

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/29625>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Ресторанный бизнес

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ 5

- 1.1. Понятие и экономическая сущность конкурентоспособности ресторанный предприятия 5
- 1.2. Основные факторы и принципы анализа конкурентоспособности ресторанный предприятия 8
- 2. АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСТОРАНОВ ГОРОДА КОСТРОМЫ 18
- 2.1. Характеристика объектов исследования 18
- 2.2. Метод оценки конкурентоспособности 24
- 2.3. Факторы конкурентоспособности ресторанов 25
- 2.4. Оценка конкурентоспособности ресторанов Костромы 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 33

ВВЕДЕНИЕ

В настоящих условиях хозяйствования конкурентоспособность ресторанных предприятий является главным фактором, обеспечивающим их выживание на рынке и достижение высоких экономических результатов. Конкурентоспособность ресторанный предприятия можно определить как его способность стабильно в течении продолжительного времени производить и реализовывать продукцию, пользующуюся по своим качественным характеристикам (включая ценовую составляющую) устойчивым спросом потребителей (индивидуальных и коллективных) в изменяющихся рыночных условиях.

Актуальность данной темы заключается в том, что стремление ресторанный предприятия к достижению поставленных целей основывается на способности получать и удерживать конкурентные преимущества, то есть способности быть предпочтительным из множества аналогичных предприятий. При этом указанные конкурентные преимущества основываются, в конечном итоге, на более высоком, по сравнению с аналогичными предприятиями, уровне эффективности (технологической и (или) рыночной) функционирования, характеризующей степень достижения целей различных уровней социума. Поэтому каждое предприятие стремится непосредственно влиять на свою конкурентоспособность.

Предметом работы является конкурентоспособность ресторанных предприятий.

Целью работы выступает комплексный анализ понятия конкурентоспособности ресторанный предприятия и его конкурентных преимуществ, влияющих на результативность деятельности компании.

В связи с этой целью ставится ряд задач:

- дать характеристику понятия «конкурентоспособность»,
- выявить основные факторы конкурентоспособности ресторанный предприятия,
- изучить степень конкурентоспособности ресторанов Костромы,
- дать рекомендации для повышения конкурентоспособности предприятий.

Работа состоит из двух основных частей, в которых анализируются теоретические основы понятия конкурентоспособности ресторанный предприятия, проводится анализ конкурентоспособности на примере ресторанов Костромы.

Для раскрытия темы были использованы исследования современных авторов в области изучения факторов конкурентоспособности предприятия, официальные данные ресторанов, аналитические порталы и ресурсы Интернет.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕСТОРАННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

1.1. Понятие и экономическая сущность конкурентоспособности ресторанный предприятия

Исследование экономической сущности конкурентоспособности ресторанный предприятия требует определения причин её возникновения, что в свою очередь, обуславливает необходимость ответов на следующие важные вопросы о деятельности предприятия:

□ что такое предприятие как носитель конкурентоспособности?

□ какие качественные черты предприятия обуславливают наличие у него способности эффективно функционирование во внешней среде?

□ что обуславливает возникновение конкуренции между предприятиями?

Любое ресторанное предприятие в первую очередь является целостной системой, сущность которой заключается не в особенностях составляющих его элементов, а в характере связей и отношений между этими элементами. Характер этих связей позволяет определить потенциальные основания и критерий конкурентоспособности предприятия во внешней среде.

Организация производственных, энергетических и информационных систем на предприятии является фактором определения степени его конкурентоспособности. Необходимо учитывать, что обособление предприятия от внешней среды представляет собой прерывания всех отношений между элементами предприятия и внешней средой.

Исходя из вышесказанного, может быть определено, что конкурентоспособность как свойство ресторанного предприятия является результатом процесса обособления предприятия в результате его выделения из внешней среды.

Объективное существование процессов непрерывного развития всех субъектов предприятия (работники, общество, поставщики, потребители, само предприятие как система), обуславливает необходимость постоянного увеличения совокупности его потенциальных возможностей (конкурентоспособности) по удовлетворению своих целей.

Целью анализа существующих подходов к трактовке конкурентоспособности ресторанного предприятия является раскрытие сущности следующих её основных аспектов [2]:

- каковы причины возникновения у предприятия свойства, выражаемого категорией «конкурентоспособность»;
- что является факторами, определяющими уровень конкурентоспособности предприятия;
- какова целевая направленность конкурентоспособности предприятия;
- какие качественные характеристики присущи конкурентоспособности предприятия;
- какова взаимосвязь конкурентоспособности предприятия с аналогичным свойством его продукции, отрасли и национальной экономики в целом.

1. Бариленко В. И. Бизнес-анализ как важный вид консалтинговых услуг // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. — № 4. — 2012. — С.202-207.
2. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко. — М.: КНОРУС, 2014. — 272 с.
3. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. - М.: Форум, 2013. - 256 с.
4. Башкатова Ю.И. Управленческие решения/ учебник для студентов экономических специальностей. - М: Инфра-М, 2014. - 271 с.
5. Бердников В. Основы бизнес – анализа. – М.: КНОРУС, 2014. – 495 с.
6. Герчикова И.Н. Менеджмент организации. – М.: Юнити-Дана, 2014. – 162 с.
7. Горбунов, В.Л. Бизнес-планирование с оценкой рисков и эффективности проектов: Научно-практическое пособие / В.Л. Горбунов. - М.: ИЦ РИОР, НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 248 с.
8. Дэвенпорт Т. Аналитика как конкурентное преимущество. Новая наука побеждать. – М.: Дашков и К, 2010. – 626 с.
9. Дубровин, И.А. Бизнес-планирование на предприятии: Учебник / И.А. Дубровин. - М.: Дашков и К, 2016. - 432 с.
10. Елиферов В.Г. Бизнес – процессы: регламентация и управление. – М.: Дашков и К, 2011. – 386 с.
11. Конрад К. Бизнес – анализ. – М.: Вильямс, 2014. – 576 с.
12. Каменски Х. Методы стратегического анализа. Доступ через <http://ecsocman.hse.ru/data/2010/05/18/1214035316/2008-4-5.pdf>
13. Michael E. Porter. The Five Competitive Forces that Shape Strategy. - Harvard Business Review, January, 2008. – 62 p.
14. Паклин Н., Орешков В. Бизнес-аналитика. От данных к знаниям. – М.: Дело, 2010. – 371 с.
15. Репин В.В. , Елиферов В.Г. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов. – М.: Юнити-Дана, 2009. – 419 с.
16. Савкина, Р.В. Планирование на предприятии: Учебник для бакалавров / Р.В. Савкина. - М.: Дашков и К, 2015. - 320 с.

17. Стрелкова, Л.В. Внутрифирменное планирование: Учебное пособие / Л.В. Стрелкова, Ю.А. Макушева. - М.: ЮНИТИ, 2016. - 367 с.
18. Учитель Ю. Г. SWOT-анализ и синтез – основа формирования стратегии организации. – М.: Юнити-Дана, 2010. – 275 с.
19. Шуляк П.Н. Финансы предприятия/П.Н. Шуляк. – М.: Дашков и К, 2013. – 502 с.
20. Чуев И.Н. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – М.: Дашков и К, 2013. – 367 с.
21. Янковская, В.В. Планирование на предприятии: Учебник / В.В. Янковская. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 425 с.
22. «Международный Институт Бизнес – Анализа» [электронный ресурс]. – режим доступа:<http://www.iiba.org/>, свободный.
23. «Экономический портал» [электронный ресурс].– режим доступа :<http://institutiones.com/>,свободный.
24. Журнал «Бизнес – аналитика»[электронный ресурс].– режим доступа: <http://www.fin-izdat.ru/journal/fa/>,свободный.
25. «Бизнес – аналитика»[электронный ресурс].– режим доступа: <http://www.businessanalytica.ru/>,свободный.
26. Научный журнал «Аналитика»[электронный ресурс].– режим доступа: <http://www.j-analytics.ru/>,свободный.
27. - Статьи по бизнес – аналитике[электронный ресурс].– режим доступа: <http://kmsoft.ru/LD/C002/102/4151289274.html>,свободный.
28. «Бизнес - аналитик» [электронный ресурс].– режим доступа: <http://consulting.ru/283mgmt4>.,свободный.
29. «Маркетинговая компания» [электронный ресурс].– режим доступа:<http://sankt-peterburg.menfo.biz/com/1642507/biznes-analitika>,свободный.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/29625>