

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»**

**Институт Гостеприимства**

(наименование факультета/ института)

**Направление подготовки /специальность:**38.03.02 Менеджмент

**Профиль/специализация:**Менеджмент в гостиничном и ресторанном бизнесе.

**Форма обучения:**заочная

**Отчет**

**ПО ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРАКТИКЕ**

(вид практики)

Преддипломная практика

(тип практики)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Обучающийся** |  |  |  |
|  | (ФИО) |  | (подпись) |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Ответственное лицо**  **от Профильной организации** |  |  |  |
| М.П. (при наличии) | (ФИО) |  | (подпись) |

**Москва 20\_\_г.**

**Практические кейсы-задачи, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности по итогам практики**

| **№ п/п** | **Подробные ответы обучающегося на практические кейсы-задачи** |
| --- | --- |
| Кейс-задача № 1 | **Полное наименование организации:** общество с ограниченной ответственностью «ФОРТУНА».  Кратко наименование **организации:** ООО «ФОРТУНА».  Организация ООО «ФОРТУНА» зарегистрирована в едином государственном реестре юридических лиц 15 лет назад 18 января 2008 года.  **ИНН:** 4205147097.  **КПП:** 420501001.  **ОГРН:** 1084205000626.  **Место нахождения:** 650002, обл. Кемеровская Область - Кузбасс, г. Кемерово, б-р Сосновый, д. 1, помещ. 11.  **Статус организации:** коммерческая, действующая.  **Организационно-правовая форма:** Общества с ограниченной ответственностью (код 12300 по ОКОПФ).  Налоговый орган, в котором юридическое лицо состоит на учёте: Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы № 15 по Кемеровской области - Кузбассу (код инспекции – 4205).  Регистрационный номер в ПФР: 052002024954 от 1 февраля 2008 г.  Регистрационный номер в ФСС: 421800999142041 от 1 сентября 2022 г.  Основной вид деятельности организации: Деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания (код по ОКВЭД 56.10).  Дополнительные виды деятельности по ОКВЭД:  - Торговля автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (код по ОКВЭД 45.3);  - Торговля оптовая автомобильными деталями, узлами и принадлежностями, кроме деятельности агентов (код по ОКВЭД 45.31.1);  - Деятельность агентов по оптовой торговле автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (код по ОКВЭД 45.31.2);  - Торговля розничная автомобильными деталями, узлами и принадлежностями (код по ОКВЭД 45.32);  - Торговля оптовая текстильными изделиями (код по ОКВЭД 46.41);  - Торговля оптовая галантерейными изделиями (код по ОКВЭД 46.41.2);  - Торговля оптовая одеждой и обувью (код по ОКВЭД 46.42);  - Торговля оптовая бытовыми электротоварами (код по ОКВЭД 46.43);  - Торговля оптовая чистящими средствами (код по ОКВЭД 46.44.2);  - Торговля оптовая прочими потребительскими товарами (код по ОКВЭД 46.49.4);  - Торговля оптовая твердым, жидким и газообразным топливом и подобными продуктами (код по ОКВЭД 46.71);  - Торговля оптовая ручными инструментами (код по ОКВЭД 46.74.3);  - Торговля розничная моторным топливом в специализированных магазинах (код по ОКВЭД 47.30);  - Торговля розничная прочая в специализированных магазинах (код по ОКВЭД 47.78);  - Деятельность автомобильного грузового транспорта (код по ОКВЭД 49.41);  - Деятельность в области фотографии (код по ОКВЭД 74.20);  - Деятельность по письменному и устному переводу (код по ОКВЭД 74.30);  - Деятельность по упаковыванию товаров (код по ОКВЭД 82.92).  Руководителем организации (лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица) с 18 октября 2013 г. является генеральный директор Калабухова Анастасия Игоревна  (ИНН: 420402915957).  Построим матрицу SWOT анализа для ООО «ФОРТУНА» (таблица 1).  Таблица 1 – SWOT-анализ для ООО «ФОРТУНА»   |  |  | | --- | --- | | Сильные стороны деятельности | Слабые стороны деятельности | | - Высокий имидж, камерная атмосфера;  - Широкий выбор продуктов;  - Привлекательное и удобное расположение;  - Большое количество дополнительных услуг;  - Хорошая звукоизоляция;  - Организация и проведение различных мероприятий;  - Есть возможность размещения с детьми и животными;  - Большой опыт работы на рынке;  - Большой капитал и высокая доходность. | - Практически неощутимое присутствие предприятия в социальных сетях (SMM);  - Отсутствие бесплатной парковки;  - Иногда нестабильный Wi-Fi;  - Высокая текучесть кадров. | | Возможности | Угрозы | | - Увеличение платежеспособного спроса (поколение Z);  - Дальнейшее развитие внутреннего туризма;  - Развитие систем «Умная комната» и прочие IT решения в сфере гостеприимства;  - Развитие программ «Доступная среда»;  - Рост квалификации всех сотрудников;  - Усиление информационного присутствия в СМИ и Интернет-пространстве;  - Модернизация технического оснащения номеров и служебных помещений;  - Новые партнерские связи. | - Выход из строя здания из-за его ветхости (ремонтные работы);  - Сложности по оплате иностранных сервисов;  - Рост текущих расходов;  - Изменение в налоговом законодательстве;  - Обострение конкурентной борьбы |   Можно заметить, что ООО «ФОРТУНА» обладает как довольно объемным перечнем сильных сторон, так и некоторыми слабыми сторонами и угрозами. Грамотно поставленный бренд и успешное его ведение, а также организация актуальных мероприятий поможет привлечь ту часть поколения, которая только начинает обладать платежеспособностью, тем самым увеличивая спрос на предоставляемые услуги. Уникальность и неповторимость ООО «ФОРТУНА» в свое время, моментально выделяет её на рынке, что при дальнейшем развитии туризма по стране и росте туристического потока в город привлечет новых гостей именно в неё. Выстроенная политика и идея ООО «ФОРТУНА», в том числе уровень оказываемого сервиса и качество всего оборудования и оснащения позволит ей сохранить свою привлекательность и минимизировать падение спроса. Появление новых аналогичных игроков на рынке, в первую очередь, поднимет интересе населения к данному формату заведений, в то время как заработанный к сегодняшнему дню статус на рынке и любовь позволит ООО «ФОРТУНА» не только сохранить своих постоянных гостей, но и, возможно, в будущем позволит привлечь тех, кто столкнулся с некачественным сервисом и/или не близкой ему атмосферой у конкурентов. В случае плохой информированности ООО «ФОРТУНА» может потерять как доход от потенциального гостя, так и незабываемое впечатление уже посетившего. Сильные стороны ООО «ФОРТУНА» в комбинации с возможностями и угрозами из внешней среды составляют довольно устойчивую стратегию его функционирования. Другими словами, уровень и перечень предоставляемых в ООО «ФОРТУНА» услуг и удобств, а также особенности её расположения и концепции позволяют не только являться одним из лидеров рынка, но и сохранять свои позиции и результаты при изменении внешней ситуации. Сопоставляя же слабые стороны с угрозами и возможностями, можно прийти к выводу, что «слабая информированность гостей о возможностях услуг» является одной из главных проблем, над которыми необходимо работать. Также что-то сделать нужно и с отсутствием бесплатной парковки, нестабильным Wi-Fi соединением, а также текучестью кадров. Если вовремя не принять меры, то совокупность данных, казалось бы, по-отдельности несущественных факторов может привести к серьезным последствиям, затрагивающим деятельность ООО «ФОРТУНА» даже на базовом уровне. |
| Кейс-задача № 2 | Чек-лист администратора ООО «ФОРТУНА».  - Прием - передача смены  - Произвести приемку смены уходящего администратора. Администратор принимает дела у уходящей смены. С этого момента администратор вступает в права и несет ответственность за все, что происходит в ООО «ФОРТУНА» и входит в ее должностные обязанности.  - Произвести прием кассы и денежных остатков Производится в случае, если Администратор является одновременно и кассиром.  - Произвести проверку занятости номеров Администратор проверяет соответствие фактической занятости номеров плану заселения и бронирования.  - Провести планерку с сотрудниками Администратор проводит краткий бриф с дежурным персоналом. Она обрисовывает план на смену и выслушивает информацию персонала о текущих рабочих моментах. Проговариваются все возможные ситуации, нестыковки, потенциальные конфликты с находящимися в гостинице клиентами.  - Произвести проверку бронирования Администратор проверяет базу бронирования, сверяет с гостиничными программами, синхронизирует календари.  - Работа в смену. Совершить проверку позиций на Booking Администратор проверяет позиции гостиницы на Booking, сверяет цены, контролирует соответствие по бронированию и отсутствие неоплаченных, неподтвержденных и аннулированных броней. Как правило, это делает  - Совершить проверку страницы на AirBNB Администратор проверяет страницу предложений на AirBNB, уточняет и корректирует цены, контролирует совпадение записей, и отсутствие аннулированных заявок.  - Произвести проверку сайта, почты и мессенджеров, электронной почты. Производится постоянно, в течение всей рабочей смены.  - Осуществлять прием звонков и сообщений Осуществляется постоянно, в течение всей рабочей смены.  - Осуществлять текущее управление персоналом Осуществляется в течение всей смены текущее управление и контроль за работой дежурного персонала: горничной, коридорной, охраны, клининговых и прочих сервисных служб, как штатных, так и на аутсорсинге.  - Проводить встречу и заселение гостей. Администратор встречает гостей, проверяет соответствие бронированию, производит расчет и оформляет заселение.  - Производить оформление отчетных документов. При заселении, а [также при перерасчетах при выселении](https://topuch.com/s-troevie-priemi-i-dvijenie-bez-orujiya/index.html), администратор оформляет отчетные документы в виде гостиничной формы 3-г в сумме принятых денежных средств.  - Производить регистрацию прибывающих гостей. В соответствии с действующим законодательством, администратор документирует для регистрации по месту пребывания, а также для пребывания иностранных граждан с миграционными картами, визовым порядком пребывания.  - Проводить выселение убывающих гостей. Производится в расчетный час (к 12.00, 18.00), а также в течение всей рабочей смены. При выселении контролируется сохранность номеров, инвентаря и оборудования, комплектность постельного белья, текстиля и санитарно-гигиенического оборудования.  - Проводить плановый обход. Два - три раза в смену администратор проводит плановый обход гостиницы в сопровождении дежурной по номерам для контроля за штатным состоянием всего гостиничного хозяйства.  - Экстренные операции. Произвести актирование убытков Администратор составляет и подписывает Акт в случае, если кто-либо из гостей причинил ущерб имуществу гостиницы. В случае отказа гостя признать вину и возместить ущерб, вызываются сотрудники полиции.  - Вызвать сотрудников полиции, МЧС, аварийных служб. В случае пожара, происшествий чрезвычайного характера, либо ситуаций криминального рода, Администратор незамедлительно принимает меры к прибытию в гостиницу дежурных сотрудников полиции, соответствующих профильных служб, пожарных.  - Вызвать медицинскую и скорую помощи. При необходимости медицинского вмешательства, резкого ухудшения состояния здоровья, недомогания кого-либо из гостей, сотрудников, Администратор принимает все необходимые меры для скорейшего оказания врачебной помощи.  - Произвести иные действия Администратора Исходя из соображений разумности и достаточности, Администратор предпринимает любые иные действия, направленные на защиту здоровья гостей и персонала, их жизней, безопасности, сохранности имущества и материальных ценностей гостиницы.  - Завершение смены Администратора. Произвести передачу дел приходящей смене  - Администратор встречает сменщицу, вводит ее в курс происходящих событий за прошедшую смену и передает рабочее место под роспись.  - Произвести передачу кассы и денежных остатков Администратор пересчитывает кассовый остаток и передает его и кассу под роспись сменщице. С этого момента Администратор свои обязанности сдала. Работа окончена. Она свободна. |
| Кейс-задача № 3 | Ребрендинг предприятия  Название заведения (его обоснование). – ООО «ФОРТУНА 5 звезд», так как ребрейбинг направлен на повышение звездности и статусности ООО «ФОРТУНА».  Класс заведения. – 5 звезд  Количество посадочных мест. Площадь заведения. – 270 номеров различных категорий и цен, включая одноместные, двухместные и трехместные стандартные номера, номера комфорт и бизнес комфорт, студии, люксы, апартаменты.  Общая площадь гостиницы - 21215 м2  Посетители гостиницы: определение целевой группы посетителей.  Основные клиенты компании могут быть разделены на 2 сегмента.  1. Организованные туристы:  − иностранные (групповые, индивидуалы);  − российские (групповые, индивидуалы);  − корпоративные клиенты.  2. Неорганизованные туристы:  − «уличные» клиенты гостиницы;  − жители города – клиенты ресторана и турагентства.  По загрузке номерного фонда 85-88% обеспечивают организованные туристы, 12-15%  – неорганизованные («уличные»).  В отеле должны быть разработаны и строго соблюдаются стандарты обслуживания.  Содержание стандартов  1. Общие стандарты  Стандарт управления гостиницей  - процесс деятельности руководящего звена;  - принципы управления качеством в гостинице;  - отчетность.  Делопроизводство и документооборот:  - стандартный пакет юридических документов, определяющий статус подразделения и предоставляемый по первому требованию государственным службам;  - стандартный пакет документов, представляющий собой документы необходимые для непосредственного исполнения должностных обязанностей;  - стандартный пакет документации, предоставляемый при приеме на работу с целью информирования сотрудника о неразглашении данных, представляющих коммерческую тайну либо являющимися конфиденциальными.  Формы отчетности:  - внутренние отчеты подразделений;  - аналитические отчеты подразделений;  - внешняя отчетность гостиницы.  Стандарт качества - миссия гостиницы по качественному обслуживанию;  - стандарт гостеприимства;  - правила общения по телефону;  - стандарт внешнего вида.  Торговая марка  - описание логотипа и правила его использования;  - полиграфия;  - наружная реклама;  - вывески и флаги.  2. Внутренние стандарты отделов обслуживания гостиницы  Служба приема:  - основные требования к работе;  - основная документация;  - правила размещения гостей;  - стандарт поведения;  - стандарт рабочего времени;  - стандарт решения проблем;  - стандарт получения чаевых.  Обслуживание номеров:  - стандарты комплектации тележки горничной;  - стандарт комплектации номера  - стандарты уборки номера: легкая уборка уборка после выезда гостя текущая уборка вечерняя уборка.  Обслуживание в кафе:  - стандарт подачи напитков;  - стандарт сервировки стола на завтрак;  - стандарт сервировки стола на обед, ужин;  - встреча гостей;  - прием заказа;  - подача вин и напитков;  - подача блюд;  - стандарт обслуживания в номерах.  Стандарт ночного администратора гостиницы:  - процесс деятельности ночного менеджера;  - отчетность.  Стандарты безопасности:  - нормы охраны труда;  - правила пожарной безопасности;  - нормы экологической безопасности.  Технические стандарты гостиницы:  - [строительные требования](https://topuch.com/stroitelenie-normi-respubliki-kazahstan-nesushie-i-ograjdayush-v2/index.html);  - территория;  - здание гостиницы;  - функциональные зоны;  - инженерно-технические решения;  - требования к эксплуатации.  Персонал.  В гостиничном бизнесе умению общаться с клиентами уделяется особое внимание. Весь персонал, в первую очередь те работники, которые постоянно общаются с клиентами, проходят специальное обучение: персонал учат, как общаться с разными клиентами, говорить по телефону, выслушивать жалобы и т.п.  Из общих правил для персонала выделяются самые важные:  − работник отеля должен быть всегда готов оказать клиенту услугу тогда, когда эта услуга нужна клиенту, а не тогда, когда это удобно работнику;  − работник должен демонстрировать позитивное отношение к клиенту: показывать уважение, вести беседу безукоризненно вежливо, дружелюбным тоном, ни в коем случае не повышая голоса, не выказывать своего неудовольствия, если, например, клиент приходит в самом конце его рабочего дня, сохранять выдержку со вздорными, агрессивными, бестолковыми, пьяными клиентами, всячески демонстрировать клиенту, что сотрудник озабочен его проблемой;  − работник отеля должен улыбаться клиенту, поддерживать позитивный контакт глазами. В разговоре с гостями использовать соответствующие фразы («доброе утро»; «конечно, я с удовольствием сделаю это» и т.п.);  − нужно уметь тактично информировать клиента и сообщать ему даже неприятные новости, например, о том, что клиент должен доплатить некоторую сумму;  − ни один работник отеля не имеет права спорить с гостем, даже по пустякам; если клиент сообщает что-нибудь работнику, то последний должен продемонстрировать максимальное желание понять клиента, кивать головой, вставлять слова «понятно», «хорошо», а если ему не очень понятно желание клиента, то задавать вопросы типа «если я вас правильно понял, вы хотите...».  Дополнительные услуги:  1) Профессиональный фотограф, снимающий не большое количество фотографий, оформленных в виде фотокнижки с рекламой отеля и фотографиями гостей в подарок. Услуга-новинка. Предоставляется гостям бесплатно. Фотограф делает несколько снимков гостей на фоне достопримечательностей города, также делает снимки в интерьерах отеля. После снимки обрабатываются, формируются в фотокнижку, которая украшена логотипом «ФОРТУНА 5 звезд» с рекламой гостиницы.  2) Меню подушек и мыла на выбор каждому гостю. Модная и современная гостиничная тенденция. Уже достаточно часто встречается в зарубежных отелях, в гостиницах пока не распространилась. Услугам может помочь выделиться среди конкурентов.  3) Очищение и озонирование воздуха в гостинице. Немногие владельцы гостиниц и могут похвастаться чистым воздухом и отсутствием проблем с нежелательными запахами в помещениях. Необходимо бороться с неприятными запахами табака и еды, затхлостью и сыростью, которые рано или поздно появляются в номерах любых, даже самых «звездных» гостиниц. [Учитывая современные тренды заботы о здоровье](https://topuch.com/obshuyu-organizaciyu-delo-obshestvennogo-prizreniya-poluchilo/index.html), данная услуга может стать весьма актуальной.  4) Подогрев/охлаждение постели в номере. Данная идея нетипична, и действительно может помочь людям быстрее заснуть. Существует множество научных доказательств, что сон начинается, когда тело человека начинает остывать, в то время как постель прогреваться. Теплая постель (примерно 20-25 градуса) является лучшим способом ускорить наступление сна у человека. Но можно также говорить и о прохладе. Многие мечтают ложиться в прохладную постель жарким летом и в теплую, холодной зимой. Данная услуга является новинкой для рынка, необычна, технологически легко реализуема.  5) «Оборудование для пожилых гостей». Специально оборудованные лифты и санузлы, зеркала в ванной комнате должны находиться на уровне глаз, наличие автоматики открывания дверей, в кафе - легкое для чтения меню с крупными буквами.  6) Прокат плеера с аудио экскурсиями. Данный вид услуги довольно распространен за рубежом. Теперь, если человек захочет в одиночку прогуляться, послушать познавательный рассказ о достопримечательностях и истории города, ему это не составит труда. Безусловным плюсом является то, что гости отеля могут воспользоваться этим предложением немедленно, получив плеер на стойке ресепшн и выйти на прогулку в любое удобное для них время.  Таким образом, сформировался определенный перечень услуг, которые могут быть интересны для реализации в гостинице.  Пути привлечения клиентов.  Одним из перспективных каналов привлечения клиентов в гостиницу являются PR- мероприятия. С их помощью можно воздействовать на все целевые аудитории. Например, вы можете проводить презентации и семинары, симпозиумы и конференции, выставки и дегустации, тематические музыкальные вечера и fashion-показы, ток-шоу и рождественские ярмарки, мастер-классы и концерты с участие артистов, карнавалы и недели кухонь мира. Одним из важных направлений в рамках PR-деятельности, которые действительно эффективно работает и поможет привлечь новых клиентов в гостиницу, это мероприятия для travel-блогеров и журналистов, ведущих блоги по туризму. Возможности Интернета позволяют выбрать наиболее известных персонажей, которые являются лидерами мнений. Они популярны среди читателей и слушателей. У них высокие рейтинги. Их мнению доверяют. И в среде тысяч подписчиков они авторитеты. |
| Кейс-задача № 4 | Под организационной структурой, сформированной в результате проектирования, понимается упорядоченная совокупность взаимосвязанных подразделений, обособившихся в процессе разделения труда.  Директор гостиницы «ФОРТУНА 5 звезд» является посредником между владельцами предприятия и управленческим персоналом, с одной стороны, и гостями, с другой.  На генеральном директоре лежит решение огромного числа задач: принятие ориентированных на выбранный сегмент рынка решений, направленных на удовлетворение потребностей клиентов, определение общих направлений политики предприятия в рамках поставленных целей и задач, в том числе проведение финансовой политики, к которой могут быть отнесены такие вопросы, как определение лимитов расходов на содержание персонала, предельных ассигнований на административные о хозяйственные нужды.  Владельцы предприятия и генеральный директор определяют круг поставщиков, долевые отношения с которыми гостиница поддерживает в первую очередь.  Отдел номерного фонда ООО «ФОРТУНА 5 звезд» состоит из таких подразделений, как служба бронирования, административная служба, служба горничных, служба безопасности. Руководитель отдела номерного фонда несет ответственность за создание основных гостиничных услуг и поддержание номерного фонда в соответствии с принятыми на предприятии стандартами. Административная служба выполняет функции оформления при въезде и выезде, расчетов с клиентами, а также функции информационного центра.  Служба бронирования занимается резервированием номеров для клиентов. Служба горничных ООО «ФОРТУНА 5 звезд» является в большинстве случаев наиболее функционально значимым подразделением. Это подразделение отвечает за уборку номеров, холлов, туалетов, коридоров, внутренних помещений, в которых осуществляется прием и обслуживание клиентов. Горничные превращают использованный продукт, каким является гостиничный номер после отъезда гостей, в готовый для последующей реализации чистый и уютный номер. Служба горничных использует собственную прачечную, в которой использованное постельное белье, полотенца преобразуются в чистый, готовый к употреблению продукт.  Служба администраторов является первой в цепочке взаимодействия с гостями, она встречает и размещает гостей, принимает оплату за проживание, решает возникающие вопросы. Несомненно, является одной из наиболее важных служб гостиницы.  Служба безопасности также является примером двойственного подхода, когда выполнение функции поддержания порядка и безопасности на предприятии может быть поручено собственной службе, но не исключены варианты привлечения сторонней организации. Гостиница несет ответственность за обеспечение разумной безопасности своих клиентов.  Инженер изучает состояние эксплуатации машин и оборудование: лифты, стиральные машины, насосы для подкачки воды, канализационные трубы, батареи, сантехника. Организация бухгалтерской служб, бухгалтерский учет на предприятии осуществляется специализированным подразделением (бухгалтерией), непосредственно подчиненной главному бухгалтеру, который несет ответственность перед руководством предприятия за организацию бухгалтерского учета и предоставления бухгалтерской отчетности.  Итак, организационная структура предприятия линейная и имеет ряд достоинств:  − четкая взаимосвязь между руководителями и подчиненными;  − быстрота реакции в ответ на прямые указания;  − личная ответственность руководителя за конечные результаты и др. |
| Кейс-задача № 5 | В связи с острой нехваткой мест общественного питания рядом с университетом Синергия, рассмотрим наиболее известных конкурентов из разных сегментов рынка.  Основными конкурентами кафе в области цен, интерьера, услуг, доли участия на рынке общественного питания, являются:  – кафе «KFC» – средний чек 200 руб.;  – столовая Университета – средний чек 300 руб.;  – ресторан «Burgerking» – средний чек 300 руб.  Произведем сравнительную оценку конкурентных преимуществ создания кафе «Eшка» и его конкурентов в целом, используя методику КФУ (ключевые факторы успеха).  Конкурентные предприятия общественного питания ресторанного типа отбирались исходя из наиболее важного фактора месторасположения, так как основными потребителями являются студенты университета.  Проведем количественную оценку конкурентоспособности предприятия. Для этого придадим каждой характеристике вес и расставим баллы для каждого предприятия.  Среднеарифметический результат оценок напрямую зависят от того, к какой группе относятся эксперты. В качестве экспертов выступали 15 студентов и 15 молодых людей в возрасте от 22 до 30 лет. Наибольшее количество баллов принадлежит кафе «KFC». Сумма баллов для места общественного питания составила 47.  Главным конкурентом кафе «Eшка» является кафе «KFC»  По результатам проведенной оценки факторов, характеризующих конкурентоспособные позиции планируемого кафе и его конкурентов, можно заключить, что:  – минимальный уровень цен на предлагаемые блюда способствует увеличению конкурентоспособности кафе «KFC»;  – высокое качество обслуживания посетителей (особенно важно для студентов во время обеда) характерно для кафе «KFC» и столовой университета;  – удобное местоположение также характерно для кафе «KFC» и столовой университета;  – доставка в период пандемии хорошо развита у ресторана «Burgerking» и кафе «KFC»;  – высокое качество блюд характерно для кафе «KFC», что способствует повышению его конкурентоспособности. |

|  |  |
| --- | --- |
| Дата: \_\_\_\_\_\_\_\_\_ | \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  (подпись) (ФИО обучающегося) |