

**В.В.Калініченко**

студентка,

*Житомирський державний університет імені Івана Франка,*

*м. Житомир, Україна*

**О.В.Богуславський**

*професор кафедри журналістики,*

*реклами та PR, доктор наук із соціальних комунікацій, професор,*

*Житомирський державний університет імені Івана Франка*

## **СТАН РИНКУ ФОТОПОСЛУГ ЯК ОСНОВА РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ФОТОСТУДІЇ «LUNA»**

У сучасному цифровому середовищі фотопослуги є не лише частиною сфери обслуговування, а й важливим елементом креативної індустрії. Фотографія сьогодні виконує не тільки естетичну, а й комунікаційну функцію, оскільки через візуальні образи люди передають емоції, спогади, сімейні цінності та особисті історії. Особливої актуальності набуває розвиток дитячої та сімейної фотографії, адже вона пов'язана з бажанням родин зберегти важливі моменти життя: вагітність, народження дитини, перший рік життя, день народження, сімейні свята. Актуальність теми зумовлена тим, що в умовах високої конкуренції фотостудії вже не можуть обмежуватися лише якісним виконанням зйомки. Для стабільного розвитку необхідно формувати впізнаваний бренд, підтримувати активну присутність у соціальних мережах, створювати емоційний контакт із цільовою аудиторією та використовувати сучасні інструменти маркетингового просування. У дипломній роботі мета дослідження визначена як створення та обґрунтування ефективної стратегії комунікації і маркетингового просування фотостудії «Luna», спрямованої на збільшення впізнаваності бренду, залучення цільової аудиторії та зростання попиту на послуги студії

1) Сучасний ринок фотопослуг є важливою частиною креативної індустрії. Фотографія сьогодні виконує не лише естетичну, а й комунікаційну функцію, оскільки через візуальні образи люди зберігають спогади, передають емоції, формують власний образ у соціальних мережах і презентують важливі події свого життя.

2) Особливе місце у сфері фотопослуг займає дитяча та сімейна фотографія. Вона пов'язана з емоційно важливими подіями: вагітністю, народженням дитини, першим роком життя, днями народження та сімейними святами. Саме тому такі послуги мають не лише комерційне, а й емоційне значення для клієнтів.

3) Ринок фотопослуг активно змінюється під впливом цифровізації. Якщо раніше клієнти частіше обирали фотографа за рекомендаціями знайомих або через місцеву рекламу, то сьогодні важливу роль відіграють соціальні мережі.

4) Instagram, Facebook, TikTok та інші платформи дають змогу фотостудіям демонструвати портфоліо, публікувати відгуки клієнтів, показувати процес зйомки,

повідомляти про акції, сезонні пропозиції та вільні дати. Таким чином, соціальні мережі виконують функцію не лише рекламного майданчика, а й простору для формування довіри до бренду.

5) Український ринок фотопослуг є конкурентним. На ньому працюють приватні фотографи, фотостудії широкого профілю, спеціалізовані дитячі та сімейні фотостудії, а також фотографи з великих міст, які можуть залучати клієнтів через активне просування в соціальних мережах.

6) Конкуренція у сфері фотопослуг відбувається не лише за ціною. Важливими чинниками вибору фотостудії є стиль фотографій, якість сервісу, рівень довіри, візуальна впізнаваність, відгуки клієнтів та емоційна привабливість бренду.

7) Для українських фотостудій важливими інструментами просування є активне ведення сторінок в Instagram та Facebook, регулярна публікація портфоліо й відгуків клієнтів, створення reels, stories та коротких відео з процесу зйомки. Також ефективними засобами є таргетована реклама, партнерство з локальними бізнесами, участь у міських подіях, публікації у місцевих медіа, а також використання акцій, подарункових сертифікатів і сезонних пропозицій.

8) Фотостудія «Luna» функціонує у місті Коростень Житомирської області. Локальний ринок фотопослуг має свою специфіку, оскільки в невеликому місті важливе значення мають репутація, рекомендації знайомих, відгуки клієнтів та активність у місцевому інформаційному просторі.

9) Попит на фотопослуги в Коростені формується навколо важливих життєвих подій: вагітності, народження дитини, хрестин, першого дня народження, сімейних свят, випускних, індивідуальних і сезонних фотосесій. Для фотостудії «Luna» найбільш перспективною аудиторією є молоді сім'ї, батьки новонароджених, батьки дітей до одного року, а також родини, які хочуть зберегти важливі моменти дорослішання дитини.

10) Конкурентне середовище фотостудії «Luna» можна умовно поділити на кілька груп. До першої належать приватні фотографи, які працюють без власної студії та проводять зйомки на вулиці, вдома у клієнтів або в орендованих локаціях.

11) До другої групи конкурентів належать фотографи широкого профілю, які знімають весілля, портрети, сімейні події, свята та комерційні замовлення. Їхньою перевагою є різноманітне портфоліо, однак вони не завжди мають вузьку спеціалізацію на дитячій або newborn-фотографії.

12) До третьої групи можна віднести фотостудії та орендні фотопростори, які пропонують інтер'єрні локації для різних типів зйомок. Окрему конкуренцію можуть становити фотографи з більших міст, зокрема Житомира або Києва.

13) Фотостудія «Luna» має конкурентну перевагу завдяки своїй спеціалізації на дитячій, сімейній та newborn-фотографії. Такий напрям потребує не лише професійного володіння технікою, а й особливого підходу до дитини, уважності до батьків, безпечної атмосфери та зрозумілої комунікації.

14) Для клієнтів дитяча фотосесія пов'язана з довірою, комфортом і бажанням отримати якісний емоційний результат. Саме тому фотостудія має демонструвати не тільки готові фотографії, а й атмосферу зйомки, процес підготовки, відгуки клієнтів і переваги роботи саме з дітьми.

15) У просуванні фотостудії «Luna» доцільно використовувати комплексну комунікаційну стратегію. Вона має передбачати регулярне ведення соціальних мереж, створення контент-плану, публікацію прикладів робіт, демонстрацію процесу зйомки та розміщення відгуків клієнтів.

16) Важливими елементами просування є запуск локальної таргетованої реклами, співпраця з дитячими магазинами, салонами краси, медичними закладами та студіями розвитку дітей, підготовка PR-повідомлень для місцевих медіа, а також створення сезонних пропозицій, зокрема новорічних, весняних, великодніх, birthday та newborn-зйомок.

17) Особливістю просування дитячої та сімейної фотостудії є те, що найбільш ефективною є не агресивна реклама, а м'яка емоційна комунікація. Потенційний клієнт має відчувати, що студія розуміє його потреби, дбає про дитину та створює не просто фотографії, а спогади.

18) Основними смисловими акцентами комунікаційної стратегії фотостудії «Luna» є збереження перших моментів життя дитини, створення безпечної та комфортної атмосфери під час зйомки, індивідуальний підхід до кожної родини, поєднання естетики, ніжності й турботи, професійна обробка фотографій, можливість замовити фотосесію як подарунок і локальна доступність фотостудії для мешканців Коростеня.

19) Отже, ринок фотопослуг є перспективним, але конкурентним середовищем, у якому важливе значення мають не лише якість фотографій, а й ефективна комунікація з аудиторією. Для фотостудій особливо важливими є соціальні мережі, візуальна впізнаваність, відгуки клієнтів, локальне просування та партнерські комунікації.

20) Фотостудія «Luna» має можливість зайняти стійку позицію на локальному ринку Коростеня завдяки спеціалізації на дитячій, сімейній та newborn-фотографії. Її просування має будуватися на довірі, емоційності, естетиці, безпеці та зрозумілій комунікації з потенційними клієнтами.

21) Розробка стратегії комунікацій та маркетингового просування для фотостудії «Luna» є доцільною, оскільки вона може сприяти підвищенню впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів і посиленню позицій студії на ринку фотопослуг.

Ключові слова: фотостудія, фотопослуги, комунікаційна стратегія, маркетингове просування, соціальні мережі, PR-комунікації, локальний ринок, фотостудія «Luna», дитяча фотографія.

Аналіз ринку фотопослуг показує, що для успішного просування фотостудії важливими є не лише якість фотографій, а й правильно побудована комунікація з аудиторією. Як зазначає Ф. Котлер, у сучасному маркетингу важливу роль відіграє перехід від звичайного просування товару чи послуги до встановлення взаємодії зі споживачем [1]. Це особливо актуально для фотостудії «Luna», адже її послуги пов'язані з емоціями, довірою та збереженням важливих сімейних моментів.

У сфері фотопослуг значну роль відіграють соціальні мережі, візуальна впізнаваність, відгуки клієнтів і локальне просування. PR-комунікації, за Г. Почепцовим, спрямовані на формування позитивного образу організації та встановлення довіри між нею і громадськістю [2]. Тому для фотостудії «Luna» доцільно використовувати комплексну стратегію просування, яка поєднує Instagram, Facebook, reels, stories, таргетовану рекламу, партнерства з місцевими бізнесами та публікації у локальних медіа.

Таким чином, фотостудія «Luna» має можливість посилити свої позиції на локальному ринку Коростеня завдяки спеціалізації на дитячій, сімейній та newborn-фотографії. Її комунікаційна стратегія має будуватися на емоційності, довірі, естетиці, безпеці та зрозумілому зверненні до потенційних клієнтів. Саме такий підхід може сприяти підвищенню впізнаваності бренду, залученню нових клієнтів і формуванню позитивної репутації фотостудії.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:**

---

1. Котлер Ф. Маркетинг 4.0. Від традиційного до цифрового / Ф. Котлер, Г. Катарджая, І. Сетъяван. Київ : КМ-БУКС, 2018. 208 с.
2. Почепцов Г. Г. Паблік рилейшнз : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 327 с.
3. Примак Т. О. Маркетингові комунікації : навч. посіб. Київ : Ельга, Ніка-Центр, 2003. 280 с.