

## ТРЕНДИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

**Ярошенко А.В., гр. МРз-30м**

Науковий керівник – д-р екон. наук, проф. **О.В. Жегус**  
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Розвиток інформаційних технологій та цифрового маркетингу сприяли формуванню середовища для економічної діяльності у віртуальному просторі, а розвиток інфраструктури глобальної мережі Інтернет, її комерціалізація привели до зміни способів ведення бізнесу, появи електронного ринку, заснованого на принципах мережевої або інтернет-економіки. Тому у сфері бізнесу зростає інтерес до інтернет-маркетингу, який в умовах сучасних викликів стає засобом підтримки та розвитку сучасного ресторанного бізнесу.

Більшість закладів ресторанного господарства вже мають свій власний сайт, активно використовують розсилку в месенджерах та контент-маркетинг у соціальних мережах, розміщують інформацію на інтернет-ресурсах, співпрацюють у мережі з блогерами, представниками ЗМІ, критиками, лідерами думок в ресторанному бізнесі, навіть реалізують цілісні рекламні компанії в мережі Інтернет, просувають свій заклад з використанням реклами по геолокації, розміщуючи інформацію про заклад на картах Google тощо.

Застосування можливостей інтернету та інформаційних технологій надало закладам ресторанного господарства додаткові можливості в умовах карантинних обмежень. Зокрема, їх упровадження забезпечило безконтактне обслуговування в закладах із використанням онлайн-меню та планшетів, QR-коду на столиках для відкриття меню зі смартфона, розширило можливості безконтактної оплати чека (причому необов'язково картою в терміналі, але і за допомогою того самого QR-кода в чеку або через додаток); онлайн-замовлення через сайт або мобільний додаток та отримання послуги без відвідування закладу.

Однією з перешкод для більш активного та ефективного використання інтернет-маркетингу в закладах ресторанного господарства є недостатність висококваліфікованого персоналу у сфері цифрового маркетингу. В окремих випадках певні завдання виконують адміністратори закладу, зокрема розміщують пости в соціальних мережах, формують контент. Проте цей напрям потребує командної роботи, яка вимагає згуртованості та компетентності фахівців з різних напрямів інтернет-маркетингу: SMM, PPC, SEO, дизайн, копірайтинг тощо.