

УДК 658.821-047.44:640.432  
DOI: 10.31866/2616-7468.1.2018.147403

**МЕТОДИЧНІ  
ПІДХОДИ  
ДО ОЦІНКИ  
КОНКУРЕНТО-  
СПРОМОЖНОСТІ  
РЕСТОРАНІВ ЗА  
СПЕЦІАЛЬНИМИ  
ЗАМОВЛЕННЯМИ  
(CATERING)**

*Тетяна Костишина,*  
доктор економічних наук, професор,  
Полтавський університет  
економіки і торгівлі,  
Полтава, Україна,  
tkost2017@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-4776-5150>  
© Костишина Т. А., 2018

*Наталія Кирніс,*  
здобувач кафедри управління персоналом  
та економіки праці,  
Полтавський університет  
економіки і торгівлі,  
Полтава, Україна,  
natalik200@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-3564-4319>  
© Кирніс Н. І., 2018

**Мета дослідження** полягає у визначенні методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering). **Методика дослідження.** Вирішення поставлених завдань здійснено за допомогою фінансового аналізу, анкетного опитування та абстрактного мислення. **Наукова новизна** статті полягає у розробці методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering), який відрізняється від інших застосуванням специфічних факторів, які значною мірою впливають на ринок кейтерингових послуг. **Висновки.** У статті наведено доцільність розробки методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering). Запропоновано для оцінки конкурентоспроможності даного типу підприємств ресторанного господарства використовувати наступні групи показників: якість продукції, якість обслуговування, якісно-організаційний склад персоналу, ефективність діяльності, ефективність управління персоналом, ціну. Для кожної із цих груп запропоновані показники їх оцінювання та розрахункові формули, які варто включити до інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями. Доведено, що однією із основних складових оцінки конкурентоспроможності підприємства є фінансова оцінка. Для розрахунку фінансової оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями запропоновано використовувати такі показники: ліквідність, платоспроможність, прибутковість, ділову активність, долю підприємства на ринку, місце підприємства на ринку та дохід.

**Ключові слова:** методичний підхід, оцінка конкурентоспроможності, фінансові показники, ресторани за спеціальними замовленнями, фінансові показники конкурентоспроможності.

### **Актуальність проблеми**

**Постановка проблеми.** Євроінтеграція України сприяє активному розвитку конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Із кожним роком збільшується конкуренція не тільки на виготовлений продукт, але і на послуги, які надаються. До сфери послуг належать і ресторани за спеціальними замовленнями (catering). За довідником Дугласа, підприємства ресторанного господарства відносяться до одного із найбільш ризикованих видів бізнесу. І хоча ринок кейтерингових послуг на Україні почав активно розвиватися, кожний його учасник має посісти свою нішу на ньому та подолати економічні й фінансові негаразди

і залишитися конкурентоспроможним. Вище зазначене обумовлює актуальність дослідження, що включає пошук та аналіз інноваційних методичних підходів до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями.

*Стан вивчення проблеми.* Дослідження методичних підходів оцінки конкурентоспроможності підприємств проводили відомі науковці: І. Ансофф, Т. Сааті, М. Портер, А. Градов, Р. Фатхутдінов, В. Мошнов та інші. Їхні дослідження спрямовані на аналіз існуючих методик оцінки та їх класифікацію.

Вагомий внесок у розробку методики оцінки конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства зробили: Н. П'ятницька, А. Расулова, Н. Михайлова, Е. Задніпровська.

Н. Михайлова (2009) запропонувала методiku оцінки конкурентоспроможності підприємства на трьох рівнях управління. В оперативному режимі запропоновано використання основних засад теорії споживчої цінності для визначення рівня конкурентоспроможності підприємства, у середньостроковому періоді – теорії ефективної конкуренції, для стратегічної конкурентоспроможності – теорії конкурентних переваг.

А. Расулова (2006) запропонувала модель оцінювання конкурентоспроможності ресторанів, яка базується на визначенні їх конкурентного потенціалу через узагальнений показник конкурентоспроможності, який базується на розрахунку 2-х комплексних показників: ефективності використання внутрішнього та зовнішнього середовищ. Комплексний показник внутрішнього середовища формується за рахунок групових показників – ефективності управління якістю продукції та послуг й ефективності використання внутрішнього потенціалу, а комплексний показник зовнішнього середовища – за рахунок показників ступеня адаптації до змін навколишнього середовища та зручності місця розташування.

*Невирішені питання.* Запропоновані методи є інноваційними та ефективними для підприємств ресторанного господарства, але їх неможливо повною мірою використати для оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering). Для цього типу закладів ресторанного господарства необхідна інша методика, перш за все тому, що ресторани за спеціальними замовленнями в своїй діяльності відрізняються від традиційних ресторанів, по-друге, на їх конкурентоспроможність впливають інші групи факторів. Тож, актуальність дослідження не викликає сумніву в сучасних умовах розвитку економіки.

### **Мета і методи дослідження**

*Мета статті* полягає у визначенні методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering).

Конкурентоспроможність національної економіки залежить від конкурентоспроможності підприємств різних галузей і форм власності, тому їх оцінка є важливою для організації ефективної діяльності. Заслуговує на увагу факторний підхід до оцінки конкурентоспроможності підприємства. Факторами, що характеризують конкурентоспроможність підприємства та виступають аргументами рівняння регресії, є наступні показники фінансового стану: коефіцієнт швидкої ліквідності, коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт співвідношення власних і залучених коштів, коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт оборотності активів, а також рентабельність власного капіталу. Цей метод дозволяє здійснити порівняльну оцінку конкурентоспроможності підприємства за набором фінансових показників надійності підприємства із достатнім ступенем

імовірності, застосовуючи розрахунки інтегральних показників конкурентоспроможності (Мануйлович, 2015). Цей підхід буде нами використано при розрахунку інтегрального показника конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями. Але перш за все необхідно запропонувати методика оцінки конкурентоспроможності, яка буде базуватися на найбільш ґрунтовних показниках-факторах, які є суттєвими при оцінці конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering).

### Результати дослідження

Оцінку конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями, на нашу думку, виходячи із проведеного аналізу літературних джерел та на основі власних суджень, становлять такі складові: якість продукції, якість обслуговування, якісно-організаційний склад персоналу, ефективність діяльності, ефективність управління персоналом, ціна (рис. 1).



Рис. 1. Складові оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering)

Fig. 1. Ingredients for assessing the competitiveness of restaurants under special orders (catering)

Джерело: власна розробка

Source: own development

З метою реалізації цілей дослідження вважаємо необхідним розглянути конкретні показники складових оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering) (табл. 1–6).

Табл. 1. Показники оцінки якості продукції  
 Tabl. 1. Indicators of product quality assessment

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Індекс асортименту страв (ІАС)	$ІАС = \frac{АС \text{ факт}}{АС \text{ план}}$
Індекс кількості реалізованих страв на 1 замовлення (ІКРС <sub>1з</sub> )	$ІКРС_{1з} = \frac{\text{Кількість реалізованих страв}}{\text{Кількість замовлень}}$

Продовження табл. 1.

Індекс фірмової продукції (ІФП)	$ІФП = \frac{\text{Обсяг фірмової продукції}}{\text{Обсяг загальної продукції}}$
Рівень привабливості зовнішнього вигляду страв (РПЗВС)	$РПЗВС = \frac{\text{Кількість зовнішньопривабливих страв}}{\text{Загальна кількість страв}} * 100\%$
Рівень відповідності оформлення страв сучасним тенденціям (РВОССТ)	$РВОССТ = \frac{\text{Кі - ть оформлених страв за сучасними тенденціями}}{\text{Загальна кількість страв}} 100\%$
Індекс питомої ваги еко-продукції (ІПВЕП)	$ІПВЕП = \frac{\text{Кількість еко - продукції}}{\text{Загальна кількість страв}}$
Індекс питомої ваги унікальних страв та напоїв (ІПВУС)	$ІПВУС = \frac{\text{Кількість унікальних страв і напоїв}}{\text{Загальної кількості продукції}}$

Джерело: власна розробка  
Source: own development

Табл. 2. Показники оцінки якості обслуговування  
Tabl. 2. Quality assessment indicators

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Індекс кількості замовлень в залежності від виду кейтерингу (ІКЗ)	$ІКЗ = \frac{\sum \text{кількості замовлень факт}}{\sum \text{кількості замовлень план}}$
Рівень організації інтер'єру приміщень для споживачів послуг	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень ставлення персоналу до споживачів	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень дотримання санітарно-гігієнічних норм персоналом	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень майстерності обслуговування	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень комунікабельності персоналу	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень мережі широти послуг	Розраховується в балах за результатами анкетного опитування
Рівень унікальності послуг	Відношення унікальних послуг до всієї кількості послуг

Джерело: власна розробка  
Source: own development

Табл. 3. Показники оцінки якісно-організаційного складу персоналу  
 Tabl. 3. Indicators of assessment of qualitative and organizational composition of staff

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Питома вага молоді (ПВМ), $\bar{Ч}$ – середньоспискова чисельність працівників	$ПВМ = \frac{ЧМ}{\bar{Ч}} * 100\%$
Питома вага працівників кухні з вищою освітою (ПВПКВО)	$ПВПКВО = \frac{ЧПКВО}{ЧПК} * 100\%$
Питома вага працівників кухні зі спеціальної освітою (ПВПКСО)	$ПВПКСО = \frac{ЧПКСО}{ЧПК} * 100\%$
Питома вага обслуговуючого персоналу з вищою освітою (ПВОПВО)	$ПВОПВО = \frac{ЧОПВО}{ЧОП} * 100\%$
Питома вага обслуговуючого персоналу зі спеціальною освітою (ПВОПСО)	$ПВОПСО = \frac{ЧОПСО}{ЧОП} * 100\%$
Питома вага працівників з досвідом роботи до 1 року (ПВПДР <sub>до 1 р.</sub> )	$ПВПДР_{до 1 р.} = \frac{ЧПДР_{до 1 р.}}{ЧП} * 100\%$
Питома вага працівників з досвідом роботи від 1-ого до 3-х років (ПВПДР <sub>1-3р.р.</sub> )	$ПВПДР_{1-3р.р.} = \frac{ЧПДР_{1-3р.р.}}{ЧП} * 100\%$
Питома вага працівників з досвідом роботи від 3-х років і більше (ПВПДР <sub>6.3р.</sub> )	$ПВПДР_{6.3 р.} = \frac{ЧПДР_{6.3 р.}}{ЧП} * 100\%$

Джерело: власна розробка  
 Source: own development

Табл. 4. Показники оцінки ефективності діяльності  
 Tabl. 4. Indicators of performance evaluation

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Товарооборот на 1 замовлення ( $T_{1 \text{ замовлення}}$ )	$T_{1 \text{ замовлення}} = \frac{\text{Загальний обсяг } T}{K \text{ замовлень}}$
Товарооборот на 1 замовника ( $T_{1 \text{ замовника}}$ )	$T_{1 \text{ замовника}} = \frac{\text{Загальний обсяг } T}{K \text{ замовників}}$
Індекс роздрібного товарообороту ( $I_{p \text{ т/о}}$ )	$I_{p \text{ т/о}} = \frac{T_i}{T_{i-1}}$
Індекс чистого прибутку (ІЧП)	$ІЧП = \frac{ЧП_i}{ЧП_{i-1}}$
Рентабельність торгівельної діяльності (РТД)	$РТД = \frac{ЧП}{ТД} * 100\%$

Джерело: власна розробка  
 Source: own development

Табл. 5. Показники оцінки ефективності управління персоналом  
Tabl. 5. Indicators of evaluation of the effectiveness of personnel management

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Індекс питомої ваги фрілансерів (ІПВФ)	$\text{ІПВФ} = \frac{\text{Кількість Ф}}{\bar{q}}$
Індекс прибутковості одного працівника кухні (ІП <sub>1</sub> праців. кухні)	$\text{ІП}_{1 \text{ праців. кухні}} = \frac{\text{Обсяг виробленої продукції}}{\text{Кількість працівників кухні}}$
Індекс прибутковості одного працівника обслуговування (ІП <sub>1</sub> працівн. обсл.)	$\text{ІП}_{1 \text{ працівн. обсл.}} = \frac{\text{Товарооборот}}{\text{Чисельність обсл. перс.}}$
Індекс продуктивності праці (ІПП)	$\text{ІПП} = \frac{\text{ІПП}_i}{\text{ІПП}_{i-1}}$
Коефіцієнт плинності кадрів (КПК)	$\text{КПК} = \frac{\text{Ч}_{\text{виб.вл.б}} + \text{Ч}_{\text{виб.поруш.труд.дисц.}} + \text{Ч}_{\text{проф.невідп.}}}{\bar{q}}$
Коефіцієнт загального обороту кадрів (КЗОК)	$\text{КЗОК} = \frac{\text{Ч}_{\text{прийнятих}} + \text{Ч}_{\text{вибулих}}}{\bar{q}}$
Співвідношення середньої заробітної плати ( $\bar{ЗП}$ ) та прожиткового мінімуму (ПМ)	$K_{з/п} = \frac{\bar{ЗП}}{\text{ПМ}}$
Співвідношення середньої заробітної плати до середньої в галузі	$K_{з/п} = \frac{\bar{ЗП}}{\bar{ЗП}_{\text{галузі}}}$
Співвідношення середньої заробітної плати до середньої в Україні	$K_{з/п} = \frac{\bar{ЗП}}{\bar{ЗП}_{\text{Україні}}}$
Коефіцієнт випередження темпу росту продуктивності праці (ТПП) над темпом росту середньої заробітної плати (ТЗП)	$K_{\text{випередження}} = \frac{\text{ТПП}}{\text{ТЗП}}$
Коефіцієнт співвідношення прийнятих і звільнених	$K_{п} = \frac{\text{Ч}_{\text{прийнятих}}}{\text{Ч}_{\text{звільнених}}}$

Джерело: власна розробка  
Source: own development

Інтегральну оцінку конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями пропонуємо проводити за показниками конкурентоспроможності, які зображені на рис. 2.

Однією із головних складових оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering) є фінансова оцінка конкурентоспроможності підприємства.

Поняття «фінансова оцінка конкурентоспроможності» сформульоване як аналіз формальної системи показників поточного фінансового стану підприємства як індикаторів результативності його діяльності, а також напрямків їх ефективного використання.

Табл. 6. Показники оцінки ціни  
 Tabl. 6. Ratings of prices

Показники оцінки	Формула для розрахунку
Середня вартість одного замовлення (Вар.1 з.)	$\overline{\text{Вар.1 з.}} = \frac{\sum \text{замовлень}}{\text{кількість замовлень}}$
Індекс цінних знижок (ІЦЗ)	$\text{ІЦЗ} = \frac{\text{ЦЗ}_{\text{факт}}}{\text{ЦЗ}_{\text{план}}}$
Індекс рівня цін за преїскурантами послуг (ІРЦПП)	$\text{ІРЦПП} = \frac{\text{РЦПП}_i}{\text{РЦПП}_{i-1}}$
Індекс цін програм лояльності для різних категорій споживачів (ІЦПЛ)	$\text{ІЦПЛ} = \frac{\text{ЦПЛ}_i}{\text{ЦПЛ}_{i-1}}$

Джерело: власна розробка  
 Source: own development

Роль фінансової оцінки в аналізі конкурентоспроможності підприємства при нашому підході базується на тому, що фінансовий аналіз є одним із головних методів оцінки будь-якого господарюючого суб'єкта: дає можливість оцінити аспекти діяльності підприємства як взаємодію з контрагентами, питання інвестування з позиції прибутковості; служить базою для висновків про наявність конкурентних переваг фінансового характеру. При проведенні фінансової оцінки конкурентоспроможності вирішуються такі завдання: оцінка структури власності та джерел її формування; оцінка збалансованості матеріальних та фінансових ресурсів; оцінка структури власного та позикового капіталу з метою виявлення та підвищення фінансової стійкості і платоспроможності підприємства; оцінка оптимальності використання грошових коштів для забезпечення ефективної структури капіталу; контролювання показників діяльності підприємства з дотриманням нормативів витрат фінансових ресурсів (Орлова, 2013).

Пропонуємо для фінансової оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями використовувати такі показники: ліквідність, платоспроможність, прибутковість, ділова активність, частка підприємства на ринку, місце підприємства на ринку та дохід. Фінансові показники конкурентоспроможності зображені на рис. 3.

### Висновки та обговорення результатів

Таким чином, запропонована методика оцінки конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями призначена для виявлення наявних ресурсів підприємства, оцінки ефективності використання потенціалу конкурентоспроможності, визначення його рівня відносно підприємств, які функціонують на ринку кейтерингових послуг, прогнозування конкурентних переваг. Використання цієї методики дасть змогу на основі запропонованих груп показників – якість продукції, якість обслуговування, якісно-організаційний склад персоналу, ефективність діяльності, ефективність управління персоналом, ціни – розрахувати інтегральний показник конкурентоспроможності ресторанів за спеціальними замовленнями (catering) та при аналізі врахувати більш достовірно позитивні та негативні фактори, які впливають на рівень конкурентоспроможності підприємства.



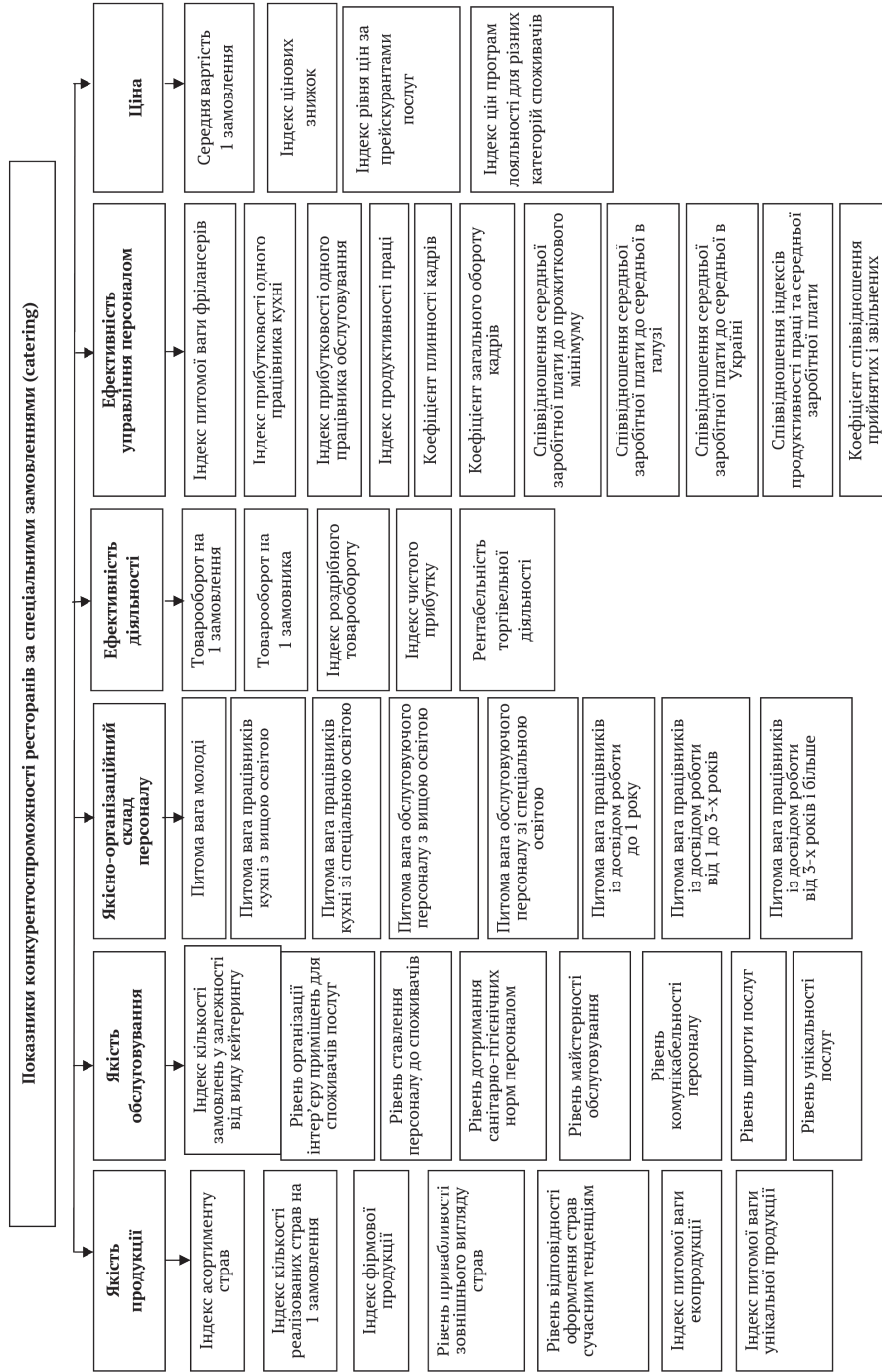


Рис. 2. Показники конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства (catering)

Fig. 2. Indicators of competitiveness of catering enterprises

Джерело: власна розробка

Source: own development



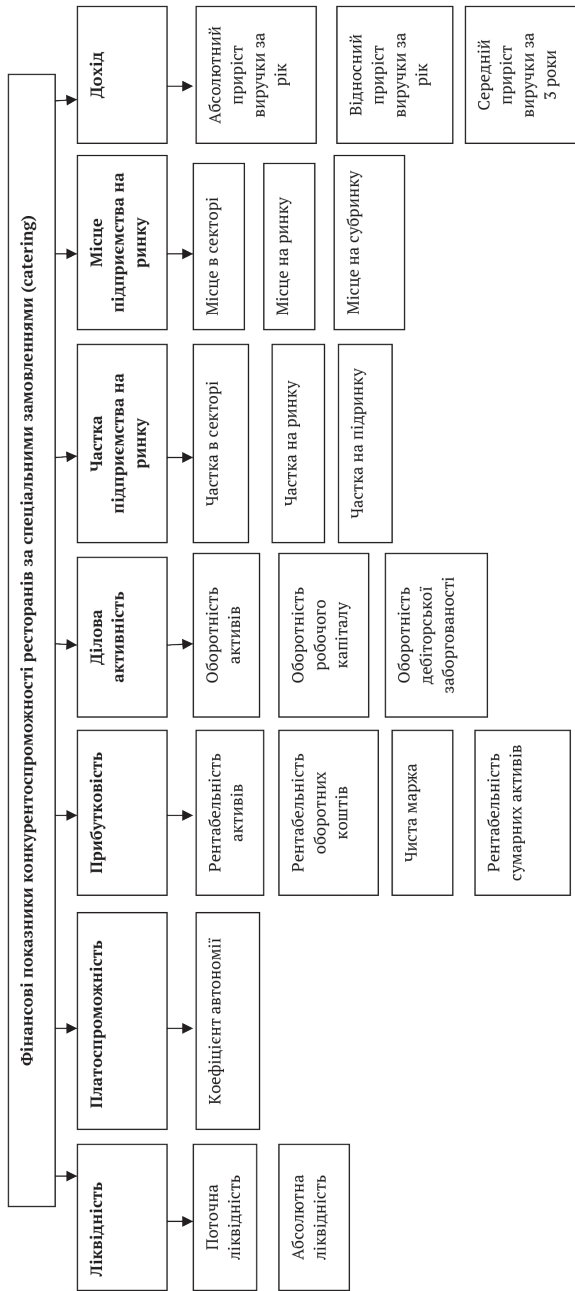


Рис. 3. Фінансові показники конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства  
 Fig. 3. Financial indicators of competitiveness of restaurant enterprises

Джерело: власна розробка  
 Source: own development

Важливою є фінансова оцінка конкурентоспроможності підприємства, яка є невіддільною частиною оцінки фінансових можливостей підприємства та головним критерієм впливу на конкурентоспроможність. У подальшому планується провести фінансову оцінку конкурентоспроможності конкретних підприємств України, які надають кейтерингові послуги.

## СПИСОК ПОСИЛАНЬ

---

- Мануйлович, Ю.М. (2015). *Маркетингове управління підвищенням конкурентоспроможності машинобудівних підприємств*. (Дисертація кандидата економічних наук). Хмельницький національний університет, Хмельницький.
- Михайлова, Н.В. (2009). *Оцінка конкурентоспроможності підприємств ресторанного господарства*. (Автореферат дисертації кандидата економічних наук). Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків.
- Орлова, М.В. (2013). *Совершенствование финансовой оценки конкурентоспособности фирм*. (Автореферат дисертації кандидата економічних наук). Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва.
- Расулова, А.М. (2006). *Управління конкурентоспроможністю ресторанів*. (Автореферат дисертації кандидата економічних наук). Київський національний торговельно-економічний університет, Київ.

## REFERENCES

---

- Manuilovych, Yu.M. (2015). *Marketinghove upravlinnia pidvyshchenniam konkurentospromozhnosti mashynobudivnykh pidpriemstv* [Marketing Management for Increasing the Competitiveness of Machine-Building Enterprises]. (Candidate's thesis). Khmelnytsky National University, Khmelnytsky [in Ukrainian].
- Mykhailova, N.V. (2009). *Otsinka konkurentospromozhnosti pidpriemstv restorannoho hospodarstva* [Evaluating the competitiveness of restaurants in the enterprise]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kharkiv State University of Nutrition and Trade, Kharkiv [in Ukrainian].
- Orlova, M.V. (2013). *Sovershenstvovanie finansovoj ocenki konkurentospobnosti firm* [Improvement of financial assessment of firms' competitiveness]. (Extended abstract of candidate's thesis). The Russian Academy of National Economy and Public Service under the President of the Russian Federation, Moscow [in Russian].
- Rasulova, A.M. (2006). *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu restoraniv* [Managing the competitiveness of restaurants]. (Extended abstract of candidate's thesis). Kyiv National Trade and Economic University, Kyiv [in Ukrainian].

УДК 658.821-047.44:640.432

**Татьяна Костышина,**  
доктор экономических наук,  
Полтавский университет  
экономики и торговли,  
Полтава, Украина,  
tkost2017@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-4776-5150>

**Наталья Курнос,**  
соискатель кафедры управления  
персоналом и экономики труда,  
Полтавский университет  
экономики и торговли,  
Полтава, Украина,  
natalik200@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-3564-4319>

## МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСТОРАНОВ ПО СПЕЦИАЛЬНЫМ ЗАКАЗАМ (CATERING)

Цель исследования заключается в определении методического подхода к оценке конкурентоспособности ресторанов по специальным заказам (catering). Методика исследования. Решение поставленных задач осуществлено с помощью финансового анализа, анкетного опроса и абстрактного мышления. Научная новизна статьи заключается в разработке методического подхода к оценке конкурентоспособности ресторанов по специальным заказам (catering), отличающегося от других применением специфических факторов, которые в значительной степени влияют на рынок кейтеринговых услуг. Выводы. В статью приведена целесообразность разработки методических подходов к оценке конкурентоспособности ресторанов по специальным заказам (catering). Предложено для оценки конкурентоспособности данного типа предприятий ресторанного хозяйства использовать следующие составляющие: качество продукции, качество обслуживания, качественно-организационный состав персонала, эффективность деятельности, эффективность управления персоналом, цену. Для каждой из этих составляющих предложены показатели их оценки и расчетные формулы для определения показателей, которые необходимо включить в интегральный показатель оценки конкурентоспособности ресторанов по специальным заказам. Доказано, что одной из основных составляющих оценки конкурентоспособности предприятия является финансовая оценка. Для расчета финансовой оценки конкурентоспособности ресторанов по специальным заказам предложено использовать следующие показатели: ликвидность, платежеспособность, прибыльность, деловую активность, долю предприятия на рынке, место предприятия на рынке и доход.

**Ключевые слова:** методический подход, оценка конкурентоспособности, финансовые показатели, рестораны по специальным заказам, финансовые показатели конкурентоспособности.

UDC 658.821-047.44:640.432

**Tetyana Kostyshina,**  
*Doctor of Economics, Professor,  
Poltava University  
of Economics and Trade,  
Poltava, Ukraine,  
tkost2017@gmail.com  
<https://orcid.org/0000-0003-4776-5150>*

**Natalia Kyrnis,**  
*Probationer of the Personnel Management  
and Labor Economics chair,  
Poltava University  
of Economics and Trade,  
Poltava, Ukraine,  
natalik200@ukr.net  
<https://orcid.org/0000-0003-3564-4319>*

### **METHODICAL APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF RESTAURANTS ON SPECIAL ORDERS (CATERING)**

**The purpose** of the research is to determine the methodological approach to assessing the competitiveness of restaurants under catering. **The research methodology.** The solving of the tasks was done through financial analysis, questionnaire survey and abstract thinking. **The scientific novelty** of the article is to develop a methodological approach to assessing the competitiveness of restaurants under special orders (catering), which differs from other approaches by applying specific factors that greatly affect the market of catering services. **Conclusions.** The article considers the expediency of developing methodological approaches to assessing the competitiveness of restaurants under special orders (catering). The following components are proposed for assessing the competitiveness of this type of restaurant industry: quality of products, quality of service, qualitative and organizational composition of staff, efficiency of activities, efficiency of personnel management, price. For each of these components, indicators of their estimation and calculation formulas for the calculation of indicators are proposed, which should be included in the integral indicator of the assessment of the competitiveness of restaurants under special orders. It is proved that one of the main components of the competitiveness assessment is the financial evaluation of the competitiveness of the enterprise. To calculate the financial assessment of the competitiveness of restaurants for special orders, it is suggested that the following indicators be used: liquidity, solvency, profitability, business activity, market share of the enterprise, market place and income.

**Key words:** methodical approach, competitiveness assessment, financial indicators, restaurants on a special order, financial indicators of competitiveness.