ȵqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Содержание

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА............ 7

1.1. Состояние ресторанного бизнеса в России... 7

1.2. Методы оценки конкурентоспособности предприятий общественного питания.. 14

1.3. Формирование конкурентных преимуществ и основные конкурентные стратегии предприятий общественного питания 30

ГЛАВА 2. АНАЛИЗ И ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕСТОРАНА "ЙОРКШИР" И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ЕГО КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ... 35

2.1. Общая характеристика ресторана «Йоркшир» 35

2.2 Анализ конкурентов ресторана «Йоркшир»... 39

2.3 Анализ потребителей услуг ресторана «Йоркшир» и финансово-экономическое состояние.. 42

2.4 Разработка рекомендаций по формированию конкурентных преимуществ ресторана «Йоркшир».. 47

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 60

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ 62

ПРИЛОЖЕНИЕ 65

ȵqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎзə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность настоящей работы определена тем, что изучение потребительского рынка, конкурентов, условий конкуренции дает предприятию возможность определить свои преимущества и недостатки перед конкурентами. Также это позволяет разработать успешные конкурентные стратегии и поддержать конкурентные преимущества. Менеджмент предприятия должен быть осведомлен о том, насколько оно конкурентоспособно по отношению к другим участникам этого рынка и стремиться к достижению такого уровня конкурентоспособности, при котором предприятие было бы жизнеспособно в условиях жесткой конкуренции. Высокий уровень конкурентоспособности гарантирует высокие экономические и финансовые показатели.

В современной России актуальность проблемы конкурентоспособности как никогда высока для национальной экономики, так как для поддержания требований экономической безопасности предприятий и всей страны на необходимом уровне важна высокая конкурентоспособность.

Оценка конкурентоспособности позволяет своевременно принять меры по сохранению конкурентных преимуществ, а также развить новые. Более того, при качественной оценке возможно заимствование новых преимуществ у конкурентов, что может привести к более инновационному процессу организации, улучшению качества продукции, повышению уровня организации бизнеса, а в конечном итоге и уровня жизни.

Возрастающая конкуренция, свободное ценообразование в соединении с растущим уровнем саморегулирования предприятия, вынуждают отдельное предприятие сосредотачивать свои усилия, прежде всего, на достижении экономических целей – повышении эффективности производства и максимизации прибыли.

Ежегодно конкуренция на рынке предприятий питания ужесточается. Несмотря на то, что ресторанный рынок очень рискованный, количество регулярно увеличивается. Соответственно, привлечь гостей в ресторан