

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.Лошенюк*
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.

Прядко Ольга МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ	305
Савицька Наталія ПОВЕДІНКОВІ ФАКТОРИ ЯК ДЕТЕРМІНАНТИ ЗМІН МАРКЕТИНГОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ	308
Ткач Вікторія ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНО- РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ГОЛОВНОГО ДЕТЕРМІНАНТУ ТУРИСТИЧНИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ В УКРАЇНІ	312
Хитрова Ольга ВИКОРИСТАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ У СФЕРІ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ	314
Шунько Анна ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ	317

управління бронюванням та адміністративними завданнями готелю. До найважливіших функцій належать операції на стійці реєстрації, бронювання, управління каналами, ведення господарства, управління тарифами та розміщенням, а також обробка платежів. Хоча програмне забезпечення PMS здебільшого контролює резервування та фінансові трансакції, воно може дозволяти вам вести господарство та керувати людськими ресурсами. Загалом, PMS полегшує основні процеси в готелі, пов'язані з внутрішніми та зовнішніми операціями.

Список використаних джерел:

1. ДСТУ 2392-94. Інформація та документація. Базові поняття. Терміни та визначення / Нац. стандарт України. Вид. офіц. [Чинний від 1995-01-01]. Київ : Держстандарт України, 1994. 25 с. URL: https://dbn.co.ua/load/normativy/dstu/dstu_2392_94/5-1-0-1166#load
2. Батьковець Г. А., Батьковець Н. О. Ефективність інформаційної підтримки управлінської взаємодії підприємств готельного бізнесу // Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. 2016. Вип. 51. С. 182–187.
3. Sheldon P. J. Tourism Information Technology. CAB International, 1997. 224 p.
4. Hotel Property Management Systems: Products and Features. URL: <https://www.altexsoft.com>

Oľha Khytrova, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Chernivtsi Trade and Economic Institute of KNUTE,
Chernivtsi

APPLYING OF INFORMATION SYSTEMS IN HOTEL BUSINESS

The success and efficiency of the leading world hotel and restaurant complexes, their desire to increase the quality of service standards, to diversify and update the list of services, to reduce the cost and cost of services, to integrate the efforts of the personnel is conditioned, first of all, by the fact that such complexes in their daily activities use modern highly effective business management systems based on the introduction of the latest computer information systems and technologies.

Анна Шунько, к.т.н., асистент,
Одесская национальная академия пищевых технологий,
г. Одесса

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

В начале XX века австрийский экономист Й. Шупметер в своей работе «Теория экономического развития» (1911г.) ввел понятие «инновация» и описал инновационный процесс с экономической точки

зрения. Он рассматривал инновацию, как любое возможное изменение, происходящее вследствие использования новых или усовершенствованных решений технического, технологического, организационного характера в процессах производства, снабжения, сбыта продукции [1, с. 184].

В инновационной деятельности ресторанный бизнес опирается на фундаментальные знания. Всестороннее понимание сферы деятельности позволяет предвидеть ход развития событий и опередить конкурентов. На внедрение инноваций в ресторанной сфере влияет экономическая ситуация в стране, социальное положение населения и потребности клиентов.

Внедрение инновации, поиск новых идей, эффективная работа персонала, обладающих профессиональными навыками, способствуют получению максимальной прибыли в условиях жесткой конкуренции [2, с. 221- 223, 3].

В общем виде инновационный процесс состоит в получении и коммерциализации изобретения, новых технологий, видов продуктов и услуг, решений производственного, финансового, административного или иного характера и других результатов интеллектуальной деятельности [4, с.24].

Исходя из этого в мире начал развиваться тренд автоматизации – все больше рестораторов задумываются об интеграции технологий для оптимизации скорости обслуживания и экономии на оплате труда. По данным Национальной ресторанной ассоциации США около 41% заведений фастфуда в 2020 году используют планшеты, десктопные системы заказов, киоски самообслуживания и автоматизированные программы для ресторанов. Но если на Западе автоматизация - это прежде всего повышение скорости и качества обслуживания гостей, то у наших рестораторов эти цели пока что не основные. Владельцы заведений внедряют технологии прежде всего, чтобы работать по закону, например, отправлять фискальные чеки в налоговую, и бороться с воровством. Детальный учет склада, инвентаризация, подробные технологические карты дают возможность лучше контролировать рабочие процессы в заведении [5].

Согласно последнему исследованию ResearchAndMarkets объем мирового рынка доставки продукции онлайн в 2018 году составил \$84,6 млрд. В Украине сегмент доставки также показывает активный рост - за последние 5 лет рынок вырос на 35%.

Чтобы соответствовать запросам своих клиентов, сервисы доставки внедряют новые технологии и максимально упрощают механизм заказа

пищи. Блюда можно заказать в социальных сетях, с помощью виртуальных помощников и даже из навигационной системы автомобиля.

На данный момент многие заведения работают с облачными системами учета, официанты используют смартфоны или планшеты вместо блокнота с карандашом, а на кухне установлены экраны с заказами.

Все больше ресторанов используют QR технологию, чтобы гость мог оплатить заказ с помощью смартфона. Достаточно попросить у официанта счет и отсканировать QR-код через мобильное приложение, после чего сумма автоматически спишется с карты. Весь процесс занимает всего несколько кликов - не нужно просить принести терминал и ждать. А сканер QR-кода есть в каждом смартфоне с камерой [5, 6].

Модуль «Мобильный менеджер» - это новшество является расширенной версией мобильного терминала официанта на iPod Touch. Функциональные возможности «Мобильного менеджера», кроме предоставления привычного набора опций, позволяет изменить количество сидящих за столом, удалить или перенести блюда, оплатить заказа целиком или частично. Важно, что программное обеспечение формирует счет одновременно с заказом, это позволяет избежать ошибок при расчете посетителя. Исследования показывают, что столики, имеющие систему электронного меню, в среднем приносят на 15 - 17% прибыли больше. Оборот предприятий, использующих систему электронного меню, существенно увеличивается, вплоть до 40% по отдельным блюдам и напиткам [7, с. 13 - 17, 8].

Когда гость самостоятельно совершает заказ с помощью электронного меню на планшете, он, как правило, заказывает больше, ввиду того, что перед его глазами постоянно появляются дополнительные предложения блюд и напитков [9, с. 28 - 30].

При этом следует учитывать тот факт, что процесс внедрения инноваций может иметь, как положительные, так и отрицательные последствия. Отрицательные последствия могут выражаться в изменениях ценовой политики производимой продукции, вытеснением мелких предприятий общественного питания более крупными или монополистами. Отрицательное влияние должно всегда находиться в центре внимания управления инновациями. Поэтому направленные действия позволяют сократить влияние отрицательных факторов с учетом того, что при выходе на рынок каждое предприятие определяет собственную индивидуальную политику, нацеленную на своего клиента, находит свой рынок сбыта производимой продукции [8, 10, с. 12 - 14].

Последствия от внедрения инновационных технологий в сфере обслуживания положительно влияет на состояние производства, увеличивается количество покупателей, совершенствуются и модернизируются технологические процессы, производят продукцию более высокого качества, осуществляют удаленный контроль за работой, а также анализ и статистика заказываемых блюд [8, 10, с. 12 - 14].

Из вышеизложенного можно сделать вывод, что применение новейших технологий в сфере обслуживания позволит значительно облегчить работу персоналу, упростит процесс заказа блюд и оплаты счетов, а также делает данный вид бизнеса конкурентоспособным.

Список использованной литературы:

1. Шумпетер И. Теория экономического развития / Шумпетер Й. – М.: Прогресс, 1982. – 184 с.
2. Пулин П. А. Инновационный потенциал предприятия // Научно – методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 34. – С. 221 – 223.
3. Гунин В. Н., Баранчев В. П., Устинов В. А., Лапина С. Ю. Управление иновациями: 17 – модульная программа для менеджеров «Управление развитием организации». Модуль 7. – М.: Днити, 1999.
4. Медынский В. Г. Инновационный менеджмент. Учебник. / Медынский В. Г. – М.: ИНФРВ – М, 2004. С. 24.
5. Сайт «Ресторанные технотренды 2020 – технологии в ресторанном бизнесе» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://joinposter.com/post/restaurant-tech-trends>
6. Сайт «Электронное меню» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://mir-restoratora.ru/?p=2322>
7. Ретуева, Г. Автоматизация ресторанов: итоги 2013-го // Ресторанные ведомости. – 2014. – №1. – С. 13-17.
8. Сайт «Ресторан без официантов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.retail.ru/news/restoran-bez-ofitsiantov/>
9. Шарохина С.В. Страхование в малом и среднем предпринимательстве. «Наука и мир». Международный научный журнал, Волгоград: «Научное обозрение». Т.2, №9, 2016. С. 28-30.
10. Шарохина С.В., Гороховицкая Т.Н. Инновации в сфере общественного питания, как фактор стратегического управления // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ» Т 9, №3, 2017. С 12 – 14.

Hanna Shunko, Candidate of Technical Sciences, Assistant,
Odessa national academy of food technologies,
Odessa

THE IINNOVATION TECHNOLOGIES USAGE IN THE SERVICE INDUSTRY

This article describes the modern innovations for the service sector in order to facilitate the staffs work, optimize and reduce the ordering and payment process as well as makes the business competitive.

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