

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ КНТЕУ
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ «УКРАЇНСЬКА АСОЦІАЦІЯ МАРКЕТИНГУ»
УНІВЕРСИТЕТ ІМ. ШТЕФАНА ЧЕЛ МАРЕ (М. СУЧАВА, РУМУНІЯ)

МАРКЕТИНГ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ

**МАТЕРІАЛИ МІЖНАРОДНОЇ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**м. Чернівці (Україна) – м.Сучава (Румунія)
11-12 листопада 2020 року**

**Чернівці
Технодрук
2020 року**

Маркетинг як основа формування стратегії соціально-економічного розвитку прикордонного регіону: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці (Україна) – м.Сучава (Румунія), 11-12 листопада 2020 р. – Чернівці: Технодрук, 2020. – 324 с.

У сучасних умовах розвитку економіки маркетинг виступає одним із пріоритетних інструментів формування стратегії соціально-економічного розвитку як на державному, регіональному, так і на транскордонному рівні.

У збірнику розглянуто актуальні питання, що стосуються застосування маркетингових інструментів сталого розвитку прикордонних регіонів, застосування брендингових технологій підприємств регіону в умовах євроінтеграції. Запропоновано інноваційні підходи до розвитку туризму в прикордонних регіонах, шляхи використання маркетингових технологій у сфері готельно-ресторанного бізнесу. Висвітлено питання обліково-аналітичного забезпечення управління маркетинговою стратегією соціально-економічного розвитку підприємств та фінансові аспекти забезпечення реалізації стратегій розвитку підприємств у прикордонному регіоні. Окреслено сучасні тенденції розробки та реалізації стратегії розвитку прикордонного регіону в умовах протидії сучасним загрозам, та можливі напрямки застосування маркетингу в транскордонному економічному співробітництві та ін. Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться зазначеними питаннями.

Конференція проводилась в рамках міжнародного стажування.

Розраховано на науковців, фахівців, викладачів, аспірантів, здобувачів вищої освіти, які цікавляться даною тематикою.

Відповідальні за випуск: *І.Р.Лошенко*
Р.В.Кравчук

Комп'ютерний дизайн і макетування: *С.О.Галамашевич*

Коректор: *Н.С.Савельєва*

Відповідальність за достовірність фактів, статистичної інформації, власних імен, цитат та інших відомостей, наданих у рукописах, несуть автори публікацій.

Збір матеріалів проводився у квітні, травні 2020 р.

© ЧТЕІ КНТЕУ, 2020
© Технодрук, 2020

Підписано до друку 31.08.2020 р.

Тришкіна Ніна МАРКЕТИНГ В ЕЛЕКТРОННОМУ БІЗНЕСІ	260
Farisieiev Andrii, Stetsenko Volodymyr, Yalovega Natalia BENCHMARKING FORMS OF TRADE ENTERPRISES IN UKRAINE	264
Чайка Інна, Кононенко Олена ЗАКЛАДИ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В ТРАНСКОРДОННОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ СПІВРОБІТНИЦТВІ	266

*ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ
У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ*

Danyliuk Inna, Parashchuk Anastasiia, Bagrii Konon THE USE OF INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS IN THE RESTAURANT BUSINESS	269
Долга Галина УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВИМИ ТЕХНОЛОГІЯМИ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	273
Іванов Андрій «ЧОРНИЙ МАРКЕТИНГ» У КРУЇЗНОМУ ТУРИЗМІ	276
Іванова Лілія, Вовчанська Ольга КРАУД-МАРКЕТИНГ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ	279
Кравченко Михайло, Незвещук-Когут Тетяна, Романовська Ольга СТАН ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА БУКОВИНИ	282
Лабурцева Олена, Яцишина Лариса МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ ГОТЕЛЯМИ МІСТА ЧЕРНІВЦІ	287
Лебеденко Тетяна ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ, ВІДРОДЖЕННЯ НАЦІОНАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ	291
Нікульча Валентин CRM У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	295
Новичков Віктор ОРГАНІЗАЦІЯ ОБСЛУЖИВАННЯ В РЕСТОРАНЕ	298
Piddubnyi Volodymyr, Palamarek Karina, Bagrii Konon, Strutynska Liubov THE IMPORTANCE OF MARKETING RESEARCH FOR THE SUCCESS OF RESTAURANT BUSINESS	300
Pesic Aleksandar, Pesic Duska MARKETING AUDIT IN THE HOTEL INDUSTRY: A FUZZY SET APPROACH	303

Віктор Новичков, к.г.н., доцент,
Одесская национальная академия пищевых технологий,
г. Одесса

ОРГАНИЗАЦИЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСТОРАНЕ

Гостеприимство является одной из фундаментальных концепций человеческой цивилизации, которая обеспечивается такими видами экономической деятельности, как ресторанное хозяйство [1, с. 13].

Ресторан – это предприятие общественного питания, в котором выполняют изготовление блюд, закусок по индивидуальному заказу, а также фирменных и национальных блюд, предусмотренных в меню по различным рецептам. Особенность организации работы ресторана является высокий класс обслуживания посетителей. Классность предполагает совокупность отличительных признаков предприятия, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания. В ресторанах должен быть обеспечен высокий уровень комфортности за счет оборудования их удобной мебелью, создания надлежащего микроклимата, в частности путем кондиционирования воздуха, интерьера и т.д.

Ресторан – это особый тип предприятия, в котором организация производства широкого ассортимента кулинарной продукции сложного приготовления сочетаются с организацией высокого уровня обслуживания посетителей в торговых залах ресторана. Рестораны размещают, как правило, на центральных оживленных улицах городов, при гостиницах, на железнодорожных и автовокзалах, в аэропортах, на пристанях, в местах массового отдыха. Ресторан – это предприятие, в котором широко практикуется изготовление блюд, закусок по индивидуальному заказу, а также фирменных и национальных блюд, предусмотренных в меню. Особенность организации работы ресторана – это высокий класс обслуживания посетителей. Классность предполагает совокупность отличительных признаков предприятия, характеризующих качество предоставляемых услуг, уровень и условия обслуживания [2].

Особенность труда официанта – это повседневное общение с людьми. К человеку, выбирающему для себя профессию официанта, предъявляются определенные требования. Помимо специальной подготовки, он должен обладать хорошим здоровьем, особенно зрением и слухом, быть физически выносливым, уметь легко входить в контакт с людьми. Кроме того, официанту нужно знать основы технологии приготовления пищи, кулинарную характеристику холодных и горячих закусок, первых и вторых блюд, десерта, холодных и горячих напитков, винно-водочных изделий и т.д. [3, с.178].

Этическое и эстетическое поведение официанта тесно взаимосвязаны. Личная гигиена, опрятность, подтянутость, аккуратность, ловкость и изящество движений - необходимое требование к официанту. Немалую роль во внешнем облике официанта играет и аккуратная, ладно сшитая, тщательно отутюженная одежда. Обувь должна быть не тесной, хорошо вычищенной [4, с. 199].

Порядок обслуживания гостей ресторана предусматривает четкую и слаженную работу всех сотрудников заведения. Каждый сотрудник обязан знать свои обязанности и строго следовать им [1, с. 86].

Цель подготовки зала ресторана к обслуживанию посетителей – создание в нем идеальной чистоты, уюта, четкой организации обслуживания. В процесс подготовки зала к обслуживанию входят: уборка помещения, расстановка столов, накрывание их скатертями, получение посуды и приборов, сервировка столов и личная подготовка официанта к работе. Ежедневная уборка торгового зала включает проветривание помещения, влажную уборку полов, мебели, подоконников и т.п. Если в зале ковровые покрытия на полах, то для их уборки используют пылесосы и другое механической оборудование, облегчающее труд технического персонала [2].

Исходя из вышесказанного можно сделать вывод что предприятия общественного питания играют важную роль в повседневной жизни общества, создание в нем уюта и слаженной организации обслуживания позволит привлечь внимание гостей и сохранить свои позиции на рынке труда.

Список использованной литературы:

1. Пянницька Н.О. Організація обслуговування у закладах ресторанного господарства / А. Мазаракі, Н.О. Пянницька // Київ, 2011.
2. Сайт «Мир ресторатора» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mir-restoratora.ru/?p=2322>
3. Белошавка М.И. Технология ресторанного обслуживания . - М., 2003. - 357 с
4. Браун Г. Хернер К. Настольная книга официанта.: Справочник.: пер с англ. - Ростов - на - Дону.: Издательство «Феникс», 2003.-320с.

Viktor Novichkov, Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor,
Odessa national academy of food technologies,
Odessa

SERVICE ORGANIZATION IN THE RESTAURANT

The article shows that catering has a highly important role in society's everyday life. The restaurants prepare and organize ceremonies, business conferences and meetings, family celebrations, etc. This requires to make attention to ideal cleanliness, comfort design, and perfect service in it.

Наукове видання

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
«Маркетинг як основа формування стратегії соціально-
економічного розвитку прикордонного регіону»
11-12 листопада 2020 року

Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Чернівці, Центральна площа, 7

Підписано до друку 31.08.2020 р. Папір офсетний. Формат 60х84/16.
Ум. друк. арк. _____. Вид. № 19-7. Зам. № _____. Тираж 150 прим
Видавець та виготівник: ПВКФ «Технодрук»
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК №1841 від 10.06.2004 р.
58000, м. Чернівці, вул. І. Франка, 20, оф.18, тел. (0372) 55-05-85