

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

**Навчально-науковий інститут економіки і управління
Кафедра маркетингу**

«До захисту в ЕК»

Директор інституту

(підпис) Олег Шеремет
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2023 р.

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

(підпис) Ольга Петухова
(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2023 р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
НА ЗДОБУТТЯ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВРА**

зі спеціальності 061 «Журналістика»
освітньо-професійної програми «Реклама та зв'язки з громадськістю»
на тему: «Проект рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»

Виконав: здобувач 4 курсу, групи 10

(підпис) Каграманова Крістіна Тагірівна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) _____

Керівник Антонова Ольга Вадимівна
(прізвище, ім'я та по батькові повністю) _____
(підпис)

Рецензент _____
(прізвище та ініціали) _____
(підпис)

Засвідчую, що в цій кваліфікаційній
роботі немає запозичень із праць
інших авторів без відповідних
посилань.

Здобувач _____
(підпис)

Київ - 2023р

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ХАРЧОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Навчально-науковий інститут економіки і управління

Кафедра маркетингу

Освітній ступінь бакалавр

Спеціальність 061 «Журналістика»

Освітньо-професійна програма «Реклама та зв'язки з громадськістю»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ольга Петухова
“05” грудня 2022 року

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА

Каграманова Крістіна Тагірівн

(прізвище, ім'я, по-батькові здобувача)

1. Тема роботи: Проект рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»

керівник проекту (роботи) Антонова О.В. к.н. із соц. ком., доцент кафедри маркетингу

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від 05.12.2022 р. № 865-КС

2. Строк подання здобувачем роботи 26.05.2023 року.

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та законодавчі акти, прийняті Верховною Радою, постанови Кабінету Міністрів України з питань економічного розвитку; інструкції органів виконавчої влади; рекомендовані літературні джерела та методичні посібники, галузеві видання; бухгалтерська і статистична звітність підприємства.

4. Зміст пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) Вступ. Розділ 1. Аналіз рекламної діяльності ТОВ «Пузата Хата». Розділ 2. Розробка рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата». Висновки. Список використаної літератури. Додатки.

Перелік графічного матеріалу: Рис.1.1. Асортимент страв ресторану «Пузата Хата». Таблиця 1.1. SWOT аналіз мікросередовища ТОВ «Пузата Хата». Рис.1.2. Логотипи ТОВ «Пузата Хата» №1 і №2. Рис.1.3. Логотипи ТОВ «Пузата Хата» №3і №4. Рис.1.4. Логотип ТОВ «Пузата Хата» №5. Рис.1.5 Логотип ТОВ «Пузата Хата» №6. Рис. 1.7. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: вивіска. Рис. 1.8. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: сітілайт. Рис. 1.9. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: білборд. Рис. 1.10. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: транспортна реклама. Рис.1.11. Приклад реклами з соціальних мереж ресторану «Пузата Хата». Рис.1.12. Приклад реклами з соціальних мереж ресторану «Пузата Хата». Рис.1.13. Приклад Інтернет реклами ресторану «Пузата Хата»: банер. Рис.1.14. Приклад Інтернет реклами ресторану «Пузата Хата»: колаборація. Рис.1.15. Приклад інтер'єру ресторану «Пузата Хата» №1. Рис.1.16. Приклад інтер'єру ресторану «Пузата Хата» №2. Таблиця 2.1. Медіаплан рекламної кампанії для літнього сезону. Таблиця 2.2. Медіаплан рекламної кампанії для осіннього. Таблиця 2.3. Витрати на рекламну кампанію для ресторану «Пузата Хата». Таблиця 2.4. Таблиця 2.5. Таблиця 2.6. Таблиця 2.7. Рис. 2.1 Етапи створення рекламного макету для друкованої реклами: листівка (передня частина). Рис.2.2. Етапи створення рекламного макету для друкованої реклами: листівка (зворотня частина). Рис.2.3. Кінцевий результат макету для друкованої реклами: листівка (передня частина). Рис.2.4. Кінцевий результат макету для друкованої реклами: листівка (задня частина). Рис.2.5. Етапи створення друкованої реклами: купон. Рис.2.6. Кінцевий результат створення друкованої реклами: купон. Рис.2.7. Етапи створення реклами для соціальної мережі: пост. Рис.2.8. Кінцевий результат створення реклами для соціальної мережі: пост. Рис.2.9. Етапи створення друкованої реклами: листівка. Рис.2.10. Кінцевий результат друкованої реклами: листівка. Рис.2.11. Етапи створення та кінцевий результат макету для Інтернету: банер. Рис.2.12. Етапи створення макету для соціальних мереж: пост. Рис.2.13. Кінцевий результат макета для соціальних мереж: пост. Рис.2.14. Етапи створення макету для соціальних мереж: сторіз. Рис.2.15. Кінцевий результат макета для соціальних мереж: сторіз. Рис.2.16. Етапи створення макету для зовнішньої реклами: сітілайт. Рис.2.17. Кінцевий результат створення макету для зовнішньої реклами: сітілайт. Рис.2.18. Етапи створення друкованої реклами: листівка. Рис.2.19. Кінцевий результат друкованої реклами: листівка. Рис.2.20. Етапи створення та кінцевий результат макету для Інтернету: банер.

5. Консультанти розділів проекту (роботи)

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання я видав	завдання прийняв

5. Дата видачі завдання 05.12.2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Складання плану роботи, опрацювання літературних джерел.	01.02.2023 - 20.02.2023	Виконано
2	Обґрунтування актуальності теми, написання вступу	21.02.2023 - 09.03.2023	Виконано
3	Робота над розділом 1: Аналіз рекламної діяльності ТОВ «Пузата Хата».	10.03.2023 - 05.04.2023	Виконано
4	Робота над розділом 2: «Розробка рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».	06.04.2023 - 29.04.2023	Виконано
5	Висновки. Список використаної літератури. Додатки.	24.05.2023	Виконано
6	Оформлення роботи	25.05.2023	Виконано

Здобувач _____ Каграманова К.Т.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Антонова О.В.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота виконано на тему: «Проект рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»

У першому розділі кваліфікаційної роботи досліджено: рекламна діяльність ТОВ «Пузата Хата», корпоративний стиль, імідж та цільова аудиторія. А також, здійснено аналіз конкурентів та лояльність споживачів.

У другому розділі кваліфікаційної роботи розроблено та представлено макети рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата». Безпосередньо, сформовано медіаплан та бюджет, а також, проаналізовано ефективність рекламної кампанії.

Актуальність теми зумовлена необхідністю проведення рекламної кампанії для ресторану «Пузата Хата», яка б дозволила охопити більше представників цільової аудиторії при мінімізації витрат, враховуючи складний економічний час в Україні. Реалізація такої кампанії дозволить ресторану досягти довгострокових цілей, а саме: закріплення позиції лідера на ринку громадського харчування та збільшення кількості споживачів.

Мета кваліфікаційної роботи – розробити рекламну кампанію для ТОВ «Пузата Хата», яка включає знижки та акції на асортимент продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата»,

Основні завдання дослідження:

- 1) Провести аналіз діяльності ресторану «Пузата Хата».
- 2) Визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також її можливості та загрози для ТОВ «Пузата Хата»
- 3) Проаналізувати цільову аудиторію ресторану.
- 4) Провести аналіз рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».
- 5) Розробити та втілити акції/пропозиції рекламної кампанії для ресторану
- 6) Розробити медіаплан рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».

7) Розробити бюджет та провести оцінку ефективності рекламної кампанії.

Ключові слова: реклама, рекламна кампанія, акції, пропозиції, ресторан, медіаплан, бюджет.

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи 68 сторінки, список літератури складається з 20 джерел, робота містить 12 додатків.

ANNOTATION

The qualification work was performed on the topic: «Project of an advertising campaign for Puzata Hata»

In the first section of the qualification work, the following is investigated: advertising activities of Puzata Hata, corporate style, image and target audience. Also, an analysis of competitors and customer loyalty was carried out.

In the second section of the qualification work, the layouts of the advertising campaign for Puzata Hata were developed and presented. A media plan and budget have been formed, and the effectiveness of the advertising campaign has been analysed.

The relevance of the topic is due to the need to conduct an advertising campaign for the Puzata Khata restaurant, which would allow to reach more representatives of the target audience while minimising costs, given the difficult economic times in Ukraine. The implementation of such a campaign will allow the restaurant to achieve its long-term goals, namely: consolidating its position as a leader in the catering market and increasing the number of consumers.

The purpose of the qualification work is to develop an advertising campaign for Puzata Hata, which includes discounts and promotions for the range of products in the Puzata Hata restaurant chain,

The main objectives of the study:

- 1) To analyse the activities of the restaurant Puzata Hata.
- 2) Identify the strengths and weaknesses of the company, as well as its opportunities and threats to Puzata Hata.
- 3) To analyse the target audience of the restaurant.
- 4) To analyse the advertising campaign for Puzata Hata.
- 5) Develop and implement promotions/offers of the advertising campaign.
- 6) To develop a media plan for the advertising campaign for Puzata Hata.
- 7) Develop a budget and evaluate the effectiveness of the advertising campaign.

Keywords: advertising, advertising campaign, promotions, offers, restaurant, media plan, budget.

The structure of the qualification work is as follows: introduction, two chapters, conclusions, list of references and appendices. The total volume of the work is 68 pages, the list of references consists of 20 sources, the work contains 12 appendices.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПУЗАТА ХАТА».....	5
1.1 Основні відомості про підприємство.....	5
1.2 Аналіз рекламної діяльності підприємства.....	10
1.3 Аналіз іміджу підприємства.....	16
1.4 Аналіз цільової аудиторії підприємства та дослідження лояльності споживачів.....	18
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБЛЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КАМПАНІЇ ДЛЯ ТОВ «ПУЗАТА ХАТА».....	21
2.1 Розроблення концепції та медіаплану рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».....	21
2.2 Розроблення макетів рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».....	35
ВИСНОВКИ.....	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	66
ДОДАТКИ.....	68

ВСТУП

У сучасній маркетинговій стратегії рекламна кампанія відіграє найважливішу роль. На сьогоднішній день підприємства віддають пріоритет плануванню програми рекламних просувань. У сфері маркетингових заходів просування є важливим складовим компонентом. Добре розроблена маркетингова стратегія дозволяє не тільки ідентифікувати бажану аудиторію, але й підтримувати постійний зв'язок із споживачами. Для того, щоб компанія процвітала та прогресувала, необхідно застосовувати комплексний маркетинговий підхід [2].

Актуальність теми дослідження зумовлена нинішнім складним економічним часом в Україні для ТОВ «Пузата Хата», що вимагає проведення рекламної кампанії, яка зможе збільшити охоплення цільової аудиторії при мінімальних витратах. Реалізація такої кампанії дозволить ресторану досягти довгострокових цілей, а саме: закріплення позиції лідера на ринку громадського харчування, збільшення кількості споживачів та підвищення лояльності до компанії.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є рекламна діяльність ТОВ «Пузата Хата».

Предметом кваліфікаційної роботи є особливості розроблення рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».

Метою кваліфікаційної роботи є розроблення рекламної кампанії для мережі ресторанів «Пузатаа Хата», яка включає знижки та акції на асортимент продукції, враховуючи непросте фінансове становище значної частини населення в Україні.

Основні завдання дослідження:

1. Провести аналіз діяльності ТОВ «Пузата Хата».
2. Визначити сильні та слабкі сторони компанії, а також її можливості та загрози для ТОВ «Пузата Хата»
3. Проаналізувати цільову аудиторію ресторану «Пузата Хата».

4. Провести аналіз рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»
5. Розробити та втілити акції/пропозиції рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»
6. Розробити медіаплан рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»
7. Розробити бюджет та провести оцінку ефективності рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».

Методи дослідження. У роботі використано такі наукові методи: аналіз, порівняння, анкетування та дедукція (при дослідженні рівня лояльності споживачів до ресторану).

Апробація роботи. Теоретичі положення кваліфікаційної роботи були апробовані на Міжнародній науковій конференції молодих учених, аспірантів і студентів «Наукові здобутки молоді – вирішенню проблем харчування людства у XXI столітті», 3-7 квітня 2023 р. (тези на тему «Розроблення рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»).

Структура кваліфікаційної роботи: вступ, два розділи, висновки, список використаних джерел та додатки. Загальний обсяг роботи 68 сторінки, список літератури складається з 20 джерел, робота містить 12 додатків.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ПУЗАТА ХАТА»

1.1. Основні відомості про підприємство

Заснована в 2003 році торгова марка «Пузата Хата» стала наймасштабнішою мережею колоритних ресторанів національної кухні в великих містах України. Мережа ресторанів «Пузата Хата» налічує всього 33 ресторани по всій Україні, а саме: Київ 33, Луцьк 1, Дніпро 5, Львів 2, Одеса 1, Запоріжжя 1. Безпосередньо, сама концепція бренду є лаконічна та унікальна – це затишний ресторан з неповторним інтер'єром, різноманітним асортиментом національної кухні та доступними цінами для тих, хто цінує якість. Більше половини відвідувачів мережі «Пузата Хата» є постійними відвідувачами ресторану, що свідчить про реальну популярність закладу. Можна з упевненістю сказати, що «Пузата Хата» є однією з кулінарних візитівок Києва та України. Про це свідчать позитивні відгуки іноземних гостей, які хвалять як ретельно продуманий інтер'єр, так і якість кухні.

Мережа «Пузата Хата» здатна вести контроль за якістю продукції: від закупівлі сировини до виробництва готових страв. «Пузата Хата» має власний торгово-виробничий комплекс, пропонує смачні та якісні страви за помірними цінами (середня вартість обіду 150-200грн). Меню щомісяця оновлюється новими стравами, де пропонуються понад 300 варіантів, які представляють усі грані української кухні. Ресторани просторі та можуть прийняти велику кількість відвідувачів, кожен зі своїм унікальним та привабливим декором. Усі клієнти можуть розраховувати на швидке, професійне та ввічливе обслуговування. Ресторани «Пузата Хата» щомісяця приймають понад 2 млн. людей [13].

Основне завдання ресторану – запропонувати відвідувачам високоякісні послуги в сфері громадського харчування. Ресторан «Пузата Хата» націлений

на розуміння та задоволення потреб і очікувань своїх клієнтів, налагодження з ними міцних і взаємовигідних відносин, а також забезпечення справедливої винагороди своїх працівників.

Ресторан «Пузата Хата» займається такими видами діяльності:

- Організація громадського харчування;
- Реалізація громадського харчування: обідня продукція, гарячі та холодні страви, десерти, закуски, різноманітні напої.
- Роздрібна торгівля горілкою, коньячною продукцією, сухими та кріпленими винами, безалкогольними напоями та пивом.
- Удосконалення громадського харчування.
- Розширення асортименту.
- Упровадження сучасних технологій приготування їжі [14].

Стратегічні цілі, які ставить перед собою ресторан «Пузата Хата»:

- Підтримка репутації компанії як надійного та досвідченого партнера.
- Збільшення показників виробництва та продажів продукції.
- Півщення якості їжі та конкурентоспроможності.
- Півщення рентабельності капіталу.

Керівництво ресторанного комплексу ставить перед собою та своїми працівниками такі завдання:

- Розширення асортименту.
- Збільшення прибутку.
- Нарощування обсягів виробництва.
- Півщення доброботу співробітників [14].

Головним завданням ресторану є задоволення потреб клієнтів. Щоб досягти цієї мети, заклад впровадив стратегію, згідно з якою продукти в їх меню адаптовані відповідно до різноманітних потреб різних груп відвідувачів. Крім того, заклад приділяє велику увагу підтримці помірних цін на свої пропозиції.

Клієнтам пропонуються ексклюзивні пропозиції, акції, знижки, переваги та бонуси, які адаптовані до потреб і вподобань споживачів.

Рішення щодо формування асортименту підпадають під категорію асортиментної політики, яка належить до принципів, що регулюють склад товарів або послуг, які виробляються або продаються підприємством [14].

Основна мета цієї політики: забезпечити, щоб асортимент підприємства точно відображав попит покупців, а також забезпечити оптимальний розподіл ресурсів і прибутку.

На сучасному ринку основними факторами, які впливають на меню ресторану, є пропозиція продукції та попит споживачів. На цих критеріях базується стратегія ресторану щодо різноманітності продуктів, вона спрямована на створення оптимального балансу в меню між різними уподобаннями споживачів. Це в свою чергу досягається шляхом ретельного управління асортиментом страв у меню та забезпечення того, щоб воно відповідало різноманітним потребам споживачів [5].

Меню сайту ресторану вміло складено та має гарний дизайн із фотографіями кожної страви. Сайт ресторану надає відвідувачам можливість швидко зробити вибір, враховуючи інформацію про страви та розмір порції, що якнайкраще стимулює попит споживачів [11].

У ресторані «Пузата Хата» в будь-який час роботи закладу відвідувачі можуть отримати доступ до електронного меню з усіма запропонованими стравами. У меню представлений широкий асортимент страв, приготованих різними способами, що дозволяє клієнтам вибрати страву на свій смак[11].

Асортимент страв ресторану «Пузата Хата» включає в себе:

1. закуски;
2. суп;
3. паста;
4. основні страви;
5. фірмові котлети;
6. салат;

7. десерт;
8. гарнір;
9. хліб;
10. холодні та гарячі напої [11].



Рис.1.1. Асортимент страв ресторану «Пузата Хата» [11]

Як правило, ресторан складається з декількох залів та поверхів. На першому поверсі розташований зал, оформлений у характерних для ресторану червоних та помаранчевих кольорах, який може вмістити до 50 осіб. Другий поверх (не в усіх ресторанах) зазвичай має значно більший зал, який може вмістити до 100 осіб і часто використовується для проведення розважальних заходів [13].

Ресторан «Пузата Хата» є сучасним закладом. Завдяки добре спланованому та лаконічному інтер'єру, вишуканій кухні, невимушеній атмосфері та першокласному обслуговуванню він приваблює найрізноманітніших відвідувачів, які шукають місце для відпочинку та зустрічей із друзями.

Щоб отримати більш повний аналіз організації, було проведено SWOT-аналіз, результати якого наведено в табл.1.1, де можна визначити можливості, загрози, а також найсильніші та найслабші сторони ресторану.

Таблиця 1.1

SWOT-аналіз мікросередовища ТОВ «Пузата Хата»

• Сильні сторони (S)	• Слабкі сторони (W)
<ul style="list-style-type: none"> • Упізнаваний бренд • Добре зроблена концепція закладу • Чудовий інтер'єр та українська атмосфера. • Великий вибір страв та напоїв. • Висококваліфікований персонал. • Високий рівень сервісу. • Вигідне розташування закладів. • Втілення акцій, пропозицій, розважальних заходів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Висока плинність кадрів. • Періодичні затримки з доставкою їжі. • Недостатньо реклами та просування. • Обмежений вибір для деяких дієт: веганська та безглютенова. • Недостатньо участі у маркетингових досліджень. • Коливання обсягів продажу.
• Можливості (O)	• Загрози (T)
<ul style="list-style-type: none"> • Зростання кількості кваліфікованих спеціалістів. • Зростання популярності української кухні. • Покращення платоспроможності споживачів. • Розширення ресторанної мережі по Україні. • Використання більш покращених та нових технологій. • Відхід компаній-конкурентів • Впровадження спеціальних акцій та пропозицій для кожного сезону року. 	<ul style="list-style-type: none"> • Зростання інфляції в країні. • Велика конкуренція українських ресторанів. • Зростання цін в Україні. • Поява нових конкурентів. • Активна реклама у конкурентів. • Зниження відвідуваності через економічну кризу та воєнний стан в Україні. • Зростання цін на алкоголь. • Зміна тенденцій в здоровій їжі

Виходячи з результатів, можна зробити висновок, що в ресторані «Пузата хата» варто звернути увагу на такі фактори:

- ❖ Конкуренти. Щоб забезпечити успіх, важливо, щоб кампанія постійно відстежувала та аналізувала конкурентне середовище, безпосередньо, якість обслуговування, пропозиції в меню і ціни, а також частка ринку, технологічний прогрес, ефективність реклами та просування.

- ❖ Споживачі. Потрібно забезпечити усі можливості для вдосконалення уподобань та цінової спроможності споживачів, адже вони мають прямий і важливий вплив на успіх ресторану [1].

1.2. Аналіз рекламної діяльності підприємства

Головне завдання фірмового стилю – створити впізнаваність бренду.

Основними складовими фірмового стилю є:

- Унікальний товарний знак;
- Логотип;
- Фірмові кольори;
- Фірмовий слоган;
- Фірмові шрифти;
- Корпоративний герой та інші [3].

Щоб створити свій бренд, ТОВ «Пузата Хата» використовує шість різних версій корпоративних логотипів і використовує комбінацію червоного, білого та бежевого як фірмових кольорів компанії. У всіх рекламних матеріалах можна зустріти наявність логотипу. Усі логотипи мають спільні елементи: на кожному логотипі зображена хатинка та назва, написана єдиним фірмовим шрифтом.



Рис.1.2. Логотипи ТОВ «Пузата Хата» №1 і №2



Рис.1.3. Логотипи ТОВ «Пузата Хата» №3і №4



Рис.1.4. Логотип ТОВ «Пузата Хата» №5



Рис.1.5 Логотип ТОВ «Пузата Хата» №6

Ресторан «Пузата хата» використовує різні методи рекламування, а це соціальні мережі, інтернет-реклама, зовнішня реклама, друкована реклама [8].

До зовнішньої реклами належить реклама:

1. Вивіски (рис 1.7).
2. Сітілайт (рис 1.8).
3. Білборд (рис 1.9).
4. Транспортна реклама (рис 1.10).



Рис. 1.7. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: вивіска



Рис. 1.8. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»: сітілайт



Рис. 1.9. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»:
білборд



Рис. 1.10. Приклад зовнішньої реклами ресторану «Пузата Хата»:
транспортна реклама

До соціальних мереж належить реклама:

1. Інстаграм/Фейсбук (рис.1.11 і рис.1.12)



Рис.1.11. Приклад реклами з соціальних мереж ресторану «Пузата Хата»

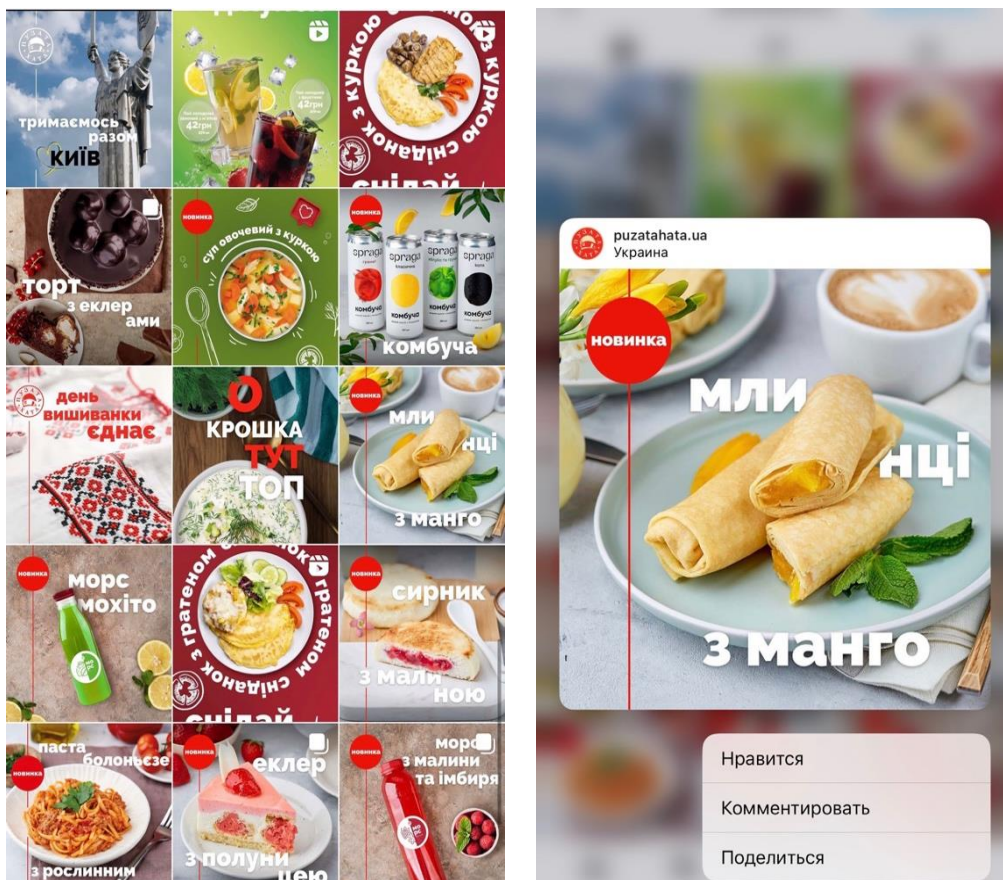


Рис.1.12. Приклад реклами з соціальних мереж ресторану «Пузата Хата»

До інтернет-реклами належить:

1. Банерна реклама на сайті (рис.1.13)
2. Колаборації зі службами доставки Glovo, Bolt, Raketa (рис 1.14)
3. Платформи пошуку ресторанів (TripAdvisor, Tomato, Google M)



Рис.1.13. Приклад інтернет-реклами ресторану «Пузата Хата»: банер



Рис.1.14. Приклад Інтернет реклами ресторану «Пузата Хата»: колаборація

Отже, для охоплення широкого кола потенційних споживачів ТОВ «Пузата Хата» використовує різноманітні рекламні засоби для просування,

орієнтовані на різні цільові аудиторії. У результаті можна побачити, що ресторани наразі досягали хороших показників впізнаваності та популярності.

1.3. Аналіз іміджу підприємства

«Пузата Хата» є рестораном швидкого харчування.

Внутрішній аналіз іміджу ресторану буде розглянуто детально.

Структура внутрішнього іміджу складається з двох компонентів:

- Культура організації
- Соціально-психологічний клімат [17].

Процес кар'єрного підвищення в ТОВ «Пузата Хата» починається з обов'язкового двотижневого навчання. Перед початком роботи всі працівники повинні успішно скласти підсумковий атестаційний іспит на основі методичних рекомендацій. Ресторан проводить безперервні курси підвищення кваліфікації. Рушійною силою професійних занять є переважно винагорода. Це, у свою чергу, визначається результатами як проміжних, так і підсумкових атестаційних іспитів [10].

Одним із важливих аспектів внутрішнього іміджу ресторану є його соціально-психологічний клімат, який відіграє важливу роль у формуванні міцних стосунків між членами команди. Щоб забезпечити сприятливий клімат, ресторан організовує різні види колективного дозвілля, такі як корпоративні виїзди, спортивні та змагальні заходи. Завдяки цьому команда може об'єднати спільні інтереси та досвід [17].

За успіхом ресторану стоять два брати: Костянтинівський В'ячеслав Леонідович та Костянтинівський Олександр Леонідович – засновники та успішні бізнесмени в Україні. [4].

Інтер'єр ресторанів «Пузата Хата» має сучасний, калоритний та суміш національного та модернового дизайну. Це можна побачити на Рис.1.15 та 1.16.



Рис.1.15. Приклад інтер'єру ресторану «Пузата Хата» №1



Рис.1.16. Приклад інтер'єру ресторану «Пузата Хата» №2

Ретельна оцінка конкурентів ТОВ «Пузата Хата» показала, що конкуренцію в основному становлять такі заклади, як «The Varenik» і «Два гуся».

Одним із провідних претендентів у конкурентоспроможній ресторанній індустрії є мережа «The Varenik», яка процвітає в різних місцях міста. Їх якісна кухня та виняткове обслуговування приваблюють багатьох відвідувачів. Найсмачніші вареники в Україні готуються за спеціально розробленими рецептами, унікальними для ресторану. Ще одним претендентом на цьому полі є мережа ресторанів «Два гуся», заснована в 1998 році. Їх меню складається з великого асортименту страв, включаючи італійську піцу, суші, роли, різноманітні салати, закуски та перші страви [7].

Отже, з точки зору конкуренції, немає суттєвих відмінностей між вищеперерахованими ресторанами. Усі вони розташовані в одних цінових діапазонах, мають схожі меню для бізнес-ланчів і пропонують також акції та розпродажі, тому конкурентність на даний момент є справді великою загрозою для ресторану «Пузата Хата».

1.4. Аналіз цільової аудиторії підприємства та дослідження лояльності споживачів

Щоб розробити програму рекламної кампанії і зібрати дані, необхідно визначити найбільш вигідні методи комунікації для цільової аудиторії. З огляду на це, було проведено маркетингове дослідження.

Для проведення дослідження було використано анкету (див. *Додаток К*) для збору інформації від відвідувачів ресторану. Анкета була опублікована на спеціалізованій платформі, щоб визначити потенційних клієнтів та їх погляди на заклад харчування: вподобання, смаки, рівень знайомства з діяльністю «Пузата Хата» та будь-які асоціації, які у них виникають.

За результатом було опитано 100 учасників. Результати опитування ресторану (див. *Додаток Л*) показали, що чоловіки складають більшість відвідувачів - 56% від загальної кількості. Вік опитаних – від 18 до 60 років. Щоб визначити вподобання аудиторії, респондентів також просили вказати три основні критерії вибору ресторану. Більшість респондентів віддали перевагу швидкому обслуговуванню – 30% і типу кухні – 32%. Вибір ресторану багато в чому залежить від мети відвідування. Дослідження проаналізувало п'ять основних ситуацій: 22% людей відвідують ресторани з родиною, 26% зустрічаються з друзями, 16% це ділові зустрічі, 18% це романтичні зустрічі, 18% святкування значущих подій в житті.

Згідно з даними, значний відсоток відвідувачів обирає ресторан «Пузата Хата» для зустрічей з друзями або з родиною.

Отже, можна дійти висновку, що ресторанный критерії змінюються залежно від мети візиту. Такі фактори, як атмосфера ресторану, кухня та якість обслуговування є надзвичайно важливими. Це дослідження дало цінну інформацію про обізнаність цільової аудиторії з діяльністю «Пузата Хата».

Після проведення ретельного опитування та аналізу результатів для ресторану «Пузата Хата» визначились три чіткі цільові групи:

Перша група включає: чоловіків у віці від 18 до 30 років із середнім доходом, які відвідують ресторани, щоб відпочити та поспілкуватися з друзями.

Друга група осіб складається з чоловіків і жінок старше 30 років, включаючи підприємців, керівників кампаній, а також менеджерів і заступників з рівнем доходу, який класифікується як «середній» або «вищий за середній». Для цієї групи ресторан слугує місцем для проведення ділових зустрічей.

Третя група складається з жінок віком від 30 до 40 років, які є домогосподарками, матерями і ведуть динамічний спосіб життя та віддають перевагу спілкуванню з подругами.

Коли справа доходить до вибору ресторану, люди, як правило, покладаються на пропозиції своїх друзів і знайомих, а також переглядають огляди соціальних мереж/сайтів, та безпосередньо беруть участь в конкурсах і акціях.

Отже, підсумовуючи особливості поведінки цільових груп, стало зрозуміло, що саме спонукає споживачів відвідувати ресторан «Пузата Хата», що є важливим аспектом при розробці рекламної кампанії.

РОЗДІЛ 2. ВЛАСНА РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ ДЛЯ ТОВ «ПУЗАТА ХАТА»

2.1. Розроблення концепції та медіаплану рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»

У роботі представлені макети для мережі ресторанів «Пузата Хата», розробленні для рекламної кампанії: «Хай смакує: акції та пропозиції».

На сучасному ринку компанія обов'язково повинна володіти корпоративними елементами візуальної ідентичності для того, щоб ефективно здійснювати свою діяльність. Сюди входить набір візуальних форм і принципів, які об'єднують візуальну комунікацію під одну загальну концепцію. Мета її: відрізнити кампанію від її конкурентів на ринку та розробити індивідуальний імідж, який тісно пов'язаний з кампанією [3].

У кваліфікаційній роботі кожна рекламна акція чи пропозиція реалізована в рамках концепції рекламної кампанії. Усі представлені макети мають спільну візуальну стилістику (кольори, шрифти, графічні елементи). Таким чином, креативна стратегія та ідея рекламної кампанії простежується у всій рекламній кампанії «Хай смакує: акції та пропозиції».

Мета кампанії: запропонувати знижки та акції на асортимент продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата», враховуючи непросте фінансове становище значної частини населення в Україні.

Завдання:

- ❖ створити помітну, яскраву рекламу;
- ❖ проінформувати якомога більшу кількість клієнтів про нові акції.

Маркетингові цілі:

1. збільшити кількість відвідувачів протягом 6 місяців;
2. привернути увагу до бренду завдяки акціям та пропозиціям;
3. підвищити прибуток протягом 6 місяців.

Комунікаційні цілі:

- підвищити обізнаність про діяльність ресторану протягом 6 місяців;
- підвищити лояльності до ресторану «Пузата Хата».

Основною цільовою аудиторією рекламної кампанії будуть чоловіки і жінки 20-45 років, які відвідують ресторан, щоб відпочити і поїсти, а також підприємці від 35 років, для яких ресторан – це місце бізнес-зустріч та обіду.

Рекламна кампанія «Хай смакує: акції та пропозиції» охоплює такі канали комунікації: реклама у соціальних мережах, друкована реклама, рекламні банери в Інтернеті та зовнішня реклама.

У роботі представлені 10 рекламних матеріалів, а саме:

1. Друкована реклама: листівка
2. Друкована реклама: купон
3. Реклама для соціальних мереж: пост
4. Друкована реклама: листівка
5. Рекламний банер в Інтернеті.
6. Реклама для соціальних мереж: пост
7. Реклама для соціальних мереж: сторіз
8. Зовнішня реклама: сітілайт
9. Друкована реклама: листівка
10. Рекламний банер в Інтернеті

Терміни усієї рекламної кампанії розподілено на 6 місяців, з проміжками часу між літніми та осінніми акціями. Літній сезон акцій та пропозицій планується з 10.06.2023 по 20.07.2023. Осінній сезон акцій та пропозицій планується з 01.10.2023 по 26.11.2023. На літній сезон представлені 2 акції з використанням 5 рекламних матеріалів. На осінній сезон представлені також 2 акції з використанням 5 рекламних матеріалів.

Друкована реклама: листівка-пред'явлення

Ідея акції: втілити знижку -50 грн в акцію, створивши гру із кросвордом у вигляді друкованої реклами, а саме листівки-пред'явлення.

Умови: потрібно вписати відповіді у клітинки кросворду на листівці та принести у будь-який ресторан мережі «Пузата Хата». За правильні відповіді можна разово отримати купон на знижку -50 грн. Ця акція буде діяти з 10.06.2023 по 24.06.2023 по всій мережі ресторанів «Пузата Хата» на 33 ресторани. Купони для кросворду розроблені в рекламному макеті (купон), де також написані умови акції.

Метою акції є збільшити обсяги продажу продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата» та привернути увагу споживачів цікавою грою-кросвордом, у якому є можливість виграти знижку.

Для друку: листівка кольорова, двостороння. Листівка буде виготовлена офсетним друком, накладом 16 500 шт.

Тривалість акції: з 10.06.2023 по 24.06.2023.

Тривалість роздачі листівок: 2 тижні

Вартість виготовлення: двосторонні листівки 21*29 см. На кожен ресторан мережі (всього 33) буде виготовлено по 500 шт. листівок. Розрахунки кількості: $500 * 33 = 16\,500$ шт листівок. За 16 500 шт. ціна складатиме: 20 444 грн [20]. Вартість роздачі промоутерами: 3 дні на тиждень. 1 день (2 годин) коштуватиме – 200 грн, за 2 тижні буде – 1200 грн. Враховуючи кількість ресторанів – 33, то $1200 \text{ грн} * 33 = 39\,600$ грн на оплату промоутерам по всій мережі ресторанів [20]. Листівки-пред'явлення пропонувано роздавати промоутерами біля ресторанів «Пузата Хата».

Друкована реклама: купон

Ідея акції: створити купон для кросворду, який потрібно розгадати і за це отримати знижку. Купони на знижку – 50 грн.

Умови: купон на знижку діє на весь асортимент продукції ресторанів «Пузата Хата» за умови купівлі продукції на суму від 200 грн у чеку. Щоб отримати купон, потрібно пред'явити листівку із правильними відповідями до кросворду в будь-якій касі в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Метою пропозиції є привернути увагу та збільшити обсяги продажу продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість пропозиції: з 10.06.2023 по 24.06.2023.

Тривалість роздачі купонів: місяць.

Вартість виготовлення: формат 10*7 см. Друк 16 500 шт, по 500 шт на кожен ресторан. Ціна за друк 16 500 шт – 12 928 грн [20].

Отже, мережі ресторанів «Пузата Хата» треба буде надати знижок на 825 000 грн. (50 грн * 16 500 шт купонів). Рахуючи рентабельність, купон на -50 грн можна витратити при купівлі продукції з асортименту на суму від 200 грн, отож рахуючи прибутковість, якщо кожен споживач витратить наприклад по 200 грн у чеку, це + 3 300 000 грн. Далі, рахуємо 3 300 000 грн - 825 000 грн = 2 475 000 грн (як мінімальний прибуток).

Для друку: купон кольоровий, односторонній, офсетним друком, накладом в 16 500 шт для всієї мережі ресторанів.

Реклама для соціальних мереж: пост

Ідея: прорекламувати акцію кросворду в соціальних мережах у вигляді посту.

Мета: збільшити обсяги продажу продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата» та привернути увагу споживачів цікавою грою-кросвордом, у якому є можливість виграти знижку.

Тривалість пропозиції: з 10.06.2023 по 24.06.2023.

Тривалість розміщення одного рекламного посту: місяць - з 10.06.2023 по 24.06.2023.

Вартість розміщення одного посту: таргетована реклама в Instagram / Facebook на місяць при охопленні 12000-30000, на 1 день бюджет -5\$, за 30

днів коштуватиме 150\$ = 5550 грн (за курсом 1\$ - 37 грн). Ціну таргетованої реклами можна побачити у настройках Instagram – враховуючи дні, бюджет та охоплення аудиторії [6]. Безпосередньо до макету розроблений супровідний текст.

Друкована реклама: листівка

Ідея спеціальної пропозиції: втілити спеціальну пропозицію зі знижкою -50% на весь асортимент тортів у певний день – міжнародний день тортів (20.07) у вигляді друкованої реклами, а саме листівки.

Метою є привернути увагу споживачів та збільшити обсяги продажу тортів в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість пропозиції: один день 20.07.2023.

Тривалість роздачі листівок: тиждень до акційного дня (13-20.07.2023)

Вартість виготовлення: листівка одностороння, формат 21*29см. Друк 6600 шт (по 200 шт на кожен ресторан – 33) ціна буде складати 13958 грн [20].

Для друку: листівка кольорова, одностороння. Листівка буде виготовлена офсетним друком, накладом в 6600 шт для всієї мережі ресторанів.

Листівки можна буде взяти на касі в ресторанах «Пузата Хата».

Рекламний банер в Інтернет

Ідея спеціальної пропозиції: прорекламувати акцію з тортами на офіційному сайті «Пузата Хата» у вигляді рекламного банера.

Метою є привернути увагу споживачів на сайті та збільшити обсяги продажу тортів в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість акції: один день 20.07.2023.

Банер запропоновано рекламувати на сайті «Пузата Хата» до акційного дня з 13.07.2023 по 20.07.2023 (тиждень).

Вартість розміщення: без таргету, безкоштовно, на власному сайті «Пузата Хата»

Реклама для соціальних мереж: пост

Ідея пропозиції: втілити акцію сніданків з кавою за нижчою ціною в соціальних мережах у вигляді посту.

Мета: збільшити обсяги продажу ранкових сніданків в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість пропозиції: з 01.10.2023 по 29.10.2023.

Тривалість розміщення рекламного посту: з 01.10.2023 по 29.10.2023.

Вартість розміщення одного посту: таргетована реклама в Instagram / Facebook на місяць при охопті 12000-30000, на 1 день бюджет -5\$, за 30 днів коштуватиме 150\$ = 5550 грн (за курсом 1\$ - 37 грн). Ціну таргетованої реклами можна побачити у настройках програми Instagram – враховуючи дні, бюджет та охоплення аудиторії [6].

Безпосередньо до макету розроблений супровідний текст.

Реклама для соціальних мереж: сторіз

Ідея пропозиції: втілити акцію з продажу кави за нижчою ціною в соціальних мережах у вигляді сторіз.

Мета: збільшити обсяги продажу ранкових сніданків в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість пропозиції: з 01.10.2023 по 29.10.2023.

Тривалість розміщення сторіз: кожен день – зранку (о 8:00).

Вартість: безкоштовно, без таргету, на власних сторінках у соцмережах.

Зовнішня реклама: сітілайт

Ідея пропозиції: прорекламували акцію кави за нижчою ціною в зовнішній рекламі у вигляді сітілайта.

Мета: збільшити обсяги продажу ранкових сніданків в мережі ресторанів «Пузата Хата».

Тривалість пропозиції: з 01.10.2023 по 29.10.2023

Тривалість розміщення сітілайту: місяць

Розміщення та друк реклами одного стандартного сітілайта на місяць коштує 6000грн, а на 10-ти сітілайтах протягом місяця обійдеться в 60 000 грн [15]. Розміщення буде на 10 сітілайтах: 5 в Києві, 1 в Дніпрі, 1 в Одесі, 1 у Львові, 1 у Луцьку. 1 Запоріжжя. .

Друкована реклама: листівка

Ідея: втілити акцію 1+1=3 на безалкогольні глінтвейни в друкованій рекламі у вигляді друкованої реклами: листівка.

Метою акції є збільшити обсяги продажу безалкогольних глінтвейнів в мережі ресторанів «Пузата Хата» в осінній сезон та привернути увагу до цієї позиції меню.

Тривалість акції: з 20.11.2023 по 26.11.2023..

Тривалість роздачі листівок: 6 днів з 20.11.2023 по 26.11.2023.

Вартість виготовлення: одностороння, формат 21*29см. Друк 6600 шт (по 200 шт на кожен ресторан – 33) ціна буде складати 13958 грн [20].

Для друку: листівка кольорова, одностороння. Листівка буде виготовлена офсетним друком, накладом в 6600 шт для всієї мережі ресторанів «Пузата Хата».

Листівки можна буде взяти на касі в ресторанах «Пузата Хата»

Рекламний банер в Інтернет

Ідея: прорекламувати акцію 1+1=3 на безалкогольні глінтвейни на офіційному сайті «Пузата Хата» у вигляді рекламного банера.

Метою акції є збільшити обсяги продажу безалкогольних глінтвейнів в мережі ресторанів «Пузата Хата» та привернути увагу до пропозиції на сайті.

Тривалість акції: з 20.11.2023 по 26.11.2023.

Вартість розміщення: безкоштовно, без таргету, на власному сайті «Пузата Хата».

Отже, проаналізувавши канали просування, періоди та їх вартість (без урахування розробки дизайну), є можливість підсумувати все в медіаплані в табл. 2.1. Представлено 2 акції на літній сезон: акція з кросвордом (3 рекламних макети) та спеціальна пропозиція на торт (2 рекламних макети).

Таблиця 2.1.

Медіаплан рекламної кампанії для літнього сезону

Акція	Вид матеріалу	Кількість	Період розміщення	Спосіб/місце розміщення	Загальна вартість
1 - про кросворд	Листівка	16 500 шт По 500 шт на 33 заклади.	з 10.06.2023 по 24.06.2023 (2 тижня)	Промоутери роздають листівки біля ресторанів	60 044 грн
1 - про кросворд	Купон	16 500 шт По 500 шт на 33 заклади	з 10.06.2023 по 24.06.2023 (2 тижня)	Купони отримати на касі у касира	12 928 грн
1 - про кросворд	Пост	1	з 10.06.2023 по 24.06.2023 (2 тижня)	Публікація в Instagram / Facebook	5 550 грн
2 – про торт	Листівка	6600шт По 200 шт на 33 заклади	з 13.07 по 20.07.2023 (тиждень)	Листівки взяти на касі в ресторанах «Пузата Хата»	13 958 грн
2 – про торт	Банер	1	з 13.07 по 20.07.2023 (тиждень)	Розміщення банера на сайті «Пузата Хата»	—

Джерело: підібрано автором на основі аналізу всіх рекламних матеріалів.

У табл. 2.2., проаналізувавши всі канали просування, періоди та їх вартість (без урахування розробки дизайну), є можливість підсумувати все в

медіаплані. Представлено 2 акції на осінній сезон: акційна пропозиція про сніданок (3 рекламних макети) та акція з глінтвейном (2 рекламних макети)

Таблиця 2.2

Медіаплан рекламної кампанії для осіннього сезону

Акція	Вид матеріалу	Кількість	Період розміщення	Спосіб/місце розміщення	Загальна вартість
3– про сніданок	Пост	1	з 01.10.2023 по 29.10. 2023 (місяць)	Публікація в Instagram / Facebook	5 550 грн
3 - про сніданок	Сторіз	1	з 01.10.2023 по 29.10. 2023 (місяць)	Публікація в Instagram / Facebook	—
3 - про сніданок	Сітілайт	10	з 01.10.2023 по 29.10. 2023 (місяць)	Розміщення на 10 носіях.	60 000 грн
4 – про глінтвейн	Листівка	6600 шт По 200 шт на 33 заклади	з 20.11.2023 по 26.11.2023	Листівки взяти на касі в ресторанах «Пузата Хата».	13 958 грн
4 – про глінтвейн	Банер	1	з 20.11.2023 по 26.11.2023	Розміщення банера на сайті «Пузата Хата»	—

Джерело: підібрано автором на основі аналізу всіх рекламних матеріалів.

Отже, виходячи з представленого медіаплану до літнього та осіннього сезонів, можемо підвести підсумок щодо загальних витрат (без урахування розробки дизайну) у табл. 2.3.

Розрахунок витрат на рекламну кампанію

Рекламна кампанія	Загальна кількість акцій	Загальна кількість рекламних матеріалів	Загальна вартість за всі рекламні матеріали
Літній сезон	2	5	92 510 грн
Осінній сезон	2	5	79 508 грн

Джерело: підібрано автором завдяки аналізу медіалану двох сезонів.

Отже, загальний бюджет рекламної кампанії склав: 172 018 грн

Ефективність рекламної кампанії

Оцінка ефективності реклами є важливим аспектом, адже вона відіграє вирішальну роль у стратегічному плануванні як ключовий компонент підвищення ефективності та прибутковості підприємницької діяльності [8].

Ефективність реклами – це ступінь впливу рекламних заходів на споживачів, який визначається до і після передачі рекламного повідомлення. Залежно від предмета рекламного впливу та використовуваних засобів розрізняють такі види:

- ❖ економічна ефективність реклами;
- ❖ інформативна ефективність реклами [12].

Економічна ефективність реклами визначається показником результатів, отриманих від реклами до суми витрат на проведення рекламної діяльності за визначений період часу. Значною мірою це залежить від цілей, які ставляться перед початком рекламної діяльності [2].

Для визначення ефективності реклами існують прямі методи, які орієнтовані на оцінку її впливу на відвідувачів і покупців. Ці методи передбачають безпосередню оцінку враження, яке створює реклама, і

отриманого іміджу компанії в очах споживача. В основі розрахунку ефективності реклами лежить «ефект взаєморозуміння», під яким розуміється вплив реклами на рівень обізнаності [12].

На ефективність реклами значний вплив роблять численні фактори, серед яких популярність закладу і наявність сезонності. Сезонність означає циклічну зміну обсягу продажів протягом певних періодів часу. Важливо передбачити сезонний фактор, оскільки він може вплинути на ефективність реклами. Цю інформацію підкреслює дослідження, яке повідомляє, що сезонний фактор здатний змінити ефективність реклами [12].

Щоб оцінити успіх рекламної кампанії, необхідно спочатку підрахувати її дохід на основі бюджету шляхом експертної оцінки. Якщо експертна думка щодо ефективності кампанії становить менше 33% у відсотковому вираженні, то це вважається однорідним висновком експертів [2].

Таблиця 2.4

Експерт	1	2	3	4	5	6	7
Виручка від реалізації	800 000 грн	900 000 грн	1 000 000 грн	1 200 000 грн	1 300 000 грн	1 400 000 грн	1 500 000 грн

Для підтвердження прогнозів необхідно визначити показники надійності та типовості, щоб досягти цього, ми використовуємо середню квадратичну похибку (α), метрику, яка вимірює розсіювання поглядів між кожним експертом порівняно середнім значенням. Цей розрахунок визначається за допомогою математичної формули (2.1):

(2.1)

$$\alpha = \sqrt{\frac{\sum (O_i - O_{сер})^2}{n}}$$

де, O_i – це прогнозне значення приросту чистої виручки від реалізації 1-га експерта; $O_{сер}$ - це середній показник приросту чистої виручки

передбачений від реалізації; n – це число опитаних експертів для того щоб визначити чисту виручку від реалізації.

У табл. 2.6 можна побачити обчислення, щоб перевірити надійність та тип опитування експертів.

Таблиця 2.5

	Показник	1 експерт	2 експерт	3 експерт	4 експерт	5 експерт	6 експерт	7 експерт	Σ
1	Зростання обсягів реалізації O_i	800 000 грн	900 000 грн	10000 00 грн	11000 00 грн	12000 00 грн	13000 00 грн	14000 00 грн	770 000 грн
2	$O_{сер}$	1100000 грн							
3	$\Delta O = (O_i - O_{сер})$	-300	-200	-100	0	100	200	300	
4	ΔO	90 000	40 000	10 000	0	10 000	40 000	90 000	280 000

Джерело підібрано автором на основі аналізу [2].

Наступний крок, поводимо розрахунки для середньоквадратичної похибки:

$$\alpha = \sqrt{\frac{280000}{7}} = \sqrt{40000} = 200 \quad (2.2)$$

Після цього, проводимовизначення коефіцієнту варіації, який покаже однорідність думок експертів:

$$\omega = \frac{\sigma}{x_{\text{сер}}} * 100\% = \frac{200}{1100} * 100 = 18,1\% \quad (2.3)$$

Можна побачити, що коефіцієнт склав: 18,1%, що є менше за 33%, тому, безпосередньо, думки експертів будуть використовуватись у роботі для визначення передбаченого обсягу реалізації.

Наступний крок, розподіляємо ймовірність:

$$ОП = \frac{O + 4 \times B + П}{6} \quad (2.4)$$

$$ОП = \frac{1400 + 4 * 1100 + 800}{6} = 1\ 100 \text{ тис. грн.} \quad (2.5)$$

де, ОП – прогнозуний обсяг реалізації,
 О - значення оптимістичного прогнозу,
 В - найвірогідніше значення прогнозу,
 П – значення песимістичного прогнозу.

Підводячи підсумок розрахунків, можна визначити, що передбачений обсяг реалізації - 1 100 000 грн, то бачимо що ця сума перевищує бюджет рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата».

За результатами проведення рекламної кампанії, показники приблизно склали: бюджет: 172 018 грн, а додатковий дохід: 1 100 000 грн

Другий варіант розрахунку ефективності реклами.

Припустимо, що дохід від того, що люди скористалися акціями та пропозиціями, склав 5 000 000 грн за 6 місяців, бюджет на рекламну кампанію 172 018 грн, в результаті розрахунку отримуємо 250%.

Розрахунок ROI відбувається за такою формулою:

$$\text{ROI} = (\text{доходи} - \text{витрати}) / \text{витрати} * 100\%$$

$$\text{ROI} = (5\,000\,000 \text{ грн} - 172\,018 \text{ грн}) / 172\,018 * 100 = 4\,802\,370 / 19\,163\,000 = 250\%$$

$$\text{ROI} = 250\%$$

Таким чином, ефективність рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата» становить приблизно 250% за метрикою ROI за 6 місяців. Це говорить про те, що компанія отримує позитивний результат від рекламних інвестицій, що перевищує витрати на рекламу.

Використовуючи ці методи розрахунків, можна визначити додатковий прибуток, який може отримати рекламна кампанія.

2.2. Розроблення макетів рекламної кампанії для ТОВ «Пузата Хата»

Друкована реклама: листівка-пред'явлення

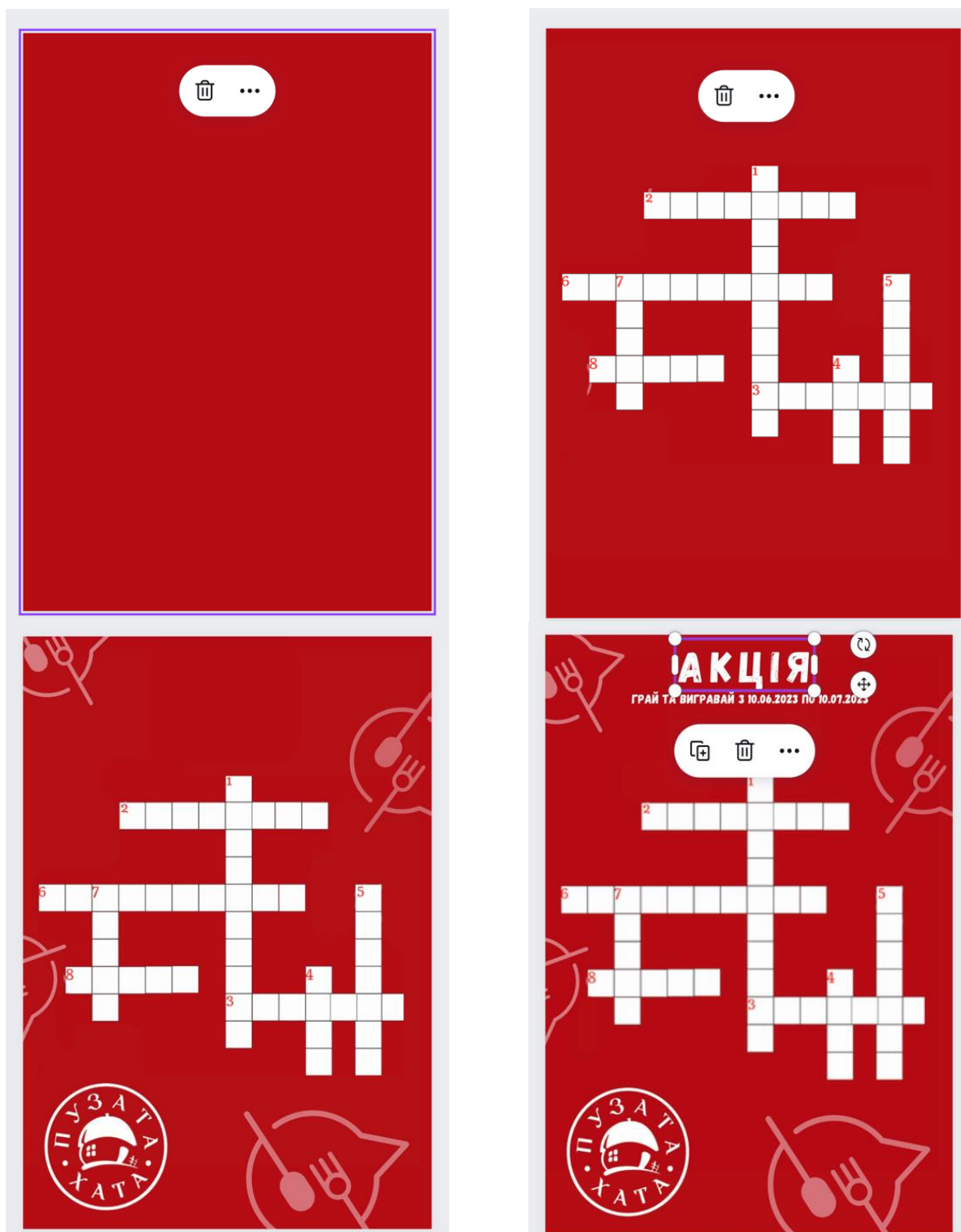


Рис. 2.1 Етапи створення рекламного макету для друкованої реклами: листівка (передня частина)



Рис.2.2 Етапи створення рекламного макету для друкованої реклами:
листівка (зворотня частина)

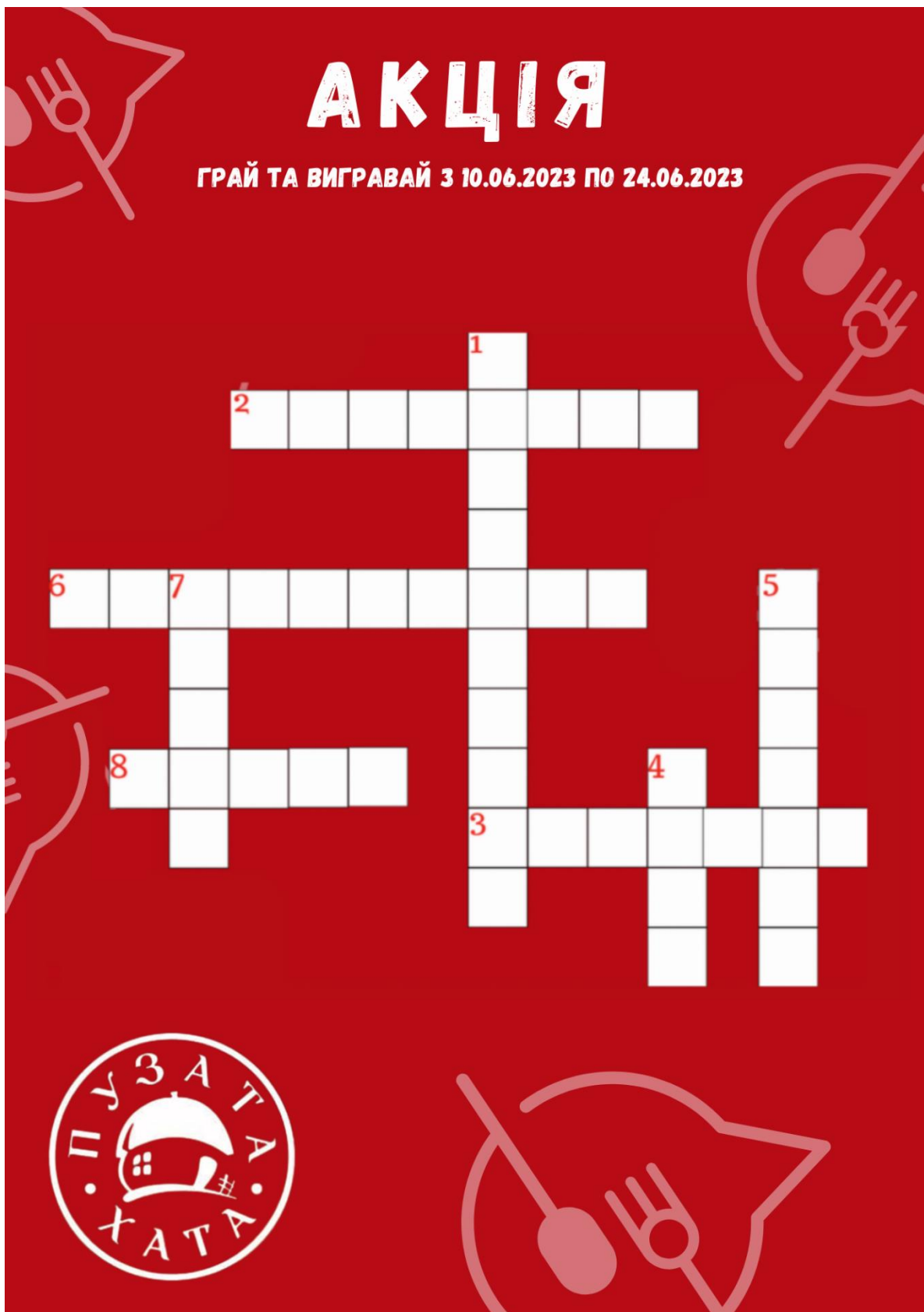


Рис.2.3. Кінцевий результат макету для друкованої реклами: листівка (передня частина)

ЗАПИТАННЯ

1. До 11:30 ви завжди можете поласувати нашими комплексними...
2. Вони у нас є і з картоплею, і з м'ясом, і з вишнями.
3. Торт із ніжними медовими коржами, просоченими заварним кремом.
4. Без нього не можна уявити традиційний український обід
5. Солоденькі, з домашнього сиру, зі сметанкою.
6. Місце, де смачно годують усіма вищесказаними стравами
7. Тісто готується з вареної картоплі, а начинкою найчастіше є м'ясо.
8. Смачний напій із сухофруктів власного виробництва.

*Умови: потрібно вписати відповіді у клітинки кросворду та принести у будь-який ресторан мережі «Пузата Хата». За правильні відповіді на касі можна разово отримати купон на знижку - 50 грн.

Рис.2.4. Кінцевий результат макету для друкованої реклами: листівка (здня частина)

Структурні елементи та етапи створення:

Передня частина

Макет створювався в чотири етапи:

Перший етап підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап накладання лінійних фігур квадратів для створення кросворду та заливка квадратів білим кольором #FFFFFF, а також позначення цифрами номери – згори над кожним питанням.

Третій етап додавання графічних елементів – логотип «Пузата Хата» (білого кольору #FFFFFF) та виделки з ложками, які слугують візуальним зв'язком на заднім фоні (білого кольору #FFFFFF із прозорістю – 65).

Четвертий етап додавання тексту: «Акція» (розмір 61, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «Граї та вигравай з 10.06.2023 по 24.06.2023» (розмір 18, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF).

Зворотня частина

Макет створювався в чотири етапи:

Перший етап підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий та третій етапи додавання графічних елементів – виделки з ложками, які слугують візуальним зв'язком на задньому фоні (білого кольору #FFFFFF із прозорістю – 65) та лінійного квадрату для тексту (білого кольору #FFFFFF).

Четвертий етап додавання тексту: «Запитання» (розмір 45, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), текст усіх запитань (розмір 18, шрифт НК Grotex, колір білий #FFFFFF), та додавання знищу листівки текст «Умови:...» розмір 12, шрифт НК Grotex, колір білий #FFFFFF)

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Дизайн виконувався із застосуванням брендкових кольорів ТОВ «Пузата Хата». Головним завданням дизайну було продемонструвати сучасність оформлення. Формат/розмір макету 210*297 мм. Уся кольорова гама рекламної компанії підібрана в

червоному кольорі. Теплі контрастні кольори – для привернення уваги потенційних клієнтів, дотримуючись фірмового стилю в кольорах мережі ресторанів «Пузатої Хати».

Друкована реклама: купон

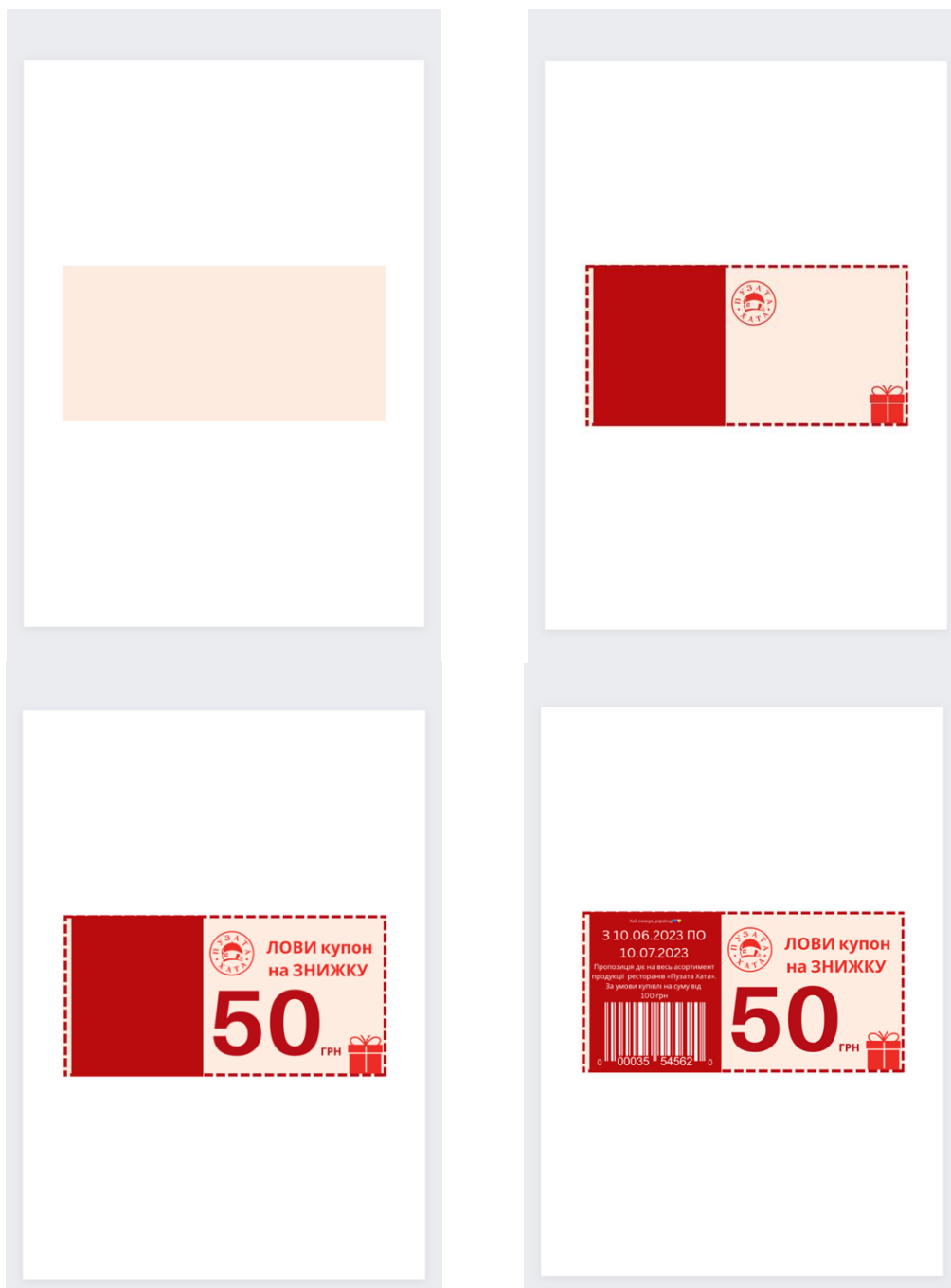


Рис.2.5. Етапи створення друкованої реклами: купон





Рис.2.6. Кінцевий результат створення друкованої реклами: купон

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в три етапи:

Перший етап підбір кольору для підложки – бежевий #FFEDDD.

Другий етап додавання графічних елементів та фігур: подарунок червоного кольору #ED2C25, логотип «Пузата Хата» червоного кольору #ED2C25, обведення штрихом темно-червоного кольору #B70D16, квадратна градієнтна фігура червоного кольору #B80B15 та штрих-код, куплений в Canva.

Третій етап додавання тексту: «ЛОВИ купон на знижку» (розмір 24.4, шрифт Aileron, колір червоний #B70D16), «Пропозиція на весь асортимент продукції ресторанів Пузата Хата. За умови купівлі на суму від 200 грн» (розмір 6.5, шрифт Canva Sans, колір білий #FFFFFF), «з 10.06.2023 по 24.06.2023» (розмір 19.1, шрифт Canva Sans, колір білий #FFFFFF), «хай смакує, українці  » (розмір 19.1, шрифт Canva Sans, колір білий #FFFFFF), «50» (розмір 137, шрифт Aileron, колір червоний #ED2C25). Макет розроблений в графічній програмі Canva. Формат/розмір макету 10*7 см. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові.

Реклама для соціальних мереж: пост в Інстаграм

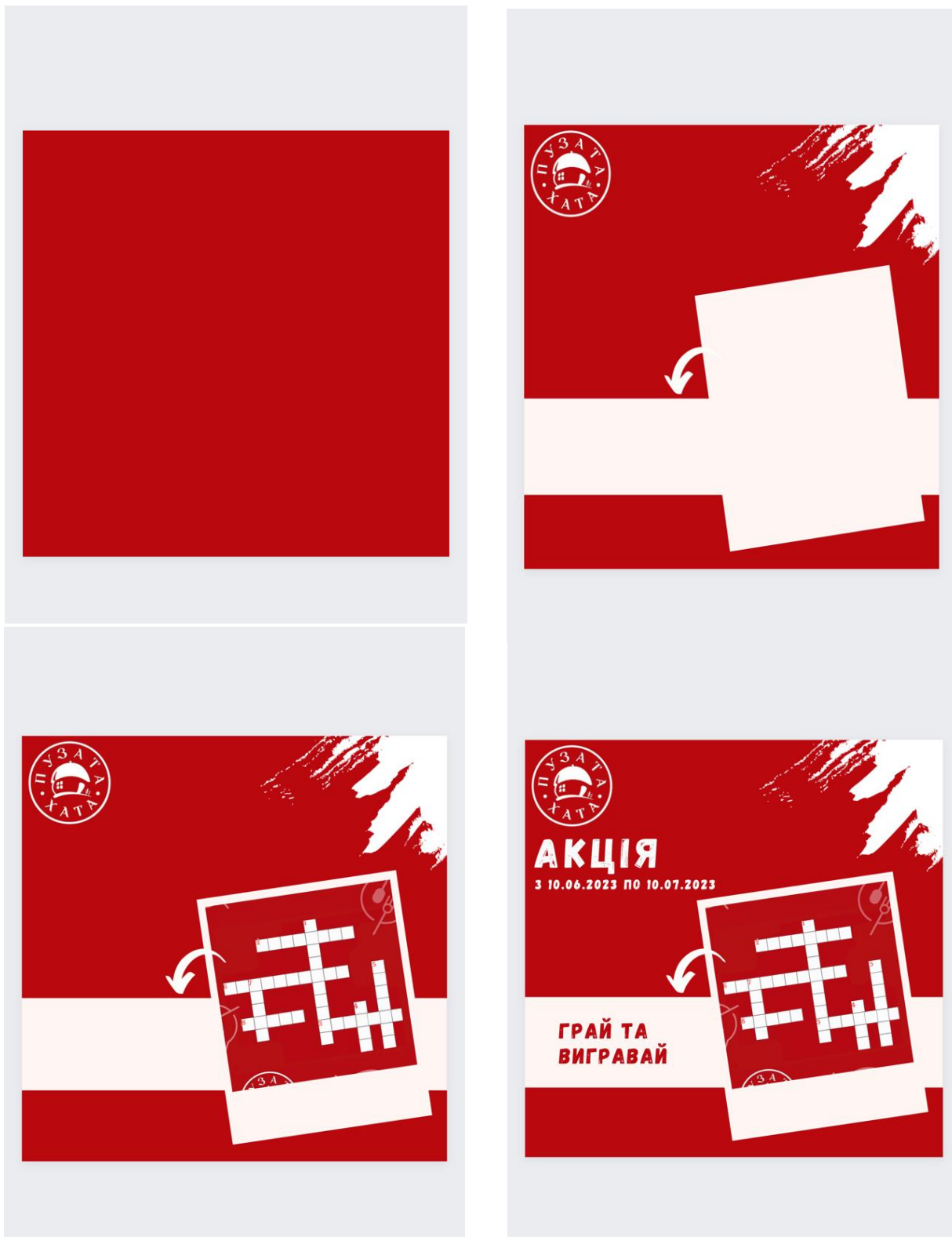


Рис.2.7. Етапи створення реклами для соціальної мережі: пост



Рис.2.8. Кінцевий результат створення реклами для соціальної мережі: пост

Текст до макету:

Любі, у нас є дещо неймовірне для вас ❤️

Кросворд для справжніх поціновувачів української кухні «Пузатої Хати». А також ми приготували для вас приємний бонус, а саме купон на знижку -50 грн, для тих, хто впорається із завданням.

Що для цього потрібно? Розгадати всі питання кросворду та прийти до будь-якого ресторану мережі «Пузата Хата» і за правильні відповіді отримати свій купон на знижку 50 грн.

Ну що ж, впораєтесь? Поїхали! Запитання:

1. До 11:30 ви завжди можете поласувати нашими комплексними...
2. Вони у нас є і з картоплею, і з м'ясом, і з вишнями.
3. Торт із ніжними медовими коржами, просоченими заварним кремом.

4. Без нього не можна уявити традиційний український обід
5. Солоденькі, з домашнього сиру, зі сметанкою.
6. Місце, де смачно годують усіма вищеназваними стравами
7. Тісто готується з вареної картоплі, а начинкою найчастіше є м'ясо.
8. Смачний напій із сухофруктів власного виробництва.

Знижка діє по всій мережі ресторані з 10.06.2023 по 24.06.2023. За умови купівлі продукції від 200 грн у чеку*

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап накладання графічних елементів, таких як: лінія широка залита білим кольором #FFFFFF, логотип «Пузата Хата» в білому кольорі #FFFFFF, стрілка в білому кольорі #FFFFFF, квадрат під фото кросворду в білому кольорі #FFFFFF, абстрактний «brushstroke» елемент в білому кольорі #FFFFFF.

Третій етап – додавання зображення кросворду зроблене автором.

Четвертий етап додавання тексту: «грай та вигравай» (розмір 43, шрифт Clear Sans Regular, колір #FFFFFF), «акція» (розмір 80, шрифт Clear Sans Regular, колір #FFFFFF), «з 10.06.2023 по 24.06.2023» (розмір 27, шрифт Clear Sans Regular, колір #FFFFFF). Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Формат/розмір макету 1080*1080 пікс (публікація/пост).

Друкована реклама: листівка



Рис.2.9. Етапи створення друкованої реклами: листівка

**ТІЛЬКИ 20 ЛИПНЯ
У МІЖНАРОДНИЙ ДЕНЬ
ТОРТА**



**СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ
НА ВСІ ТОРТИ**



Рис.2.10. Кінцевий результат створення друкованої реклами: листівка

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки та додавання тонокої лінійної рамки білого кольору #FFFFFF.

Другий етап – підбір зображення торта (куплено в Canva).

Третій етап – додавання графічних елементів: фігура «star» зеленого кольору #A5C445, логотип «Пузата Хата» білого кольору #FFFFFF.

Четвертий етап – додавання тексту: «тільки липня у міжнародний день торта» (розмір 45, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «20» (розмір 45, шрифт GAGALIN, колір зелений #A5C445), «спеціальна пропозиція на всі торти» (розмір 19.3, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «-50%» (розмір 62, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF).

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Формат/розмір макету 210*297 мм. Теплі контрастні кольори – для привернення уваги потенційних клієнтів, безпосередньо, дотримуючись фірмового стилю в кольорах мережі ресторанів «Пузатої Хати». Акценти в даній рекламі на торт і знижку -50%.

Банерна реклама в Інтернет



Рис.2.11. Етапи створення та кінцевий результат макету для Інтернету: банер

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап – додавання графічних елементів: 5 фігур «star» зеленого кольору #A5C445 для заднього фону, логотип «Пузата Хата» білого кольору #FFFFFF та стрілка зеленого кольору #A5C445.

Третій етап – додавання тексту: «20 липня» (розмір 21, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «на всі торти» (розмір 17, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «-50%» (розмір 32, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF).

Четвертий етап – додавання 4 тортів куплених в Canva.

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Формат/розмір макету 120*600 мм. Теплі контрастні кольори – для привернення уваги потенційних клієнтів, дотримуючись фірмового стилю в кольорах мережі ресторанів «Пузатої Хати». Акценти в цій рекламі на торт і знижку -50%.

Реклама для соціальних мереж: пост в Інстаграм



Рис.2.12. Етапи створення макету для соціальних мереж: пост



Рис.2.13. Кінцевий результат макета для соціальних мереж: пост

Текст до макету:

Уставати зранку з ліжечка тепер буде набагато приємніше, адже ми запустили просто феєричну пропозицію!

Купуй будь-який комплексний сніданок та отримай до нього каву всього лише за 20 грн. Американо, еспресо або капучино – обирай, що хочеш! Ну от... тепер усі сни точно будуть про одне – про смачненьку котлетку, запашне тістечко або пельмені з сиром.

І, друзі, не забувайте, що сніданки у нас ТІЛЬКИ до 11:30. Прокидайся та гайда до нас!

Пропозиція діє з 01.10.2023 по 29.10.2023 по всій мережі ресторанів «Пузата Хата». Обирайте, що вам до смаку, та розпочинайте свій день разом з нами♡

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап – накладання графічних елементів, такі як: годинник в білому кольорі #FFFFFF, логотип «Пузата Хата» в білому кольорі #FFFFFF, кружка кави в білому кольорі #FFFFFF.

Третій етап – довання графічних фігур «бабли міркування» в білому кольорі #FFFFFF та додавання зображення тарілки з млинцями (куплено в Canva). Четвертий етап додавання тексту: «Які плани на ранок?», «Кава за 20грн та сніданок» (обидва – розмір 6.5, шрифт Clear Sans Regular, колір #FFFFFF).

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Дизайн був зроблений власноруч із застосуванням брендних кольорів ТОВ «Пузата Хата». Кольорова гама в червоному та білому кольорах. Формат/розмір макету 1080*1080 пікс (публікація/пост). Акценти в цій рекламі на візуальні складові фото та креативний текст (коротка інформація з пропозицією отримати додатковий бонус).

Реклама для соціальних мереж: сторіз в Інстаграм



Рис.2.14. Етапи створення макету для соціальних мереж: сторіз



Рис.2.15. Кінцевий результат макета для соціальних мереж: сторіз

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап – накладання графічних елементів такі як: кава та кавові бризки (куплено в Canva).

Третій етап – додавання зображення обрізаної навпіл тарілки з млинцями (куплено в Canva) та обрізаного навпіл фото капучино (куплено в Canva).

Четвертий етап додавання тексту: «до 11:30» (розмір 44,5, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF), «обирай свій улюблений сніданок та смакуй будь-яку каву лише за грн», «пропозиція діє з 01.10.2023 по 29.10.2023» (розмір 16.5, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF).

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Дизайн був зроблений власноруч із застосуванням брендových кольорів ТОВ «Пузата Хата». Формат/розмір макету 1080*1920 пікс (сторіз). Акценти в цій рекламі на візуальні складові – кава та млинці.

Зовнішня реклама: сітілайт



Рис.2.16. Етапи створення макету для зовнішньої реклами: сітілайт



Рис.2.17. Кінцевий результат створення макету для зовнішньої реклами:
сітілайт

Структурні елементи та етапи створення:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап – накладання графічних елементів такі як: логотип «Пузата Хата» в білому кольорі #FFFFFF

Третій етап – додавання зображення обрізаної навпіл тарілки з млинцями (куплено в Canva) та обрізаного навпіл фото капучино (куплено в Canva).

Четвертий етап додавання тексту: 2 рази «пропозиція діє з 01.10.2023 по 29.10.2023» (розмір 16.5, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF), «обирай сніданок та смакуй будь-яку каву лише за 20 грн» (розмір 18.5, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF), «20 грн» (розмір 24, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF). І додавання під текст «20 грн» елемента форми таблетки для підложки бежевого кольору #DAB07D (куплено Canva)

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Макет має сучасний дизайн і яскраві складові. Дизайн був зроблений власноруч із застосуванням брендкових кольорів ТОВ «Пузата Хата». Формат/розмір макету 12*18 см (сіті-лайт). Акценти в цій рекламі на візуальні складові – кава та млинці.

Друкована реклама: листівка



Рис.2.18. Етапи створення друкованої реклами: листівка



1 + 1 = 3



**ALCOHOL
FREE**

З 20.11.2023 ПО 26.11.2023 ВКЛЮЧНО
СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ НА НАПІЙ – ГЛІНТВЕЙН

Рис.2.19. Кінцевий результат друкованої реклами: листівка

Структурні елементи та опис:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки та додавання тонокої лінійної рамки світло-жовтого кольору #FDD545.

Другий етап – додавання графічних елементів: логотип «Пузата Хата» білого кольору #FFFFFF, графічний елемент «red tag price».

Третій етап – додавання тексту: «1+1=3» (розмір 83, шрифт GAGALIN, колір світло-жовтий #F3CC81), «з 20.11.2022 по 26.11.2023 включно» (розмір 24, шрифт GAGALIN, колір світло жовтий #F3CC81), «спеціальна пропозиція на напій – глінтвейн» (розмір 14, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «alcohol free» (розмір 24, шрифт GAGALIN, колір світло жовтий #F3CC81).

Четвертий етап – підбір зображення глінтвейну (куплено в Canva) та додавання клюкви «cranberry» (куплено в Canva) та додавання графічного елемента «форма штампу» червоного кольору.

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Дизайн був зроблений власноруч із застосуванням брендкових кольорів ТОВ «Пузата Хата». Кольорова гама на макеті в червоному кольорі. Формат/розмір макету 210*297 мм. Акцент в рекламі зроблено на яскравому зображенні глінтвейну та акційній пропозиції.

Банерна реклама в Інтернет



Рис.2.20. Етапи створення та кінцевий результат макету для Інтернету: банер

Структурні елементи та опис:

Макет створювався в чотири етапи.

Перший етап – підбір індетичного фірмового червоного кольору #B70C16 для підложки.

Другий етап – додавання графічних елементів: логотип «Пузата Хата» білого кольору та додавання тонокої лінійної рамки чорного кольору #170B09.

Третій етап – додавання тексту: «1+1=3» (розмір 43, шрифт GAGALIN, колір білий #FFFFFF), «з 20.11.2022 по 26.11.2023 включно» (розмір 12, шрифт GAGALIN, колір #FFFFFF), «глінтвейн alcohol free» (розмір 8, шрифт GAGALIN, колір світло жовтий).

Четвертий етап – додавання 3 зображень глінтвейну (куплено в Canva) та додавання клюкви «cranberry» (куплено в Canva).

Макет розроблений в графічній програмі Canva. Дизайн був зроблений власноруч із застосуванням брендкових кольорів ТОВ «Пузата Хата». Формат/розмір макету 210*297 мм. Акцент в цій рекламі на яскравому зображенні глінтвейну.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було розроблено рекламну кампанію для ресторану «Пузата Хата». «Пузата Хата» – український заклад громадського харчування, який має статус «ресторан», пропонує своїм відвідувачам різноманітний та смачний асортимент страв.

Під час проекту було виконано наступні завдання:

- проаналізовано рекламну діяльність підприємства;
- ретельне дослідження основних суперників;
- розроблено медіаплан рекламної кампанії;
- розраховано бюджет та ефективність рекламної кампанії;
- розроблено низка нових рекламних матеріалів для ТОВ «Пузата Хата».

Перший розділ кваліфікаційної роботи був присвячен дослідженню рекламної діяльності ТОВ «Пузата Хата», його конкурентів, корпоративний стиль та цільову аудиторію. Безпосередньо, виявлено, що «Пузата Хата» ефективно використовує соціальні мережі та зовнішню рекламу для просування бренду. Однак, розширивши діапазон видів реклами, можна збільшити прибуток і залучити більшу кількість відвідувачів.

У другому розділі кваліфікаційної роботи були представлені макети для мережі ресторанів «Пузата Хата», розробленні для рекламної кампанії, назва якої: «Хай смакує: акції та пропозиції».

Пропонована рекламна кампанія ресторану «Пузата Хата» має 10 рекламних матеріалів, а саме:

1. Друкована реклама: листівка
2. Друкована реклама: купон
3. Реклама для соціальних мереж: пост
4. Друкована реклама: листівка
5. Рекламний банер в Інтернеті.
6. Реклама для соціальних мереж: пост
7. Реклама для соціальних мереж: сторіз

8. Зовнішня реклама: сітілайт
9. Друкована реклама: листівка
10. Рекламний банер в Інтернеті

У кваліфікаційній роботі кожна рекламна акція чи пропозиція була реалізована в рамках концепції рекламної кампанії. Усі представлені макети мають спільну візуальну стилістику (кольори, шрифти, графічні елементи). Таким чином, креативна стратегія та ідея рекламної кампанії простежується у всій рекламній кампанії «Хай смакує: акції та пропозиції».

Мета кампанії: запропонувати знижки та акції на асортимент продукції в мережі ресторанів «Пузата Хата», враховуючи непросте фінансове становище значної частини населення в Україні.

Основною цільовою аудиторією для рекламної кампанії є чоловіки і жінки 18-40 років, які відвідують ресторан, щоб відпочити і поїсти, а також підприємці від 35 років, для яких ресторан – це місце бізнес-зустріч та обіду.

Тривалість усієї рекламної кампанії розподілено на 6 місяців, з проміжками часу між літніми та осінніми акціями. Літній сезон акцій та пропозицій планується з 10.06.2023 по 20.07.2023. Осінній сезон акцій та пропозицій планується з 01.10.2023 по 26.11.2023. На літній сезон представлені 2 акції з використанням 5 рекламних матеріалів. На осінній сезон представлені також 2 акції з використанням 5 рекламних матеріалів.

Загальний бюджет рекламної кампанії склав 172 018 грн.

Підводячи підсумок кваліфікаційного дослідження, можна зробити висновок, що рекламна кампанія для мережі ресторанів «Пузата хата» може успішно залучити нових клієнтів, підвищити лояльність до бренду, а в кінцевому результаті призведе до розширення мережі та збільшення доходу.

СПИСОК ВИКОРАСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

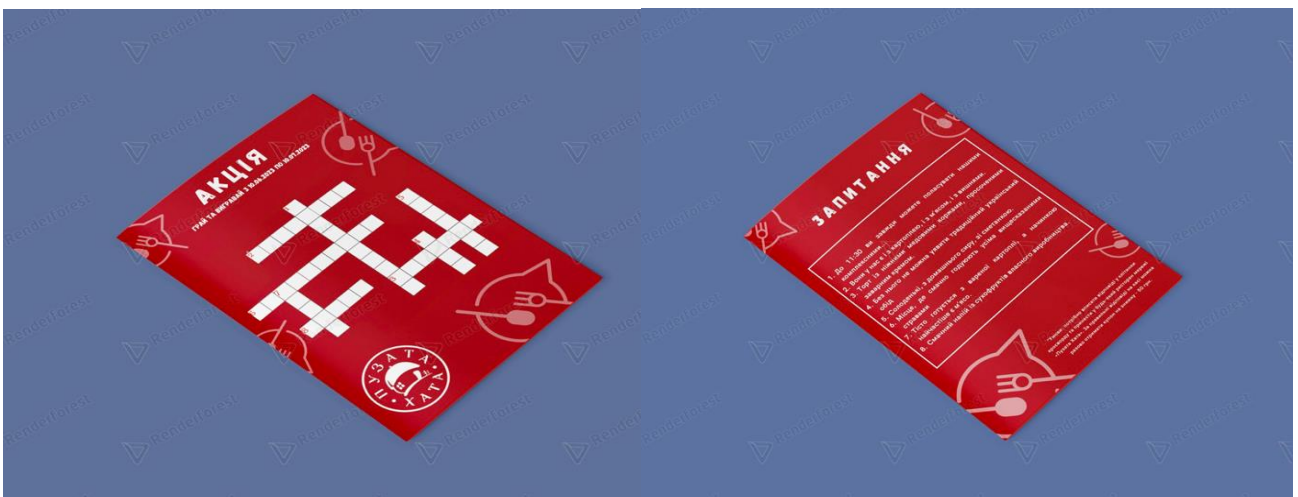
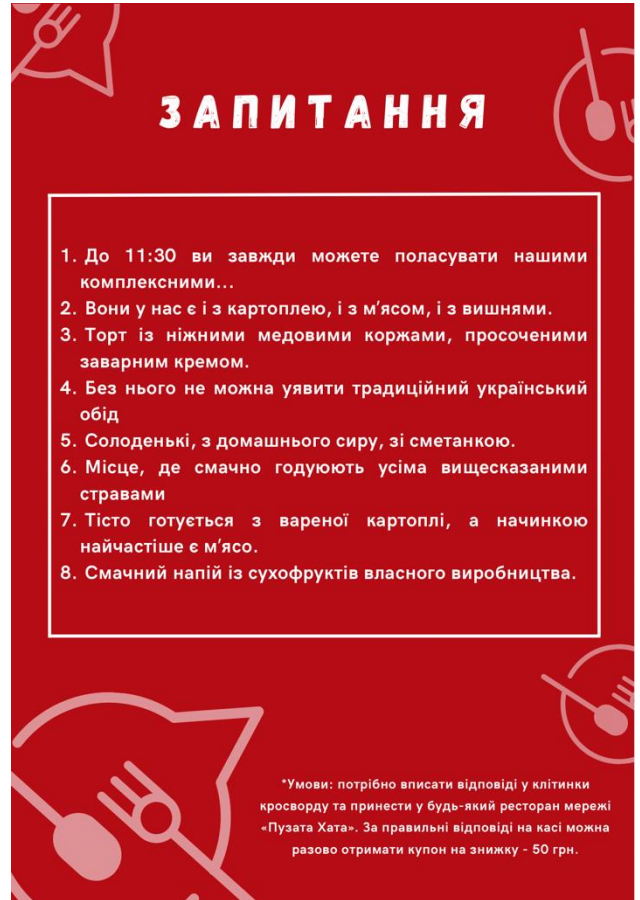
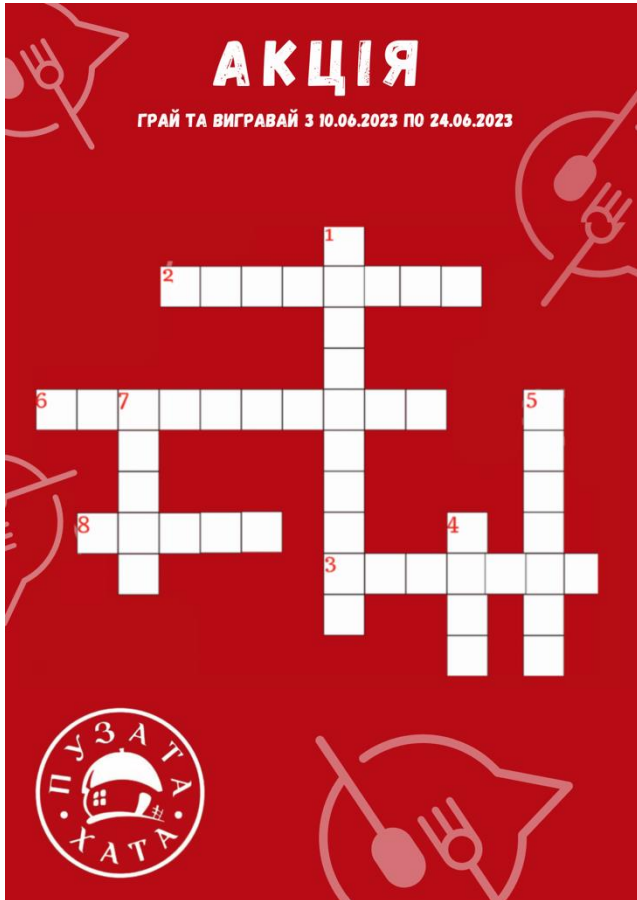
1. Балабанова Л. В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: навч. посіб. Київ: 2006. С. 448.
2. Башук Т.О. Визначення ефективності реклами. *Економічні проблеми сталого розвитку*. Суми: 2011. С. 125–126.
3. Бишева Н.О. *Фірмовий стиль закладу громадського харчування: Естетичний аспект*. Молодий вчений. 2019. С. 338–340. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2019/1/77.pdf> (дата звернення: 20.04.2023)
4. Вікіпедія про засновників ТОВ «Пузата Хата». URL: <https://uk.m.wikipedia.org/wik>
5. Драмшева С.Т. Основи із теорії про товарознавства продовольчих товарів. М: Економіка, 2004. 420 с
6. Інстаграм сторінка ТОВ «Пузата Хата». URL: <https://instagram.com/puzatahata.ua?igshid=NTc4MTIwNjQ2YQ==> (дата звернення 1.05.2023)
7. Інформація про відомі фаст-фуди в Україні. URL: <https://uprom.info/articles/biznes-ta-finansi/komu-nalezhat-fast-fudi-v-ukrayini/>
8. Миронов Ю., Крамар Р. Теорія та основи рекламної діяльності: навч. посіб. Дробич: 108 с
9. Мокап у роботі з клієнтами. URL: <https://wezom.academy/ua/mock-up-v-rabote-s-klientami-kak-sozdat-i-pravilno-ispolzovat/> (дата звернення 29.04.2023)
10. Науменко М. О. Шляхи забезпечити якісне обслуговування споживачів у ресторанах: практ. посіб.. 2013.. С. 179–181.
11. Офіційна сторінка ТОВ «Пузата Хата». URL: (дата звернення 27.04.2023).
12. Оцінка ефективності реклами. URL: <https://buklib.net/books/32387>
13. Про компанію «Пузата Хата». URL: https://trademaster.ua/company/puzata-hata/page/o_kompanii/

14. Радченко Л.О. Організація виробництва на підприємствах громадського харчування. URL: <https://infotour.in.ua/radchenko2-3.htm>
15. Реклама на ситілайтах в місті Київ. URL: <https://www.2s-outdoor.com.ua/ua/citylights/kyiv>
16. Сайт для створення мокапів. URL: <https://www.renderforest.com/mockup-maker/new?packId=193&mockupId=2244> (дата звернення 1.05.2023)
17. Соціально-психологічні аспекти в менеджменті. URL: <https://dl.kpt.sumdu.edu.ua/mod/book/view.php?id=6669&chapterid=3444>
18. Телетов О.С. Рекламний менеджмент: навч. посіб. Суми: 2012. 367 с.
19. Фейсбук сторінка ТОВ «Пузата Хата». URL: <https://m.facebook.com/puzatahata/> (дата звернення 29.04.2023)
20. Ціни на друк листівок. URL: <https://kpw.com.ua/lystivky>

ДОДАТКИ

Додаток А

Готовий макет та мокап листівки



Готовий макет та мокап купона

Хай смакує, українці 🇺🇦

З 10.06.2023 ПО
24.06.2023

Пропозиція діє на весь асортимент
продукції ресторанів «Пузата Хата».
За умови купівлі на суму від
200 грн



0 00035 54562 0



ЛОВИ купон
на ЗНИЖКУ

50 ГРН 

Хай смакує, українці 🇺🇦

З 10.06.2023 ПО
24.06.2023

Пропозиція діє на весь асортимент
продукції ресторанів «Пузата Хата».
За умови купівлі на суму від
200 грн



0 00035 54562 0



ЛОВИ купон
на ЗНИЖКУ

50 ГРН 

Хай смакує, українці 🇺🇦

З 10.06.2023 ПО
24.06.2023

Пропозиція діє на весь асортимент
продукції ресторанів «Пузата Хата».
За умови купівлі на суму від
200 грн



0 00035 54562 0



ЛОВИ купон
на ЗНИЖКУ

50 ГРН 

Хай смакує, українці 🇺🇦

З 10.06.2023 ПО
24.06.2023

Пропозиція діє на весь асортимент
продукції ресторанів «Пузата Хата».
За умови купівлі на суму від
200 грн



0 00035 54562 0



ЛОВИ купон
на ЗНИЖКУ

50 ГРН 

Мокап для соціальних мереж: пост в Інстаграм



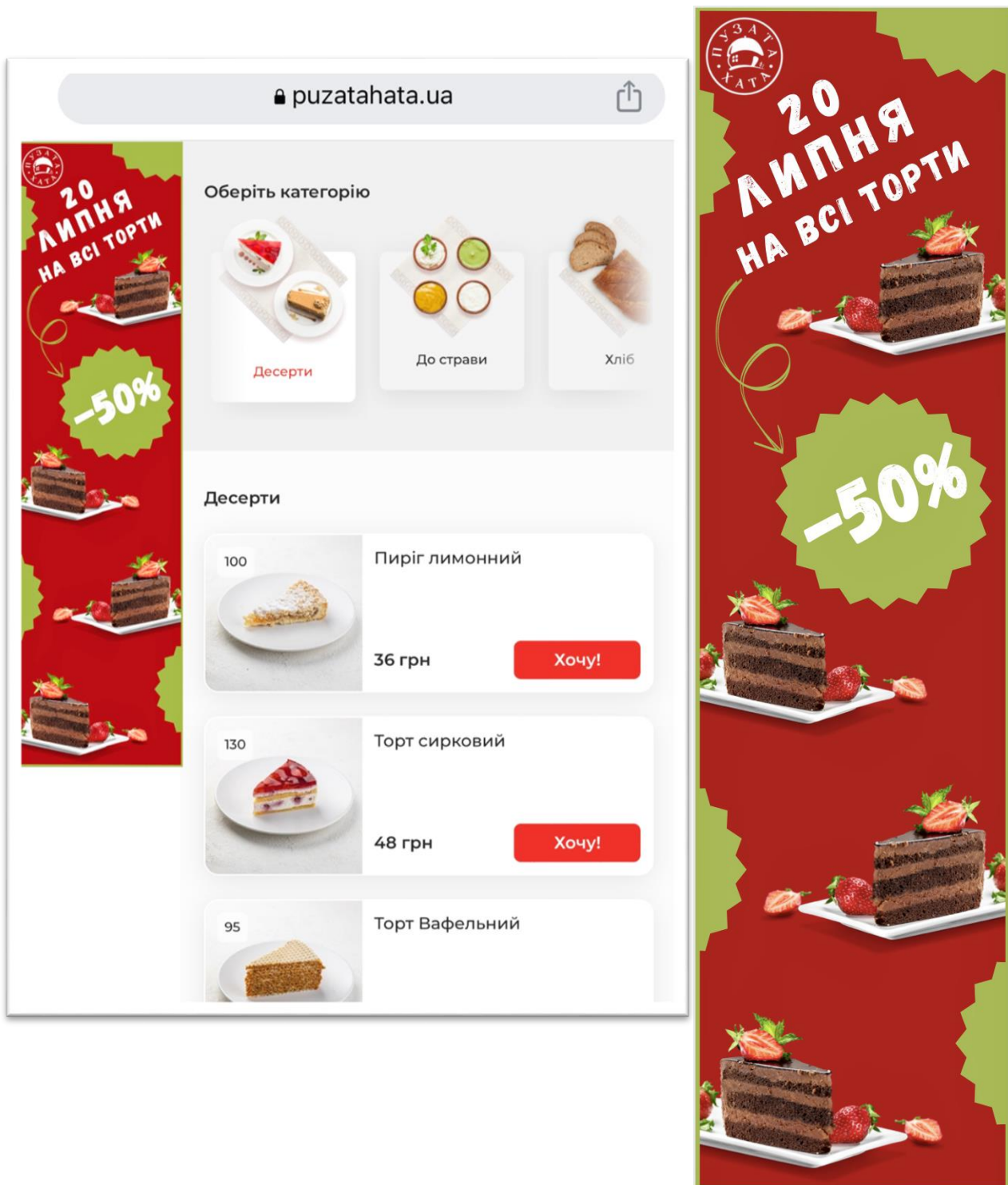
к_гатапова Любі, у нас є дещо неймовірне для вас ❤️
Кросворд для справжніх поціновувачів української кухні Пузаті Хати. А також ми приготували для вас приймний бонус, а саме купон на знижку - 50 грн, для тих хто впорається із завданням.
Що для цього потрібно?
1. Розгадати всі питання кросворду.
2. Прийти до будь-якого ресторану мережі «Пузата Хата» і показати касиру правильні відповіді, отримавши за це свій купон на знижку 50 грн.
Ну що ж, впораєтесь? Поїхали ;)



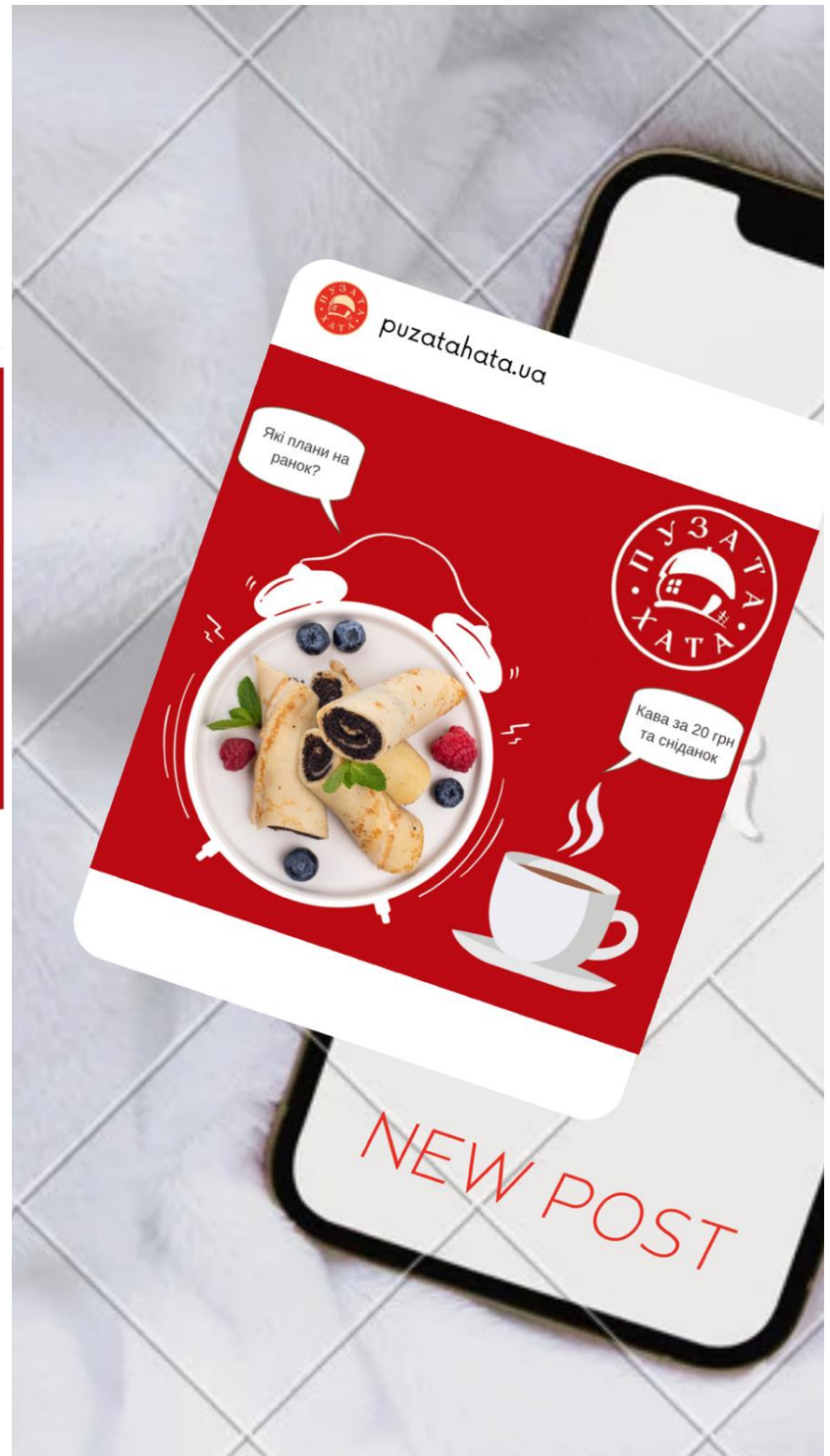
Готовий макет та мокап листівки



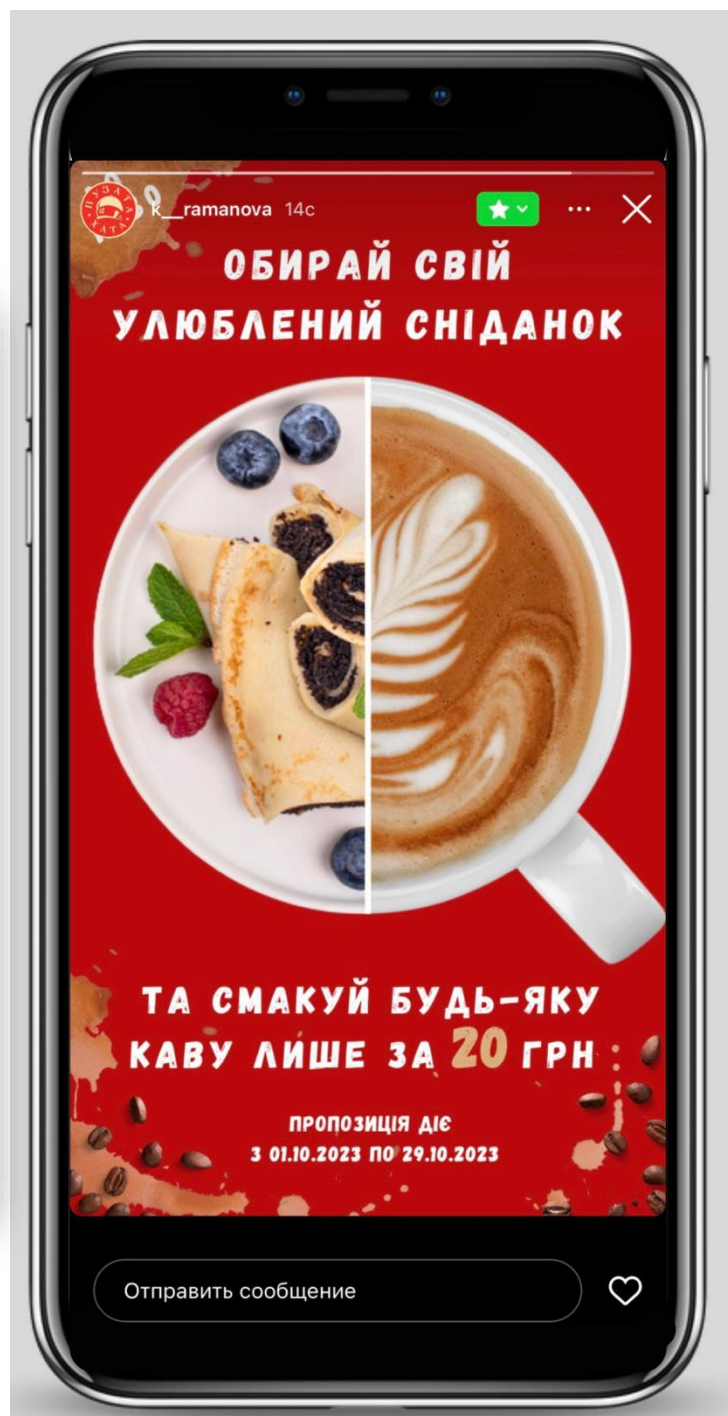
Готовий макет та мокап банера в Інтернеті



Мокап для соціальних мереж: пост в Інстаграм



Готовий макет та мокап для соціальних мереж: сторіз для Інстаграму



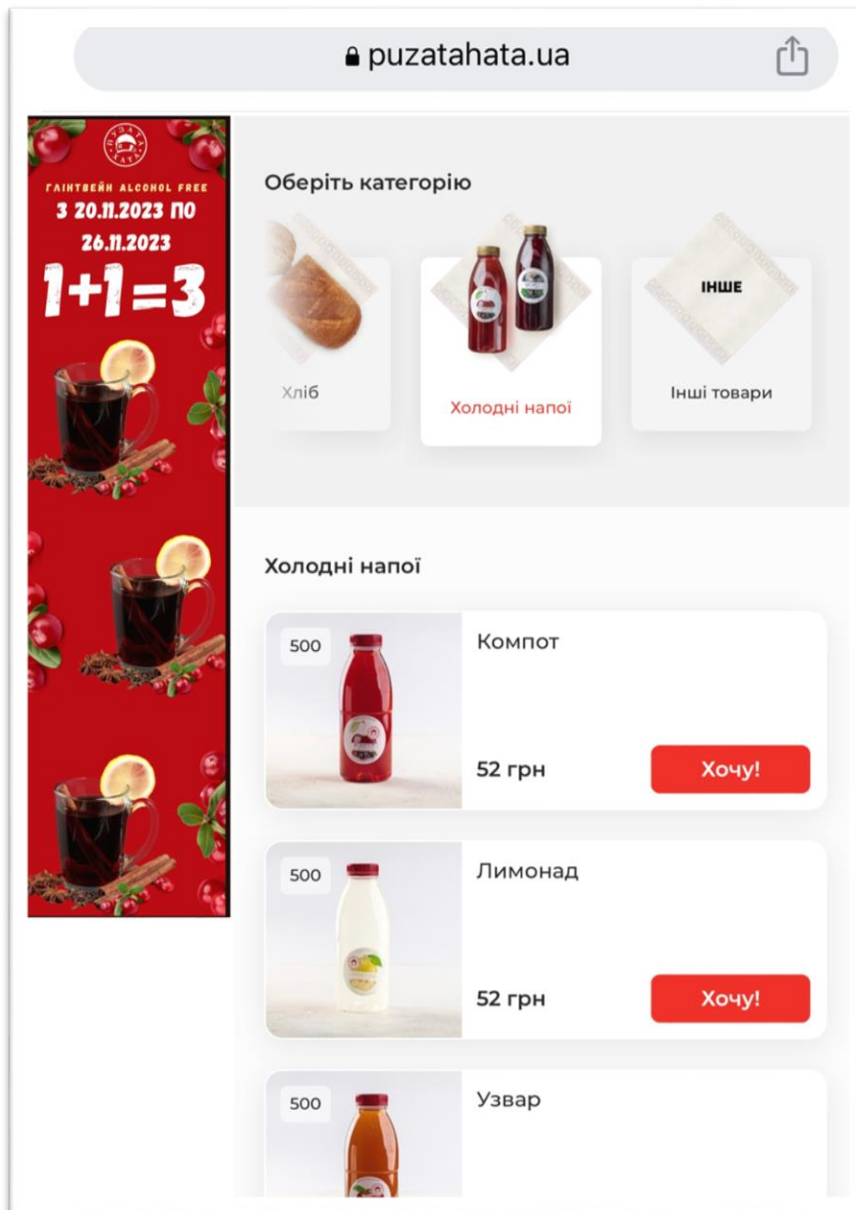
Готовий макет та мокап зовнішньої реклами: сітілайт



Готовий макет та мокап листівки



Готовий макет та мокап банера в Інтернет



Анкета №1 для дослідження ставлення до ресторану, уподобань, цільової аудиторії та обізнаність діяльності ТОВ «Пузата Хата».

1. Яка Ваша стать?

Жінка

Чоловік

2. Скільки років Вам?

А) 18 - 29

Б) 30 - 40

В) 40 - 60

3. На які саме критерії Ви зазвичай звертаєте увагу при виборі ресторану?

А) Інтер'єр закладу

Б) Тип кухні

В) Як швидко обслуговують

4. З якою метою Ви обираєте ресторан?

А) Час з родиною

Б) Зустріч з друзями

В) Бізнес

Г) Відмітити важливу подію в житті

5. Знаєте\відвідували Ви ресторан «Пузата Хата»?

А) Так

Б) Ні

6. Чи є щось, що перешкоджає Вам відвідати український ресторан «Пузата Хата»?

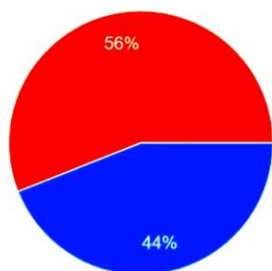
А) Незрозуміла назва

Б) Дивний тип кухні

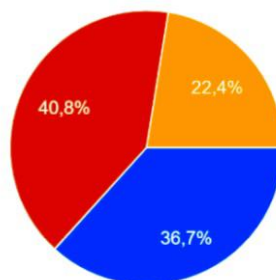
В) Не обізнаність про діяльність ресторану

Г) Відсутність можливостей із-за фінансів.

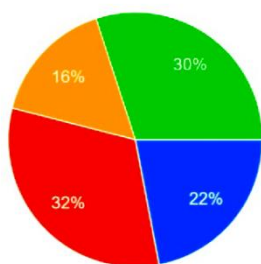
Результати опитування до анкети №1



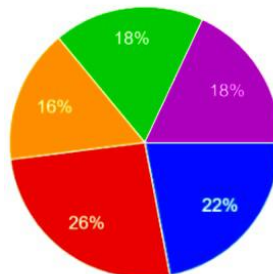
- Жіноча
- Чоловік



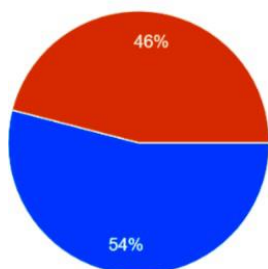
- 18 - 29
- 30-40
- 40 - 60



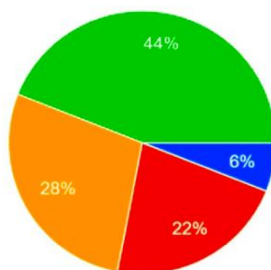
- Інтер'єр закладу
- Тип кухні
- Наявність Інтернету
- Швидкість обслуговування



- Дозвілля з сім'єю
- Зустріч з друзями
- Ділова зустріч
- Значуща подія в житті
- Романтична вечеря



- Так
- Ні



- Незрозуміла назва
- Незрозумілий тип кухні
- Погана обізнаність про діяльність ресторану
- Відсутність фінансових можливостей