

## Оглавление

<b>Введение .....</b>	<b>3</b>
<b>Глава I. Теоретический обзор по стимулированию сбыта продукции и услуг на предприятии ресторанно-гостиничного бизнеса. ....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Научное определение стимулирования сбыта продукции и услуг .....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 Роль стимулирования сбыта.....</b>	<b>23</b>
<b>1.3 История развития зарубежного и российского стимулирования сбыта продукции.....</b>	<b>39</b>
<b>Глава 2. Исследование основных тенденций стимулирования сбыта продукции и услуг рестораном «495».....</b>	<b>42</b>
<b>1. Общая характеристика предприятия .....</b>	<b>42</b>
<b>2.2 Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности ресторана «495».....</b>	<b>51</b>
<b>2.3 Рекомендации по стимулированию сбыта продукции и услуг в ресторане «495».....</b>	<b>53</b>
<b>Заключение .....</b>	<b>59</b>
<b>Список использованных источников .....</b>	<b>61</b>
<b>Приложения .....</b>	<b>63</b>

## Введение

В наше время экономика динамично развивается и чтобы угнаться за ней предприятия как гостиничного, так и ресторанного бизнеса должны постоянно эволюционировать, при отсутствии прогресса любой бизнес обречен на провал. В условиях жесткой конкуренции одним из условий выживания на рынке становится маркетинг. Интерес к маркетингу появился не сразу, но как только все большее число организаций в сфере предпринимательства стали осознавать его воздействие на их успешное выступление на рынке, заинтересованность к нему только росла.

Маркетинговые исследования помогают выявить потребности потребителей, после чего можно найти пути удовлетворения данных потребностей. Другими словами задачей современного маркетинга является формирования спроса на определенный товар или услуг, а также дальнейший их сбыт.

Ресторанный бизнес направлен на удовлетворение потребностей населения в разнообразной, здоровой, вкусной пище, сервисных услугах, а главное получение прибыли его владельцами. Для успешной деятельности предприятия необходимо удовлетворять все потребности клиентов. Производство услуг и продукции должны:

- соответствовать четко определенным потребностям;
- удовлетворять требования потребителя;
- обуславливать получение прибыли;
- соответствовать применяемым стандартам и техническим условиям;
- отвечать действующему законодательству и другим требованиям общества;
- быть предложены потребителю по конкурентоспособным ценам.

Основными направлениями для развития ресторанного бизнеса являются: