

СПЕЦИФИЧНИ ОБЛИЦИ НА ПРОМОЦИЈА ВО ФУНКЦИЈА НА РАЗВОЈ НА УГОСТИТЕЛСТВОТО

А П С Т Р А К Т

Промотивниот микс, како комуникативна активност на маркетингот ја пополнува празнината помеѓу производителите и потрошувачите од било кој вид. Промотивните активности во угостителството ја формираат свеста кај потенцијалните посетители за постоење на одредена угостителска понуда во одредени туристички дестинации.

Целта на базичните промотивни активности во угостителството, како средство за иницирање на туристичката побуда, е привлекување и насочување на потенцијалните посетители кон угостителските производи и услуги. Меѓутоа, континуитетот во делувањето на промотивниот микс во угостителството, за време на туристичкиот престој, го продолжуваат специфичните облици на промоција, карактеристични само за оваа област. Овие облици извираат од самата угостителска пракса и се од особено значење за успешноста во работењето.

Предмет на истражување на овој труд се токму овие специфични облици на промоција во угостителството и нивната функција за развој на оваа дејност. Имено, специфичните облици на промоција го осовременуваат и унапредуваат угостителскиот производ, со што значајно придонесуваат за развој на угостителството.

Целта на истражувањето на специфичните облици на промоција во угостителството се состои во добивањето на сознанија за содржината и улогата на некои од специфичните промотивни форми во угостителството, како и начините и концепциите за нивно унапредување. Врз основа на ваквите истражувања, како и врз основа на истражувањето на специфичните промотивни активности во угостителската пракса, исто така, цел е да се расветлат некои од проблемите кои постојат на овој план во туристичкиот регион во кој истражувањето е извршено, како и да се предложат конкретни мерки за нивно надминување.

Клучни зборови: угостителство, промотивен микс, базични промотивни активности, специфични облици на промоција, комуникација, храната во угостителската понуда, ресторански услуги, угостителски амбиент и атмосфера, човечки ресурси, култура, забава и разонода, спорт и рекреација

SPECIFIC FORMS OF PROMOTION IN FUNCTION OF DEVELOPMENT OF THE CATERING

A B S T R A C T

The promotional mix, as communicative activity of the marketing, covers the emptiness between the producers and the consumers of any kind. The promotive activities in the catering form the awareness of the potential visitors about the existence of a certain catering offer in certain tourist destinations.

The aim of the basic promotive activities in the catering, as means of initiative of the tourist impulse, is to attract and direct the potential visitors towards catering products and their services. However, the continuity in effecting promotional mix in catering trade, in the course of the tourist stay, contributes prolongation of specific forms of promotion which are characteristic for this area only. These forms arise from the catering practice itself and are of great importance for successfulness of the working.

Subjects of research in this work are precisely these specific forms of promotion in the catering and their function in the development of this activity. Namely, the specific forms of promotion modernize and improve the catering product, by which they essentially contribute for the development of the catering.

The purpose of research of the specific forms of promotion in the catering is gaining experiences, concerning both the subject matter and the role of some of the specific promotive forms in the catering trade, as well as the methods and the conceptions of their improvement. On the basis of such investigations as well as on the basis of the research on the specific promotive activities in the catering practice, there is a special target to enlighten some of the existing problems characteristic for this area where the research has been carried out or to propose concrete measures for overcoming.

Key words: Catering, promotive mix, basic promotive activities, specific forms of promotion, communication, catering food offer, restaurant services, catering environment and atmosphere, human resources, culture, entertainment and fun, sport and recreation