Підручник : за ред. Л.А.Мороз. 2-ге вид. Львів : НУ «Львівська політехніка», 2002. 244 с.

22. Нагернюк Д.В. Основні чинники, що формують конкурентоспроможність підприємств ресторанного господарства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2016. № 9. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5142> (дата звернення: 23.04.2023)

23. Насонова О. Як рахувати фудкост? URL: <https://joinposter.com/ua/post/foodcost-v-restorani> (дата звернення: 02.05.2023).

24. Нижник В.М., Полінкевич О.М. Методи оцінки впливу факторів зовнішнього середовища на бізнес-процеси промислових підприємств. *Економічні науки. Серія «Економіка та менеджмент»*. 2012. Вип. 9(2). С. 334–345.

25. Орлова К. Є. Оцінка нестабільності зовнішнього середовища підприємств добувної промисловості Житомирської області. *Zprávy vědeckéideje – 2012 : materiály VIII vědecko-praktická konference. Díl. 5. Ekonomické vědy, Praha : Publishing House «Education and Science» s.r.o., 2012. S. 79–82.*

26. Петренко Н. І., Бутинець Т. А. Середовище контролю: поняття, природа, соціальна цінність. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2011. № 2(20). С. 371–384.

27. Плотницька С. І. Адаптація підприємств до умов зовнішнього середовища : конспект лекцій для студентів магістратури всіх форм навчання спеціальності 073 – Менеджмент ; Харків нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2019. 46 с.



28. Савіна Г. Г., Скібіна Т. І. Фактори зовнішнього та внутрішнього впливу на ефективність управління підприємством комплексу комунальних послуг. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua> (дата звернення: 21.04.2023).

29. Солових Є. М. Зовнішнє середовище як одна зі складових формування іміджу органу місцевого самоврядування. *Актуальні проблеми політики*. 2015. Вип. 55. С. 187–196. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/appo1\\_2015\\_55\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/appo1_2015_55_25) (дата звернення: 23.04.2023).

30. Споживання кави дедалі частіше «перетікає» з домівок та офісів до кав'ярень» - інтерв'ю з фінансовий директор львівської кавової фабрики «Галка». URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/33-spozhivannya-kavidedali-chastishe-peretikaye-z-domivok-ta-ofisiv-do-kavyaren> (дата звернення: 23.04.2023).

31. Стан ринку кави в Україні URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=76736> (дата звернення: 23.04.2023).

32. Фатенок-Ткачук А. О., Харчук М. А. Методичні основи аналізу зовнішнього середовища підприємств птхівництва. *Ефективна економіка*. 2015. Вип. 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=4673> (дата звернення: 09.05.2023).

33. Хімченко А. М. Зовнішнє та внутрішнє середовище функціонування корпорацій. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.14. С. 258–264.

34. Чан Т.С., Юдіна Н.В. Стан розвитку ринку кав'ярень в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2017. № 11. С. 3–11.

35. Шебанова О.О. Зміст маркетингової стратегії підприємства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка*. 2016. Вип. 172. С.190-201.

36. Шульц Г. Історія Starbucks. Усе почалося з чашки кави / пер. з англ. О.Кацанівської та О.Асташової. Київ: Наш формат, 2017. 408 с.

37. Шершньова З. Є. Стратегічне управління : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ : КНЕУ, 2004. 699 с.

38. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій: навчальний посібник. Київ: Знання, 2010. 452 с. URL: [https://pidru4niki.com/10561127/menedzhment/zovnishnye\\_seredovische\\_organizatsiyi\\_derzhavne\\_regulyuvannya\\_chinnik\\_vplivu](https://pidru4niki.com/10561127/menedzhment/zovnishnye_seredovische_organizatsiyi_derzhavne_regulyuvannya_chinnik_vplivu) (дата звернення: 16.04.2023).

39. Щєбликіна І. О., Грибова Д. В. Основи менеджменту : навчальний посібник. Мелітополь: ВБ «ММД», 2015. 479 с. URL: [https://pidru4niki.com/75122/menedzhment/zovnishnye\\_seredovische\\_organizatsiyi#195](https://pidru4niki.com/75122/menedzhment/zovnishnye_seredovische_organizatsiyi#195) (дата звернення: 15.04.2023).

40. International Coffee Organization. URL: <http://www.ico.org/> (дата звернення: 15.04.2023).

41. Franchising – портал ідеї для бізнесу. «Огляд ринку кав'ярень» URL: <http://franchising.ua/stattya/1359/oglyad-rinku-kavyaren/> (дата звернення: 15.04.2023).

42. ProConsulting. Аналітика ринків. Фінансовий консалтинг URL: <https://www.worldcoffeeportal.com/> (дата звернення: 15.04.2023).

## ДОДАТКИ