ЧАРЫЕВА МАРАЛ ОДЖАРОВНА

ИНТЕГРИРОВАННЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ ИНФРАСТРУКТУРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ СОВРЕМЕННОГО МЕГАПОЛИСА: ТЕОРИЯ, МЕТОДОЛОГИЯ,

СТРАТЕГИЯ

Специальность 08.00.05 - «Экономика и управление народным

хозяйством»

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук

МОСКВА

2009

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИНФРАСТРУКТУРНОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА И УСЛУГ МЕГАПОЛИСА 15

1.1. Основные производители и потребители индустрии общественного питания мегаполиса 15

1.2. Организационно-экономические основы инфраструктурного развития предприятий общественного питания столичного региона 31

1.3. Экспертно-аналитические методы оценки эффективности индустрии общественного питания44

1.4. Методы инфраструктурного развития индустрии общественного питания мегаполиса 59

ГЛАВА 2. ОЦЕНКА ПЕРСПЕКТИВ И ФОРМ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МЕГАПОЛИСА 72

2.1. Сегментация форматов индустрии общественного питания на основе анализа трендов основных показателей развития конкурентной среды 72

2.2. Индикация точек инфраструктурного роста индустрии общественного питания 93

2.3. Дифференциация новых форм организации общественного питания на основе теории массового обслуживания 107

2.4. Влияние рынка недвижимости на развитие современных форматов предприятий индустрии общественного питания мегаполиса 120

ГЛАВА 3. ФУНКЦИОНАЛЬНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАЗВИТИЮ ИНФРАСТРУКТУРЫ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МЕГАПОЛИСА 139

3.1. Консолидация активов предприятий как основа долгосрочного развития индустрии общественного питания мегаполиса 139

3.2. Методика оценки хозяйственной деятельности предприятий индустрии общественного питания мегаполиса на основе КПЭ 152

3.3. Организационно-экономическое обоснование дифференцированного использования реинжиниринговых технологий в инфраструктурном развитии индустрии общественного питания мегаполиса 164

3.4. Современные тренды и способы управления лояльностью потребителей и их влияние на перспективы развития инфраструктуры индустрии общественного питания мегаполиса 178

ГЛАВА 4. МОДЕЛИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ИНФРАСТРУКТУРНОГО РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МЕГАПОЛИСА 192

4.1. Оценка ключевых инфраструктурных факторов формирования индустрии общественного питания мегаполиса 192

4.2. Управление рациональной организацией технологических процессов и обеспечение контроля за производственно-экономической безопасностью деятельности предприятий общественного питания 210

4.3. Синергетический эффект использования кобрендинга в сфере инфраструктурного развития ресторанного бизнеса 223

4.4. Управление инвестиционной привлекательностью и потенциалом индустрии общественного питания мегаполиса 237

ГЛАВА 5. ПЕРСПЕКТИВЫ ИНФРАСТРУКТУРНОГО РАЗВИТИЯ ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА МЕГАПОЛИСА 252

5.1. Концептуально-методологическое обоснование инфраструктурного развития и совершенствования

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

 Индустриюобщественногопитаниямегаполисаможноопределитькакнекуюовеществленнопредметнуюобластьвкоторойодновременноскладываютсядватипаэкономическихотношенийконкурирующихмеждусобойпредприятийатакжеэтихсубъектовспоставщикамисырьяматериаловиныхресурсовипотребителямипродукциитоваровработуслуг

Индустрияобщественногопитаниямегаполиса—частьвоспроизводственногоциклакотораяохватываетотношенияобменатоваровработуслугнаденьгивкоторыевступаютпродавецисполнительипокупательпотребляющийзатемтоварработыуслугиДляустановленияфактатоварообменаважноопределитьктоявляетсясобственникомтовараивкакоймоментпроисходитпереходправсобственностиотодногоучастникасделкикдругомуотпродавцаисполнителякпокупателю

Этоопределениедаетзначительныйпростордляустановлениягеографическихипродуктовыхграництоестьдляформированияиндустрииобщественногопитаниямегаполиса

ВместесэтимследуетучитыватьчтофинансовыйкризиснаЗападеужеповлекзасобойспадспросанаразличныеуслугивтомчислеиресторанныеособенносильновСШАлюдейотказалисьотпитаниявнедомаВЕвропеситуацияразнаяотстраныкстранеспадгдетоменьшегдетобольшеЧтокасаетсяРоссиитовотличиеотЗападакризиснетаксильноударитпонаселениютаккаклюдибылималововлеченывкредитныеисториииигрынафинансовыхрынкахЕщеодинфакторвнашупользунашрынокнестользрелыйнасыщенныйиконкурентныйкаквСШАчтоприводитвовремякризисаквысокомуотрицательномувоздействиюнарынкеобщественногопитаниявтовремякаквРоссиирынокрастетиприподобныхобстоятельствахвоздействиедолжнобытьсущественноменьшепокрайнеймередлякрупныхигроков





Однакосвоевлияниекризисможетоказатьнаструктурузатратнаселенияикакследствиенадинамикуспроса

ПокамынеможемговоритьопадениипродажуслугобщественногопитаниясегодняскореепроисходитпостепенноезамедлениетемповихростаОреальномвлияниикризисаможнобудетсудитьпослепервогокварталагодаМыпредполагаемчторегионыокажутсяболеечувствительныкнестабильнойситуациивэкономикечемМосква

Безусловнокризисможетзамедлитьтемпыростарынкатаккакмногиекомпаниипредпочтутболееконсервативноеразвитиевпоследующиедвагодаисосредоточатсянаповышенииэффективностиприбыльностисуществующихобъектов