

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

БАКАЛАВРА

на тему:

**«Реклама в закладах ресторанного господарства і шляхи підвищення її
ефективності»**

(за матеріалами комплексу «Хутір»)

Виконав: здобувач 4 курсу, групи ГРС-20-2
спеціальності 241 «Готельно-ресторанна справа»
Савченко Є.В.

Керівник: Сергєєва О.Р. к. держ. упр., доцент

м. Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ

Савченко Є.В Реклама в закладах ресторанного господарства і шляхи підвищення її ефективності

Об'єктом даного дослідження є ресторан «Хутір».

Предметом даного дослідження являється реклама та шляхи її підвищення на прикладі ресторану.

Метою даної роботи – визначити сутність реклами в закладах ресторанного господарства і дослідження шляхи підвищення її ефективності.

Одержані висновки та їх новизна: просування бренду ресторану в соціальних мережах і на сайті підприємства, а також у ресторані під час організації доставки та інших процесів сприяє збільшенню кількості клієнтів. Ви повинні постійно публікувати новий контент, боротися з негативними відгуками та проводити акції в соціальних мережах. Фотозони в ресторані, захоплюючі страви та мотивація клієнтів створювати власний контент – все це необхідно для реклами закладу.

Результати дослідження можуть бути використані на основі результатів дослідження розроблені конкретні рекомендації щодо покращення маркетингових стратегій ресторану «Хутір». Це може включати зміни в соціальних мережах, акціях, способах комунікації з клієнтами тощо.

Кваліфікаційна робота: 71 с., 16 рис., 5 табл., 36 джерел.

Ключові слова: цільова аудиторія, соціальні мережі, блогери, SMM-менеджер, програми лояльності та бонусні системи, відгуки клієнтів, онлайн-бронювання.

SUMMARY

Savchenko Y.V. Advertising in restaurants and ways to increase its efficiency

The object of this study is the "Khutir" restaurant.

The subject of this study is advertising and ways to increase it using the example of a restaurant.

The purpose of this work is to determine the essence of advertising in restaurants and research ways to increase its effectiveness.

The obtained conclusions and their novelty: promotion of the restaurant brand in social networks and on the company's website, as well as in the restaurant during the organization of delivery and other processes, helps to increase the number of customers. You must constantly publish new content, fight against negative reviews and conduct promotions on social networks. Photo zones in the restaurant, exciting dishes and motivating customers to create their own content - all this is necessary for advertising the establishment.

The results of the study can be used to develop specific recommendations for improving the marketing strategies of the "Khutir" restaurant based on the results of the study. This may include changes in social networks, promotions, ways of communicating with customers, etc.

Thesis: 71 pages, 16 figures, 5 tables, 36 sources.

Keywords: target audience, social networks, bloggers, SMM manager, loyalty programs and bonus systems, customer reviews, online booking.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗРОБКИ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА	10
1.1 Сутність, поняття та види рекламної компанії	10
1.2. Роль та призначення реклами у сфері обслуговування	14
1.3 Розробка рекламної компанії у закладах ресторанного господарства	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ РЕСТОРАНУ «ХУТІР»	28
2.1. Загальна характеристика ресторану «Хутір»	28
2.2 Аналіз рекламної діяльності ресторану «Хутір»	35
2.3. Оцінка іміджу ресторану	41
РОЗДІЛ 3. ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ПРОВЕДЕННЯ РЕКЛАМНОЇ КОМПАНІЇ У РЕСТОРАНІ «ХУТІР»	48
3.1 Пропозиції щодо вдосконалення рекламної діяльності ресторану «Хутір»	48
3.2 Економічна ефективність заходів з удосконалення ресторану	53
ВИСНОВКИ	55
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	59
ДОДАТКИ	63