

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет Інноваційних технологій харчування і
ресторанно-готельного бізнесу

**ЗБІРНИК
ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

**XI Всеукраїнська міжвузівська наукова конференція студентів,
аспірантів і молодих учених**

**«ІНТЕГРАЦІЙНІ ТА ІННОВАЦІЙНІ
НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ
ГОСТИННОСТІ»**

Одеса

2022

УДК 640.41:349.9:316.4
ББК 65.432

Керівництво оргкомітету:

Лебеденко Т.Є. – д.т.н., професор, зав. кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Заступник голови:

Д'яконова А.К. – д.т.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Склад оргкомітету:

Коваленко Н.О. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Савенко А.А. – асистент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Редакційна колегія:

Стрікаленко Т.В. – д.м.н., професор кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Федосова К.С. – к.т.н., доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу

Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності: збірник тез доповідей XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених 19-20 травня 2022р., О.: ОНТУ, 2022. – 192с.

Збірник тез доповідей укладено за матеріалами XI Всеукраїнської міжвузівської наукової конференції студентів, аспірантів і молодих учених «Інтеграційні та інноваційні напрямки розвитку індустрії гостинності», яка відбулась в Одеському національному технологічному університеті 19-20 травня 2022р.

За достовірність наведених фактів, цитат, посилань на літературні джерела та вживання власних імен несуть відповідальність автори наукових тез.

ІНСТРУМЕНТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Перед менеджментом підприємств ресторанної сфери сьогодні гостро постає питання механізму просування послуг та товарів закладів ресторанного бізнесу саме за допомогою впровадження технологічних змін. У сучасних умовах цифрові ресурси разом з фінансовими, матеріальними, людськими та іншими ресурсами стають одним з напрямків вдосконалення діяльності підприємства в цілому, цим і визначається актуальність обраної теми.

Розгляду потребують засади цифрової маркетингової діяльності закладів ресторанного господарства в умовах інформаційного суспільства, теоретико-методичні положення інформаційних технологій, використання технологій цифрового маркетингу та інших інноваційних технологій. Висока вартість розробки нових інформаційних технологій у діяльність ресторанних закладів не завжди сприяє їх впровадженню, але сучасний стан ринку вимагає таких дій.

Предмет дослідження - інтернет-маркетинг ресторанних підприємств. Об'єктом дослідження роботи є цифрові інструменти в маркетинговій діяльності підприємств ресторанного бізнесу.

Мета дослідження полягає у визначенні практичних аспектів використання інструментів цифрового маркетингу на підприємствах ресторанного бізнесу з метою підвищення їх конкурентоздатності. Для досягнення поставленої мети було сформовано наступне завдання: дослідити використання цифрових інструментів інтернет-маркетингу, зокрема автоматизованих систем, в діяльності ресторану «Невинний кіт».

Для впровадження цифрових інструментів для просування закладу ресторанного бізнесу «Невинний кіт» використано для моделювання концепції закладу та визначення позиції закладу на ринку послуг. Досліджено концепції закладу ресторанного бізнесу «Невинний кіт» та його позиції на ринку ресторанних послуг. Обрано дві цілі просування

закладу, які будуть досягатися за рахунок правильного використання цифрових інструментів. Перша ціль - популяризація бренду та збільшення лояльності потенційних гостей, друга ціль - кількість відвідувачів [1].

Наступний етап - аналіз реклами конкурентів. Для аналізу реклами використано спеціальний цифровий інструмент “Бібліотека реклами”, який дозволяє бачити, які саме рекламні кампанії запущені зараз у конкурентів. З аналізу реклами глобальних конкурентів зроблено висновок, що вони рекламують спеціальні пропозиції, акції та нові продукти, які можуть привертати увагу гостей і мотивувати відвідати заклад. Також конкуренти роблять дуже великий акцент на послугу доставки, що також має свій ефект на потік гостей у “Невинний кіт”. Аналіз реклами прямих конкурентів показав, що багато закладів не використовують інструментів таргетованої реклами для просування. Заклади ресторанного бізнесу, які використовують такі інструменти не використовують в рекламі своїх головних переваг, а рекламують унікальні продукти та доставку [2].

Важливим аспектом є використання цифрових інструментів в розробці Інстаграм-профілю підприємства ресторанного господарства, адже він дуже важливий елемент у просуванні закладу. Перед початком роботи над таргетованою рекламою, профіль підготовлено в брендových кольорах. Профіль візуально оформлено з використанням фотографій страв та гостей закладу. Кольорову гамму обрано насичену з метою максимального привертання уваги та емоційного забарвлення.

Вироблено рекламний креатив “Кільцева галерея” з інтер'єром закладу. Кільцева галерея – новий формат реклами, підбірка фотографій у рекламі, альбом, який дозволяє додати в одну об'яву декілька зображень чи відео. Показ реклами оптимізовано таким чином, що першою користувачам автоматично демонструвалась фотографія, яка привертала найбільше уваги. Визначено типи конкурентів ресторанного закладу «Невинний кіт», які поділено на глобальні, локальні та прямі; для аналізу їх рекламного контенту використано спеціальний цифровий інструмент «Бібліотека реклами» [3].

Розроблено підготовку соціальних мереж та профілю Google Maps до рекламної кампанії ресторанного закладу «Невинний кіт», зокрема інтерфейс профілю в Інстаграм, профіль закладу ресторанного бізнесу в Google Maps. Для демонстрації реклами обрано аудиторії за різними геолокаціями та інтересами. Рекламні креативи підібрано різних форматів під різні плейсменти: Facebook та Instagram. Використано рекламний креатив “Кільцева галерея” з інтер'єром закладу.

Таргетована реклама орієнтована на дві цілі. Перша – “Трафік” на профіль Instagram для популяризації бренду і створення ком'юніті (показник CTR 4,2%); друга – “Повідомлення” з напрямом у Direct з прописаним автоматичним чат-ботом (показник CTR був 2,6%, що, на думку експертів ресторанного бізнесу, вважається дуже високим показником) [4].

Результати дослідження, а саме: таргетована реклама із застосуванням рекламного кабінету Meta Platforms, Instagram, дістали подальший розвиток у впровадженні в діяльність в закладі ресторанного господарства «Невинний Кіт».

Практична значимість результатів дослідження полягає в тому, що матеріали дослідницької роботи можуть бути використані у навчальному процесі як допоміжний матеріал для студентів при вивченні «Інноваційні ресторани технологій».

За результатами досліджень було запропоновано рекомендації з удосконалення впровадження інтернет-маркетингу ресторану та продемонстровано на роботі для ресторану «Невинний кіт», що підтверджує ефективність впровадження запропонованих цифрових інструментів. Цифрові інструменти впроваджено в діяльність ресторанного закладу «Невинний кіт», що дозволить розширити асортимент послуг та забезпечить виключний досвід гостей, а також сприятиме покращенню конкурентної позиції закладу на ринку.

Список використаних джерел

1. Шевченко Д., Поплавська А.В. Застосування технологій цифрового маркетингу в закладах ресторанного господарства. *Актуальні проблеми науки, освіти і технологій: теорія і практика*: матер. Міжнар. наук.-практ. конф., (Полтава, 15 лют. 2022 р.) Полтава, 2022 р. С.35-37.
2. Шевченко Д. Впровадження цифрових інструментів для аналізу цифрового контенту. *Innovations technologies in science and practice*. тези VI Міжнар. наук.-практ. конф., (Хайфа, 15-18 лют. 2022 р.) Хайфа, Ізраїль, 2022 р. С.582-585. 19.
3. Проєкт ресторану НеВинний Кіт, Ірпінь. URL.:<https://de-house.com/projects/proyekt-restoranu-nevinnij-kit-irpin> (дата звернення: 15.10.2021).
4. Інстаграм профіль. Ресторан «Невинний кіт». URL.:https://www.instagram.com/accounts/login/?next=/nevynnyi_kit/(дата звернення: 15.10.2021).