

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

## **«Розробка маркетингових заходів щодо просування підприємства ресторанного бізнесу в мережі Інтернет»**

Виконала: здобувачка 4 курсу,

групи МГ-20-зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Шкуро Катерина Миколавіна

Керівник: Мостова А.Д., д.е.н., доцент

**Дніпро  
2024**

## АНОТАЦІЯ

### **Шкуро К.М. «Розробка маркетингових заходів щодо просування підприємства ресторанного бізнесу в мережі Інтернет»**

У кваліфікаційній роботі бакалавра проаналізовано теоретичні аспекти поняття Інтернет-маркетингу та його інструментів. Розглянуто особливості просування ресторанного підприємства в Інтернет. Дано загальну характеристику ресторанного підприємства, проведено аналіз ринку ресторанних послуг. Проведено сегментування цільової аудиторії та позиціонування ресторану. Проаналізовано ефективність просування в Інтернет, виявлено проблеми та запропоновано заходи з покращення просування. Запропоновано перспективні напрями контент-маркетингу для просування сайту підприємства в Інтернет. Розроблено заходи з просування бренду в соціальних медіа. Визначено контент-план та розроблено бюджет, надано оцінку ефективності рекомендацій.

**Ключові слова:** Інтернет-маркетинг, просування в Інтернет, соціальні мережі, ресторанний бізнес, контент-маркетинг.

## SUMMARY

### **Shkuro K.M. “Development of marketing measures to promote a restaurant business enterprise on the Internet”**

The bachelor's thesis analyzed the theoretical aspects of the concept of Internet marketing and its tools. The peculiarities of promoting a restaurant enterprise on the Internet are considered. The general characteristics of the restaurant enterprise are given. The analysis of the market of restaurant services is carried out. Segmentation of the target audience and positioning of the restaurant was carried out. The effectiveness of promotion on the Internet was analyzed. The problems were identified and measures to improve promotion were proposed. Prospective areas of content marketing for promoting the company's website on the Internet are proposed. Measures to promote the brand in social media have been developed. A content plan was defined and a budget was developed, an assessment of the effectiveness of the recommendations was provided.

**Keywords:** Internet marketing, Internet promotion, social media, restaurant business, content marketing.

## ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ПРОСУВАННІ ПІДПРИЄМСТВ	9
1.1. Поняття Інтернет-маркетингу та його інструменти просування підприємств	9
1.2. Інструменти Інтернет-маркетингу для просування підприємств.....	13
1.3. Особливості Інтернет-маркетингу в просуванні підприємств ресторанного бізнесу.....	17
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА РЕСТОРАННОГО ПІДПРИЄМСТВА «КАФЕ БУРЛЮК»	24
2.1. Загальна характеристика підприємства.....	24
2.2. Аналіз тенденцій ресторанного бізнесу в Україні та перспективи його розвитку.....	28
2.3. Сегментування клієнтів ресторану та позиціонування закладу.....	34
2.4. Аналіз управління просуванням ресторану.....	40
2.5. SWOT-аналіз ресторану.....	43
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ ЗАХОДІВ З ПРОСУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ В МЕРЕЖІ ІНТЕРНЕТ	46
3.1. Обґрунтування напрямів удосконалення сайту підприємства засобами контент-маркетингу.....	46
3.2. Просування ресторану в соціальних медіа.....	51
3.3. Оцінка ефективності заходів з просування в Інтернет.....	56
ВИСНОВКИ	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	62

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2013. № 4. С. 86-98.
2. Гук О.В. Інноваційні підходи до застосування інтернет-комунікацій у маркетинговій діяльності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 17 (1). С. 87-89.
3. Динаміка відвідуванності закладів в 2022-2023 роках. URL: <https://horeca-ukraine.com/dinamika-vidviduvannosti-zakladiv-v-2022-2023-rokah/> (дата звернення: 10.05.2024).
4. Івашова Н.В., Хижняк М.О. Комунікативний потенціал соціальних мереж в Інтернет-маркетингу. Економічні проблеми сталого розвитку : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, присвяченої пам'яті проф. Балацького О. Ф., (24–26 квітня 2013 р., СумДУ). 2013. Вип. 2. С. 138-139.
5. Ілляшенко С.М., Іванова Т.Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2 № 3. С. 20–32. [http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015\\_3\\_20\\_32.pdf](http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_20_32.pdf) (дата звернення: 10.05.2024).
6. Капраль О.Р. Контент-маркетинг як метод впливу на споживача. Інтелект XXI. 2019. Вип. 6 (1). С. 78-80.
7. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. Посібник. К.:КНЕУ, 2015. 152 с.
8. Лебеденко М.С., Лученко І.В. Веб-ресурс як ефективний інструмент маркетингових комунікацій. Вісник Хмельницького національного університету. 2011. № 2. Т.1. С. 178-182
9. Литовченко І.Л. Інтернет-маркетинг : навч. посіб. К. : Центр учбової літератури, 2011. 332 с.

10. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/>
11. Ресторанний ринок у 2023 році – зміни та підсумки. URL: <https://horeca-ukraine.com/restorannij-rinok-u-2023-roci-zmini-ta-pidsumki/> (дата звернення: 10.05.2024).
12. Руди М.О. Інтеграція інструментів SMM у маркетингову діяльність українських підприємств. Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. 2013. Вип. 24 (997). С. 136-142.
13. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку B2C. Маркетинг і цифрові технології. 2017. Вип. 1. С. 20-33.
14. Семененко К.Ю., Семененко К.Ю., Бакуліна С.А. Особливості застосування інструментів онлайн-просування в маркетинговій діяльності підприємства. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2018. Вип. 19 (3). С. 26- 29.
15. Слободяник АМ., Могилевська О.Ю., Романова Л.В., Салькова І.Ю. Digital-маркетинг: теорія і практика: навчальний посібник. Київ. КиМУ, 2022. 228 с.
16. Соболева Л. Феномен Instagram 2.0. Усі нові фішки. Київ : Book Chef, 2018. 288 с.
17. Сохацька О.М., Легкий О.А. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату. Маркетинг і цифрові технології. 2017. Вип. 1 (2). С. 4-31.
18. Старицький Т.М. Використання соціального медіа маркетингу як ефективного засобу просування продукції. Інноваційна економіка. 2015. Вип. 4, 221-226.
19. Тертичний О. Особливості маркетингу в мережі Інтернет. Економіка та суспільство. 2017. Вип. 12. С. 382-385.

20. Тульчинська С.О. Практичні аспекти застосування інструментів інтернет-маркетингу в умовах інноваційної економіки. Агросвіт. 2019. № 10. С. 27-31.
21. Шебанова О.О. Особливості типізації споживачів, отримуючих маркетингову інформацію з Інтернету. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2018. Вип. 191. С. 355-361.
22. Шляга О.В. Перспективи розвитку інтернет-маркетингу. Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. 2019. Т. 24, Вип. 6. С. 95-99.
23. Штефанич Д.А., Братко О.С. Маркетинговий аналіз: навч. посіб. Тернопіль: Економічна думка, 2012. 296 с.
24. Яцюк Д.В. Цифровий маркетинг: майбутнє маркетингових комунікацій в брендингу. Інвестиції: практика та досвід. 2015. Вип. 7. С. 70-74.
25. Як змінилася виручка, середній чек та відвідуваність закладів харчування в Україні за 2023 рік, – дослідження. URL: <https://dyvys.info/2024/01/17/pidsumkove-doslidzhennya-restorannogo-rynku-za-2023-r/> (дата звернення: 10.05.2024).
26. Як змінився ресторанний ринок України у 2023 році? URL: <https://visitukraine.today/uk/blog/2869/yak-zminivsy-restorannii-rinok-ukraini-u-2023-roci#:~:text=Згідно%20з%20даними%20дослідження%20С%20середня,2022%20року%20до%202023%20року> (дата звернення: 10.05.2024).
27. Charlesworth A. Digital marketing: a practical approach. Publisher: Abingdon, Oxon; New York, NY : Routledge, 2018.
28. Kotler P. Marketing management. Havard business review, Prentice Hall, 2005.
29. Tuten T.L., Solomon M.R. Social media marketing. Publisher: Los Angeles: SAGE, 2018. 423 p.
30. Visser M., Sikkenga B., Berry M. Digital marketing fundamentals : From strategy to ROI. Publisher: Utrecht: Noordhoff Uitgevers, 2018. 640 p.

31. Yang R. Practices Of Internet Marketing. Publisher: US: Trittech Digital Media, 2018. 561 p.