

з урахуванням специфічних рис маркетингу послуг дозволяє підтримувати конкурентну перевагу, забезпечувати високу якість обслуговування, а також формувати відповідне стійке позиціонування ресторанного бренду на сучасному ринку.

Список використаних джерел:

1. HoReCa. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. 20.12.2023. URL: <https://surl.li/swklrt>.
2. Amofah, Ofosu & Kenney, Caiphas & Sarpong, Peter & Ababio, Acheampong & Akenten, Wiafe. (2017). Customers' Perception on Service Marketing Mix of Restaurants: Evidence from Ghana. *Journal of Arts and Social Sciences*. 15. Vol. 15, № 3. P. 34–40.
3. Febrian H.S., & Mayani, E. (2024). Assessing the Impact of Seven Marketing Mix Elements on Restaurant Businesses: Insights from Online Reviews. *JKBM*, 10(2), 164–177.

Канд. екон. наук Самойленко А. О., Кірпічова К. К.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ТА ЇХ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У сучасних умовах розвитку цифрових технологій соціальні мережі стали не лише каналами комунікації, а й важливими інструментами для розвитку бізнесу, зокрема в готельно-ресторанній індустрії. Їхня функціональність у контексті просування брендів, залучення нових споживачів та підтримки лояльності є невід'ємною частиною маркетингових стратегій сучасних підприємств. Соціальні мережі надають можливість ефективно формувати та зміцнювати позитивний імідж компанії, оперативно реагувати на запити та зауваження клієнтів, а також адаптуватися до змінюваних вимог та очікувань споживачів.

Це дозволяє не лише підтримувати зв'язок із існуючою аудиторією, але й забезпечує значні переваги у конкурентній боротьбі завдяки високому рівню персоналізації взаємодії та швидкості реагування на потреби ринку. У цьому контексті соціальні мережі стають потужним інструментом для реалізації комплексних маркетингових задач і досягнення стратегічних цілей у готельно-ресторанному бізнесі.

Особливу важливість мають візуальні платформи, такі як Instagram, TikTok і Pinterest, що надають можливість ефективно демонструвати атмосферу закладу через високоякісний контент. Наприклад, Instagram дозволяє створювати фото- та відеоісторії, які відображають унікальність інтер'єру, меню та обслуговування, що сприяє формуванню образу бренду. TikTok, завдяки своїй популярності серед молодіжної аудиторії, використовує короткі й динамічні відеоролики, що сприяють швидкому поширенню трендів та залученню нових клієнтів. Pinterest, в свою чергу, є ідеальним інструментом для створення візуальних колекцій, таких як відповідні ідеї для святкових заходів, гастрономічних пропозицій чи оформлення тематичних подій, що дозволяє залучати досить широку аудиторію через натхнення та активні креативні концепції [2].

Особливу роль серед соціальних платформ займає YouTube, який надає можливість більш глибоко презентувати відповідні послуги через довгі відео. Завдяки цьому формату можна створювати відеоогляди номерів, екскурсії по ресторанах, демонстрацію спа-послуг та інших особливостей закладу. Такий контент дозволяє клієнтам детальніше ознайомитися з рівнем сервісу, атмосферою та унікальністю закладу, що значно сприяє формуванню довіри та активно мотивує до прийняття відповідного рішення про бронювання чи відвідування [1].

Не менш важливим аспектом є використання соціальних платформ для двосторонньої комунікації. Інструменти на кшталт Facebook Messenger, WhatsApp або Telegram дозволяють налагодити персоналізований контакт з власними клієнтами, а також досить оперативно обробляти їхні запити та дуже швидко реагувати на скарги чи побажання, які з'являються. Крім того, чат-боти, що інтегровані в згадані месенджери, забезпечують можливість автоматизувати комунікацію, надаючи цілодобову підтримку та знижуючи витрати на персонал. Це сприяє підвищенню рівня сервісу та зміцненню взаємодії з клієнтами.

Соціальні мережі також ефективні у використанні цільової реклами, яка дозволяє орієнтуватися на конкретні сегменти аудиторії за географічними, демографічними ознаками поведінки. Такі платформи, як Facebook та Instagram, пропонують гнучкі інструменти налаштування рекламних кампаній, які забезпечують економію ресурсів і ефективність досягнення маркетингових цілей.

Кожна соціальна платформа володіє унікальними характеристиками, які можуть бути використані для досягнення конкретних маркетингових цілей. Це дозволяє адаптувати стратегії просування в залежності від специфіки кожної платформи, що представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Роль соціальних мереж в готельно-ресторанному бізнесі

№ з/п	Соціальна платформа	Значення та роль у розвитку готельно-ресторанного бізнесу
1	Facebook	Інструмент для текстових публікацій, новин, оголошень і взаємодії з клієнтами через коментарі чи спеціальні групи
2	Instagram	Ідеальна платформа для демонстрації візуального контенту, що підкреслює стиль та атмосферу закладу
3	TikTok	Трендова мережа для швидкого охоплення молоді аудиторії через креативний відеоконтент.
4	YouTube	Для створення професійних оглядів, глибокої історії бренду та відеоекскурсій
5	WhatsApp, Telegram	Для підтримки клієнтів, бронювання та оперативного зворотного зв'язку

Джерело: складено авторами на основі [3]

Попри значний потенціал, успішна інтеграція соціальних мереж у готельно-ресторанному бізнесі вимагає використання підготовки. Головним завданням залишається створення якісного контенту, який би відповідав запитам цільової аудиторії та виділявся серед конкурентів. Важливо також використовувати алгоритми платформи, які часто змінюються, що потребує адаптації стратегій просування. Отже, правильний підхід до використання соціальної мережі відкриває перед готелями та ресторанами широкі перспективи: від залучення нових клієнтів до формування тривалої лояльності. Завдяки гнучкості та різноманіттю інструментів, які пропонують соціальні платформи, заклади сфери гостинності забезпечують можливість створення персоналізованого досвіду для клієнта, що стає ключовим фактором успіху.

Список використаних джерел:

1. Дьяченко Р.В., Тонких О.Г. Соціальні медіа як ефективний інструмент реклами туристичних і готельних послуг. *Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія*. 2023. № 3. С. 111–116. <https://doi.org/10.32461/2409-9805.3.2023.290994>.
2. Леутіна Д.О., Денищенко Л.В. Огляд можливостей і переваги ведення соціальних мереж для ефективності сучасного готельного бізнесу: друга міжнародна науково-практична інтернет-конференція, 23 листопада 2021 р.: [матеріали конференції] / під заг. ред. В. М. Кюрчева. Мелітополь: ТДАТУ, 2021. С. 233–235. URL: <http://www.tsatu.edu.ua/ophv/wp-content/uploads/sites/13/materialy-konferenciyi-23.11.pdf>.

3. Мирошник Ю.А., Абрамова А.Г., Пушка О.С. Використання можливостей соціальних мереж в індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2023. № 38. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-62>.

Канд. екон. наук Самойленко А. О., Панченко В. О.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ОСОБЛИВОСТІ ОБСЛУГОВУВАННЯ БІЗНЕС-КЛІЄНТІВ
У ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ**

Сфера готельно-ресторанного бізнесу відіграє ключову роль в сучасній економіці, зокрема у забезпеченні високого рівня обслуговування для різноманітних категорій клієнтів, включаючи бізнес-клієнтів. Особливості обслуговування бізнес-клієнтів вимагають не лише професійного підходу до надання послуг, але й розуміння специфіки потреб корпоративних клієнтів, таких як оперативність, конфіденційність, гнучкість умов та високий рівень комфорту [1]. Цей напрямок в готельно-ресторанному бізнесі є надзвичайно важливим, оскільки сприяє підвищенню репутації закладів і створенню стійких відносин з корпоративним сектором.

Ефективне обслуговування бізнес-клієнтів дозволяє готелям і ресторанам розширити свою клієнтську базу, збільшити прибуток і забезпечити високу конкурентоспроможність на ринку [2]. Сучасні тенденції розвитку готельно-ресторанного бізнесу орієнтовані на впровадження інноваційних підходів до обслуговування, що враховують індивідуальні потреби клієнтів, особливо з огляду на динамічний розвиток бізнес-середовища та зростання попиту на професійні послуги. Успішне обслуговування бізнес-клієнтів у готельно-ресторанній сфері вимагає глибокого розуміння їхніх унікальних потреб та очікувань. Ці клієнти часто потребують високоякісного сервісу, комфорту та ефективності, адже їхній час є обмежений і цінний. Розуміння та задоволення потреб бізнес-клієнтів є запорукою їхньої лояльності та формує позитивний імідж готельно-ресторанного закладу.

Забезпечення високого рівня обслуговування є одним з основних факторів успішної роботи з бізнес-клієнтами в готельно-ресторанній галузі. Гості, які