**Расулова Алла Миколаївна. Управління конкурентоспроможністю ресторанів : дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Київський національний торговельно-економічний ун-т. - К., 2006**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Расулова А.М. Управління конкурентоспроможністю ресторанів. – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – Економіка, організація та управління підприємствами. – Київський національний торговельно-економічний університет, Київ, 2006.Дисертаційна робота присвячена вирішенню теоретичних, методологічних та організаційних питань управління конкурентоспроможністю ресторанів. Обґрунтовано теоретичну сутність поняття “конкурентоспроможність підприємства”. Досліджено фактори впливу на формування попиту на продукцію та послуги ресторанів, дано оцінку ефективності використання їхнього ресурсного потенціалу. Удосконалено метод оцінювання конкурентоспроможності ресторанів на основі ієрархічної структури одиничних та групових показників; розроблено модель управління конкурентоспроможністю ресторанів для комплексного дослідження складових виникнення та перебігу факторів впливу внутрішнього та зовнішнього середовищ; адаптовано інструментарій бенчмаркінгу для діагностики стану ресторану у конкурентному середовищі. Обґрунтовано підходи до генерації пріоритетних стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності ресторанів на основі позиціювання підприємства залежно від: рентабельності господарської діяльності – якості продукції (послуг); якості послуг – ціни послуг; обертання місць – ціна послуг; життєвого циклу підприємства; показників внутрішнього та зовнішнього середовищ. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертаційній роботі узагальнено теоретичні підходи до розуміння сутності поняття “конкурентоспроможність підприємства”, розроблено й обґрунтовано нові та адаптовано існуючі підходи до управління конкурентоспроможністю ресторанів.1. Розгляд такої складної економічної категорії як конкурентоспроможність підприємства дав можливість сформувати авторський підхід до розуміння її сутності шляхом виявлення структури потреб споживачів та якості їх задоволення; ефективного оперування потенціалом та адаптації діяльності підприємства до умов підприємницького середовища.
2. Існуюча різноманітність методик дослідження конкурентоспроможності підприємства не є уніфікованим і потребує переосмислення з огляду на галузеву специфіку. Тому запропоновано модель оцінювання конкурентоспроможності ресторанів, яка ґрунтується на ієрархічній структурі комплексу одиничних та групових показників, що всебічно характеризують позицію підприємства як за ефективністю використання внутрішнього потенціалу, спроможністю максимально задовольняти потреби споживачів, так і можливістю адаптуватися до умов зовнішнього середовища та вчасно мобілізувати внутрішні ресурси для реакції на його вплив.
3. Здійснено конкурентну стратегічну сегментацію ресторанів за класом та місцем розташування, згідно з якою проведено позиціювання ресторанів-конкурентів, що сприяє кращому розумінню природи конкурентної боротьби, дає можливість зробити висновок про необхідність концентрації обмежених ресурсів на найбільш вигідних напрямах їх використання, а також дозволяє враховувати особливості окремих ринкових сегментів, у результаті чого досягається високий ступінь орієнтації інструментів маркетингової діяльності на вимоги конкретних ринкових сегментів.
4. Запропоновано модель конкурентної сегментації та конкурентного позиціювання ресторанів з використанням матричного інструментарію: “рентабельність господарської діяльності – якість продукції (послуг)”, “якість послуг – ціна послуг”, “обертання місць – ціна послуг”, "життєвий цикл підприємства", “діагональна матриця”.
5. Розроблено структуровану логічну схему взаємопов’язаних управлінських дій, в якій управління конкурентоспроможністю ресторанів розглядається у площині дослідження внутрішнього середовища та конкурентного оточення, тобто факторів та умов, що формують конкурентоспроможність підприємства, визначають розроблення конкурентних стратегій, які забезпечать формування і підтримку довгострокових конкурентних переваг.
6. Розроблено методичне забезпечення (система показників та алгоритм оцінювання конкурентоспроможності ресторанів, модельний інструментарій управління конкурентоспроможністю та моніторингу конкурентного середовища засобами бенчмаркетингу), яке надає можливість об’єктивно ідентифікувати позицію підприємства на ринку для визначення стратегій конкуренції та стратегічних напрямів підвищення конкурентоспроможності.
7. Враховуючи багатоплановий характер діяльності ресторанів, неоднозначність прояву впливу зовнішнього середовища та адаптації діяльності підприємства до нього, розроблено портфель взаємопов’язаних стратегій конкуренції та стратегічних напрямів підвищення їх конкурентоспроможності.
 |

 |