

ДЕРЖАВНИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра журналістики та реклами

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Розробка рекламної кампанії підприємства на ринку агропромислової продукції»

(заматеріалами ТОВ «КвадроАгро», м. Олександрія, Кіровоградська область)

Студента 4 курсу, 5 групи,
Спеціальності 061
Журналістика», спеціалізації
«Реклама і зв'язки з
громадськістю»

підпис студента

Колодзінська Поліна
Анатоліївна

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

підпис керівника

Бучацька Ірина
Олександрівна

Гарант освітньо-професійної
програми д.е.н., професор
кафедри журналістики та
реклами

підпис гаранта

Файвіщенко Діана
Сергіївна

Київ 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА.....	5
1.1 Оцінка конкурентного середовища агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро» з просування товарів та послуг	5
1.2. Аналіз рекламної діяльності підприємства ТОВ «Квадро Агро» на ринку агропромислової продукції	15
РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ.....	
ТОВ «Квадро Агро».....	19
2.1. Обґрунтування концепції рекламної кампанії агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро».	19
2.2.Оцінювання ефективності рекламної кампанії на майбутній період та розробка рекламних макетів.	23
ВИСНОВКИ.....	34
Список рекомендованих джерел.....	35
Додатки.....	36

ВСТУП

Актуальність обраної теми. На даному етапі розвитку ринкової економіки в Україні є важливим підвищення ефективності роботи підприємства, для досягнення високого рівня прибутковості, конкурентоспроможності, фінансової стійкості і т. д.

Питання ефективності діяльності завжди буде актуальним, тому що від цього залежить прибутковість підприємства, його фінансовий стан і подальший розвиток. Особливо в сучасних ринкових відносинах, які динамічно змінюються і вимагають швидкого пристосування до ситуації та зміни принципів роботи, швидка оптимізація, що дозволяє більш ефективно витратити ресурси підприємства та в цілому підвищувати ефективність роботи є ключовим питанням.

Сучасна реклама - багатоаспектне явище, яке привертає увагу науковців різних галузей науки: лінгвістів, психологів, культурологів, соціологів. Мова реклами миттєво реагує на появу нових ідей, подій, а зміни у будь-якій сфері життя неминуче відображаються у рекламних текстах.

Цій темі присвячується достатньо багато наукових робіт. Системне дослідження реклами проводить Ф.Тейлор. Ряд інших західних вчених не залишають цей аспект поза увагою, серед них Дж. Браун, Г. Джовет, К. Джонсон-Керті, В.О'Донелл, Г. Копленд, Н. Лайтесс.

Мета дослідження. Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, щоб на основі доступної літератури проаналізувати та з'ясувати основні засади організації рекламної діяльності на підприємстві агропромислової продукції і розробити напрями її удосконалення.

Завдання дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- Надати оцінку конкурентного середовища агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро» з просування товарів та послуг;

- провести аналіз рекламної діяльності підприємства ТОВ «Квадро Агро» на ринку агропромислової продукції;
- здійснити обґрунтування концепції рекламної кампанії агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро»;
- провести оцінювання ефективності рекламної кампанії на майбутній період та розробка рекламних макетів.

Об'єкт дослідження – рекламна діяльність підприємства.

Предмет дослідження - напрями та методи підвищення ефективності рекламної діяльності ТОВ «Квадро Агро».

Методи дослідження: логічний метод, метод горизонтального і вертикального аналізу, графічний метод, методи економіко-математичного моделювання, метод логічного узагальнення та порівняльний.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці й економічному обґрунтуванню напрямів підвищення ефективності фінансової діяльності, а саме пропозиції щодо підвищення прибутковості підприємства шляхом покращення роботи відділу збуту та проведення нової рекламної кампанії. Зазначені напрямки дозволять підвищити продажі, а отже і збільшити прибуток підприємства.

Джерела дослідження. В процесі написання випускної кваліфікаційної роботи використовувались монографії, наукові та періодичні видання, нормативно-правова база, статистичні звіти діяльності підприємства, Інтернет ресурси, та емпірична база досліджень.

Обсяг і структура випускної кваліфікаційної роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, чотирьох підрозділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

РОЗДІЛ 1. АНАЛІТИЧНА ЗАПИСКА

1.1 Оцінка конкурентного середовища агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро» з просування товарів та послуг

Сільськогосподарське підприємство ТОВ «Квадро Агро» створене у 2000 р. та входить до складу агропромислового Холдингу «Агро-Союз». У структурі агропромислового комплексу більшості регіонів України сільське господарство займає провідне місце. Воно є однією з важливих галузей матеріального виробництва, що забезпечує населення продуктами харчування, а переробні галузі – сировиною.

В галузевій структурі сільськогосподарського виробництва Кіровоградської області рослинництво (69 %) переважає над тваринництвом (31 %), що є негативним наслідком трансформаційних змін пострадянського періоду, адже в структурі сільського господарства індустріально розвинених регіонів тваринництво є провідною галуззю. Тенденція переважання галузей рослинництва в структурі сільського господарства зберігається практично в усіх районах Кіровоградської області. Галузь тваринництва регіону представлена скотарством, свинарством, птахівництвом, вівчарством та козівництвом. Скотарство є однією з найважливіших галузей тваринництва із значною диференціацією в розміщенні по території області. Птахівництво – одна з найбільш динамічних галузей агропромислового комплексу Кіровоградської області. Кіровоградщина – сільськогосподарська область. Земельний фонд області складає 2649.2 тис. га. До основних земельних угідь, від стану яких в значній мірі залежить економічна ситуація в області, відносяться землі сільськогосподарського і лісгосподарського призначення та природно-заповідного фонду. В агропромисловому комплексі працює понад 850 агроформувань на основі приватної власності на землю. Крім цього діють 1240 селянських (фермерських) господарств.

Площа сільськогосподарських угідь становить понад 2 млн гектарів. Родючість ґрунтів у середньому по області становить 60-65 одиниць (за 100 – бальною шкалою). За обсягом валової продукції сільського господарства область займає провідне місце в Україні.

З кожним роком збільшуються посівні площі під зернові культури і в першу чергу – озиму пшеницю, ячмінь, соняшник, кукурудзу, гречку, просо і цукровий буряк. Валовий збір зерна за останні два роки зріс майже на чверть, середньорічний урожай становить 1650 тон. Основна спеціалізація району – вирощування зернових і технічних культур, вирощування великої рогатої худоби м'ясо-молочного напрямку, а також свинарство й птахівництво.

Сьогодні сільськогосподарське підприємство ТОВ «Квадро Агро» – це результат впровадження світового досвіду ресурсозбереження у рослинництві і тваринництві, на основі якого ТОВ «Квадро Агро» зі своїми партнерами формує нову аграрну культуру і інтегровану модель ефективного бізнесу.

Загальна площа сільськогосподарських угідь ТОВ «Квадро Агро» складає 280 га. Товариство має матеріально-технічну базу, а саме: ферми, складське господарство, дороги, житлово-комунальне господарство, машини та обладнання сільськогосподарського призначення. Інтенсифікація розвитку зернового господарства та збільшення обсягів виробництва зерна ТОВ «Квадро Агро» досягається завдяки таким основним чинникам, як підвищення урожайності шляхом удосконалення землекористування, дотримання сівозмін, обробітку ґрунту, внесення мінеральних добрив і проведення хімічної меліорації земель, захисту рослин, розвитку селекції і насінництва, підвищення якості зерна, науково-методичне забезпечення, розвиток ринку зерна.

Основними видами діяльності ТОВ «Квадро Агро» є:

- вирощування та продаж зернових та технічних культур, віднесених до інших класів рослинництва;

- вирощування культур у поєднанні з тваринництвом, надання послуг у рослинництві і тваринництві;
- виробництво м'яса і субпродуктів;
- переробка свійської птиці та кролів;
- виробництво готових кормів для тварин, що утримуються на фермах;
- розвиток сировинної і матеріальної бази на основі кооперування, спеціалізації і концентрації виробництва;
- торгівельна діяльність, у тому числі оптова, дрібнооптова, роздрібна, комісійна, біржова, аукціонна та інших видів;
- закупівля сільськогосподарської продукції у населення та організацій та інше.

ТОВ «Квадро Агро» самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис. Господарство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад тощо), а також функціональних структурних підрозділів (управлінь, відділів, бюро, служб тощо). Фермерське господарство як організаційна форма господарювання за комплексом ознак подібне до інших середніх і великих підприємств, однак вирізняється порівняно меншими обсягами господарської діяльності. Фермерському укладу притаманні усі характерні ознаки сільськогосподарського виробництва, які обумовлюються складністю, різноманітністю, непередбачуваністю і, безумовно, певним ризиком у процесах виробництва, переробки та збуту продукції.

Органами управління ТОВ «Квадро Агро» відповідно до Статуту, затвердженого загальними зборами учасників є: загальні збори учасників та директор. Загальні збори учасників – вищий орган Товариства – складаються з учасників Товариства, які здійснюють контроль за фінансово-господарською діяльністю компанії та діяльністю директора. Директор ТОВ «Квадро Агро» підзвітний зборам Учасників та не може бути одночасно головою зборів учасників Товариства. Директор – виконавчий орган ТОВ «Квадро Агро» –

обирається та відкликається зборами учасників Товариства і вирішує усі питання діяльності компанії, що входять до його компетенції.

Організаційна структура ТОВ «Квадро Агро»



Рис.1.1. Організаційна структура ТОВ «Квадро Агро»

ТОВ «Квадро Агро» має нескладну організаційну структуру з невеликою кількістю лінійних та функціональних відділів: економічний відділ, відділ оптової та роздрібної торгівлі, складське господарство, мережа магазинів, відділ логістики, який займається плануванням товарообороту готової продукції та управлінням цим процесом, а також оптимізацією транспортних маршрутів.

Для аналізу впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства представлено в таблиці SWOT-аналіз (табл.1.1).

Таблиця 1.1

Матриця SWOT-аналізу для ТОВ «Квадро Агро» у 2023 році

Можливості	Загрози
1. Швидке зростання ринку 2. Мала ймовірність виникнення нових продуктів 3. Збільшення попиту на продукцію 4. Зниження кредитної процентної ставки 5. Збільшення кількості спеціалістів у сфері стратегічного управління 6. Невелика кількість достатня сильних конкурентів у регіоні.	1. Дія військового стану в Україні 2.Зростання темпів інфляції 3. Відсутність законодавчих актів, що регулюють господарську діяльність у даній сфері 4. Зміни в потребах споживача 5. Зниження загальної платоспроможності підприємств 6. Зростання соціально політичної не стабільності 7. Збільшення податкового «пресу»
Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Наявність кваліфікованого персоналу, що має досвід роботи в даній області 2. Гарні ділові зв'язки зі споживачами продукції і постачальниками матеріалів і комплектуючих 3. Висока якість продукції, що відповідає європейському рівню 4. Лояльність споживачів до фірми	1. Негнучка політика роботи з клієнтами (складна процедура надання кредитів тощо) 2. Відсутність маркетингових досліджень 3. Періодично виникаючі труднощі з розміщенням замовлень

Найбільший негативний вплив на діяльність ТОВ «Квадро Агро» завдають наступні фактори зовнішнього середовища:

- високий ступінь залежності продавця від покупця;
- оцінка якості обслуговування клієнтів;
- діяльність компанії в області реклами, стимулювання збуту і підтримки каналів товароруку.

Серед позитивних факторів впливу можна відмітити:

- високий ступінь залежності покупця від продавця і висока вартість "переходу" до іншого продавцю;
- чутливість покупця до ціни, обумовлена орієнтацією на торгову марку і прихильність до торгової марки;
- якість продукції.

Маркетингова програма ТОВ «Квадро Агро» орієнтована на оптові постачання продуктів продовольчим фірмам, лікувальним і дитячим установам, а також комбікормів тваринницьким і птахівницьким агрофірмам України та країнам ЄС.

Нами було виявлено, що практично вся продукція ТОВ «Квадро Агро» не відповідає даним вимогам, в наслідок чого підприємство може втратити свою ринкову нішу.

Для того, щоб скласти робочу рекламну кампанію для підприємства необхідно визначити ЦА споживачів продукції. Тому наступним буде визначення цільової аудиторії, яку необхідно охопити, а також обираючи інструментів, що будуть використані для охоплення. Отже, в даному випадку маємо 3 сегменти цільової аудиторії (табл.1.2).

Так як основна специфіка роботи та основний дохід ТОВ «Квадро Агро» - це оптова торгівля. Ядро цільової аудиторії – це агрономи, керівники та власники підприємств, що вирощують сільськогосподарські культури. Наша цільова аудиторія – це фермери, садівники, овочівник, ринки, супермаркети, виробники харчових продуктів, а також державні органи, які займаються контролем якості продукції.

Таблиця 1.2

Цільова аудиторія ТОВ «Квадро Агро»

№	Цільова аудиторія	Інструмент
1	Кінцеві споживачі, що купують продукцію в фірмових магазинах.	Наявність великого вибору товару в магазинах, новинки та зовнішня реклама в межах міста (банери).
2	Малий бізнес, агрономи, керівники та власники підприємств, що вирощують сільськогосподарські культури, займаються перепродажем та переробкою.	Акційні пропозиції за мілкий опт кінцевим споживачам
3	Середній та великий, які купують продукцію для використання, продажу, перепродажу та переробки.	Знижки фермерським господарствам.

Не менш важливо проаналізувати і конкурентне середовище. В Кіровоградській області достатньо багато компаній, які займаються аграрною продукцією. Проаналізувавши їх, можна зазначити, що всі вони нехтують просуванням та рекламними заходами. Проте, вдалось знайти досить цікавого конкурента для порівняльного аналізу. А саме «АгротокЛтд» - це постачальник сучасних технологічних рішень, агрономічної підтримки та якісних товарів для агровиробників України. Виробництво продукції «АгротокЛтд» знаходиться теж в м. Олександрія, Кіровоградська обл.

Таблиця 1.3

Порівняльний аналіз засобів реклами ТОВ «Квадро Агро» та ТОВ «АгротокЛтд»

	ТОВ «Квадро Агро»	ТОВ «АгротокЛтд»
Наявність сайту	Власного сайту немає.	Існує власний сайт. Сайт дуже зручний, одразу можна знайти контактну інформацію для зворотнього зв'язку, актуальні розділи та пропозиції.
Наявність логотипу	Логотип є, за період роботи підприємства не змінювався 	Є логотип, змінювався декілька разів. 
Наявність онлайн платформ	Є YouTube канал, який налічує 358 підписників.	Є YouTube канал, який налічує 319 підписників.
Наявність соціальних мереж	Є сторінка в Facebook (3800 підписників)	Є сторінка в Instagram (1684 підписників), в Facebook (1800 підписників)
Зовнішня реклама	Банерна реклама в межах міста, білборди.	Банерна реклама в межах міста.
Заходи та виставки	Участь в національних аграрних заходах, таких як «День поля», «Зернові технології 2023», «AgroAnimalShow» де можна продемонструвати свою продукцію. Спонсорство спортивних команд, що пов'язані з аграрним сектором. Участь у Міжнародній виставці «Агро-2022»	Участь в виставці «Агроекспо 2018», польовій виставці «Euralis», «FarmProgressShow»

Продовження таблиці 1.3

Маркетингові рішення	Знижки оптовим кінцевим споживачам. Існують програми лояльності для споживачів фірмових магазинів, знижки для фермерських господарств та постійних покупців. Також є зручна доставка та розсилка новин.	Знижки на першу покупку, розпродажі, співпраця з партнерами, розсилка каталогів
Наявність каталогу	Існує друкований варіант каталогу.	Існує електронний та друкований варіант КАТАЛОГ ПРОДУКЦІЇ ЗАСОБИ ЗАХИСТУ РОСЛИН МІКРОДОБРИВА РЕГУЛЯТОРИ РОСТУ РОСЛИН НАСІННЯ

Виходячи з порівняльної таблиці, вдалось знайти слабкі сторони ТОВ «Квадро Агро». Такі як: відсутність сайту та електронного каталогу, низька активність в соціальних мережах, над цим варто попрацювати.

Окрім того, варто відмітити, що ТОВ «Квадро Агро» активно створює відео-контент для YouTube платформи. Наразі на канал підписано 358 осіб, відео публікуються декілька разів на тиждень, загальна кількість переглядів 77762. Також є опис каналу та актуальне посилання на сторінку в Facebook.

Дизайн та статистика YouTube каналу ТОВ «Квадро Агро»

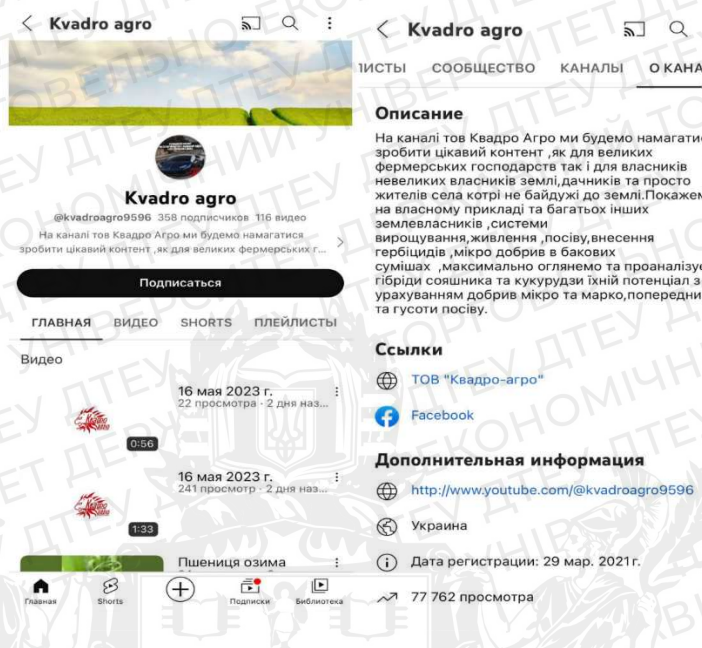


Рис 1.2 Аналітика та опис YouTube каналу підприємства

Важливо зазначити, що маркетологи також знімають короткі відео, а саме «Shorts». Наразі цей напрям новий та набирає багато переглядів.

Розділ «Shorts» на каналі ТОВ «Квадро Агро»

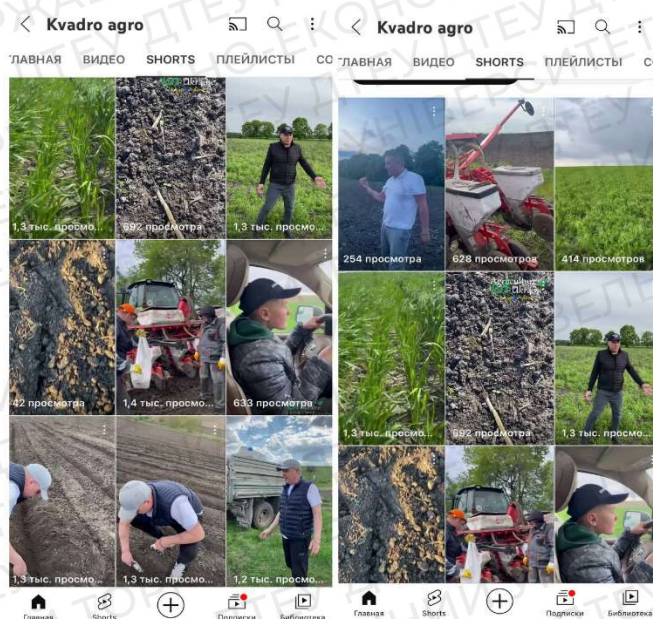


Рис 1.3 Розділ з короткими відео, які набирають велику кількість переглядів

Отже, порівняльний аналіз показав нам, що YouTube канал, а саме напрям відео «Shorts» є сильною стороною ТОВ «Квадро Агро». Також вдалось знайти і недоліки в порівнянні з конкурентом, а саме: відсутність сайту та електронного каталогу. Активність в соціальних мережах ТОВ «Квадро Агро» низька. Тому в другому розділі будемо працювати над підвищенням впізнаваності та зручності комунікації з підприємством.

1.2 Аналіз рекламної діяльності підприємства ТОВ «Квадро Агро» на ринку агропромислового продукції.

Комунікація ТОВ «Квадро Агро» починалася з класичної комплексної рекламної кампанії. Рекламна активність тривала протягом 2 років. (2019-2021).

На основі позиціонування корпорації було створено іміджевий ролик: ТОВ «Квадро Агро» – українська компанія. З'явився слоган – «Україна. Від краю до краю! Українці. Від серця до серця!».

Відео з якого почався YouTube канал «Квадро Агро»

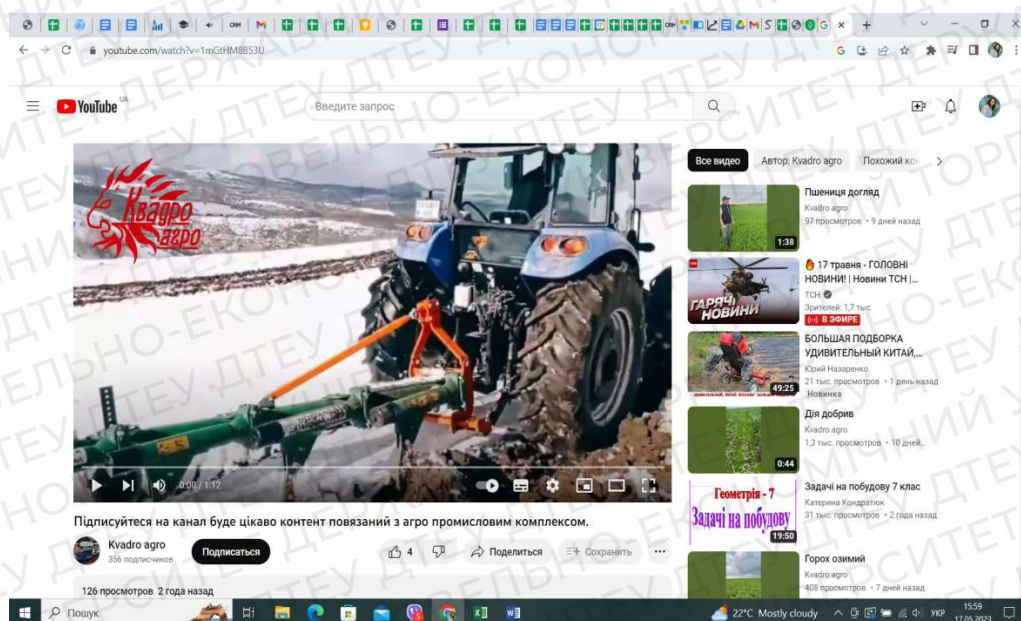


Рис. 1.4 Перше відео на каналі підприємства «Квадро Агро»

Для того, щоб чітко відслідкувати активність в соціальних мережах проаналізуємо існуючі сторінки та платформи ТОВ «Квадро Агро», а саме YouTube канал та Facebook.

Таблиця 1.4

Аналіз активності ТОВ «Квадро Агро» в YouTube

Дата створення каналу	29 березня 2021 р
Опис каналу	«На каналі ТОВ Квадро Агро ми намагатимемося зробити цікавий контент, як для великих фермерських господарств так і для власників, невеликих власників землі, дачників та просто мешканців села, які не байдужі до землі. Покажемо на своєму прикладі і багатьох інших землевласників, системи вирощування, живлення, посіву, внесення гербіцидів, мікродобрив у бакових сумішах, максимально оглянемо та проаналізуємо гібриди соняшника та кукурудзи їх потенціал з урахуванням добрив мікро та марко, попередника та густоти посіву.»
Кількість відео	116
Кількість переглядів роликів	Сумарна кількість переглядів – 78161. Отже середня кількість переглядів одного ролику складає – 673 перегляди.
Гіперпосилання	Існує актуальне посилання на Facebook

Важливо відмітити, що ролики на каналі виходять систематично, як правило до 5 на тиждень. Кількість переглядів роликів перевищують в 6 разів кількість підписників. Це говорить про те, що є поціновувачі агропромислового контенту. Окрім, того ця вузькопрофільна ніша не заповнена, тому набрати лояльну, платоспроможну аудиторію при правильній стратегії буде не важко. В подальшому потрібно буде додати посилання на сайт та LinkedIn.

Таблиця 1.5

Аналіз активності ТОВ «Квадро Агро» в Facebook

Тип сторінки	Відкрита група
Дата створення	Створена 2 роки тому
Кількість підписників	3,4 тис.
Активність	164 публікацій за останній місяць
Кількість коментарів	До 5 коментарів під постом
Кількість людей, що діляться постами	В середньому це до 10 репостів кожної публікації.

Всі пости в Facebook направлені на продаж домішок, добрив, мікродобрив та інших продуктів. Публікації максимально направлені на комерцію. Кількість репостів, свідчить про те, що стратегію просування через дану соціальну мережу працює. До того ж, під кожним постом можна натиснути кнопку «повідомлення» і одразу зв'язатись з продавцем.

Приклад публікації ТОВ «Квадро Агро» в Facebook

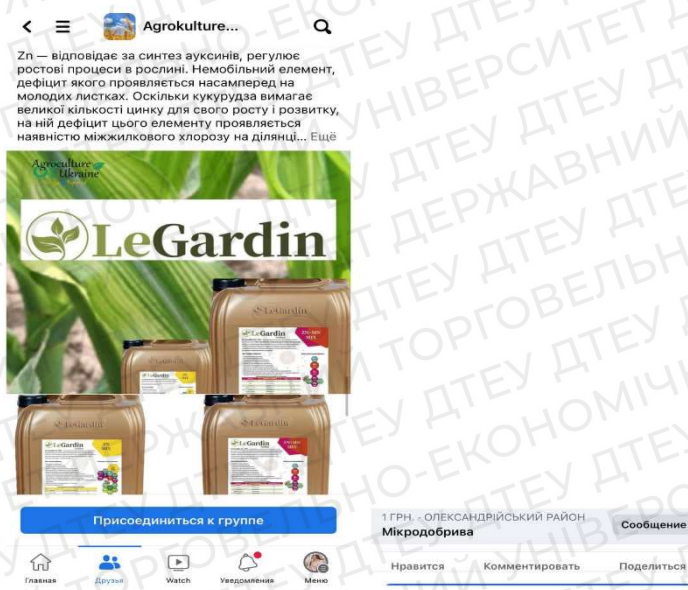


Рис. 1.5 Одна із публікацій в Facebook ТОВ «Квадро Агро»

Проаналізувавши сторінку в Facebook можна зробити висновок, що підписана цільова аудиторія, кінцеві споживачі продукції, які слідкують за новинками та сезонними товарами.

ТОВ « Квадро Агро» в просуванні використовує банерну рекламу в межах міста. Банерна реклама буде створена за допомогою «Sonata Group», обійшлась в 10000 грн на місяць разом із друком. Така реклама підвищила продажі в магазинах на 15%.

ТОВ « Квадро Агро» активно приймає участь в національних виставках. Наприклад: « День Поля», «Зернові технології 2023», «Агро 2022» та інші. Такі виставки дають змогу продемонструвати продукцію новаторам. В подальшому компанія планує виходити на міжнародний ринок та брати участь в інтернаціональних заходах.

Виходячи з проаналізованої інформації та діяльності ТОВ «Квадро Агро» на сьогоднішній день, основні стратегії просування передбачають застосування різноманітних комунікаційних заходів (Додаток 1.1).

РОЗДІЛ 2. ТВОРЧЕ ПРОЕКТУВАННЯ ТОВ «Квадро Агро»

2.1. Обґрунтування концепції рекламної кампанії агропромислового підприємства ТОВ «Квадро Агро»

Після аналізу рекламних заходів ТОВ «Квадро Агро» та порівняння з конкурентами, можна скласти рекомендації, щодо вдосконалення системи рекламної діяльності.

Враховуючи прагнення компанії розвиватись та інтегрувати нові технології просування перед службою маркетингу були поставлені наступні цілі, досягнення яких планується на 1 рік:

1. Просувати нові товари та послуги:

- повідомити цільову аудиторію про вихід у продаж нового продукту;
- створити позитивний імідж продукту;
- спонукати до купівлі нового товару.

2. Підтримка позитивного іміджу компанії.

Інструментом вирішення даної задачі обрано рекламування, що передбачає застосування таких видів реклами:

1. Реклама товарів:

- рекламний ролик на телебаченні;
- друкована реклама в пресі;
- щитова реклама;
- реклама у громадському транспорті.

2. Іміджева реклама:

- друкована реклама в спеціалізованих виданнях;
- рекламний ролик на телебаченні.

План іміджевої рекламної програми наведено в табл. 2.1

Таблиця 2.1

Іміджева програма рекламування ТОВ «Квадро Агро»

Вид реклами	Носії реклами	Характеристика
1. Реклама на радіо	Топ радіостанції, які слухають в Кіровоградській області: Хіт FM. Люкс ФМ Рекорд Зайцев ФМ Kiss FM. Радіо Трек Радіо Байрактар Радіо П'ятниця	Така реклама збільшить впізнаваність, приверне увагу до компанії, збільшить продажі в роздрібних магазинах. Ймовірно, приверне увагу оптових покупців.
2. Рекламний ролик на телебаченні.	На місцевих каналах, можна створити випуск в форматі інтерв'ю, в якому власник розкаже основні аспекти ведення даного аграрного бізнесу та зазначить переваги його продукту. Наприклад «КТМ» - регіональний канал м. Олександрія.	Ролик передбачає створення та підтримку довіри з боку споживачів.
3. Веб-екскурсія підприємства	Веб дизайн наразі став дуже популярним та інноваційним. Вже існують онлайн екскурсії до визначних пам'яток світу. Можна створити таку до виробництва та показати процес вирощування товару. Описове відео на YouTube може слугувати альтернативою.	Такий прийом підвищить лояльність та довіру до продукту. На сьогодні органічні продукти неабияк цінуються споживачем.

Такі види реклами направлені на впізнаваність підприємства та довіру споживача до продукції. Такі методи та канали рекламування можна використовувати на постійній основі, як нагадування для кінцевих споживачів про продукт так і для залучення новаторів.

Проте, вдалось знайти більш актуальні та важливі маркетингові рішення, які вже потрібно брати в роботу. Тому буде створена рекламна кампанія для підприємства ТОВ « Квадро Агро», яка буде тривати протягом місяця.

Рекламна кампанія ТОВ « Квадро Агро» на травень 2023 р.

Таблиця 2.2

Канал комунікації/План	Завдання	Мета
Створити сайт компанії та онлайн-каталог	Створити макет сайту, підібрати актуальні розділи, створити макет онлайн-каталогу продукції та прорахувати бюджет.	Підвищити онлайн продажі, розповісти більше про продукт та підприємство.
Створити LinkedIn	Створити сторінку в соціальній мережі, зробити контент план виходів публікацій, прорахувати бюджет на рекламу	Залучити представників середніх та великих бізнесів до комерційної співпраці
Вихід на міжнародний ринок	Підібрати заходи, які допоможуть вийти на міжнародний ринок	Збільшити продажі та престиж підприємства

Ефективність цих трьох напрямів полягає в тому, що після їх створення, підприємству буде значно легше поширювати свій продукт. Зручний сайт в подальшому сам приведе потенційних покупців, він не потребує постійної

фінансової підтримки. Створення сторінки в LinkedIn, вигідна стратегія для аграрного підприємства, оскільки там можна буде знайти оптових покупців. До, того ж в порівнянні з Instagram, просування в LinkedIn в рази дешевше. Англomовний каталог продукції та сайт стане першим кроком для виходу на міжнародний ринок. Агро виставки та ярмарки теж допоможуть в цьому.

Для втілення даної рекламної кампанії, потрібно буде задіяти наступних спеціалістів. (Таблиця 2.3)

Таблиця 2.3

Спеціалісти які будуть брати участь в рекламній кампанії

№	Фахівець	Завдання фахівця	Мета
1	SMM-менеджер	Ведення існуючих соціальних мереж, платформ (Facebook, YouTube), Створення LinkedIn.	Збільшення активності в соціальних мережах, створення якісного та комерційного контенту, відстежувати активність та запроси аудиторії.
2	Таргетолог	Налаштування реклами для LinkedIn	Швидко знайти ЦА в LinkedIn, та в подальшому підтримувати активність.
3	Івент-менеджер	Пошук та організація аграрних виставок, ярмарок. Пошук лідерів думок в аграрній ніші.	Підвищення іміджу компанії.

Продовження таблиці 2.3

4	Розробник сайту/ компанія, яка візьметься за розробку сайту	Створення сайту українською та англійською мовою, створення онлайн- каталогу.	Збільшення охоплення цільової аудиторії, престижу компанії та продажів
---	--	---	---

Фахівці, які будуть залучені для втілення рекламної кампанії не будуть найняті на роботу на постійній основі. Вони будуть отримувати оплату виключно за виконані ними завдання, Задіяні спеціалісти можуть змінюватись в залежності від: специфіки роботи, різновиду послуг або товарів, що надаються клієнтом, цільової аудиторії тощо.

2.2.Оцінювання ефективності рекламної кампанії на майбутній період та розробка рекламних макетів.

Обґрунтувавши необхідність вдосконалення системи рекламної діяльності ТОВ «Квадро Агро» розробимо PR-кампанію для комунікаційного клієнта з використанням рекомендації. Інформаційний привід сприятиме підтримці іміджу ТОВ «Квадро Агро».

Першим кроком є розробка макету майбутнього сайту підприємства з актуальними розділами, електронним каталогом. Вище ми визначили, що однією із слабких сторін компанії є відсутність власного сайту, тому на основі сформованого плану рекламної кампанії можемо розрахувати бюджет на створення сайту для кампанії ТОВ «Квадро Агро» (табл.2.4).

Таблиця 2.4

Бюджет створення сайту для кампанії ТОВ «Квадро Агро»

Задача	Задача	Вартість, грн
Створити зручний та сучасний сайт для компанії, з метою збільшення продажів.	Фото та відео-матеріал для сайту	5000
	Розробка дизайну та макету для сайту	1000
	Створення сайту	10000
	Встановлення сайту на хостинг	500
	Просування сайту в топ запити під час пошуку	2000
Загальна сума:		18500

Розрахунковий бюджет на створення сайту для рекламної кампанії ТОВ «Квадро Агро» складає 18500 грн. На зміну бюджету може вплинути такий фактор як зміна ціни будь-кого з посередників. Також на сайті буде онлайн каталог всіх товарів та пропозицій, розділи та гіперпосилання для замовлень.

Макет сайту має бути простим та зрозумілим для користувача, враховуючи символічні кольори ТОВ «Квадро Агро» - це чорний, білий та червоний.

Макет оформлення сайту для ТОВ «Квадро Агро»



Рис 2.1 Макет сайту та розділи ТОВ «Квадро Агро»

Макет оформлення електронного каталогу для ТОВ «Квадро Агро»



Рис 2.2 Макет онлайн каталогу продукції ТОВ «Квадро Агро»

Таким чином, було розроблено програму рекламної кампанії за планом, запропоновано створення сучасного сайту з новітнім дизайном, яскравими фото та відеоматеріалами, з гіперактивними посиланнями, з встановленням сайту на хостинг - це процес розміщення файлів сайту на сервері хостинг-провайдера, який забезпечуватиме доступність сайту в Інтернеті, для цього ми придбаємо хостинг-план у провайдера, зареєструвати доменне ім'я.

Наступний пункт рекламної кампанії – це розробка контент плану для соціальної мережі – LinkedIn. LinkedIn залишається одним із провідних майданчиків для просування товарів та послуг. Завдяки йому ми зможемо мати можливості для залучення відвідувачів на веб-сайт підприємства. Без сумніву, блоги, присвячені B2B-контенту або бізнес-рішенням, покажуть найкращі результати. Дана соціальна мережа дає змогу встановити тег аналітики або піксель, що відстежить скільки людей приходять до блогу.

Таблиця 2.5

**Графік проведення комунікаційних заходів ТОВ «Квадро Агро»
для просування продукції через соціальну мережу LinkedIn з 01.05.2023
по 31.05.2023**

Тип контенту	Дата												
	1	3	5	8	10	12	15	17	19	22	24	26	29
Пост про продукцію, яка продається в роздрібних магазинах	+			+			+			+			+
Про бізнес та власника		+						+					
Допис в якому покажемо процес вирощування продукції			+			+			+			+	

Продовження таблиці 2.5

Вигідні пропозиції для оптових покупців					+						+		
Таргетована реклама	На постійній основі (з 01.05 по 31.05)												
Всього постів	13												

Контент план побудований виключно під дану соціальну мережу. Заплановано зробити 13 дописів на різну тематику. Значна частина читачів контенту LinkedIn стійка до жорстких продажів і знає, коли щось просувається. Саме тому важливо розвивати свої відносини з аудиторією там, щоб просувати контент. Головна мета - надати цінність і відповісти на больові точки аудиторії. Саме тому 3 та 17 числа буде контент про власника бізнесу, його думки та цінності. Коли читачі зацікавляться і знайдуть вирішення своїх проблем, вони, найімовірніше, підпишуться на сторінку, відвідають блог і допоможуть сформувати спільноту. По понеділках та середам контент буде максимально комерційний, в ці дні аудиторія максимально налаштована на роботу та співпрацю. Протягом всієї рекламної кампанії буде підключена таргетована реклама направлена на закриття лідів.

Очікуваний результат за перший місяць рекламної кампанії та просування через LinkedIn, 10000 підписників, 5 закритих лідів з оптовими покупцями, збільшення покупок в магазинах на 10%.

Перейдемо до розрахунку бюджету на просування в LinkedIn(табл.2.6).

Таблиця 2.6

Розрахунок бюджету для ведення та просування сторінки в LinkedIn

Спеціалісти	Задача	Ціна
СММ спеціаліст	Створення, налаштування сторінки. Фото та відео матеріал.	5000 грн
Копірайтер	13 постів на місяць з конкретною тематикою та чітким часом виходу	2000 грн
Послуги тагретолога	Аналіз ЦА, вибір формату реклами, налаштування списків ЦА, робота з ціною та типом реклами, створення оголошення, запуск реклами у мережі, огляд результатів.	15000 грн
Всього: 22000		

Під час аналізу соціальних платформ компанії ТОВ «Квадро Агро», було визначено, що компанія відносно активно займається веденням YouTube каналу. Тому ми вирішили розробити контент-план для публікацій роликів протягом травня 2023 на платформі YouTube.

Таблиця 2.7

Контент-план для YouTube каналу ТОВ «Квадро Агро» на травень 2023 р.

Місяць/дата	Тема ролика	Коментар
Травень		
01.05	Бренд-ролик про підприємство	Суть ролика показати напрями, якими займається ТОВ «Квадро Агро». Звернути увагу на оптову торгівлю зерном, тютюном, кормами для тварин, вирощування фруктів, ягід, горіхів, можливість взяти сільськогосподарську техніку в оренду.
05.05	Ролик про торгівлю квітами та рослинами	Завдання: підігріти аудиторію до літнього сезону. Зробити рекомендаційний ролик на тему: як краще вирощувати та доглядати за квітами та рослинами. Показати засоби обробки та добрива компанії ТОВ «Квадро Агро», обов'язково пояснити де можна замовити товар.
09.05	Огляд фірмового магазину	Зняти оглядовий ролик, в якому буде продемонстровано наявність товару, який представлений в фірмових магазинах. Показати сезонні товари, які активно купують. Обов'язково надати адресу та показати де знаходиться магазин. Запропонувати знижку на певний вид товару для тих хто підпишеться на канал та поставить вподобання до відео.

Продовження таблиці 2.7

15.05	Коротке відео Shorts «Вплив амінокислот на рослини»	Коротко показати різницю рослини з використанням амінокислот та без. Залишити інформацію де можна придбати амінокислоти.
22.05	Огляд сільськогосподарських машин та устаткування	Показати техніку, яка надається в оренду. Розповісти про умови орендування та актуальні ціни. Залишити контактну інформацію.
29.05	Показати будівельні матеріали та деревину	Завдання: розширити аудиторію, показати всі напрямлення, якими займається ТОВ «Квадро Агро».
Всього відеороликів: 6		

В контент плані для YouTube каналу запропоновано менше публікацій, аніж для LinkedIn, через те, що тематика є дуже вузькопрофільною, важливо не обтяжити контентом глядача. Відео-ролики будуть експертними, з порадами спеціалістів, стосовно аграрної справи, проте будуть включати в себе нативну рекламу продукту.

Таблиця 2.8

Бюджет для ведення YouTube каналу на травень 2023

Спеціалісти	Задача	Ціна
Оператор	Зняти якісні ролики, стосовно заданої тематики	6 роликів = 6000 грн
Монтажер	Дистанційно змонтувати відео по отриманому матеріалу (Можна знайти початківця, фрілансера)	6 роликів = 1500 грн
Реклама	Даний контент досить важко просувати, тому для кожного ролика обов'язково потрібна реклама. (Будемо використовувати програму просування від YouTube)	2000
Всього: 9500 грн		

Насправді в компанії «Квадро Агро» прогресивні цілі та бажання вийти на міжнародний ринок. В цьому завданні нам допоможуть міжнародні виставки на яких можна представити каталог зі своєю продукцією та продемонструвати пропозиції. В нагоді стане сайт «Latifundist», який вміщує в собі календар з всіма запропонованими ярмарками та виставками в межах країни та за кордоном. На ньому можна зареєструватись на потрібний захід.

Сайт з допомогою, якого можна вийти на міжнародний ринок

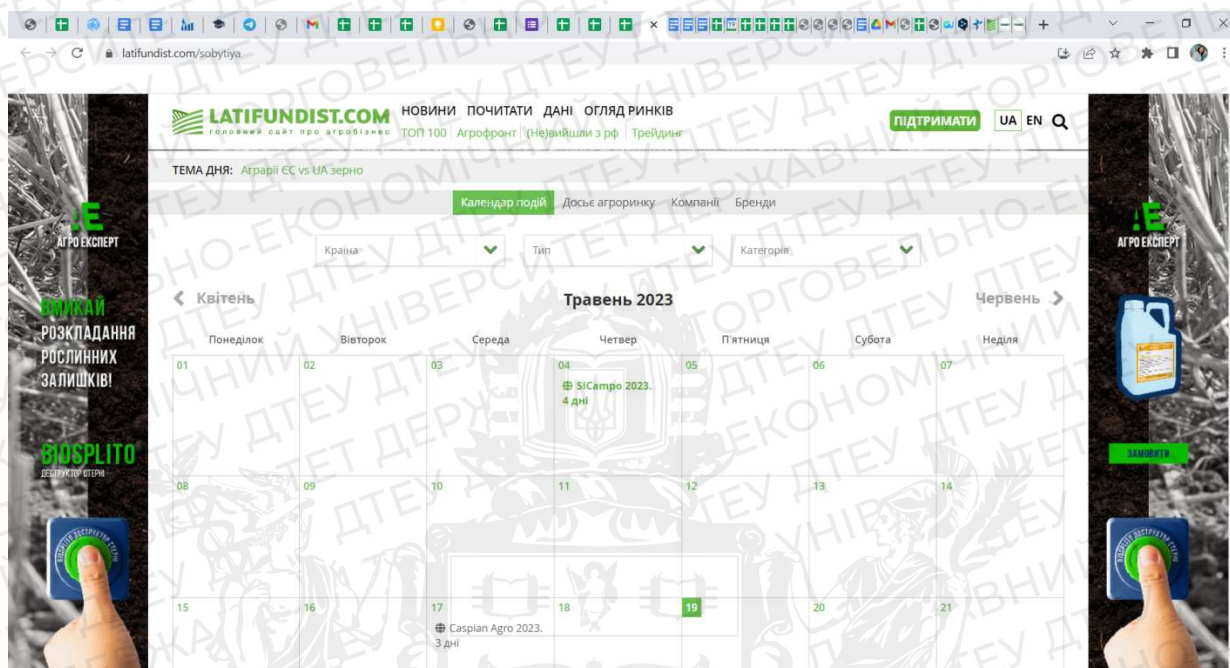


Рис 2.3 Скріншот з сайту де зібрані агро виставки.

За допомогою даного застосунку івент-менеджер зможе відслідковувати і знаходити ті заходи, які сприятимуть популяризації та пошуку потенційних оптових покупців для підприємства.

Таблиця 2.9

Бюджет рекламної кампанії ТОВ «Квадро Агро» на травень 2023 р.

Рекламна кампанія	Ціна
Створення власного сайту та розробка електронного каталогу	18500
Просування в LinkedIn	22000
Створення контенту та просування на YouTube каналі	9500
Робота івент-менеджера. Пошук та організація виставок	5000
Всього: 55000 грн	

Отже, рекламна кампанія для підприємства на травень обійдеться в 55000 грн. Важливо відмітити, що в подальшому витрати будуть меншими, адже в

цьому місяці значна сума закладена на розробку власного сайту та створення сторінки в LinkedIn. В подальшому витрати будуть тільки на утримання цих ресурсів.

Таблиця 2.10

Прогнозований результат рекламної кампанії для ТОВ «Квадро Агро»

Інструмент комунікації	Очікуваний результат
Сайт	Збільшення клієнтської бази. Збільшення впізнаваності торгівельної марки. Мінімум 50 продажів за травень через сайт.
YouTube канал	+1000 підписників. Збільшення продажів в фірмових магазинах на 10%. Мінімум 50 переходів на сайт та інші соціальні мережі.
LinkedIn	Співпраця з B2B клієнтами. +10000 підписників 5 закритих лідів з оптовими покупцями Збільшення продажів в фірмових магазинах на 10%
Участь в виставках	Взяти участь в 1 агро виставці, залучити нових клієнтів для співпраці.

Дана рекламна кампанія не тільки збільшить продажі, і прибутки для ТОВ «Квадро Агро», вона підвищить інтерес до підприємства, зробить його більш впізнаваним та перспективним для здійснення нових бізнес задач.

ВИСНОВКИ

З метою вдосконалення рекламної кампанії ТОВ «Квадро Агро», було з'ясовано на основі доступної літератури засади організації рекламної діяльності на підприємстві агропромислової продукції. Для цього було проведено аналіз вже існуючих маркетингових рішень компанії, соціальних мереж, зовнішньої реклами, платформ в мережі Інтернет та виставок в яких компанія брала участь. Також було проаналізовано конкурентне середовище агропромислового бізнесу в межах Кіровоградської області. Вдалось знайти сильні сторони ТОВ «Квадро Агро» та слабкі, на базі яких в подальшому розроблялась рекламна кампанія.

Завдання полягало в підвищенні продажів і безпосередньо прибутків підприємства. Для цього було створено рекламну кампанію, яка діяла протягом травня 2023 р. Основною задачею було створення сайту для підприємства. Було запропоновано макети, розділи, електронний каталог та бюджет розробки сайту. Окрім, цього була проведена робота над соціальними мережами ТОВ «Квадро Агро», було запропоновано контент план, з рубриками та датами виходу публікацій. Також вдалось виокремити актуальні спеціалістів, які зможуть допомогти в реалізації створених методах просування. Один із них, це івент-менеджер, який зможе брати участь в організаціях виставок та ярмарках, зважаючи на сайт з розкладом заходів, запропонований в роботі.

Як висновок можна сказати, що реклама відіграє для будь-якого підприємства велику роль, оскільки вона інформує потенційних клієнтів про діяльність фірми. Сформувавши бюджет витрат на рекламу для ТОВ «Квадро Агро», доведено, що за рахунок реклами в майбутньому з'являться не лише нові клієнти, але й значно зросте прибуток.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Закон України «Про рекламу» від 3 липня 1996 р. № 271/96-ВР (редакція від 01.02.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/270/96-vr>
2. Балабанова Л.В. Маркетинг: Підручник. – 2-ге вид. Перероб. і допов. – К: Знання. Прес, 2014. – 645с.
3. Балабанова Л.В., Холод В.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств. Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2016. – 448с.
4. Брассінгтон Ф., Петтіт С. Основи маркетингу / за наук. Ред.. Є.Є.Козлова. – Дніпропетровськ: Баланс Бізнес Букс, 2017. – 768с.
5. Бруско А. В. Застосування інструментів маркетингу для підвищення ефективності роботи підприємства / А.В. Бруско // Збірник наукових праць Національного університету кораблебудування. – 2021. – №1. – С.154-158
6. Гавриленко А.В. Маркетингова діяльність компанії: чинники впливу і оцінка рівня ефективності / Гавриленко А.В., Гаврилко Т.О. // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – 2021. – вип.29. – С.47-53
7. Королько В. Основи паблік рилейшнз. Посібник. - К.: НАН України. Ін-т соціології, 2017. - 334 с.
8. Пізнюк Л.В. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. для дистанційного навчання / За наук. ред.С.М. Квіта. - К.: Ун-т "Україна", 2015. - 239 с.
9. Почепцов Г.Г. Паблік рилейшнз: Навч. посіб. - К.: Т-во "Знання", КОО, 2010. - 506 с. - (Вища освіта ХХІ століття)
10. Слісаренко І. Паблік рилейшнз у системі комунікації та управління: Навч. посіб. - К.: МАУП, 2011. - 104 с.
11. Христенко Л.М. Система показників оцінки ефективності управління підприємством / Л.М. Христенко // Економіка. Менеджмент. Підприємництво. – 2011. – вип.23.Ч1. – С.87-91

ДОДАТКИ

Додаток 1

Основні комунікаційні заходи ТОВ «Квадро Агро»

№ п/п	Заходи	Характеристика	Термін проведення
Рекламування			
1.	Телебачення	Постійна реклама на місцевих телеканалах. Наприклад «КТМ» - регіональний канал м. Олександрія.	Постійно
2.	Радіо	Періодична реклама на таких радіостанціях «Наше радіо», «Люкс FM» тощо, для збуту оптової продукції крупним постачальникам. Сезонна реклама на місцевому радіо.	Сезонно
3.	Журнали	Непряма реклама шляхом написання статей у спеціалізованих журналах та бізнес-журналах таких, як «Товар обличчям», «Статус», «Бізнес», «Діло», «Фокус», «Гурман».	Двічі в місяць
4.	Газети	Сезонна реклама, в періоди садівництва та збору урожаю, статті з експертною думкою та рекламною пропозицією в таких газетах, як	Сезонно

		«Комсомольська правда», «Факти», «Сьогодні» тощо.	
5.	Інтернет	Застосування інтернет-банерів, спливаючих вікон та сайтів, включаючи власний сайт, який потрібно розробити для ТОВ «Квадро Агро»	Постійно
6.	Зовнішня реклама	Застосування білбордів та реклами у громадському транспорті	Постійно
Стимулювання збуту			
1.	Знижки	Святкові знижки та акції. Прикладом є Новий рік 2019, коли корпорація подарувала 10% знижки на всю продукцію шляхом створення акції «Новорічні ціни від ТОВ «Квадро Агро»	Щорічно (під час свят)
2.	Розіграші	Розіграші для підписників YouTube каналу, корисних девайсів для аграрного світу за підписку та ін. активність.	Раз в місяць
PR-заходи			
1.	Прес-релізи	Підготовка та розсилання оголошення про зміни в компанії та її товарах.	60 прес-релізів на рік

2.	Презентації новинок продукції	Презентації направленні на поінформованість громадськості у нових видах товарів.	6 разів на рік
3.	Прийоми	Безкоштовні екскурсії по <u>фабрикам</u> <u>для зацікавлених, потенційних покупців.</u>	Постійно
4.	Виставки	Участь у таких виставках, як Міжнародна виставка агропромислової продукції ISM у Кьольні (Німеччина), Міжнародна виставка в Чикаго (США).	Щорічно
5.	Благодійність	У 2018 році було успішно завершено соціальну програму будівництва дитячих майданчиків у м.Олександрії, яких налічується більше 8-ми.	Постійно
Реклама на місці продажу			
1.	Ярмарки та виставки	Застосування презентацій та різних видів реклами товарів корпорації безпосередньо на місці збуту.	Коли є заходи в місті та області