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://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/224161

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Инновационный менеджмент

1. Методологический блок 3
2. Организационно-методический 6
Список литературы 10

Проведение отраслевого анализа представляется целесообразным делать в соответствии с определенной программой. Основные разделы программы:
- цель исследования,
- задачи исследования,
- предмет исследования,
- объект исследования,
- методы,
-гипотеза,
- теоретическая база,
- информационная база исследования.
Цель работы: анализ рынка услуг общественного питания Псковской области.
Задачи исследования:
- анализ рынка общественного питания в Псковской области,
- анализа основных тенденций развития рынка общественного питания в России и Псковской области,
- анализа деятельности предприятия общественного питания,
- разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности предприятия с учетом особенностей рынка общественного питания Псковской области.
Предмет исследования - организационно-экономические отношения в сфере рыночного развития предприятий общественного питания.
Объект исследования – рынок общественного питания Псковской области.
Методы исследования:
- анализа и синтеза, дедукции и индукции,
- исторического и сравнительного анализа,
- комплексного анализа,
- анализа нормативных источников,
- статистического анализа,
- моделирования,
- анализа научных исследований,
- анализа данных отраслевых отчетов,
- анализ публикаций по теме исследования.
Гипотеза исследования: рынок общественного питания структурирован на различные сегменты, которые в условиях коронавируса демонстрируют интенсивную динамику снижения.
Теоретическая база исследования представлена научно-исследовательскими разработками, представленными теоретиками в области отраслевого управления и развития рынка питания Акимова Т.А., Игнатьева А.В., Максимцов М.М., Блауберг И.В., Садовский В.Н., Юдин Э.Г. и других.
Информационная база исследования: данные отраслевых отчетов, статистика Управления Росстата по Псковской области, научные публикации.

Нормативно-правовые акты, стандарты
1. Постановление Правительства РФ от 15.08.1997 N 1036 (ред. от 04.10.2012) «Об утверждении Правил оказания услуг общественного питания» // Консультант Плюс
2. ГОСТ Р ИСО 9001–2011 «Системы менеджмента качества. Требования»
3. ГОСТ Р 52113–2014 «Услуги населению. Номенклатура показателей качества»

4. ГОСТ Р ИСО 9004–2010 «Менеджмент для достижения устойчивого успеха организации. Подход на основе менеджмента качества»
5. ГОСТ Р ИСО 10001–2009 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по правилам поведения для организаций»;
6. ГОСТ Р ИСО 10003–2009 «Менеджмент качества. Удовлетворенность потребителей. Рекомендации по урегулированию спорных вопросов вне организации»
7. Международный стандарт ИСО 9004–2–91 «Административное управления качеством и элементы системы качества»
Научная литература
8. Аренков И.А. Маркетинговые исследования товарных рынков [Текст]. – СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2017. – 72 с.
9. Бариленко В. И. и др. Основы бизнес — анализа: учебное пособие. / под ред. В. И. Бариленко[Текст]. — М.: КНОРУС, 2019. — 272 с.
10. Баранчеев В. П. Управление инновациями: учебник. – М. :Юрайт , 2018. - 711 с.
11. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. 3-е изд./И.С. Березин. - М.: Вершина, 2017.
12. Варакута С. А. Связи с общественностью. – М. : ИНФРА-М, 2017. – с. 25
13. Власова О.В. Рынок общественного питания в России: особенности и тенденции развития // Экономические исследования. 2019. №2. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/rynok-obschestvennogo-pitaniya-v-rossii-osobennosti-i-tendentsii-razvitiya (дата обращения: 23.11.2021).
14. Еремин В.Н. Маркетинг[Текст]. – М.: Кнорус, 2017. – 648 с.
15. Зорина Т.Г. Маркетинговые исследования [Текст]. – Минск: БГЭУ, 2016. – 410 с.
16. Капон Н. Управление маркетингом[Текст]. – СПб.: Питер, 2017. – 832 с.
17. Котлер Ф. Маркетинг по Котлеру: как создать, завоевать и удержать рынок. /Ф. Котлер, Пер с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016, С.153
18. Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И. Маркетинг: как побеждать на рынке. - М.: ФиС, 2017
19. Чумиков А., Бочаров М., Тишкова М. PR в Интернете. – М., 2016. – с. 27
20. Буктейн Л. На свете нет ничего неосуществимого // Мобильные телекоммуникации. – 2010. - №6. – С.19-21
21. Ланговой А. Число пользователей Instagram достигло 200 млн http://www.3dnews.ru/814146/
22. Москаленко Г. Создание и размещение видеорекламы: пошаговый алгоритм для компаний // Электронный журнал «Коммерческий директор» http://www.kom-dir.ru/article/469-razmeshchenie-videoreklamy (дата обращения: 18.12.2021)
23. На рынке общепита выросла доля фаст-фуда // https://rg.ru/2021/03/02/na-rynke-obshchepita-vyrosla-dolia-fast-fuda.html (дата обращения: 18.12.2021)
24. Об обороте розничной торговли и общественного питания в 2020 году // https://pskovstat.gks.ru/folder/36809/document/87867 (дата обращения: 18.04.2021)
25. Фудсервис в России не вернется к доковидным показателям в 2021 году // https://www.forbes.ru/newsroom/biznes/416597-fudservis-v-rossii-ne-vernetsya-k-dokovidnym-pokazatelyam-v-2021-godu (дата обращения: 18.12.2021)

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://stuservis.ru/nauchno-issledovatelskaya-rabota/224161