Міністерство освіти і науки України Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника

Економічний факультет

Кафедра менеджменту та маркетингу

ТИМЧЕНКА ВЛАДИСЛАВА ВІКТОРОВИЧА

СТРАТЕГІЯ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТКУ БРЕНДА

075 Маркетинг

07 Управління та адміністрування

Автореферат

на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

м. Івано-Франківськ - 2023 рік

Дипломна робота виконана в Прикарпатському національному університеті

імені Василя Стефаника

Науковий керівник: к.е.н., доц. Благун.І.І

Рецензент: к.е.н., доц. Судук Н.В.

Захист відбудеться: 28 червня 2023р.

Дипломну роботу надано до захисту: 7 червня 2023р.

Завідувач кафедри проф. Романюк М.Д. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

 (підпис)

**ЗМІСТ**

ВСТУП

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БРЕНДУ, ББРЕНДИНГУ ТА РЕБРЕНДИНГУ.

1.1 Поняття та сутність бренду

1.2. Брендинг та його роль у маркетингу

1.3. Ребрендинг як складова маркетингової стратегії підприємства

РОЗДІЛ ІІ. ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ НА ПРИКЛАДІ БРЕНДУ ТОВ «ФІРМА НАДІЯ»

2.1. Характеристика ТОВ «ФІРМА НАДІЯ»

2.2. Аналіз ринкового середовища бренду ТОВ «ФІРМА НАДІЯ»

2.3. Особливості створення і просування бренду у сфері готельних послуг

 РОЗДІЛ ІІІ. ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ БРЕНДИНГУ ТОВ «ФІРМА НАДІЯ»

3.1. Створення бренд-стратегії підприємства як запорука успіху на ринку

3.2. Розвиток бренду ТОВ «ФІРМА НАДІЯ» та існуючі комунікаційні стратегії

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

 ДОДАТКИ

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

**Актуальність теми дослідження.** Актуальність дослідження полягає в тому, що ринок готельних послуг є дуже конкурентним, і від успіху бренду залежить успішність бізнесу. Крім того, споживачі все більше звертають увагу на імідж компанії та її відповідальність перед суспільством і навколишнім середовищем. Тому, розробка стратегії створення і розвитку бренда має важливе значення для досягнення успіху на ринку готельних послуг і збереження конкурентних переваг.

Дослідженням дано теми займалося ряд науковців, серед яких варто виділити: Кабанова О.О., Кендюхов О.В., Мельник І.О., Мороз В.А, Мазаракі А.А., Матросова В.О., Масюк Ю.О., Москалюк С.О., Пустотін В.А., Поліщук Т.В., Подра О.П., Пащенко О.П., Парфенчук І.О..

Предмет дослідження: процес формування і розвитку унікального ідентифікаційного знака, який дозволяє відрізнити товари або послуги від товарів або послуг конкурентів на ринку.

Мета дослідження: проаналізувати стратегію створення та розвитку бренду на базі ТОВ «Фірма «Надія».

Для висвітлення мети дослідження було розкриті наступні завдання бакалаврської роботи:

- Охаракетризувати поняття та сутність бренду;

- Дослідити брендинг та його роль у маркетингу;

- Розглянути ребрендинг як складову маркетингової стратегії підприємства;

- Надати характеристику ТОВ «Фірма «Надія»;

- Провести аналіз ринкового становища бренду ТОВ «Фірма «Надія»4

- Проаналізувати собливості створення і просування бренду у сфері готельних послуг;

- Дослідити створення бренд-стратегії підприємства як запорука успіху на ринку;

- Проаналізувати розвиток бренду ТОВ «Фірма «Надія» та існуючої комунікаційної стратегії.

Інформаційна база дослідження: підручники, наукові статті, монографії, електронні ресурси, статистична звітність досліджуваного підприємства.

Під час написання дослідження було використано наступні загальнонаукові методи дослідження: аналіз, синтез, зіставлення, порівняння, абстрагування, історичний, аналітичний та інші.

Структура роботи: вступ, три розділи, що поділяються на підрозділи, висновки, список використаних джерел в загальніц кількості 51 шт. Загальний обсяг роботи становить 61 сторінка машинописного тексту.

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

**У розділі 1 «Поняття та сутність бренду»** розглянемо, що для успіху торгової марки недостатньо великого обсягу продажів та відмінної якості. Ринком керують споживачі, вони формують попит, але є можливість передбачити бажання споживачів, оцінити їх та використовувати у своїх цілях. Для успішного ведення бізнесу необхідно виділитися серед подібних продуктів. Тут потрібно ретельно продумати бренд свого продукту, який дозволить виокремитися від конкурентів, збільшить обсяги продажу і навіть підвищить ціну вашого товару та послуг у рази.

Щоб зрозуміти, за допомогою чого формується успішний бренд, варто дати йому визначення та розглянути його сутність, спираючись на професійну літературу.

Вперше слово "бренд" з'явилося в США - на батьківщині маркетингу. У перекладі з англійської мови воно означає вогонь, смолоскип, палити, горіти, а також «клеймо» (знак власності), що використовується у скотарстві [29, c. 78].

Ф. Котлер дає простіше визначення бренду – це «термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначені для ідентифікації товарів чи послуг продавців та їх диференціації від товарів чи послуг конкурентів» [32, c. 39].

**У розділі 2 «Характеристика ТОВ «ФІРМА НАДІЯ»**

Готель знаходиться у безпосередній близькості від Івано-Франківського музично-драматичного театру всього в 20 метрах та лише в 50 метрах від парку, де встановлено пам'ятник Іванові Франку (Рис. 2.1). Тож готель має зручне розташування поруч із центром міста та визначними пам'ятками, що робить його привабливим для туристів та гостей міста. Окрім того, готель пропонує розумні ціни, які відповідають рівню сервісу, тож відвідувачі можуть насолоджуватись комфортним перебуванням за доступною ціною.

Готель має різні категорії номерів - від стандартних до номерів люкс. У кожному номері є ванна кімната з душем та безкоштовними туалетними приналежностями, а також рушники та постільна білизна. У номерах люкс також є окрема кімната для відпочинку та спальня з великим ліжком.

Готель пропонує послуги з прання та прасування, а також зберігання багажу. На території готелю є безкоштовний паркінг та обмін валют.

Крім того, готель має великий балкон, з якого відкривається чудовий вид на місто. Це ідеальне місце для вечірньої прогулянки або для перегляду вогняного шоу під час святкувань.

Ресторан готелю "Надія" запрошує гостей на смачну європейську та українську кухню. Він працює з 7 ранку до 11 вечора і пропонує сніданки, обіди, вечері та легкі перекуси. Крім того, в готелі є бар, де гості можуть насолоджуватися коктейлями та іншими напоями.

Для проведення зустрічей та заходів у готелі "Надія" є конференц-зали різної величини. Вони оснащені сучасним обладнанням та забезпечують комфортні умови для проведення конференцій, семінарів, тренінгів та інших подій.

У загальному, готель "Надія" є чудовим вибором для тих, хто шукає комфортне проживання в центрі Івано-Франківська. Він пропонує розумні ціни, які відповідають рівню сервісу, а також зручне розташування, що робить йними магістраллями, тому до готелю легко дістатись з будь-якої точки міста.

Готель "Надія" має затишні номери, які оснащені усіма необхідними зручностями, такими як телевізор, кондиціонер, міні-холодильник та безкоштовний Wi-Fi. Готель також пропонує послуги конференц-залу та бізнес-центру, що робить його ідеальним місцем для проведення різних заходів, від невеликих зустрічей до більших конференцій.

**У розділі 3 «Створення бренд-стратегії, як запорука успіху на ринку»**

Як було раніше встановлено, на стратегію просування бренду впливає велика кількість факторів, щоб їх передбачити необхідно щоразу здійснювати дії послідовно та планомірно. У гіршому випадку реклама нестиме до покупців одну інформацію, а співробітники компанії іншу, це пов'язано із незнанням стратегії підприємства.

За нинішніх умов високого рівня конкурентної боротьби бренду на ринку – це головне завдання будь-якого бізнесу.

Бренду готелю «Надія» насамперед необхідно здійснювати активне просування онлайн, так як на ринку це велика можливість.

Раніше було менше можливостей для формування позитивного іміджу, а ціна офлайн реклами сильно обмежувала можливості, зараз же з застосуванням технології Інтернету можна досягти високих результатів щодо невеликого бюджету. Варто враховувати, що незалежно від того, що Інтернет став дуже популярним і відносно дешевим, але забувати про якість продукції також не можна. Звичайно ж, використовуючи методи просування бренду в мережі Інтернет зменшуються витрати, у зв'язку з тим, що можна поставити більш конкретне завдання і воно буде виконано максимально точно.

Розвиток інтернет-маркетингу:

Вдосконалення веб-сайту компанії, зокрема розробка мобільної версії;

Підвищення рівня SEO-оптимізації сайту та контенту;

Використання соціальних медіа для просування бренду та залучення нових клієнтів;

Створення та підтримка блогу на веб-сайті компанії;

Залучення відгуків та рекомендацій від клієнтів на сайті та в соціальних мережах.

Розвиток партнерських програм:

Укладення угод з партнерами, які можуть допомогти в просуванні бренду та привабленні нових клієнтів;

Розробка та запуск партнерської програми, яка має можливість клієнтам заробляти бонусні бали за допомогою поширення інформації про компанію серед своїх знайомих;

Співпраця з відомими брендами та компаніями зі схожими цільовими аудиторіями.

Вдосконалення внутрішньої реклами:

Підвищення якості матеріалів та дизайну внутрішніх промо-матеріалів;

Розробка та запуск системи заохочення клієнтів, які приводять нових клієнтів;

Створення та підтримка системи комунікації зі старими та виявленими клієнтами.

Вдосконалення зовнішньої реклами:

Розроблення та запуск нових рекламних захворювань у засобах масової інформації;

Встановлення та підтримка рекламних щитів та інших зовнішніх носіїв реклами.

Просування бренду рекомендується здійснювати активним просуванням у соціальних мережах.

Насамперед необхідно провести підготовку, а саме провести такі заходи як:

1. SEO маркетинг;

2. Контекстна реклама;

3. SERM (управління репутацією у мережі).

Першим пунктом іде SEO маркетинг, а саме оптимізація сайту (сторінок) для пошукових мереж (Google та інших) з метою виведення матеріалів на перші позиції за певними запитами. Це свого роду завуальована реклама, однак, користувачами цей вид реклами не сприймається як остання, у зв'язку з тим, що її бачать, як сайт, а не як рекламу, що природно викликає більше довіри, тим більше що при пошуку у браузері даний сайт виходить у перших рядках. З цієї причини пропонується приділити велику увагу, як просуванню цього пункту бренду готеля «Надія», так як SEO-маркетинг має значну ефективністю. До того ж, за такого виду реклами можна отримувати велике кількість трафіку для сайту безкоштовна, у той час як при контекстній рекламі необхідні вкладення коштів. Також позитивним моментом в даному виді реклами є те, що вклавши відносно невелику суму спочатку, цей вид реклами працюватиме постійно, причому трафік буде безкоштовним.

Для розробки SEO-просування важливо запросити спеціаліста для того, щоб браузери з технічного боку цього питання сприймали сайт готелю, як «технічно добрий для користувача».

**ВИСНОВКИ**

Отже, як висновок дано роботи, варто відмітити, бренд - це ім'я, термін, дизайн, символ або будь-який інший ідентифікатор, який використовується для ідентифікації продукту або послуги та його відмінності від конкурентів. Сутність бренду виникає в тому, що він викликає у споживачів емоції, асоціації та сприйняття щодо товару або послуги.

Формування бренду на підприємстві має свої особливості. Нижче наведені кроки, які можна виконати для формування бренду на підприємстві:

Визначення цільової аудиторії: Розуміння потреб та бажань споживачів є ключовим для формування ефективного бренду. Варто визначити свою цільову аудиторію та їх потреби, щоб створити бренд, який буде відповідати їхньому очікуванню.

Визначення конкурентної переваги. Варто вивчити конкурентів та їх продукцію, щоб розмістити, які переваги має компанія. Ці переваги використовують для створення унікального бренду, який буде відрізнятися від інших.

Створення унікального бренду: Варто визначити назву бренду, дизайн та символіку, які будуть відповідати цілям та цінностям компанії. Потрібно створювати унікальний та легко запам'ятований бренд, який буде асоціюватися з компанією та її продуктами.

Просування бренду: Рекламувати бренд необхідно на різних майданчиках, таких як соціальні мережі, телевізійні реклами, інтернет-реклама та інші. Використовуючи всі доступні інструменти.

Створення позитивного іміджу: Бренд повинен створювати позитивні асоціації та емоції у споживачів. Стратегію варто розробляти так, щоб бренд був сприйнятий як добре відомий, високоякісний та надійний.

Збереження унікальності бренду: Варто підтримувати унікальність бренду, щоб він не загубився серед конкурентів.

Аналіз результатів: Варто аналізувати результати рекламної кампанії та ефективність бренду. Використовувати отримані дані для вдосконалення стратегії та підвищення ефективності бренду.

Важливо пам'ятати, що формування бренду - це процес, який вимагає часу та зусиль. Бренд має бути унікальним, легко запам'ятованим та відповідати потребам цільової аудиторії. Підтримка та розвиток бренду - це неперервний процес, який дозволить зберегти його унікальність та ефективність у майбутньому.

Реалізація стратегії розвитку бренду передбачає детальне планування та реалізацію кроків для досягнення конкретних місць. Нижче узагальнено кроки, які можна виконати для ефективної реалізації стратегії розвитку бренду:

Визначення мети та ціли.

Вивчення свого ринку та конкурентів.

Визначення своєї цільової аудиторії.

Розвиток брендової стратегії.

Розробка брендового стилю.

Розробка стратегії маркетингу та комунікації.

Релізація своєї стратегії.

Моніторинг та оцінка результатів.

Грамотне використання інструментарію для просування бренду є запорукою успіху.

Аналізуючи діяльність бренду готелю «Надія» у частині стратегії просування послуг варто відзначити, досліджуване підприємство, приділило увагу різним колабораціям. Однак за нинішнього положення в країні цього замало. У зв'язку з цим було сформульовано теоретичні пропозиції щодо вдосконалення стратегії просування з урахуванням сучасного підходу, які полягають у наступному:

1. Наштовхнути споживачів на думку, що кращого готельного закладу в м. Івано-Франківськ нема;

2. Не потрібно буде відвідувати заклад особисто, можливо все здійнитив онлайн режимі.

Виконання цих пропозицій значно підвищить ефективність та прибутковість діяльності закладу, при цьому не спричинять великих витрат. Крім цього ефект від запропонованих заходів буде динамічним у майбутньому.

За рахунок запропонованих заходів прибуток підприємства може

збільшитися більш ніж у 7 разів.

Таким чином, завдання вирішені у повному обсязі, мета – вивчення стратегії створення та розвитку бренду на прикладі готелю «Надія» –досягнуто. У ході проведення аналізу доведено актуальність теми про те, що використання нових медіа в процесі просування бренду є одним із важливих інструментів у залученні нових відвідувачів готельного бізнесу. А також запропоновано рекомендації щодо ефективної взаємодії з аудиторією.

**Список опублікованої праць**

Тимченко.В.В Благун І.І. Система створення і розвитку бренда. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасний стан та пріоритети модернізації фінансово-економічної системи: теорії та пропозиції»( м. Львів, 12 травня 2023р.)