

ІННОВАЦІЙНІ PR-ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ТА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ

КУХАР Іванна,

здобувачка освітнього ступеня «Бакалавр»

спеціальності «Готельно-ресторанна справа»,

Національний університет біоресурсів і природокористування України, м. Київ

У сучасному світі готельно-ресторанний бізнес зазнає значних трансформацій під впливом зміни споживчих очікувань та цифрової революції. Сьогодні споживачі орієнтуються насамперед на якість обслуговування та власний емоційний досвід, що робить впровадження нових PR підходів необхідною умовою для створення унікальних вражень. Цей тренд супроводжується стрімким розвитком цифрових технологій, які сприяють адаптації PR стратегій до нових каналів комунікації, відкриваючи перед закладами

безпрецедентні можливості для ефективної взаємодії з аудиторією та підтримки позитивного іміджу. Особливої гостроти ця тема набуває в умовах економічної нестабільності, коли утримання клієнтів стає все складнішим завданням, вирішення якого потребує інноваційних підходів.

Інноваційні PR технології сьогодні виходять далеко за межі традиційної реклами, пропонуючи інструменти, які допомагають не лише залучати нових клієнтів, але й підтримувати інтерес до закладу серед уже наявної аудиторії. Важливим аспектом сучасного PR є також демонстрація соціальної відповідальності бренду, оскільки сучасні споживачі дедалі більше цінують компанії, які беруть активну участь у вирішенні суспільних проблем. Використання PR технологій для реалізації соціальних ініціатив може значно підвищити репутацію закладу та зміцнити емоційний зв'язок з клієнтами [1].

У ході дослідження було проаналізовано вплив інноваційних технологій на формування позитивного іміджу закладів готельно-ресторанного бізнесу, а також оцінено їхню роль у підвищенні конкурентоспроможності. Детальний аналіз здійснювався на прикладі ресторану «Variano». Це мережа закладів, ресторани якої функціонують у понад 30 країнах світу і спеціалізується на італійській кухні з акцентом на пасту та піцу [2]. Результати дослідження показали, що даний ресторан, активно працюючи на українському ринку як частина міжнародної мережі, успішно впроваджує передові PR-стратегії. Дослідження виявило, що ключовими чинниками успіху закладу є впровадження найкращих практик комунікації з споживачами, швидка адаптація до змінюваних умов ринку та реалізація соціально відповідальних ініціатив, що складає основу PR-стратегії ресторану «Variano». Деякі PR-технології доцільно розглянути більш детально.

Однією з основних PR-технологій ресторану є активне використання соціальних мереж, таких як Instagram, Facebook та TikTok. Ці платформи стали основним каналом для залучення уваги до ресторану. На них регулярно публікуються контент, що включає як фотографії смачних страв, так і відео, що демонструють процес приготування їжі. Відвідувачі можуть побачити, як готуються їхні улюблені страви, що створює емоційний зв'язок з брендом і формує позитивний імідж ресторану. Такий підхід не тільки привертає увагу, а й дозволяє клієнтам відчувати себе частиною виробничого процесу, що сприяє створенню більш глибоких зв'язків з брендом.

Для залучення нових клієнтів і підвищення впізнаваності бренду «Variano» активно співпрацює з інфлюенсерами та блогерами. Вони беруть участь у промо-акціях, організують гастрономічні тури та публікують відгуки про ресторан у своїх соціальних мережах. Така співпраця з відомими особами дозволяє не лише привернути увагу до ресторану, але й створює довіру серед потенційних відвідувачів.

Важливою є також соціальна відповідальність ресторану. «Variano» активно підтримує екологічні ініціативи, прагнучи зменшити свій екологічний слід. Вони використовують екологічно чисті упаковки та підтримують принципи сталого розвитку. Крім того, ресторан бере участь у благодійних акціях, що допомагає зміцнити його імідж як соціально відповідального

бізнесу. Такий підхід знаходить відгук у свідомих споживачів, які все більше звертають увагу на етичні та екологічні аспекти бізнесу.

Однією з інноваційних технологій, впроваджених у «Variano», які приваблюють споживачів є інтерактивні елементи в самому ресторані, такі як цифрові меню, які допомагають клієнтам швидше орієнтуватися в асортименті страв, а також мобільний додаток, який дозволяє клієнтам не тільки бронювати столики, але й отримувати персоналізовані пропозиції, знижки та бонуси та легко оплачувати замовлення. Це не лише покращує обслуговування, але й дозволяє зменшити час очікування, що є важливим аспектом для сучасних клієнтів, які цінують зручність і швидкість. Програми лояльності, які пропонують бонуси та знижки, є важливою частиною стратегії залучення клієнтів. Більше того, ресторан організовує ексклюзивні заходи та закриті вечірки для своїх найвірніших гостей. Це створює відчуття елітності та унікальності для клієнтів, що значно підвищує їхню лояльність.

Таким чином, дослідження PR-технологій ресторану «Variano» показало, що найефективнішими є: використання соціальних мереж, співпраця з інфлюенсерами, реалізація ініціатив соціальної відповідальності та проведення благодійних акцій й закритих вечірок для постійних клієнтів, а цифрові рішення доповнюють ці технології. Комплексне застосування цих PR-технологій не лише формує позитивний імідж закладу, але й забезпечує стабільне залучення нових клієнтів та підвищення лояльності існуючих.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лисюк, Т., Терещук, О., & Демчук, О. (2021). Інноваційні підходи до використання реклами та PR-технологій в готельно-ресторанному бізнесі. *Економіка та суспільство*, (28). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-35>
2. Restaurant Variano. URL: <https://vaplano.com> (дата звернення 01.03.2025).

Науковий керівник: д. е. н., професор Моргулець О. Б.

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