

**Кузіна К. П.**  
Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, Україна  
*Науковий керівник – к. т. н., доцент кафедри  
туристичного та готельно-ресторанного бізнесу*  
**Захарчук В. Г.**

## **ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Рекламна діяльність є важливою складовою розвитку будь-якого бізнесу, в тому числі й закладів ресторанного господарства. Однак, існує чимало проблем, які заважають ефективно проводити рекламну діяльність в цій сфері. Зокрема, це низька популярність ресторану, складна конкурентна боротьба, недостатня якість рекламних матеріалів, відсутність маркетингової стратегії, низький рівень використання інтернет-маркетингу та соціальних мереж.

Для ефективної рекламної діяльності у закладі ресторанного господарства необхідно враховувати специфіку цієї сфери, використовувати інтернет-маркетинг та соціальні мережі, залучати відгуки клієнтів та проводити акції та розіграші [1].

Рекламна діяльність у закладі ресторанного господарства є важливим елементом маркетингу та просування бізнесу. Це може включати в себе різноманітні методи та канали просування, такі як рекламні банери на сайті, соціальні медіа, телебаченні, радіо, знижки та акції для постійних клієнтів, розсилання електронних листів тощо.

Рекламна діяльність у закладі ресторанного господарства повинна дотримуватися певних правил та обмежень. Наприклад, реклама не повинна бути оманливою, недостовірною, агресивною або образливою. Також, у деяких країнах є обмеження на рекламу алкогольних напоїв, тютюнових виробів та інших продуктів.

Для забезпечення ефективності та законності рекламної діяльності у закладі ресторанного господарства, рекомендується використовувати послуги юридичних фахівців та маркетингових агентств. Вони можуть надати поради

щодо вибору ефективних рекламних каналів та методів, а також допомогти у відповідному оформленні рекламних матеріалів згідно з вимогами законодавства.

Існує кілька напрямів удосконалення рекламної діяльності у закладі ресторанного господарства:

- Цифрова маркетингова стратегія: використання соціальних мереж, електронної пошти, контекстної реклами та інтернет-реклами дозволяє досягти цільової аудиторії та розширити обсяги продажів [2].

- Партнерство з іншими бізнесами: співпраця з іншими бізнесами, такими як туристичні агентства або готелі, може допомогти залучити нових клієнтів.

- Організація рекламних акцій та заходів: наприклад, проведення тематичних вечірок, конкурсів, акцій та розіграшів може стимулювати продажі та привертати увагу нових клієнтів.

- Використання мережі партнерів: вивчення та використання мережі партнерів дозволяє ресторану бути впевненим в якості та постачальниках продуктів, що може сприяти підвищенню довіри споживачів.

- Відстеження результатів: аналіз рекламної кампанії, вивчення попиту та збуту може допомогти встановити причини падіння продажів та відповідно скоригувати рекламну стратегію [3].

Удосконалення рекламної діяльності в ресторанному господарстві має на меті підвищити його відомість та привабливість, залучити нових клієнтів та підвищити обсяг продажів, а також збільшити лояльність та задоволеність поточних клієнтів.

Отже, з метою ефективної рекламної діяльності у закладі ресторанного господарства, слід розглянути кілька напрямів удосконалення:

- Розвиток онлайн-присутності: створення веб-сайту, розміщення інформації про заклад, меню, фото та відео матеріалів, відгуків клієнтів, а також актуальних новин і подій.

– Соціальні медіа: активне використання соціальних мереж (Facebook, Instagram, Twitter та ін.), де можна розміщувати фото і відео з анонсами акцій, новинами та знижками, реагувати на запитання та відгуки клієнтів.

– Розсилка електронних листів: створення бази даних клієнтів для розсилки акцій, знижок, новин та інформації про події в закладі.

– Співпраця з місцевими ЗМІ: можна надіслати прес-реліз про нове меню, події або акції у закладі, інформацію про вишукані страви, інтер'єр та атмосферу [4].

– Організація тематичних заходів: проведення тематичних вечірок, дегустацій, конкурсів та інших заходів, що привернуть увагу клієнтів та сприятимуть підвищенню інтересу до закладу.

– Концептуальне рекламування: створення унікальної концепції реклами, що допоможе закладу розрізнитися на фоні конкурентів та залучати увагу нових клієнтів.

Усі ці напрями можуть бути використані в комплексі для забезпечення ефективної рекламної діяльності у закладі ресторанного господарства.

#### **Список використаних джерел:**

1. Реклама ресторану. Яким джерелом інформації користуються споживачі? URL:<http://iqholding.com.ua/articles/reklama-restoranu-yakim-dzherelom-informatsii-koristuyutsya-spozhivachi> (дата звернення: 03.04.2023).
2. Реклама і просування ресторану в інтернеті. URL: <https://pos-sector.net/uk/blog/reklama-i-prosuvannya-restoranu-v-interneti-2/> (дата звернення: 03.04.2023).
3. Сомов Д. Реклама кафе, барів, ресторанів. URL:<https://leosvit.com/art/reklama-kafe-bariv-restoraniv> (дата звернення: 03.04.2023).
4. Шутенко В. PR-технології у ресторанному бізнесі. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти*. 2019. URL: <https://cdn.hneu.edu.ua/rozvitok19/thesis09-23.html> (дата звернення: 03.04.2023).