

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

**ФОРМУВАННЯ БРЕНД-АЙДЕНТИКИ ПІДПРИЄМСТВА ХАРЧО-
ВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ**

(за матеріалами ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат», Миколаївська обл., м. Первомайськ)

Студентки 4 курсу, 7 групи,
спеціальності
061«Журналістика»
спеціалізації «Реклама і
зв'язки з громадськістю»

Вакарова Дарина
Олександрівна

Науковий керівник
д.е.н.,
доцент кафедри
журналістики та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

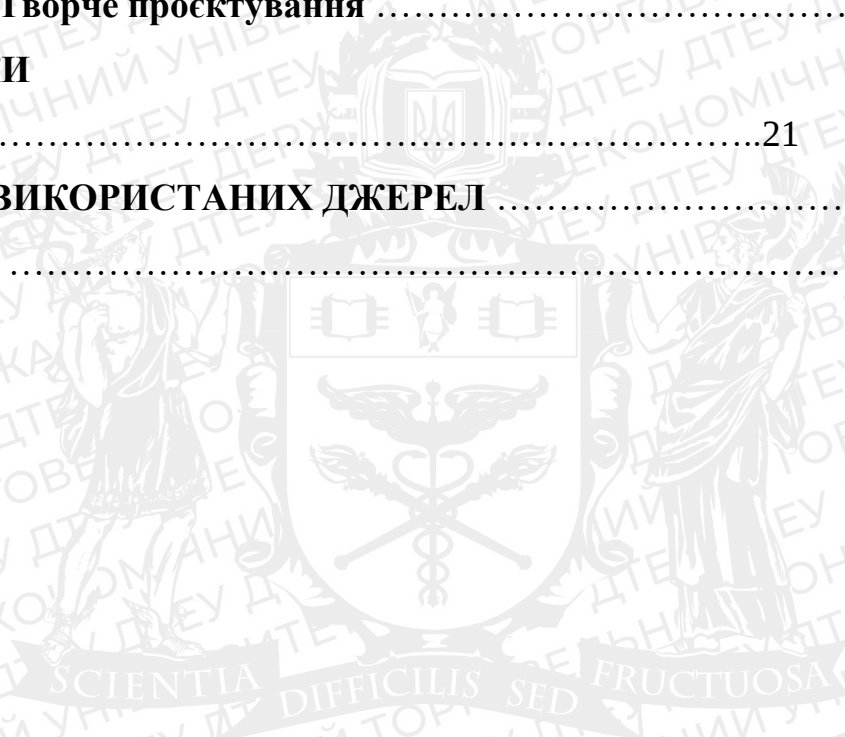
Гарант освітньої-професійної
програми
д. е. н.,
доцент кафедри журналістики
та реклами

Файвішенко
Діана Сергіївна

Київ 2022

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. Аналітична записка	5
РОЗДІЛ 2. Творче проєктування	14
ВИСНОВКИ	21
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	23
ДОДАТКИ	24



ВСТУП

В умовах підвищеної конкурентоспроможності підприємств, впливу факторів воєнного стану актуальність обраної теми «Формування бренд-айдентики підприємств харчової промисловості» набирає оберти, актуальним стає аналіз діяльності підприємств харчової промисловості, підвищення уваги до обґрунтування концепції формування бренд-айдентики підприємств харчової промисловості в умовах сьогодення. Розробка айдентики та візуальна подача підприємства стає досить актуальним напрямом в умовах впливу факторів воєнного стану та кризових умов.

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат», Миколаївська обл., м. Первомайськ є об'єктом взаємодії та розвитку самого підприємства, формування та підтримки іміджу, розширення контактної лояльної аудиторії споживачів, розширення лідируючих позицій на ринку харчової промисловості.

На сьогодні можна виокремити наукові напрями, які направлені на вирішення основних завдань у напрямі формування айдентики підприємства активно займаються вивченням цього питання: К. Веркман [2], М. Гундарін [3], Д. Ейрі, Д. Картер, Й. Іттен, О. Мельникович, Є.Тюемлоу, Д. Файвішенко [7], однак це питання залишається актуальним питанням.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес формування бренд-айдентики підприємства харчової промисловості.

Предметом дослідження є методичні та теоретичні основи формування бренд-айдентики підприємства харчової промисловості.

Метою дослідження є формування бренд-айдентики підприємства харчової промисловості.

Для досягнення поставленої мети було визначено основні завдання:

- охарактеризувати в межах аналітичної записки діяльність підприємства ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбі-

нат», Миколаївська обл., м. Первомайськ;

- розробити та запропонувати в межах творчого проєктування візуальні аспекти бренд-айдентики підприємства ПрАТ «Первомайський молочно-консервний комбінат», Миколаївська обл., м. Первомайськ.

Формування бренд-айдентики підприємств харчової промисловості можливе лише при досягненні цілей та виконанні завдань, зазначених у роботі.

У процесі дослідження використовувались загальнонаукові методи: аналізу, синтезу, описовий метод, методи узагальнення та інтерпретації, методи візуальної подачі.

Інформаційною базою дослідження є аналітичні дані соціальних мереж, аналіз конкурентного середовища підприємства сфери послуг та візуальна подача розроблених макетів рекламної кампанії підприємства.

Практична цінність отриманих результатів полягає у формування бренд-айдентики підприємств харчової промисловості, створення його візуальний образу та популяризації у соціальних мережах, розробка макетів рекламних носіїв та візуалізації запропонованої рекламної кампанії. Запропоновані ідеї щодо формування бренд-айдентики підприємств харчової промисловості підвищує конкурентоспроможність та обізнаність підприємств харчової промисловості.

Структура випускної кваліфікаційної роботи складається з 2-х розділів, 18 таблиць, 9 рисунків, висновків, 15 використаних джерел та 8 додатків загальним обсягом 20 сторінок.

РОЗДІЛ 1. Аналітична записка

Підприємство сфери харчування ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» зареєстровано 15.11.1994 за юридичною адресою Україна, 55204, Миколаївська обл., місто Первомайськ. Розмір статутного капіталу складає 45 909 840,00 грн.

Види діяльності (КВЕД):

- 10.51 Перероблення молока, виробництво масла та сиру
- 10.42 Виробництво маргарину і подібних харчових жирів
- 10.52 Виробництво морозива
- 10.89 Виробництво інших харчових продуктів

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» один з найбільших підприємств з переробки молока в Україні. Комбінат був побудований в лютому 1956 року з проектною потужністю 20 млн. банок молочних консервів на рік.

На сьогоднішній день ПрАТ «Первомайський МКК» входить до TOP - 5 найбільших підприємств з виробництва молочних консервів. Компанія вже кілька десятиків років успішно працює на українському і зарубіжних ринках, спеціалізуючись на виробництві молочних консервів продукції з незбираного молока: твердих і м'яких сирів, сирних продуктів, згущеного молока, вершкового масла найвищого гатунку, а також молока.

Концепція 4P (Product, Price, Promotion, Place) дає можливість характеризувати найважливіші аспекти діяльності ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат».

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» пропонує широкий спектр продукції харчової промисловості. Продукція відповідає стандартам якості та впроваджуються інноваційні технології. На підприємстві впроваджені система якості та система управління безпечністю харчових продуктів ISO 9001:2008, HACCP, і має сертифікат кошерності HALAL. Продукція присутня на ринках США, Ізраїлю, Канади, Сирії, Іраку, ОАЕ, Узбекистану, Казахстану, Грузії, Вірменії, Азербайджану. Основний асортимент продукції наведено на рис. 1.



Згущене молоко

Сири тверді

Сири м'які

Незбиране молоко

Масло

Рис. 1. Продукція ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року за даними <https://pmkk.com.ua/category.html>

Комбінат використовує передові наукові досягнення, що дозволяють виробляти таку лінійку функціональних молочних продуктів, яка максимально задовольнить потреби покупців в правильному харчуванні і формуванні захисту організму людини зсередини від шкідливого впливу зовнішнього середовища.

У продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» подано широкий вибір підкатегорій, які наочно можна представити у фірмовій бренд-айдентиці підприємства, рис. 2



Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 370г.

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 370г. з ключем

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 950г.

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 200г.

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 440г.

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) 3/Б 1000г.

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) коробка стіків

Молоко незбиране згущене з цукром (ГОСТ) стік 15г.

Рис. 2. Підкатегорії продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року за даними https://pmkk.com.ua/category/moloko_s_saharom.html#cat-h1



Рис. 3. Підкатегорії продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року за даними

https://pmkk.com.ua/category/moloko_s_saharom.html#cat-h1

Сьогодні, згущене молоко з малюком на упаковці стало переможцем щорічного конкурсу «Фаворит успіху» та є обов'язковим в асортименті Державного резерву.

Продукт сири подані у наявності, рис. 4



Рис. 4. Підкатегорії продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року за даними

https://pmkk.com.ua/category/moloko_s_saharom.html#cat-h1

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» Підкатегорії продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» наочно наведено у бренд-айдентиці підприємства, рис. 5:



Рис. 5. Асортимент підкатегорії продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року за даними <https://pmkk.com.ua/category/moloko>

Комбінат планує стати лідером в споживчих перевагах брендів натуральних і корисних молочних продуктів, розвиває нові напрямки в асортиментній політиці, що задовольняють партнерів і споживачів, навіть у воєнні часи.

Основними партнери підприємства подано у вигляді табл. 1

Таблиця 1.
Основні партнери ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.22 року станом на 01.05.2022 р.
[https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details]

Назва підприємства - партнера	Розміщення
1	2
«De Laval» Шведська компанія	Професійна допомога в технічному оснащенні майданчиків прийому і зберігання молока танкерами-охолоджувачами, технічний сервіс та забезпечення витратними матеріалами, а так само забезпечення миючими та дезінфікуючими засобами

--	--

Продовження табл. 1

1	2
АТБ-маркет (більше 220 магазинів по Україні)	Виступають каналами збуту молочних консервів : роздрібна мережа,
Мережа магазинів компанії Інтермаркет	Дистриб'юторські канали: ринки, регіональні мережі, національні мережі та великі регіональні мережі.
Фозі груп – найбільшій мережею магазинів по Україні (Фора, Сільпо)	Дистриб'юторські канали: регіональні мережі, національні мережі та великі регіональні мережі.

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» тісно контактує зі ЗМІ для висвітлення інформації про продукцію і доведення її до споживача, державними установами, налагоджує корпоративні зв'язки з співробітниками та управлінський персонал ПрАТ «Первомайський МКК», співпрацює із громадськими організаціями, а саме комітетом із захисту прав споживачів.

Таблиця 1.

Основні конкуренти ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.01.2022 р.

[https://youcontrol.com.ua/catalog/company_details]

Назва підприємства	Розміщення	Логотип
1	2	3

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»	Україна, 55204, Миколаївська обл., місто Первомайськ https://pmkk.com.ua/ https://www.facebook.com/PMKK.MILK/	
ПАТ «Ічнянський молочно-консервний комбінат»	м. Ічня, вул. Вишнева, 4, Україна, Чернігівська обл., https://ichnya.com/ https://www.facebook.com/ichnyaMKK/ https://www.youtube.com/watch?v=bR2bpyOYhbU	

Продовження табл. 1

ЧАО «Куп'янський молочно-консервний комбінат»	м. Купянськ, вул. Ломоносова. 26, Харківська обл, Україна, https://kmk.ua/ru/about-us/ https://www.instagram.com/kmk.ua/ https://www.facebook.com/kmk.ua/ «Якість наша традиція»	
ПАТ «Білицький молочно- консервний комбінат»	м.Гадяч., вул. Будька, 47, , Полтавська область	

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» підприємство використовує нейтральне ціноутворення, де на основі стратегії середніх цін встановлюються ціни. Підприємство підтримує певний ціновий ряд, забезпечує позиціонування товарів. Ціни коливаються в залежності від наповнювачів згущеного молока (какао, шоколад).

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» здійснює співробітництво з іншими підприємствами. До інформаційних ресурсів комбінату належить офіційний сайт <https://pmkk.com.ua/contacts.html>, де подано

основну діяльність підприємства, новини, а також вказані принципи комунікацій зі споживачами, постачальниками, є інформація для торгових мереж, для майбутніх співробітників та інвесторів, телефон гарячої лінії. Опис профілю особливостей цільової аудиторії споживання продукції ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» подано у вигляді табл. 1.2.

Таблиця 1.2

**Опис профілю особливостей цільової аудиторії
ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»
станом на 01.05.22 р.**

№	Сегмент	Специфіка ринкової поведінки	Специфіка		Частка, %
			елемент	відмінності	
1	2	3		4	5

1	Доросла аудиторія 25-60	Індивідуальний підхід, створення продукції з показником якості цього продукту — відсоток жирів та рідини; виготовлення шляхом випарювання та додаванням 12% цукру; входить до державного матеріального резерву	продукт, ціна, місце	Якість не поступає перед ціною. Якісний продукт зі свіжого молока, відсутність здешевлюючих сурогатів рослинних жирів, барвників або діоксиду титану. Наявність у продукті Вітамінів А, В, С, D, Е, В1, В2, В12, РР, макро- і мікроелементів: Са, Р, Mg, К, Mn, І Вітамін Е перешкоджає утворенню тромбів, очищує і зміцнює судини.	56
2	Діти 3-6 та підлітки 12 - 16 років.	У продукті містяться жиророзчинні вітаміни А, D, Е, К, а також 20 незамінних жирних кислот. Наявність у продукту дозволяє заповнити недолік вітаміну D при дефіциті сонячного світла	продукт, просування	Впровадження нових технологій, зменшення кількості операцій, скорочення часу на виготовлення продукції, зростання продуктивності праці й зменшення виробничої собівартості. Сезонність просування продукту, короткі терміни зберігання продукції	34
3	Індивідуальні клієнти	Продукти відрізняються високим вмістом білків (до 25%), молочного жиру (до 60%) і мінеральних речовин (до 3,5%, не рахуючи повареної солі), безлактозні продукти. Індивідуальний підхід до роботи з клієнтами, знижки.	ціна, місце	Співвідношення ціна-якість, інтенсивність та гнучкість надання послуг. Відсутнє інформаційне наповнення сайту та соціальних мереж Інноваційні технології виробництва.	10

Таким чином, за даними табл. 1.2 та аналіз відгуків на сайті у відкритому доступі <https://pmkk.com.ua/contacts.html> можна зробити основні характеристики серед клієнтської аудиторії: співвідношення ціна/якість важлива, важлива інформація щодо складу продукції, інформаційне донесення до споживача про якість продукції, сторінок соціальних мереж, наявність сайту.

Для оцінки стану ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» застосовано SWOT-аналіз, що дає можливість проаналізувати внутрішні (сильні та слабкі сторони) і зовнішні (можливості та загрози), табл. 1.3.

Таблиця 1.3

SWOT – аналіз ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»

О Зовнішні можливості		Т Зовнішні загрози	
	Показник		Показник
1) Широкий асортимент продукції	5,4	1) Економічна криза (погіршення економічного стану)	7,8
2) Висока якість продукції, система управління безпечністю, сертифікат HALAL.	3,4 1,3 1,4	2) Кризові умови (вплив факторів воєнного стану та пандемії)	5,4 3,3
3) Міжнародне партнерство та довгострокові відносини з постачальниками	2,5 1,3	3) Агресивна рекламна політика конкурентів	1,9
4) Розвинена дистрибуція		4) Невисока купівельна спроможність населення	1,9
5) Використання новітніх технологій та обладнання		5) Досконалість маркетингових комунікацій конкурентів	1,7 0,4
		6) Підвищення цін на пальне	1,8
		7) Ріст собівартості продукції	
Загальний показник		15,3	Загальний показник
			19,2
С Внутрішні сильні сторони		W Внутрішні слабкі сторони	
	Показник		Показник
1) Підвищення кваліфікації персонала	0,5 0,5	1) Менеджмент	0,7
2) Значний досвід праці у сфері	0,6	2) Недостатній досвід в рекламній комунікації	0,8
3) Корпоративна культура підприємства	0,5 0,6	3) Недостатність кваліфікованих кадрів	0,7
		4) Недостатня обізнаність на ринку	0,2
		5) Недостатня розвинені онлайн інструменти щодо обізнаності про продукт	0,5
		6) Низька адаптованість підприємства до реалій життя	
Загальний показник		2,8	Загальний показник
			2,9

Проаналізувавши фактори, наведені у SWOT-аналізі, можна зробити наступні висновки: ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» має слабкі сторони, основними із яких є відсутність фірмової айдентики та подання у соціальних мережах, недостатня активність та обізнаність у рекламній діяльності у мережі Інтернет, низька клієнтоорієнтованість та зворотній зв'язок з аудиторією. Основна загроза є втрата постійних клієнтів, підвищення цін на пальне, через фактори впливу воєнного стану та кризових умов пандемії, низька адаптованість підприємства до часів сьогодення.

Стратегія спрямована на мінімізацію слабких сторін на основі використання зовнішніх можливостей: в умовах воєнного стану бажано посилити роботу у напрямках збереження економіки країни, посилення рекламної діяльності та основних конкурентних позицій підприємства; організації внутрішнього менеджменту та підтримки корпоративного духу підприємства, посилення рекламних комунікацій у напрямі виготовлення продукції та популяризації в онлайн середовищі.



2. РОЗДІЛ 2. Творче проєктування

Розроблена айдентика бренду сприяє впізнанності підприємства на ринку, формуванню сприятливого іміджу, підтримки репутації, підвищенню конкурентоспроможності, як продукції, так і підприємства в цілому, викликає довіру партнерів, споживачів, дає можливість виокремити конкурентні переваги підприємства, виявити приховані мотиви та посилити точки дотику з цільовою аудиторією. Фірмові ідентифікуючі повинні чітко відображати сферу діяльності підприємства, переконати замовників та споживачів у якості та натуральності.

льності продукції, в тому, що підприємству можна довіряти. Айдентика підприємства ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» асоціюється з якістю та безпечністю для життя, рис. 2.1.



Рис. 2.1. Фірмовий блок ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»

Згідно дослідження Брендинг та айдентика. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://respectdigital.com/services/brending-i-ajdentika>, можна виокремити основні характеристики вдалого логотипу:

- 93% фірмових знаків використані у стилі мінімалізм;
- 66% айдентики застосовується у вигляді іконки в поєднанні з текстом, такий підхід гарантує впізнаваність бренду, унікальний графічний елемент доповнюється текстовим елементом;
- 74% - це круглі логотипи, використання саме круглих графічних елементів надає айдентіці відчуття довіри, щирості бренду й конкурентоспроможності;
- 89% логотипів використовувалось 3 і відтінки цих кольорів, в цьому випадку прості кольори вносять елемент довіри та роблять логотип більш запам'ятованим;
- наявність образів дітей, малюків також підкреслює відчуття безпечності продукту;
- переважання синього та відтінків блакитного кольорів спостерігалось у 56% логотипів, що символізує спокій, надійність, нескінченність.
- У 76% використання жовтого кольору забезпечує відчуття щастя, радості, молодості, дружелюбності, світла сонця, інтелекту, віри та легкості.

На основі аналізу Proximity <https://defense.com.ua/> частка засобів реклами ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» з застосуванням айдентики бренду наочно можна представлено у вигляді діаграми, рис. 1.3.

Загальний аналіз рекламної діяльності ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» вказує на те, що відсоток 11% займає друкована реклама, реклама в мережі Інтернет, рекламна продукція у місцях продажу послуг, однак загалом недостатньо приділено уваги саме рекламній діяльності у соціальних мережах.

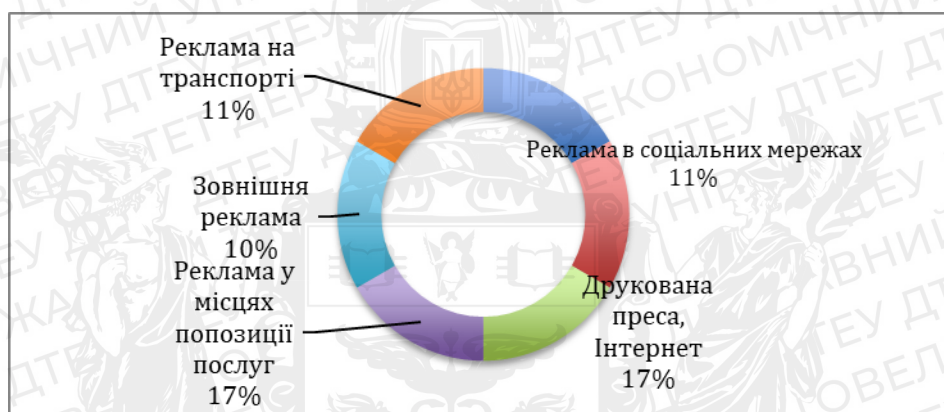


Рис. 1.3. Частка реклами ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.2022 р.

Як бачимо у фокусі уваги є Інтернет реклама, представлено інформацію на сайті, відсутні соціальні мережі. Головний акцент – направляти відвідувачів по запитам, які шукають відповідні пропозиції підприємства, товари, бізнес активності в мережі Інтернет.

Айдентика бренду ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» представлена у вигляді фірмового найменування, емблеми, штампів і бланків зі своїм найменуванням, круглої печатки, що містить його повне фірмове найменування й адресу місця знаходження, зареєстрований у встановленому порядку товарний знак та інші засоби візуальної ідентифікації.

Сайт ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» (дод.Ж) також виконаний в корпоративних кольорах і має зручний інтерфейс. Структура побудови і розташування бренд елементів дозволяють вигідно представити сильніші сторони підприємства та його продукції. Структура сайту складається з таких розділів, рис.2.4



Рис. 2.4. Айдентика сайту ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.2022 р.

Як бачимо, кожний розділ сайту подано у фірмовому стилі підприємства, при порівняльному аналізі можна виокремити наступні ідентифікуючі бренду, табл.1.6

Таблиця 1.6

**Порівняльна таблиця ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.2022 р.
з конкурентами**

Характеристики	ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»	ПАТ «Ічнянський молочноконсервний комбінат»	ЧАО «Куп'янський молочноконсервний комбінат»	ЧАО «Куп'янський молочноконсервний комбінат»
----------------	---	---	--	--

Продовження табл. 1.6

Наявність сайту Соціальних мереж	https://pmkk.com.ua/ https://www.facebook.com/PMKK.MILK/	https://ichnya.com/ https://www.facebook.com/ichnyaMKK/ https://www.youtube.com/watch?v=bR2bpyOYhbU	https://kmk.ua/ru/about-us/ https://www.instagram.com/kmk.ua/ https://www.facebook.com/kmk.ua/ «Якість наша традиція»	-
-------------------------------------	--	---	---	---

Елементи фірмового стилю	Торговельний знак; Логотип; Слоган Фірмовий шрифт Фірмовий колір Фірмовий блок	Торговельний знак; Логотип; Слоган Фірмовий шрифт Фірмовий колір Фірмовий блок	- Логотип; - - Фірмовий шрифт; Фірмовий колір Фірмовий блок	Торговельний знак; Логотип; Фірмовий шрифт Фірмовий колір
Фірмові носії	- - - - - - Соціальні мережі Відсутність месенджерів	Документація; - Прайс-лист; - Соціальні мережі Youtube-канал	Документація; - Прайс-лист; - Соціальні мережі	-
Сувенірна продукція	-	Наявні фірмові футболки	.	
Фірмові елементи (інтер'єр)	Обладнання, вівіска	Вивіска при вході, фірмові кольори в інтер'єрі офісу	Вивіски	-

За даними статистики Google Analitics, необхідно постійно оновлювати дизайн та рекламний контент, тому запропоновано інтегрований план впровадження айдентики у табл. 2.2.

Таблиця 2.2

Інтегрований план застосування інструментів формування бренд-айдентики станом на 01.05.2022 р.

Цільова аудиторія	Канали комунікації	Носії комунікації
B2C	Digital-інструменти	Оновлення сайту, адаптація сайту під мобільні пристрої, адаптація контенту під екран наповнення актуальним контентом нижньої панелі блоку сайту, веб-сторінки, створення блогу, налаштування перепоси-

Партнерство та виставки, конкурси, майстер-класи Мережа Інтернет	лань на сайт, оптимізація зображень
	соціальні мережі, запуск реклами та відеороликів у соціальних мережах на сторінках «Instagram», «Facebook», «YouTube» каналу, створення посилань на сторінки та зворотній зв'язок
	Реклама в соціальній мережі «LinkedIn», ведення та наповнення сторінки Проведення онлайн-конкурсу
	Постійний внутрішній аудит сторінок сайту та наповненого контенту
	Розробка та реклама на сторінці «Instagram», Tik-Tok, Банерна реклама в пошуковій системі «Google+», активізація пошукових систем, контроль за контентом, моніторинг посилань із зовнішньої реклами, зворотній зв'язок, цифрова реклама, візуал, активності через мобільний додаток «Viber» та месенджер «Telegram», розробка стікерів Соціально-освітні програми, рецепти, участь у конкурсах та проведення майстер класів, партнерство, текстове меню, екскурсії, плакати та бренд айдентика патріотичного характеру, адаптована під дії сьогодення та воєнний час Крауд-технології, дайджест, медіазвіти, статті у спеціалізованих професійних журналах та виданнях Розсилка, запрошення підприємствам, контрагентам, потенційним партнерам з прайсами та пропозицією до співпраці

Запропоновані заходи щодо формування бренд айдентики дозволять охопити цільову аудиторію з поступової реалізації зазначених етапів.

Бюджет реалізації заходів для підприємства станом на 01.05.2022 р.

Таблиця 2.4

**Загальний бюджет реалізації рекламних заходів
лютий – липень 2022 р.**

Захід	Деталізація заходу	Вартість, грн.	Період
1	2	3	4
Наповнення сторінки офіцій-	Дизайн сайту, встановлення зворотного	10000	травень-червень 2022

ного сайту https://pmkk.com.ua/about.html	зв'язку та чат-боту		
Розробка концепції оновленої сторінки у соціальних мережах Facebook Instagram	Робота дизайнера, акаунт-менеджера	5000	червень 2022
	Рекламний бюджет	5000	травень – липень 2022
	Встановлення системи «Callback» на сайті, зворотний зв'язок у соціальних мережах	3000	травень – липень 2022
Банерна реклама	У контекстно-медійній пошуковій системі «Google»	5000	травень – липень 2022
Реклама у розробленому мобільному додатку	Мобільний додаток	2700	травень – липень 2022
Розробка реклами, сторінки Landing page		3000	червень 2022
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram Link		5000	травень 2022
Участь у заходах	Участь у майстер-класах, корпоративних заходах онлайн	200	травень – липень 2022
Загалом		45200	

Для налагодження комунікацій запропоновано сторінку у соціальних мережах Facebook Дод. А. Також було розроблено тематичну сторінку в Instagram, де представлене фото діяльності ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат», новинки та досягнення Дод. Б. Макет сторінки Instagram та основний контент-план для соціальних мереж наведено у дод. В, Є. Подано макет розробленого візуального контенту сторінки Landing page у мобільному додатку дод. Е, приклад візуального контенту та макетів журналу представлено у дод. З., І. Разом з концепцією формування оновленої програми акцент зроблено на формування позитивного образу бренду; збільшення пізнаваності; залученості нової цільової аудиторії, збільшення охоплення потенційних споживачів дод. Ж.

Медіаплан формування бренд-айдентики представлено в табл.2.9.

Таблиця 2.9

Медіаплан розробленої рекламної кампанії ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.01.22 р.

Інструмент	Травень			Червень			Липень		
	1-10	11-21	21-31	1-10	11-20	21-30	1-10	11-20	21-31

Реклама в соц. мережі «Facebook»									
Банерна реклама в пошуковій системі «Google»									
Створення чат ботів для месенджерів									
Розробка реклами									
Розсилка в мобільному додатку Viber, Telegram									
Участь в онлайн-заходах									

В цілому слід зазначити, що розробка рекламної програми, оцінка рекламних засобів, здійснення моніторингу ринку рекламних послуг, оцінки ефективності рекламної діяльності сьогодні набувають особливої актуальності, і дозволяє охопити всю цільову аудиторію, два ключових ядра: B2B та B2C ринок.

ВИСНОВКИ

В умовах сьогодення, воєнного стану та високої конкуренції, підвищеної активності підприємств на ринку харчової промисловості, актуальним стає ак-

тивна позиція підприємств, формування бренд-айдентики для підтримки бойового духу підприємства, цінностей, підвищення лояльності споживача, та активності в мережі Інтернет.

У випускній кваліфікаційній роботі було проаналізовано діяльність підприємства сфери харчової промисловості, подано характеристичну підприємства, подано макети бренд-айдентики підприємства розроблено інструкцію щодо застосування рекламних макетів у сфері діяльності ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат».

В аналітичній записці випускної кваліфікаційної роботи було представлено загальну інформацію підприємства ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат», проаналізовано діяльність. Представлено конкурентні переваги у порівнянні з іншими підприємствами сфери харчової промисловості, представлено SWOT-аналіз ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат», визначено сильні та слабкі сторони, виокремлено можливості та загрози з урахуванням воєнного стану в країні. У роботі подано існуючі інструменти формування бренду підприємства, інструменти реклами щодо управління брендом, виокремлено слабкі сторони та перспективи розвитку.

Посилено позиції діджитал інструментів. Запропоновано макети банерної реклами, створення елементів фірмового стилю підприємства та основних носіїв, оформлення офіційного сайту та сторінки у мережі Instagram.

На оновленому офіційному сайті розміщена вся необхідна інформація, продукція, контакти, запропоновано зворотній зв'язок. Запропоновано контент-план для соціальної мережі Instagram з запропонованим та розробленим контентом характеристика постів (від інформаційного до розважального).

Відповідно до завдань випускної кваліфікаційної роботи було розроблено медіаплан, представлено медіабюджет, бюджет запропонованих інструментів формування бренд-айдентики підприємства.

Загалом, ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» має провідну та суттєву роль у створенні та просуванні успішного продукту, виокремлено шляхи посилення позицій бренду для збільшення контактної аудиторії. Загалом формування бренд-айдентики направлено на ідентифікацію підприємства.

тва серед інших, зміцнення конкурентних позицій у сфері харчування, залучення нових клієнтів, зміцнити стосунків із лояльною аудиторією, сформувати високоякісного продукту, підтримка економіки країни в умовах сьогодення.



СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон про рекламу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр>
2. Барлоу Д., Стюарт П . Сервіс, орієнтований на бренд. Нове конкурентна перевага / Д. Барлоу, П. Стюарт - М.: Олімп Бізнес, 2007. - 271с.
3. Веркман К. Товарні знаки : створення, психологія, сприйняття / К. Веркман; пер. з англ. – М.: Прогрес, 1990. – 520 с.
4. Гундарін М. Рекламні та PR-кампанії / М. Гундарін, Е. Гундарін: Фенікс, 2013. - 250 с.

5. Іттен Й. Мистецтво кольору / Й. Іттен.: Издатель Д. Аронов, 2010. – 96 с.
6. Райс Є. Позиціонування : навчальний посібник / Є. Райс, Д. Траут, Ю.М. Капшуревський; під ред. Є. Райса. - 2005. - 120 с.
7. Файвіщенко Д.С. Маркетингова стратегія бренд-менеджменту // Наук. журн. «Проблеми економіки». Науково-дослід. Центр індустр. проблем розвитку НАН України. № 1. 2013. С. 261–266. ISSN 2222-0712 (0,5 д. а.) (*Index Copernicus i in.*).
8. Carter D. E., Stephens S. MW The Big Book of Design Ideas 3 [Текст] : / David E. Carter, Suzanna MW Stephens / Harper Collins Publishers Inc., 2008. - 384 р.
9. Eirey D. Identity Designed : The Definitive Guide to Visual Branding [Текст] : / David A. – Rockport, 2019. – 288 р.
10. Gardner B. Logolounge [Текст] : / Bill Gardner. - К. : Rockport, 2005. - 191 р.
11. Прайс-лист друку [Електронний ресурс]: Друкарня Вольф. - Режим доступу: <https://wolf.ua/uk/offset-calc/>. – Назва з екрана.
12. MMR [Електронний ресурс]: Світ реклами. - Режим доступу: <https://mmr.ua/> Назва з екрана.
13. СМО Survey [Статистика досліджень СМО Survey [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://cmosurvey.org/results/august-2017> – Назва з екрану]
14. ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://pmkk.com.ua/> – Назва з екрану]

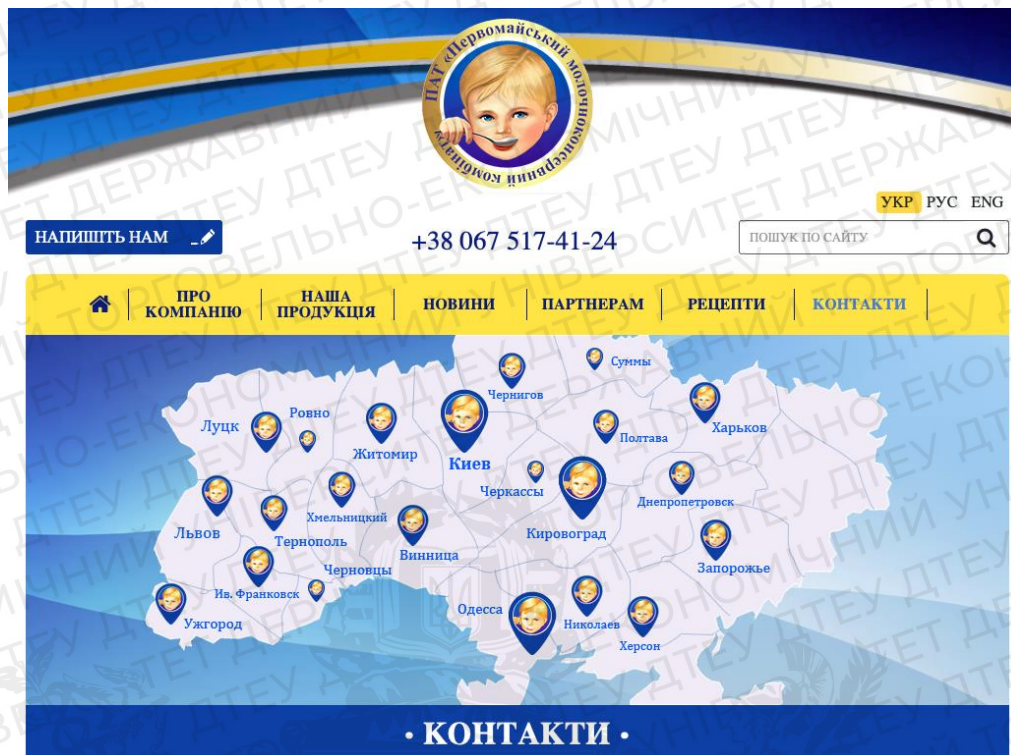


ДОДАТКИ

Додаток А

**Місце геолокації бренду ПрАТ «Первомайський молочноконсервний ком-
бінат»**

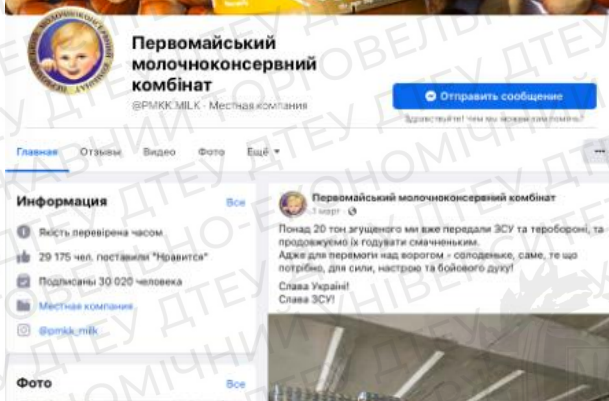
01.05.2022 р.



Додаток Б

Макет розробленої сторінки у соціальній мережі Facebook

<https://www.facebook.com/PMKK.MILK> ПрАТ «Первомайський молочно-консервний комбінат» станом на 01.05.2022 р.



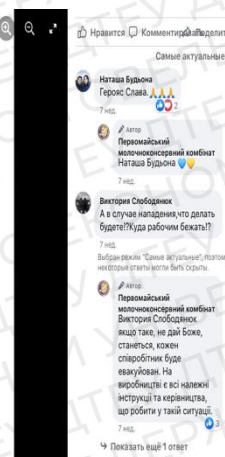
Шановні споживачі та партнери, хочемо повідомити що, Первомайський МКК продовжує свою роботу.

Ми, як і завжди виробляємо молочну продукцію, яка буде з'являтися на полицях маркетів.

Можливі затримки з логістики по Україні, але ми все одно будемо працювати!

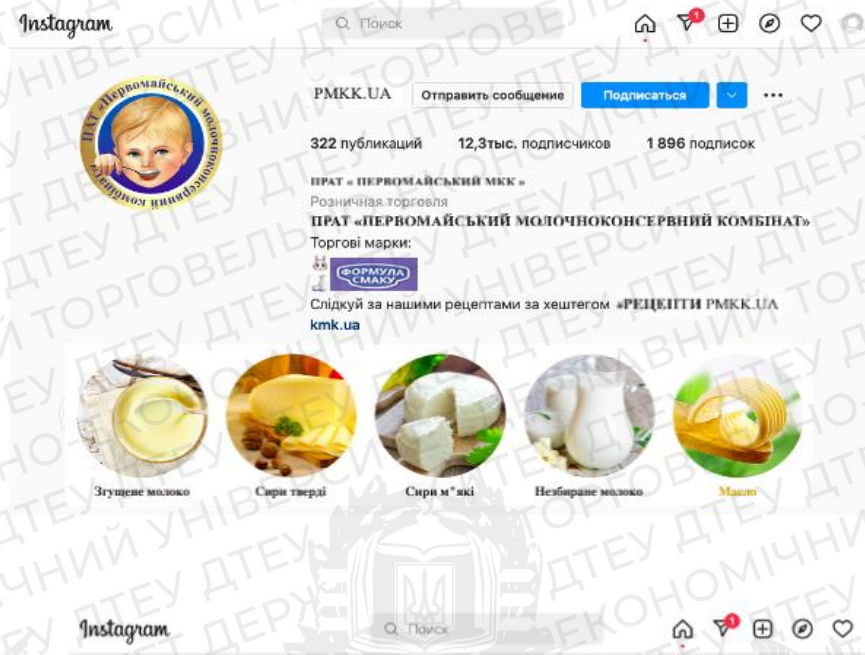
Будь ласка, не хвилюйтеся, все буде добре. 💜

Слава Україні! 🇺🇦



Додаток В

Макет розробленої сторінки у соціальній мережі Instagram розміром 728x90
<https://www.instagram.com/pmkk.ua/>
ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»
станом на 01.05.2022 р.



Додаток Е

Макет розробленого візуального контенту сторінки

Landing page у мобільному додатку

ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»

станом на 01.05.2022 р.



Додаток Є

**Контент-план ПРАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»
станом на 01.05.2022 р.**

День	Час виходу	Тип посту	Опис посту
------	------------	-----------	------------

	поста		
Понеділок	09.00	Комерційний	Хто ми. Що ми пропонуємо. Де знаходимось
Вівторок	13.00	Інформаційний	Підтримка ЗСУ
Середа	13.00	Інформаційний	Акційні пропозиції
Четвер	13.00	Інформаційний	Наша активність
П'ятниця	09.00	Інформаційний	Рецепти, корисна інформація
Субота	13.00	Розважальний	Фото-колаж наших подій
Неділя	13.00	Розважальний	Кумедний фотоконтент



Макет розробленого візуального контенту
ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат»
станом на 01.05.2022 р.



Приклад макетів журналу для ПрАТ «Первомайський молочноконсервний комбінат» станом на 01.05.2022 р.

