

## Оглавление

Введение .....	3
Глава 1. Теоретические аспекты понятия и сущности конкурентоспособности.....	6
1.1. Понятие и сущность конкуренции и конкурентоспособности.....	6
1.2. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия общественного питания.....	12
1.3. Методы оценки конкурентоспособности предприятия общественного питания .....	21
1.4. Способы повышения конкурентоспособности предприятия общественного питания.....	25
Глава 2. Анализ деятельности и конкурентоспособности ресторана «Садовое Кольцо».....	29
2.1. Характеристика предприятия.....	29
2.2. Анализ конкурентов и оценка конкурентоспособности ресторана «Садовое Кольцо».....	41
2.3. Проект мероприятий по повышению конкурентоспособности ресторана «Садовое Кольцо» и расчет их эффективности .....	49
Заключение .....	57
Список литературы.....	60
Приложения.....	63

## Введение

Современная рыночная экономика представляет собой сложный организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием - рынок.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции. Конкуренция — сильный стимул для улучшения работы различных предприятий, в том числе и предприятий ресторанного бизнеса. Это обстоятельство обуславливает необходимость внесения адекватных изменений в систему и методы управления предприятий независимо от их размеров и класса предоставляемых услуг. При этом во всех сферах их деятельности (управление, маркетинг, финансы, обслуживание клиентов, качество услуг, кадровый потенциал и др.) заложены резервы повышения конкурентоспособности.

В последние годы рынок услуг общественного питания характеризуется ростом предложения при одновременном сокращении спроса. Такое положение чревато усилением конкуренции, и без того не дававшей спокойно спать владельцам ресторанов в начале двадцать первого века.

Одним из основных направлений формирования стратегических конкурентных преимуществ в ресторанном бизнесе является предоставление услуг более высокого качества по сравнению с конкурирующими аналогами. Покупатель всегда стремится к определенному им соответствию цены услуги и ее качества.

Необходимой составляющей качества услуги предприятия общественного питания является качество обслуживания, уровень которого обеспечивается коллективными усилиями работников всех служб предприятия, постоянным и эффективным контролем со стороны