

Нефедов Ю.О. магістр

Науковий керівник: **Войтюшенко Н.М.** канд. екон. наук, доцент
Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ЗАСТОСУВАННЯ МЕРЕЖЕВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РЕКЛАМНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА М. ДОНЕЦЬКА

Ресторан, як будь-який різновид бізнесу, вимагає від своїх власників уваги до найменших деталей та постійне вдосконалення функціональної діяльності закладу. Основними тенденціями на ринку підприємств ресторанного господарства, що отримали розвиток в останні роки є впровадження у ресторанний бізнес інформаційних технологій. Їх переваги як інформаційного каналу полягають в оперативності, відносній дешевизні і мобільності.

Метою роботи є дослідження впливу мережових технологій на рекламну діяльність підприємств ресторанного господарства та пошук нових рішень для просування реклами.

Сьогодні розвиток мережових технологій дозволяє розширити рекламні процеси реалізації маркетингових стратегій і перенести їх з внутрішніх інформаційних систем підприємств у глобальні мережі. Це дозволяє оптимізувати позиціонування закладів ресторанного господарства в Internet.

Мережовий простір все частіше виступає в якості майданчиків для рекламної діяльності підприємств ресторанного господарства. Це обумовлено в першу чергу широким інструментарієм, за допомогою яких є можливість представити підприємство в мережі з найбільш вигідних сторін, по-друге - відносна невисока вартість обслуговування, що є особливо привабливим в умовах оптимізації бюджету на рекламну компанію.

У місті Донецьк в якості загальної рекламної платформи підприємств ресторанного бізнесу виступає інтернет-сайт «<http://restoran.dn.ua>», на якому консолідовані дані по всіх підприємствах міста. Даний портал включає класифікацію закладів ресторанного господарства за різноманітними ознаками: тип підприємства, кухня, послуги та інші. Крім того, кожний представлений на сайті заклад володіє власною анкетою, в якій відображена інформація про меню закладу, його послуги, часи роботи, фотографії страв та інтер'єру, а також посилання на сайт ресторану чи кафе, якщо такий є. Зареєстровані користувачі на сайті «<http://restoran.dn.ua>» мають право залишати відгуки та виставляти оцінки про діяльність підприємств. Також на цьому інтернет-порталі розміщені банери підприємств ресторанного господарства міста Донецьк, які повідомляють відвідувачів про різноманітні акції, новини та спеціальні пропозиції.

Істотний недолік в просуванні реклами ресторанів полягає в тому, що відсутні механізми повідомлення потенційному клієнту про свої послуги. Тому необхідно знайти способи направити його на відповідне web-представництво.

Одними із способів просування ресторанів за допомогою мережевих технологій є вірусний маркетинг і реклама в соціальних мережах.

Кампанії по просуванню інформації ресторанів, що використовують вірусний маркетинг, мають одну загальну особливість: вони повинні нести задану думку, яка за допомогою подиву, гумору або містифікації допомагає передавати інформацію по ланцюжку цільової аудиторії, рекламуючи тим самим заклад. Завдяки тому, що ресторан стає темою для обговорення, створюється ефект обміну думками.

Прикладом даної технології може бути створення відео-кліпів, які не несуть прямого рекламного навантаження, проте в них присутні фірмові знаки підприємства. Потрібно розмістити дані відеоролики на серверах з високою прохідністю, і якщо вони будуть цікаві, їх дуже скоро поширять на безлічі блогів і форумах.

Використання у рекламній діяльності соціальних мереж відкриває широкі можливості для залучення клієнтури. Оскільки даний вид розважальних і комунікаційних ресурсів, в сьогоденній ситуації користується особливою популярністю у інтернет-користувачів, то ймовірно, що і віддача від своєрідної реклами буде відчутною.

Соціальну мережу можна використовувати за прямим її призначенням - для зв'язку з потенційними клієнтами. Можна приймати замовлення і оплату за бронювання місць в ресторані, користуючись можливостями соціальної мережі. Додаткове присутність бренду в мережі зміцнить репутацію закладу.

Таким чином, застосування мережевих технологій у закладах ресторанного господарства дозволяє оптимізувати рекламну діяльність та збільшити клієнтський потік, і тим самим підвищити конкурентоспроможність підприємств в умовах ринкової економіки.

Література:

1. Маркетингові стратегії підприємства ресторанного господарства в умовах розвитку інтернет-технологій / О.В. Оліфіров, К.О. Маковейчук // Торгівля і ринок України: збірник наукових праць. – Донецьк, 2010. - №30. Т.1. – С. 304-313.
2. Все заведення Донецька и Донецкой области [Електронний ресурс] - [Режим доступу] <http://restoran.dn.ua>
3. К. Айситулина Вирусный маркетинг для демократичных ресторанов [Електронний ресурс] / Института ресторанных технологий. - Режим доступу: <http://www.reste.ru/texts/2009.Restaurant%20Explorer.pr3.htm>
4. Реклама ресторана в сети [Електронний ресурс] / Реклама ресторана в сети - Режим доступу: <http://arenot.ru/theblog/?entry=entry111213-210003>