

Морозов М. А., докт. экон. наук, профессор кафедры гостиничного и туристического бизнеса Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова, г. Москва, mmorozov@bk.ru

Аристов П. О., аспирант Московского финансово-промышленного университета «Синергия», г. Москва, pavel-aristov@bk.ru

Анализ конкурентоспособности услуг в ресторанном и досугово-развлекательном бизнесе

В публикации определяется актуальность проведения анализа конкурентоспособности услуг предприятий ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса как перспективной и денежнотемкой отрасли экономики. Рассмотрены основные изменения российского рынка ресторанных и досугово-развлекательных услуг, обусловленные социально-экономическими особенностями развития страны в последние десятилетия. Особое внимание уделено факторам внешней среды, оказывающим значительное влияние на развитие предприятий ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса. Определены основные тенденции развития рынка рассматриваемых услуг. Проведен анализ различных подходов к определению конкурентоспособности предприятий и услуг. На основе проведенного анализа предложена авторская трактовка понятия «конкурентоспособность услуг». В статье также рассмотрены виды конкуренции, характерные для услуг предприятий ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса, и исследованы основные конкурентные стратегии, используемые предприятиями на рынке ресторанных и досугово-развлекательного бизнеса для повышения уровня конкурентоспособности услуг и роста лояльности целевой аудитории. Представлен ряд основных подходов к оценке конкурентоспособности услуг, для каждого из которых выделены основные требования. Путем рассуждений и с помощью промежуточных выводов по материалам проведенных исследований подчеркивается актуальность и практическая значимость стратегического планирования с учетом факторов внешней среды, а также внедрения комплекса мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности предприятий ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса для удовлетворения потребностей заинтересованных сторон.

Ключевые слова: конкурентоспособность услуг, предприятия ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса, тенденции развития ресторанных и досугово-развлекательного бизнеса, конкурентные стратегии, анализ конкурентоспособности услуг ресторанных и досугово-развлекательного бизнеса.

Введение

Цель исследования — провести анализ конкурентоспособности услуг предприятий ресторанного и досугово-развлекательного бизнеса. Ее можно достичь посредством решения следующих задач:

- изучение основных тенденций развития современного российского рынка ресторанных и досугово-развлекательных услуг;

- анализ различных подходов к определению конкурентоспособности предприятий и услуг, который позволит предложить авторскую трактовку понятия «конкурентоспособность услуг»;

- исследование видов конкуренции, характерных для услуг предприятий ресторанных и досугово-развлекательного бизнеса;
- обзор подходов к оценке конкурентоспособности услуг.

Гипотеза исследования: анализ и оценка конкурентоспособности услуг российско-