

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ВІННИЦЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ
ІНСТИТУТ

Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«РОЛЬ РЕКЛАМИ В РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО
ГОСПОДАРСТВА»**

(нам матеріалах кав'ярні «Wake up»)

Здобувача вищої освіти
4 курсу, групи ГРС-41д,
спеціальності 241 «Готельно-
ресторанна справа»
освітньої програми «Готельно-
ресторанна справа»

Терещук
Анни
Сергіївни

Науковий керівник
кандидат економічних наук

Постова
Валентина
Вікторівна

Гарант освітньо-професійної
програми
кандидат економічних наук

Мазуркевич
Ірина
Олександрівна

Вінниця – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РЕКЛАМИ В РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	6
1.1 Сутність, принципи та функції реклами в розвитку закладів ресторанного господарства.....	6
1.2 Методи встановлення рекламного бюджету на підприємствах ресторанного господарства.....	16
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ РЕКЛАМИ ТА ЇЇ ЕФЕКТИВНОСТІ В РОЗВИТКУ ЗАКЛАДІВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «WAKE UP».....	19
2.1 Організаційно-економічна характеристика кав'ярні «Wake up».....	19
2.2 Оцінка рекламної діяльності досліджуваного закладу.....	29
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ РЕКЛАМИ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДАЖІВ НА ПРИКЛАДІ КАВ'ЯРНІ «WAKE UP».....	35
3.1 Вдосконалення наявних видів реклами та створення нових у кав'ярні «Wake up».....	35
3.2 Покращення якості створення та впровадження реклами на різних каналах із залученням спеціалістів	44
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	48
ДОДАТКИ.....	54

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондар В. П., Гаврилко Т.О. Комунікації в сучасному маркетингу. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури* : зб. наук. пр. Київ : НАУ, № 27. 2018.С. 112–118.
2. Бортников Є. Г., Люта Д. А. Реклама в готельно-ресторанному бізнесі: конспект лекцій для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Готельно-ресторанна справа» освітньо-професійної програми «Готельно-ресторанна справа». Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2021, 63 с. URL: <http://surl.li/gnjjq> (дата звернення: 25.03.2023).
3. Вигівська Т. П., Кірічок С. В. Реклама як інструмент стимулювання збуту продукції підприємства. *Державний університет «Житомирська політехніка»*. 2022. URL: <http://surl.li/hffah> (дата звернення: 13.03.2023).
4. Воронюк Т.А. Загальні тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні в умовах сьогодення. *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. №2. 2019, С. 112–115.
5. Гвозденко Є.М., Чекштуріна В.М. Instagram як ефективний інструмент просування бізнесу. *Розвиток європейського простору очима молоді: економічні, соціальні та правові аспекти*. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2019. С. 128-132.
6. Гірняк Л.І., Глагола В.А. Сучасний стан, перспективи та тенденції розвитку ресторанного господарства в Україні. *Інфраструктура ринку*. №16. 2018, С. 71-78.
7. Горбаль Н. І., Ільницька К. О., Романишин С. Б. Професія SMM-маркетолога в Україні: проблеми та перспективи. *Бізнес Інформ*. № 12. 2018, С. 477–482.

8. Дейнега О. В., Дейнега І. О. Сучасні тренди рекламної діяльності ринково-орієнтованих підприємств. *Трансформаційна економіка* № 1 (01). 2023. С. 15-20, URL: <http://surl.li/hfflp> (дата звернення: 13.03.2023).
9. Діброва Т. Г., С. О. Солнцев, К. В. Бажеріна. Рекламний менеджмент: теорія і практика: підручник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка». 2018, 300 с.
10. Економічна теорія: навч. посіб. / за заг. ред. Л. С. Шевченко. 2-ге вид. Харків: Право. 2019, 268 с.
11. Жалба І. О. Теоретичні підходи до визначення поняття «маркетингові комунікації». *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки.* №3. 2019, С. 213-217.
12. Ігнатенко Р. В. Технології таргетингової реклами: сутність та ефективність. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії і практики* №1 (42). 2022., С. 428-435. URL: <https://fkd.net.ua/index.php/fkd/article/view/3715/3495> (дата звернення: 13.03.2023)
13. Кіслов Д. Система маркетингових комунікацій. *Вісник КНТЕУ.* № 1. 2018, С. 29–36.
14. Ковальчук С. В., Є. М. Забурмеха, Т. В. Яремчук. Сучасні тренди маркетингу гостинності. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки.* № 3, Т. 2. 2018, С. 204-209.
15. Кузнєцова І., Дудяк Р. Економічна сутність та особливості маркетингових комунікацій. *Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Економіка АПК.* № 22(1). 2018, С. 142-148.
16. Летуновська Н.Є., Хоменко Л.М., Люльов О.В. та ін. Маркетинг у цифровому середовищі : підручник. Суми : СумДУ. 2021, 259 с.
17. Мальчик М. М., Адасюк І. П. Реклама в інтернеті: теоретичний аналіз та особливості. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»,*

серія «Проблеми економіки та управління». Том 5, №1. 2021, С. 75-85. URL: <http://surl.li/fbimb> (дата звернення: 13.03.2023).

18. Миронова М.І., Миронов Ю.Б. Показники ефективності діяльності підприємств індустрії гостинності: *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Черкаси, 16–17 квітня 2020 р.)*. 2020, С. 517–520.

19. Мілашовська О. І., Ільтьо Т. І. Аналіз розвитку готельно-ресторанного бізнесу України в контексті сучасних викликів. *Бізнес Інформ*. №6. 2021, С. 151–156. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-151-156> (дата звернення: 19.03.2023).

20. Савіна С.С. Особливості стратегічного маркетингового планування на підприємстві: монографія. Луцьк. 2018, С. 138-187.

21. Стамат В. М., Скорук А. Ю. Маркетингові інновації у ресторанному господарстві. *Миколаївський національний аграрний університет. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції*, 2021. URL: <http://dspace.mnau.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/10553/1/141-144.pdf> (дата звернення: 25.03.2023).

22. Терещук А. С. Реклама в розвитку закладів ресторанного господарства: сутність, принципи, функції та сучасні тренди. *Актуальні проблеми ефективного соціально-економічного розвитку України: пошук молодих*: збірник наукових праць XII Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції (20 квітня 2023). Вінниця: Редакційно-видавничий відділ ВТЕІ ДТЕУ, 2023. Вип. 175. С. 134-142. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb22_177.pdf (дата звернення: 21.05.2023).

23. Хенлон Е. Цифровий маркетинг: стратегічне планування та інтеграція. 2019, 416 с.

24. Чигрин О., Хоменко Л., Калітай Г. Маркетингові стратегії забезпечення сталого конкурентоспроможного розвитку підприємств. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна, серія «Міжнародні відносини, економіка, країнознавство, туризм»*. №14. 2021, С. 126-137.
25. Шалева О.І. Застосування маркетингових комунікацій у ресторанному бізнесі. *Торгівля, комерція, підприємництво*. №15. 2018, С. 142-145.
26. Янковець Т.М. Цифрові технології підвищення вартості брендів. *Вісник КНТЕУ*. № 4 (126). 2019, С. 85-100.
27. Янковська Г. В. Сутність маркетингових комунікацій та їх місця у системі маркетингу. *Наука й економіка*. № 4 (20). 2018, С. 98-101.
28. 23 сервіси для аналітики соціальних мереж. URL: <http://surl.li/cmdno> (дата звернення: 13.03.2023).
29. Ефективний Instagram-маркетинг: універсальні поради для бізнесу. URL: <https://ag.marketing/blog/efektivnij-instagram-marketing/> (дата звернення: 25.03.2023).
30. Інформаційне агенство УНІАН – Війна змінила все: які виклики подолали громадяни та бізнес минулого року і до чого готуватися у 2023 році. URL: <http://surl.li/hffam> (дата звернення: 19.02.2023).
31. Класифікація реклами. URL: <https://buklib.net/books/22756/> (дата звернення: 25.03.2023).
32. Маркетинговий менеджмент. Перше українське адаптоване видання. (MARKETING MANAGEMENT First Ukrainian Adapted Edition). URL: <http://surl.li/bqnlv> (дата звернення: 25.03.2023).

33. Особливості ресторанного маркетингу в Україні. URL: https://library.krok.edu.ua/media/library/category/statti/havryliuk_0003.pdf (дата звернення: 25.03.2023).
34. Реклама і рекламна діяльність. URL: <http://surl.li/uqgh> (дата звернення: 25.03.2023).
35. Реклама ресторанного бізнесу. URL: <https://vinbazar.com/journal/robo23/reklama-restorannogo-biznesu> (дата звернення: 25.03.2023).
36. Реклама та її вплив на розвиток ресторанного господарства. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/vorobjova2.htm (дата звернення: 25.03.2023).
37. Сучасні напрями діяльності підприємств у галузі реклами. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4770> (дата звернення: 25.03.2023).
38. Федорова К. 8 порад для SMM ресторану: як ефективно просувати заклад у соціальних мережах. URL: <https://joinposter.com/post/smm-dlya-restorana> (дата звернення: 25.03.2023).
39. Цифровий маркетинг як засіб формування ефективних комунікацій. URL: <http://surl.li/hffad> (дата звернення: 25.03.2023).
40. Цифровий маркетинг як інструмент міжнародного менеджменту. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/19055/1/82-84.pdf> (дата звернення: 25.03.2023).
41. Цілі рекламної діяльності. URL: https://pidru4niki.com/73997/marketing/tsili_reklamnoyi_diyalnosti (дата звернення: 25.03.2023).
42. Що таке Smm просування? URL: <http://surl.li/hffab> (дата звернення: 25.03.2023).

ДОДАТКИ