ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение 4

Глава 1. Теоретические и методологические основы управления спросом в гостинично-ресторанном бизнесе 8

1.1. Формирование спроса на рынке услуг гостеприимства 8

1.2. Методы анализа, изучения и прогнозирования спроса 16

1.3. Специфика прогнозирования спроса в гостинично-ресторанном бизнесе .. 24

Глава 2. Анализ управления спросом в ООО «Ресторан «Букет Чувашии» 34

2.1. Организационно-экономическая характеристика ООО «Ресторан «Букет Чувашии» 34

2.2. Анализ маркетинговой деятельности ресторана «Букет Чувашии» 56

2.3. Анализ спроса на продукцию и услуги ООО «Ресторан «Букет Чувашии» 70

Глава 3. Рекомендации по совершенствованию прогнозирования спроса в ООО «Ресторан «Букет Чувашии» 82

3.1. Выбор направлений совершенствования управления спросом 82

3.2. Разработка программы лояльности как средство формирования спроса на продукцию и услуги ресторана «Букет Чувашии» 86

3.3. Оценка экономической эффективности разработанных мероприятий 97

Заключение 108

Список литературы 113

Приложения .... **Ошибка! Закладка не определена.**

ŋqdqɏeɎ bɆ dədɆbɎɜə d ɕɔɑbɔɏ Ɉqddɏqɏè

Введение

Актуальность темы исследования по прогнозированию спроса на продукцию и услуги ресторанного бизнеса определена потребностями экономического и социального развития России.

На сегодняшний день с целью повышения спроса и конкурентоспособности предприятию индустрии питания необходимо постоянно развиваться, быстро подстраиваться под изменяющиеся условия окружающей среды, предлагая на рынке современные, качественные, удовлетворяющие потребителя товары и услуги, что в свою очередь требует качественно иного, чем применялся ранее, подхода к проблеме поиска новых форм и методов управления процессом оказания услуг питания.

Эффективное управление спросом может стать одним из основных и приоритетных способов достижения конкурентоспособности современных ресторанов. Анализ зарубежной и отечественной литературы, посвященной теме исследования, показал, что существует много фундаментальных работ в области теории и практики изучения, прогнозирования и формирования спроса. Для решения проблемы использования и совершенствования современных управленческих технологий при оптимизации спроса в ресторанном бизнесе необходимо проведение дальнейших научных исследований. Актуальность и большая практическая значимость этой проблемы для развития российского рынка туриндустрии в современных социально-экономических условиях обусловили выбор темы дипломной работы.

Существенный вклад в развитие концепции потребительского спроса, как одной из фундаментальных категорий экономики, внесли А. Смит, К. Маркс, К. Менгер, Ф. Визер, Г. Госсен, Э. Бем-Баверк, А. Маршалл, П. Самуэльсон, Дж.Р. Хикс., В. Парето, Л. Вальрас, Д. Хикс, Г. Кассель и др.