

УДК 004

## ИНТЕРНЕТ КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РЕКЛАМЫ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

*Гизмутдинов Р. И., студент 2 курса ФАЗРиПП  
Научный руководитель – Бунина Н.Э., к.э.н., доцент  
ФГБОУ ВО Ульяновский ГАУ*

**Ключевые слова:** информационная технология, предприятие общественного питания, целевая аудитория, формирование потока клиентов, информационная система.

*Работа посвящена обзору способов поиска целевой аудитории и посетителей для предприятий общественного питания (ПОП) в сети Интернет. В статье описываются эффективные способы рекламы в интернете, степень их ресурсоемкости.*

Число пользователей интернета в России - более 73 % населения. Именно поэтому интернет является отличным местом для поиска целевой аудитории (ЦА). Для успешного продвижения ПОП в сети Интернет необходимо понимать охват ЦА, отдавать отчет о финансовых возможностях, так как в большинстве случаев реклама является платной. Многие сайты предоставляют возможность размещать рекламу бесплатно, но они не всегда эффективны.

Среди самых популярных видов рекламы в Интернете на данный момент можно выделить: контекстную и медийную рекламу, социальные сети.

Контекстная реклама – реклама, которая соответствует контексту страницы. Она работает особым образом, отображается только тем посетителям, которым может быть интересна тематика рекламируемого предприятия, товара либо услуги, это намного повышает вероятность их отклика на рекламу. Контекстную рекламу предлагают, как правило, поисковые системы, они показывают рекламу, опираясь на поисковые запросы пользователя.

Видеореклама – распространена на крупных видеохостингах, таких как: [www.youtube.com](http://www.youtube.com), [www.vimeo.com](http://www.vimeo.com). Видеохостинги как рекламные площадки отлично подойдут для крупных сетей, рестораны которых находятся в разных городах и охватывают в совокупности большую площадь. Хотя сайт так же позволяет показывать рекламу для зрителей

конкретных городов, что будет полезно для отдельных ПОП. Однако реклама в популярных видеохостингах стоит довольно дорого. Например, всего 200 просмотров на сайте [www.youtube.com](http://www.youtube.com) обойдутся в 611,13 руб.

Рекламный ролик можно загрузить на видеохостинг бесплатно, создав свой авторский канал. За поддержкой можно обратиться к популярным авторским каналам. После оплаты автор в новом ролике может прорекламирровать товар или услугу по оговоренному сценарию или же, поместить ваш ролик в какой-то части своего ролика. Можно заказать репост рекламного ролика, в таком случае рекламируемый ролик в своей ленте увидят подписчики популярного канала.

Социальные сети, в которых множество тематических сообществ, дают возможность поиска ЦА с точностью до возраста и мировоззрения, места жительства. К тому же в каждом городе есть локальные сообщества, показ рекламы в них будет наиболее эффективным. Самым безопасным способом является покупка рекламы с помощью таргетинговой системы самого сайта. В этом случае оплату и размещение рекламного объявления будет контролировать администрация сайта. Она может размещать текстовую рекламу, ссылки или рекламу с изображением в специально отведенных блоках. Так же сайт предоставляет возможность вставлять видеорекламу. Однако и этот способ не лишен недостатков, так как сайт предъявляет жесткие требования для рекламных объявлений, а так же требует жесткого соблюдения авторских прав. Оптимальным вариантом будет использование сайтов-бирж - сторонних сайтов, которые работают с сообществами Вконтакте. Они не предъявляют особо жестких требований для размещения рекламы. Одна из популярных бирж [www.sociate.ru](http://www.sociate.ru). Она работает с огромным множеством сообществ, в которых можно разместить рекламное объявление.

У многих есть смартфоны, в которые встроены различные навигаторы. Порой люди, которые заинтересованы в поиске ПОП поблизости, используют сервисы «Google Карты» и «Яндекс Карты», с помощью которых можно найти то или иное заведение. Но многих ПОП на этих картах нет, т.к. их еще не добавили в сервис. Сделать это можно самостоятельно. Сервисы позволяют общаться с клиентами, изучать статистику о том, как найдена информация о компании, в сервисах можно разместить ссылку на сайт предприятия, что поможет привлечь больше посетителей, которые могут оставить отзывы о заведении, что поможет создать его имидж.

Данные способы являются достаточно действенными, учитывая специфику ПОП и сложности его рекламирования в сети Интернет. Наиболее эффективной будет реклама в социальных сетях. Это дает возможность собрать большую аудиторию, а локальные тематические сообщества помогут найти необходимую ЦА, располагающуюся в определенном городе. В таком случае рекламодатель не будет тратить деньги на просмотры, которые не окупятся. Немаловажным будет и добавление компании на карты, что так же повысит трафик ПОП.

*Библиографический список*

1. Бунина, Н.Э. Некоторые аспекты продовольственной безопасности региона / Н.Э. Бунина // Вопросы экономических наук.- 2010.- №2.- С. 60-63.
2. Солнцева, О.В. Определение основных направлений повышения продовольственной безопасности / О.В.Солнцева, Н.Э. Бунина // Современные тенденции развития науки и технологий.- 2015.- № 8-7.- С. 104-107.
3. Бунина, Н.Э. Специализированное программное обеспечение для автоматизации предприятий общественного питания / Н.Э. Бунина, В.А. Антипова, И.А. Пахарькова // Новая наука: от идеи к результату. Материалы международной научно–практической конференции. – Стерлитамак: РИО АМИ, 2015.- С. 52 – 54.
4. Кучина, Е.Д. Инструменты автоматизации предприятий общественного питания / Е.Д. Кучина, Н.Э. Бунина // Новая наука: опыт, традиции, инновации. Материалы международной научно–практической конференции. – Стерлитамак: РИО АМИ, 2015. – С. 116-118.
5. Бунина, Н.Э. Использование инновационных методов в учебном процессе / Н.Э.Бунина // Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии.- Ульяновск: УГСХА им. П.А. Столыпина, 2013.
6. Солнцева, О. В. Интерактивные методы изучения информационных систем в экономике / О. В. Солнцева, Н. Э. Бунина, О. А. Заживнова // Инновационные технологии в высшем профессиональном образовании. Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава академии. – Ульяновск: УГСХА им. П.А.Столыпина, 2013. - С. 168-172.

## INTERNET AS INSTRUMENT FOR ADVERTISING OF ENTERPRISES OF PUBLIC CATERING

*Gizmutdinov R.I.*

**Keywords:** *information technology, enterprise of public food consumption, having a special purpose audience, forming of stream of clients, informative system.*

*The work is devoted to the review of ways of searching for the target audience and visitors for public catering establishments on the Internet. The article describes effective ways of advertising on the Internet, the degree of their resource intensity.*