

Каріна Клейнханс, Джозеф Роберсон

Аналіз перешкод щодо використання бенчмаркінгу у ресторанах Південної Африки

Основною метою цього дослідження є виявлення перешкод щодо використання бенчмаркінгу у повносервісних ресторанах у Південній Африці. Ресторанна галузь у глобальному вимірі працює в умовах високої конкуренції, отже ресторатори повинні мати певні переваги над конкурентами. Конкурентну перевагу можна отримати за умови що стандарти якості їжі та напоїв, якість послуг, технології та ціни будуть спів ставними з лідерами галузі. Автори використовують описове кількісне дослідження на основі відносно великої вибірки рестораторів. Дані зібрані за допомогою типової анкети через сайт SurveyMonkey. У поштовому опитуванні взяли участь 2699 рестораторів, з яких повністю заповнені анкети надіслали 109 респондентів. Для аналізу даних було використано методи описової та дедуктивної статистики. За результатами опитування, 43 % респондентів ніколи не використовували бенчмаркінг; лише 5,5 % респондентів продемонстрували достатні знання щодо бенчмаркінгу. На думку респондентів, найголовнішими перешкодами до використання бенчмаркінгу є труднощі у отриманні інформації щодо найкращих еталонних моделей з метою вдосконалення власної діяльності. Результати дослідження можуть бути використані для обміну знаннями щодо використання бенчмаркінгу для ефективного вирішення проблем у ресторанах Південної Африки.

Ключові слова: перешкоди, бенчмаркінг, ресторани, конкурентна перевага, еталонні моделі бенчмаркінгу.

Класифікація JEL: M1.



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

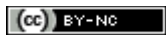
Каріна Клейнханс, Джозеф Роберсон

Анализ препятствий относительно использования бенчмаркинга в ресторанах Южной Африки

Основной целью данного исследования является выявление препятствий относительно использования бенчмаркинга в полносервисных ресторанах в Южной Африке. Ресторанная отрасль в глобальном измерении работает в условиях высокой конкуренции, следовательно, рестораторы должны иметь определенные преимущества над конкурентами. Конкурентное преимущество можно получить только при условии, что стандарты качества еды и напитков, качество услуг, технологии и цены будут сопоставимы с лидерами отрасли. Авторы используют описательное, количественное исследование на основе относительно большой выборки рестораторов. Данные собраны с помощью типовой анкеты через сайт SurveyMonkey. В почтовом опросе взяли участие 2699 рестораторов, из которых полностью заполненные анкеты прислали 109 респондентов. Для анализа данных были использованы методы описательной и дедуктивной статистики. За результатами опроса, 43 % респондентов никогда не использовали бенчмаркинг; только 5,5 % респондентов продемонстрировали достаточные знания о бенчмаркинге. По мнению респондентов, самыми главными препятствиями к использованию бенчмаркинга являются трудности в получении информации относительно самых лучших эталонных моделей с целью усовершенствования собственной деятельности. Результаты исследования могут быть использованы для обмена знаниями относительно использования бенчмаркинга для эффективного решения проблем в ресторанах Южной Африки.

Ключевые слова: препятствия, бенчмаркинг, рестораны, конкурентное преимущество, эталонные модели бенчмаркинга.

Классификация JEL: M1.



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует присутствия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.