

## **СОЦІАЛЬНІ МЕДІА В РЕКЛАМІ ТА БРЕНДУВАННІ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА «ФАМІЛІЯ»**

**ІЩУК Ілля,**

*здобувач освітнього ступеня «Бакалавр»*

*спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,*

*Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ*

Соціальні медіа стали незамінним інструментом у просуванні реклами закладів ресторанного бізнесу. Їх використання дозволяє взаємодіяти з клієнтами, формувати імідж бренду, рекламувати нові страви, залучати відвідувачів та отримувати відгуки. Ресторан "Фамілія", що розташований у Житомирі на вулиці Велика Бердичівська, 10, має великі можливості для використання соціальних медіа як основного каналу комунікації з аудиторією.

Перш за все, важливо правильно обрати соціальні платформи, які підходять для ресторанного бізнесу. Найефективнішими для ресторану "Фамілія" є Instagram, Facebook, TikTok, Google My Business та Telegram. Кожна з цих платформ виконує свою функцію у брендуванні та рекламі закладу, а їхнє комплексне використання дозволяє досягти максимального ефекту.

Instagram є однією з основних платформ для просування ресторану, оскільки має візуальну спрямованість. Саме тут потенційні відвідувачі можуть переглянути якісні фотографії страв, дізнатися про атмосферу закладу та отримати інформацію про спеціальні пропозиції. Основний контент у

Instagram включає професійні фото страв, відео з процесу їх приготування, огляди інтер'єру, відгуки клієнтів, інформацію про акції та події. Важливо використовувати популярні хештеги, геотеги та активну взаємодію з підписниками.

В Instagram велике значення мають функції Stories та Reels. У Stories можна публікувати анонси страв дня, знижки, відео з кухні або запитання-відповіді для підписників. Reels допомагають швидко набирати популярність завдяки алгоритмам платформи, які просувають короткі відео з цікавим контентом. Наприклад, ресторан може публікувати ролики про процес приготування страв, історії про походження традиційних українських рецептів, реакції відвідувачів на незвичні поєднання смаків.

Facebook є платформою для детальнішої взаємодії з аудиторією. Тут можна публікувати довші пости з історією створення ресторану, розповідати про команду закладу, писати про інгредієнти, які використовуються у стравах. У Facebook важливо підтримувати активну взаємодію з клієнтами: відповідати на коментарі, реагувати на запитання, стимулювати користувачів залишати відгуки.

Важливим елементом просування є таргетована реклама у Facebook та Instagram. Вона дозволяє налаштувати показ реклами для цільової аудиторії – мешканців Житомира, туристів, людей, які цікавляться українською кухнею та гастрономією. Оголошення можуть містити привабливі зображення страв, спеціальні пропозиції або запрошення до ресторану.

Google My Business є важливим інструментом для залучення нових клієнтів, особливо туристів. Якщо користувач шукає ресторан у Житомирі, він найімовірніше використовуватиме Google Maps або Google Search. Наявність ресторану "Фамілія" у цьому сервісі забезпечує його помітність. Важливо регулярно оновлювати інформацію – додавати нові фотографії, меню, графік роботи, акції. Також важливо відповідати на відгуки клієнтів, оскільки це формує довіру.

Telegram є ще одним ефективним каналом комунікації. Створення власного каналу або групи дозволяє безпосередньо інформувати клієнтів про новини, акції, спеціальні пропозиції. Також можна використовувати чат-боти для бронювання столиків або замовлення доставки.

Контент у соціальних мережах має бути різноманітним. Крім фотографій страв, важливо публікувати історії створення ресторану, знайомити гостей із командою, розповідати про традиційні рецепти, показувати закулісся кухні. Взаємодія з аудиторією через конкурси, опитування, прямі ефіри сприяє зростанню лояльності до бренду.

Важливим елементом стратегії просування є робота з блогерами та лідерами думок. Запрошення популярних фуд-блогерів для тестування меню, організація гастрономічних вечорів або спеціальних заходів із дегустаціями дозволяє привернути увагу до ресторану. Партнерство з місцевими впливовими людьми, які діляться враженнями про заклад у своїх соціальних мережах, підвищує довіру до бренду.

Щоб оцінити ефективність використання соціальних медіа, необхідно регулярно аналізувати статистику: охоплення публікацій, рівень залученості аудиторії, кількість бронювань через соціальні мережі, відгуки клієнтів. Використання інструментів аналітики, таких як Facebook Insights, Instagram Analytics та Google Analytics, дозволяє відстежувати ефективність кампаній і коригувати стратегію.

Крім того, соціальні медіа допомагають ресторану "Фамілія" формувати впізнаваний бренд. Важливо розробити унікальний стиль візуального оформлення публікацій, використовувати фірмові кольори, створити впізнаваний логотип. Соціальні медіа є потужним інструментом реклами та брендування ресторану "Фамілія". Вони дозволяють залучати нових клієнтів, підтримувати зв'язок із постійними відвідувачами, формувати позитивний імідж закладу та збільшувати впізнаваність бренду. Грамотне використання Instagram, Facebook, Google My Business та Telegram, активна взаємодія з аудиторією, якісний контент та аналітика ефективності дозволяють ресторану "Фамілія" бути конкурентоспроможним і розвиватися у сучасному ринку ресторанного бізнесу.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інстаграм сторінка ресторану "Фамілія". URL: <https://www.instagram.com/familyazt/>
2. Сайт ресторану "Фамілія". URL: <https://gastrorestofamilia.choiceqr.com/>

Науковий керівник: к. е. н., доцент Стретович О. А.

**Міністерство освіти і науки України**  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**  
**Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця**  
**Національний університет харчових технологій**  
**Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного**  
**Полтавський фаховий коледж підприємництва і ресторанного бізнесу**  
**Київський фаховий коледж туризму та готельного господарства**

# **ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ ТА ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ УКРАЇНИ**

## **ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ**

### **ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ СТУДЕНТСЬКОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ**

**12 березня 2025 року, Київ**

**КИЇВ 2025**

УДК 338.48:339.923:061.1ЄС(477)

*Рекомендовано до друку рішенням Вченої ради ННІ неперервної освіти і туризму Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол №9 від 20 березня 2025 р.)*

**Євроінтеграційні процеси в готельно-ресторанному та туристичному бізнесі України:** збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції (12 березня 2025 р.). Київ: НУБіП України. 2025. 350 с.

#### **Редакційна колегія:**

**Мельниченко С. В.** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Сердюк М. Є.** – доктор технічних наук, професор кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

**Олюніна С. Л.** – викладач кафедри готельно-ресторанної справи та туризму НУБіП України

У збірнику тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної студентської конференції висвітлюються результати наукових досліджень студентської молоді з питань, присвячених євроінтеграційним процесам у сфері готельно-ресторанного та туристичного бізнесу України. У матеріалах розглядаються виклики та перспективи адаптації галузі туризму в умовах євроінтеграції, інноваційні технології в закладах HoReCa, туристичне країнознавство, організація дозвілля молоді.

Конференція проводиться з метою посилення профорієнтаційної роботи із залучення активної шкільної молоді до навчання в НУБіП України, посилення наукової складової підготовки здобувачів ступеня вищої освіти «Бакалавр» і «Магістр», оприлюднення результатів їх дослідницької роботи, підвищення ефективності, якості наукових досліджень, обміну досвідом і представлення результатів науково-дослідної діяльності, обговорення дискусійних питань та визначення пріоритетів подальшого розвитку науки.

Видання розраховане для здобувачів вищої освіти, дослідників, викладачів, суб'єктів підприємницької діяльності.

Матеріали друкуються в авторській редакції. За виклад, зміст і достовірність матеріалів відповідають автори. Позиція редакції не завжди може збігатися з точкою зору автора.

© Колектив авторів, 2025

© НУБіП України, 2025