

ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФІЗИЧНОЇ КУЛЬТУРИ ІМЕНІ ІВАНА БОБЕРСЬКОГО

ФАКУЛЬТЕТ ТУРИЗМУ

КАФЕДРА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

VI МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ

13-14 листопада 2025 року

ЛЬВІВ

УДК 640.43:658.8

Вікторія Ширяєва
студентка ІІІ курсу, спеціальність «Готельно-ресторанна справа»,
Михайло Шевелюк
д-р філос. з культурології,
викладач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського

МАРКЕТИНГОВІ ТРЕНДИ 2025 РОКУ У СФЕРІ РЕСТОРАННОГО СЕРВІСУ

Маркетинг у ресторанному бізнесі 2025 року — це не тільки про промо, а про сталу конкурентну перевагу: поєднання даних, цифрових сервісів, локальних цінностей та креативу в короткому відео-форматі. Більшість гостей спочатку досліджують заклад онлайн: ще до візиту вони переглядають сайт/Google-профіль, меню, відгуки, соцмережі [1], [2]. Мобільний пошук стає вирішальним етапом шляху гостя (до 89% «dining research» — зі смартфона) [2], тоді як соцмережі, особливо TikTok/Instagram, дедалі частіше виступають першим каналом відкриття закладів серед молодої аудиторії [3], [10].

Основні тренди маркетингу у ресторанному сервісі 2025

1. Цифровий фронт: веб-присутність, онлайн-бронювання, QR-меню. Оновлений сайт і профіль Google Business з актуальним меню, годинами, фото та відгуками прямо впливають на конверсію відвідувачів: історично 77% гостей перевіряють сайт перед відвідуванням/замовленням [1], а мобільне дослідження домінує у «pre-visit» поведінці [2]. QR-меню та безконтактні сценарії лишаються стандартом: інструменти зі скануванням QR і мобільним замовленням зростають і вбудовуються в додатки/веб-каси [11], [12].

Практика: єдине «джерело правди» (site + GMB), online-бронювання, гостьовий Wi-Fi з consent-збором e-mail, QR-меню з аналітикою кліків.

2. Персоналізація та програми лояльності 2.0

Персональні пропозиції на основі історії покупок, частоти, улюблених позицій та часу відвідувань формують лояльність краще, ніж загальні знижки [6]. Великі мережі вже розгортають AI-

персоналізацію: рекомендації меню, індивідуальні офери, push-сповіщення, чат-боти [8], [9].

Практика: сегментація аудиторії (нові/постійні/«заснули»), персональні акції «повернення», birthday-пропозиції, A/B-тестування 3. Контент-маркетинг і сторітелінг (UGC first)

UGC та коротке відео напряму впливають на відвідуваність: за опитуваннями, 58% користувачів TikTok відвідали ресторан після перегляду відео (динаміка від 38% у 2022 р.) [5], підтверджуючи тренд на «соціальне відкриття» закладів; серед Gen Z/Millennials понад 70% за останні 3 міс ходили в заклад завдяки огляду в соцмережах [3].

Практика: зйомки «закулісья кухні», шеф-сторітелінг, UGC-кампанії з простими правилами, репости гостей, rights-clearance.

4. Локалізація та цінності бренду

Локальні продукти, прозорість постачань і «зелені» практики — більше не nice-to-have, а очікування частини гостей (вплив на вибір закладу, імідж і PR). Аналітика галузі відзначає посилення ролі sustainability-меседжів у комунікації HoReCa у 2025 р. [4], [6], [7].

Практика: карта локальних постачальників у меню/на сайті, zero-waste ініціативи, прозорі стандарти сортування/енергоощадності.

5. Дані, AI та автоматизація маркетингових рішень

AI прискорює креатив, таргетинг і аналіз попиту: від генерації варіантів креативів до динамічних рекомендацій у додатках/листах [6], [8] і кейсів впровадження в мережах casual/family dining [9]. Фокус 2025: персоналізовані промо-кампанії > «широкі» знижки [6].

Практика: CDP/CRM, RFM-сегментація, propensity-моделі («ймовірність візиту»), тригерні кампанії (погода/події).

6. Геотаргетинг і локальна реклама

Локальний performance (2–5 км) в Instagram/FB/Maps залишається найбільш рентабельним для залучення «тут і зараз». Інструменти геотаргетингу/геофенсингу дають змогу показувати релевантні оголошення залежно від розташування та навіть погоди

Практика: «ads-only-when-nearby», погодні тригери (спека → лимонади; дощ → доставка), промо «після роботи» в офісних кластерах.

7. Мікроформати та snacking-пропозиції

Перекуси/ланч-сети, десертні/напійні лінійки, pop-up-продаж у «міжпікові» години — додатковий дохід і тест-полігон для нових позицій. Соцмережі з короткими роликами (10–30 с) — оптимальний формат промо для snacking-товарів [10], [5].

Практика: «15-хвилинні» офери, комбо-сети під дорогу/офіс, окремий контент-слот у контент-плані.

Цифрова грамотність і бюджет малого бізнесу: вибір між «повною» CDP та легшими SaaS-рішеннями [6]. Дані й комплаєнс: збір згоди, політики конфіденційності, безпека даних (з урахуванням оновлень практик персоналізації) [6], [8]. Зростаюча конкуренція за увагу: saturation у стрічках; рішення — нативний контент і мікроінфлюенсери [3], [10]. Макро-нестабільність (ціни, доходи, логістика): потрібні гнучкі бюджети та тестування каналів [6].

Висновок: Маркетингові тренди 2025 поєднують цифровий шлях гостя, коротке відео та персоналізацію на базі даних. Успіх отримають заклади, які: (1) забезпечують бездоганну мобільну присутність і простий шлях до бронювання/оплати [1], [2], [11]; (2) працюють із UGC і TikTok-економікою відкриття [5], [3]; (3) демонструють локальні цінності та сталі практики [4], (4) впроваджують AI-персоналізацію з чітким комплаєнсом [6], [8], [9]. Така комбінація підсилює лояльність і середній чек, зменшує витрати на залучення та формує довгострокову капіталізацію бренду.

*Ключові слова***:** ресторанний маркетинг, персоналізація, UGC, TikTok, геотаргетинг, QR-меню, AI.

Список використаних джерел:

1. Restaurant Dive. 77% of diners visit restaurant websites before going (MGH survey). 2019. URL: https://www.restaurantdive.com/news/77-of-diners-visit-restaurant-websites-before-going-survey-finds/562008/
2. Think with Google. Mobile dining research statistics: 89% of dining research is done by mobile. URL: https://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/consumer-trends/mobile-dining-research-statistics/
3. Business Insider. Gen Z & millennials turn to social media first for restaurant discovery (survey: 73% відвідали за 3 міс). 2025. URL: https://www.businessinsider.com/gen-z-restaurant-discovery-social-media-2025-11