

№ 2

Мукачівський державний університет
Факультет туризму і готельно-ресторанного бізнесу

Кафедра готельно-ресторанної справи

Дипломна робота

ОС «Бакалавр»

на тему:

**РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ РЕКЛАМНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ У ЗАКЛАДАХ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА**

Виконав: студент(ка) 4 курсу, групи ГРС-41

напряму підготовки 6.140101 «Готельно-ресторанна справа»

Чекірко Б.В.

(прізвище та ініціали)

Керівник: к.е.н., доцент Говшин-Маркович Н.М.

(посада, прізвище та ініціали)

Рецензент: к.култ.н., доцент Дейнек В.В.

(посада, прізвище та ініціали)

g-203

Мукачево – 2019 року



ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	4
1.1. Зміст та поняття рекламної діяльності в ресторанному господарстві	4
1.2. Класифікація рекламної діяльності. Організація рекламної кампанії в ресторанному господарстві.....	9
1.3. Основні види та форми діяльності реклами в мережі Інтернет.....	17
РОЗДІЛ 2. ОГЛЯД РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ЛЬВІВЩИНИ	27
2.1. Дослідження економічного стану ринку ресторанного господарства в Львівській області.....	27
2.2. Аналіз рекламно-комунікаційного ринку України та Львівської області	32
2.3. Особливості ресторанного господарства в Львівській області.....	39
РОЗДІЛ 3. СУЧАСНІ ФОРМИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ	44
3.1. Роль франшизи та брендингу як елементів рекламної стратегії в ресторанному бізнесі на світовій арені	44
3.2. Напрямки покращення здійснення рекламно-комунікативної діяльності в закладах ресторанного господарства через SMM-технології в регіоні.....	48
ВИСНОВКИ	54
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	61

ВСТУП

Актуальність. Сучасне суспільство вже неможливо уявити без реклами. Дослідження рекламної діяльності полягає у тому, що на даний момент часу, коли відбувається глобалізація світових ринків підприємства повинні змінювати свою маркетингову стратегію і в свою чергу формувати її на основі сучасних інформаційних технологій. Роль реклами в сучасному суспільстві вже давно не обмежується ані рамками комерційних комунікацій, ані навіть усієї ринковою діяльністю. Значення реклами зростає практично в усіх галузях економіки та громадського життя. Варто відзначити її значну ідеологічну, освітню, психологічну й естетичну роль. В індустрії сфери послуг ресторанного бізнесу реклама є одним з головних елементів маркетингових комунікацій і володіє рядом особливостей, зумовлених властивостями як реклами, так і самої індустрії та її товару – ресторанного продукту.

Дослідженнями проблеми розвитку рекламної діяльності займалися як західні так і вітчизняні вчені: Дейан А., Картер Г., Огілві Д., Дьячук І., Ромат Є.В., Примак Т. Однак деякі аспекти рекламної діяльності не дістали широкого висвітлення у наукових роботах. Також у досліджуваній проблемі слід виділити вчених, які вивчали специфіку ресторанного господарства: Воробйова Н.П., Аветисова А.О., Карсекін В.І., П'ятницька Н.О., Манова М. При цьому наукові роботи щодо рекламної діяльності майже не досліджені у сфері ресторанного господарства.

Інформаційною базою послужили Закон України «Про рекламу», Державний Стандарт 3862-99. Ресторанне господарство. Терміни та визначення, Державна статистична служба, роботи Вітренко А. [4], Воробйової Н. [6], Гірняк Л. [8], Дереваль О. [10], Миронова В. [14] та ін.; матеріали преси «Маркетинг в Україні», «Ресторатор».

Об'єктом дослідження виступає процес розвитку рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства, як засіб комунікації.

Предметом дослідження є різновиди рекламної діяльності, а саме Інтернет-реклама, яка на даний момент ефективна на рекламному ринку і є важливою складовою для рекламування закладів ресторанного господарства.

Мета дипломної роботи полягає у виявленні новітніх способів для здійснення покращеної рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства в конкретному регіоні. В процесі вирішувалися наступні завдання: перше – обґрунтування теоретичних аспектів рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства, друге – здійснення аналізу рекламного та ресторанного ринку в Львівській області; третє – огляд сучасних форм рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства та напрямки покращення її в регіоні.

У ході дослідження будуть використані методи: системного аналізу, порівняння, індукції та дедукції, статистичної обробки даних й ін.

Наукова новизна справжнього дослідження полягає в наступному: обґрунтуванні важливості здійснення рекламної діяльності в межах регіону; виявленні нативної реклами як особливої форми рекламної діяльності для залучення сегменту та комунікації ресторанних підприємств з клієнтами.

Практична значущість результатів дослідження полягає в можливості впровадження новітніх засобів здійснення рекламної діяльності в закладах ресторанного господарства.

Робота складається з вступу, 3 розділів, висновків; містить 63 сторінки тексту, 8 рисунків, 9 таблиць, 2 додатки. Список джерел включає 46 найменувань літератури, 27 електронних публікацій.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження були сформовані наступні висновки.

Рекламна діяльність являється невідривним складовим елементом маркетингового комплексу ресторанного господарства; Здійснення рекламної діяльності є відповідальним та важливим етапом рекламної кампанії; це неспрямована дія рекламодавця, яка повинна інформувати або розширяти знання споживачів про існування предмета реклами, сформувати до нього позитивне ставлення і закріпити його образ в їх пам'яті.

Мету дипломної роботи було досягнуто – виявлено тенденції для якісного здійснення рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства у Львівській області. Завдання дипломної роботи було виконано: по-перше, обґрунтовано теоретичні основи рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства, а саме зміст та поняття рекламної діяльності, класифікацію реклами та рекламної кампанії, її основні види та форми в Інтернет-мережі; по-друге – проаналізовано рекламний та ресторанний ринки в Львівській області та виявлення особливостей притаманних регіону; по-третє – виявлено тенденції сучасних форм рекламної діяльності в сфері ресторанного господарства в світі та новітні напрямки покращення її в регіоні за допомогою Social Media Marketing в мережі-Інтернет.

Було виявлено, що регіональна реклама – оптимальний варіант розміщення реклами, що охоплює конкретну географічну зону та завдяки чіткій націленості і якості є ідеальним інструментом для вирішення термінових маркетингових завдань. Така реклама вважається менш затратною з фінансової точки та більш прибутковою для підприємств ресторанного господарства, які здійснюють свою основну діяльність – виготовлення та реалізацію споживання кулінарних страв – на чітко визначеній локації.

Здійснення будь-якої рекламної діяльності в регіоні не можливо планувати без попереднього аналізу рекламного ринку. При дослідженні було

Встановлено, що у Львівській області найбільш популярними є поширення рекламної інформації через зовнішню рекламу, Інтернет-рекламу та радіо.

Варто зазначити, що діяльність закладів ресторанного господарства в Львівській області в останні роки збільшується за рахунок, як туристичних потоків, так і самих жителів. Культура споживання ресторанного продукту зростає здебільшого на основі вподобань львів'ян.

Було встановлено, що ріст ресторанного господарства в Львівській області почався в 2015 році і зростає надалі.

Досліджено, що маркетингові стратегії для більшого залучення споживачів в заклад ресторанного господарства переносяться з реального простору у віртуальний. Функціонування повної рекламної діяльності в Інтернет-мережі повинен включати в себе такі пункти: веб-сайт підприємства, налаштування пошукових систем, реклама в соціальних мережах, розсилки е-майл реклами, банерної реклами, розміщення інформації на сервісних сайтах.

За допомогою інноваційних Інтернет-технологій в соціальних мережах найкраще забезпечується комунікативний зв'язок з потенційними та вже існуючими клієнтами.

Отже, розробка даної роботи полягає в обґрунтуванні нового виду реклами - нативної реклами, яка містить в собі елементи природнього звернення, що й надає привабливості та викликає довіру у людей; на таку рекламу звертають увагу на 25% частіше. Можливість встановлення таргетингу та геолокації робить рекламу в Інтернет-мережі найефективнішою для здійснення рекламної діяльності в конкретному регіоні, адже дозволяє визначити цільову аудиторію в певному окрузі.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>