

РЕАЛИЗАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ХОЗЯЙСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Управление фирмой, являясь строго научной дисциплиной, в практической деятельности опирается на определенные научные принципы.

Принцип – это главное правило, требование, идея управления и его база. Основные принципы определяют философию и стратегию руководства предприятием и его звеньями. В определенной мере они призваны служить рекламой предприятия. В качестве примера приведем принципы японских фирм:

- не забывай выгоду ради долга, но, получая выгоду, помни о долге;
- наилучшее качество работы – на службу обществу;
- прежде чем создавать вещи, компания создает кадры;
- своим трудом улучшаем жизнь и создаем лучшее общество.

На основе выработанных принципов корректируются цели деятельности предприятий, уточняются приоритеты, формулируется его политика, разрабатываются методы.

Реализация принципов, целей, приоритетов и политики предприятий осуществляется с помощью соответствующих рабочих методик, инструкций, положений, нормативов. Последние формируют реальный механизм управления экономикой.

Как реализуются на практике принципы управления? Например, одними из основополагающих принципов являются:

научная обоснованность методов и правил управления. Этот принцип исходит из того, что методы, формы и средства управления должны базироваться на законах развития экономики и выверены практикой. Для реализации научных инструментариев управления требуется использование

наиболее современной компьютерной техники и математических методов.

эффективность управления. Действие этого принципа обусловлено многовариантностью путей достижения поставленной цели. Конкретным примером реализации этих принципов в построении стратегии развития предприятия являются бизнес планы как форма моделирования постинвестиционной деятельности предприятия, с разработкой сценарных вариантов прогнозируемой деятельности; оценка экономической эффективности по системе показателей, учитывающих факторы риска реализации инвестиционных проектов.

Е.В. Мыльникова, Н.Р. Ярулина

Г.Р. Корнова

Уральский государственный экономический университет

ОСОБЕННОСТИ КОНКУРЕНЦИИ НА РЕСТОРАННОМ РЫНКЕ

В условиях ожесточенной конкуренции на глобальном уровне, разрушении торговых барьеров, вступлении России в ВТО, меняются условия конкуренции, возникает необходимость в развитии совершенно иных видов конкурентных преимуществ, смещение ценности на потребителя. Развитие техники и технологии, изменение моды, вкусов, сравнение предприятий потребителями с мировыми аналогами влияет на состояние отрасли и методы конкурентной борьбы. В последние десятилетия, предприниматели в регионах в основном ориентируются на мировые ресторанные концепции, при этом забывая, что создание нового концепта и уход от конкуренции, может быть достигнут за счет создания «голубых океанов».

На сегодняшний день основная часть предприятий ресторанного бизнеса конкурируют в «алых водах» рыночного пространства. При этом под «алыми водами» подразумевается традиционный рынок, который характеризуется традиционной борьбой за покупателей, работой на существующих рынках. Это ресторанный рынок, в котором присутствует большое количество ресторанов,