

А.Б. Мухаметгазы, научный руководитель Л.С. Нурпеисова
Казахский университет международных отношений
и мировых языков им. Абылай хана
Алматы, Казахстан
mukhametgazy@gmail.com

РАЗРАБОТКА МЕРОПРИЯТИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ ТЕХНОЛОГИЙ И РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ ПРОГРАММ В БАРЕ МЕТОДЫ ИХ АКТИВИЗАЦИИ

Аннотация. Бар – пожалуй, главное украшение ресторана или кафе. Он как самый крупный предмет мебели (точнее - комплект предметов) является доминантой в интерьере, отражает стиль объекта. На сегодняшний день заведения в которых есть бары, являются более посещаемые. Так как, в баре можно расслабиться, выпить (не только алкогольные напитки), познакомиться с новыми друзьями или просто высказаться незнакомому человеку о своих проблемах, а так же развлечься. Потому что, особенностью баров является то, что почти весь процесс приготовления и подачи продукции осуществляется на виду у потребителя, лишь сырье и полуфабрикаты подготавливаются в специальных производственных помещениях.

Ключевые слова: бар, заведения, развлекательные программы, напитки, мероприятия, продвижение.

A.B. Mukhametgazy, scientific adviser L.S. Nurpeisova
Kazakh University of International Relations
and World Languages. Abylai Khan
Almaty, Kazakhstan
mukhametgazy@gmail.com

DEVELOPMENT OF MEASURES TO IMPROVE TECHNOLOGY AND ENTERTAINMENT PROGRAMS IN THE BAR METHODS OF THEIR ACTIVATION

Abstract. The bar is perhaps the main decoration of a restaurant or cafe. He, as the largest piece of furniture (more precisely, a set of items) is the dominant feature in the interior, reflects the style of the object. Today, establishments that have bars are more visited. Since, in the bar you can relax, have a drink (not only alcoholic drinks), meet new friends or just speak to a stranger about your problems, as well as have fun. Because the peculiarity of the bars is that almost the entire process of preparing and serving products is carried out in full view of the consumer, only raw materials and semi-finished products are prepared in special production facilities.

Keywords: bar, establishments, entertainment programs, drinks, events, promotion.

История возникновения бара начинается с 18 века и ведет к дальнему западу Соединенных штатов. Хозяева трактиров тогда не без основания отгораживалась от посетителей прочным барьером, выставляя на массивную стойку старателям, ковбоям и различного рода путешественникам бокал напитка, сэндвич или горку жареных земляных орехов.

Бар - предприятие общественного питания, реализующее смешанные напитки крепкие алкогольные, слабоалкогольные и без алкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия, покупные товары.

Бар рассчитан на кратковременное пребывание посетителей и в то же время является местом их отдыха. Большое внимание уделяется интерьеру бара. Его составные - современно оформленный зал с барной стойкой, удобная мебель, красивая посуда для подачи. Меню, которое подают в барах, представляет собой

перечень напитков (с указанием рецептуры их приготовления), бутербродов, кондитерских и табачных изделий, предлагаемых посетителям. Оно утверждается директором бара или ресторана и составляется согласно утвержденному ассортиментному перечню. Меню баров с обслуживанием официантами кладут на каждый столик или же подается посетителям официантами. В барах с самообслуживанием его вывешивают на видном месте. За многие годы бары перетерпели ряд изменений, но сам характер обслуживания в барах «без задержки» закрепился за этим видом заведения.

Но так как с каждым годом ресторанный бизнес развивается, в том числе и бар, то нужно не только открыть свой бар, а уметь его успешно вести и устоять большой конкуренции. На дворе XXI век и обществу нужен креатив, что то новое и интересное, что может привлечь новых клиентов и сделать из них постоянных. В этом поможет умение пользоваться маркетинговыми знаниями. Приведу несколько креативных и востребованных примеров маркетинговых идей.

Активность в социальных сетях. На сегодняшний день у каждого второго человека есть аккаунты в социальных сетях, которые помогут вам в продвижении вашего бизнеса. Это Instagram, Facebook, Tiktok, Twitter и тд. Особое внимание хочу обратить на платформу Instagram. Это платформа поможет делать вам распространить информацию о вашем заведении. Так как многие люди ищут очередной ресторан или бар через него. Вы выкладываете всю информацию на вашу страницу: интерьер, меню, акции, время работы и тд. Главное набрать подписчиков и спровоцировать их на репосты (делиться информацией со своими друзьями). А дальше есть таргетирование, которое можно настроить на вашу целевую аудиторию.

Праздники и сезонные акции. Вам не нужно ждать государственных праздников для проведения рекламных акций или специальных мероприятий. Подумайте, какие малоизвестные праздники можно рассмотреть как повод для акций, и творчески подойдите к созданию нужной атмосферы, чтобы увеличить продажи. Подготовка заведения к Новому году, 8 Марта, Хеллоину или Дню святого Валентина может не оправдаться, — это время, когда у ваших даже самых преданных клиентов могут быть свои планы, и посещение вашего бара входит в них далеко не всегда. Поэтому стоит рассматривать другие даты, которые подойдут вашему бизнесу как отличный повод для лояльных гостей провести у вас время. Вот лишь небольшой список таких праздников:

День пива, 24 января. Идеальный вариант для любого бара или паба. Новогодние праздники уже прошли, а до февральских еще две недели. Предлагайте скидки на бутилированное пиво или попробуйте подавать необычное местное пиво для любителей крафта.

Национальный день ирландского кофе, 25 января. Все ирландское автоматически считается поводом для веселья в баре, а тем более День кофе. Предложите специальные напитки на основе кофейных ликеров или кофе в праздничных ирландских кофейных кружках.

Местные события. Главное правило хорошего бара — всегда ориентируйтесь на локальные события, и не только спортивные. Например, если ваш бар находится в студенческом районе, устраивайте дни студента и первокурсника, спланируйте специальные мероприятия на время окончания сессий или выпускных экзаменов. Успешный бар должен создавать максимально приятную и интересную атмосферу, которая заставляет посетителей приходить в заведение снова и снова. Создайте проморолик своего бара и загрузите его как обложку или сделайте прикрепленным постом в Facebook или Instagram, где будут показаны все развлекательные возможности и интерактивы вашего бара. Это может быть:

Аэрохоккей, настольный футбол, бильярд, дартс, пивной турнир, бирпонг, или пиво-понг, приглашенные диджеи (разные стили — от диско восьмидесятых до

дабстепа), Караоке и музыкальный автомат, покерные турниры (в дневное время или в будние дни), стендап (открытый микрофон и авторские вечера), живая музыка (приглашенная группа или исполнитель).

При проведении развлекательных мероприятий постарайтесь связаться с местными медиа или блогерами. Лучше всего сразу назначьте одного сотрудника координатором для обеспечения эффективной организации и продвижения, чтобы ни один ваш ивент не остался незамеченным. Либо занимайтесь этим сами, ведь очень часто именно владелец и является лицом бара — а кому как не ему вести диалог с журналистами, фотографами, организаторами и т. д.

Таким образом, есть много путей для продвижения и активации разных развлекательных программ и мероприятий в баре. Главное что нужно владельцу такого вида предприятия, это интересные идеи и современные взгляды для введение успешного бизнеса.

Список использованной литературы

1. Ридель Х. Бары и рестораны. Техники обслуживания. Ростов н/Д: Феникс, 2002. 352 с.
2. Дурович А.П. Маркетинг гостиниц и ресторанов: учеб пособие. М.: Новое знание, 2005. 632 с.

А.Б. Набиева, научный руководитель *Л.С. Нурпеисова*
Казахский университет международных отношений
и мировых языков им. Абылай хана
Алматы, Казахстан
totynabieva2@gmail.com

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЕСТОРАНА ПРИ ГОСТИНИЦЕ

Аннотация. *Ресторан-это предприятие общественного питания с широким ассортиментом сложных блюд, в том числе заказных и фирменных. Слово "ресторан" пришло в наш язык из французского. В нем ресторатор означает "кормить, восстанавливать, укреплять". Это слово проникло во многие языки мира в значении, связанном с заведением для питания. Часто более крупные предприятия (например, гостиницы) имеют собственные рестораны, расположенные на их территории, где услуги питания предоставляются для удобства жителей и увеличения потенциального дохода гостиницы.*

Ключевые слова: *ресторан, организация обслуживания, продукция, услуги, гостиница, сервис, отель, продвижение продукта.*

B. Nabyeva, scientific adviser *L.S. Nurpeisova*
Kazakh University of International Relations
and World Languages them. Abylay Khan
Almaty, Kazakhstan
totynabieva2@gmail.com

IMPROVEMENT OF THE HOTEL RESTAURANT

Abstract. *The restaurant is a public catering company with a wide range of complex dishes, including custom-made and branded ones. The word "restaurant" came to our language from French. In it, the restaurateur means "to feed, restore, strengthen". This word has penetrated into many languages of the world in the meaning associated with an institution for food. Often, larger businesses (such as hotels) have their own restaurants*