

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

к.е.н., доцент Давиденко І. В.

“ \_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**  
на здобуття освітнього ступеня бакалавра  
зі спеціальності 242 «Туризм»  
за освітньою програмою «Туризм»

на тему:

**Маркетингова діяльність туроператора ТОВ «Укрферрі – тур»**  
**на ринку круїзних послуг**

**Виконавець**

студентка центру заочної форми навчання

Филипчук Аліна Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник**

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Нездоймінов С.Г.

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Одеса 2020**

## ЗМІСТ

	стор.
<b>ВСТУП.....</b>	<b>3</b>
<b>РОЗДІЛ 1. Науково - теоретичні основи маркетингової діяльності підприємств туризму на ринку круїзних послуг.....</b>	<b>6</b>
1.1. Нормативно-правові аспекти організації круїзних подорожей.....	6
1.2. Особливості маркетингу круїзних послуг.....	10
1.3. Маркетинговий аналіз ринку круїзного туризму.....	16
<b>РОЗДІЛ 2. Аналіз господарської діяльності ТОВ «Укрферрі - тур» ...</b>	<b>26</b>
2.1. Загальна характеристика діяльності туроператора «Укрферрі - тур».....	26
2.2. Аналіз фінансово-господарської діяльності туроператора «Укрферрі - тур» .....	30
2.3. Аналіз маркетингової діяльності туроператора «Укрферрі – тур» .....	38
<b>РОЗДІЛ 3. Розробка заходів щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності туроператора «Укрферрі – тур».....</b>	<b>45</b>
3.1. Формування нового круїзного туристичного продукту на підприємстві.....	45
3.2. Економічне обґрунтування проекту туру та заходи вдосконалення маркетингових комунікацій.....	53
<b>ВИСНОВКИ .....</b>	<b>64</b>
<b>Список використаних джерел.....</b>	<b>66</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Круїзні подорожі являються невід'ємною складовою розвитку туризму як в Україні, так і у світі. Зв'язок між туризмом і транспортними засобами виникає у зв'язку з необхідністю формування комплексної інфраструктури, яка б давала можливість задовольняти потреби економіки і забезпечувати перевезення туристів до основних туристичних регіонів. Розвиток транспортної інфраструктури дає можливість розширювати географію подорожей та розбудовувати шляхи сполучення, формувати транспортну систему в цілому. Разом з тим, швидкий розвиток та вдосконалення маркетингових комунікацій змушує підприємства туризму та організаторів відпочинку задовольняти різноманітні та динамічні вимоги туристів щодо круїзного обслуговування різних вікових, соціальних, мотиваційних категорій. Необхідність вдосконалення маркетингової діяльності туроператорів обумовлена динамічними процесами соціального та економічного розвитку регіональних ринків туризму, відповідно до потреб місцевого населення та туристів. Одним з основних завдань щодо підвищення конкурентоспроможності туристичного підприємства має бути розробка властивого лише йому своєрідного туристичного продукту. Важливим є правильний вибір інструментів маркетингового забезпечення процесу формування та реалізації туристичного продукту туроператора на ринку круїзних послуг.

Таким чином, виникає потреба в формуванні заходів щодо оптимізації маркетингової діяльності туроператорів в сфері організації круїзних послуг.

**Мета і завдання кваліфікаційної роботи.** Метою кваліфікаційної роботи є дослідження і обґрунтування науково-прикладних підходів щодо вдосконалення маркетингової діяльності туристичних підприємств на ринку круїзних послуг. Досягнення поставленої мети забезпечується виконанням наступних взаємопов'язаних завдань:

1. Проаналізувати нормативно-правові аспекти організації круїзних подорожей.
2. Дослідити особливості маркетингу круїзних послуг.
3. Провести маркетинговий аналіз ринку круїзного туризму.

4. Надати характеристику діяльності туристичного підприємства ТОВ «Укрферрі - тур».

5. Провести аналіз фінансово-господарської діяльності туристичного підприємства «Укрферрі - тур».

6. Проаналізувати стан маркетингової діяльності туроператора «Укрферрі – тур».

7. Сформувати новий круїзний туристичний продукт на підприємстві.

8. Провести економічне обґрунтування розробленого туру та запропонувати заходи щодо удосконалення маркетингових комунікацій.

**Об'єктом дослідження** є процеси маркетингової діяльності туристичних підприємств.

**Предмет дослідження** - сукупність науково-теоретичних, методологічних і практичних аспектів маркетингової діяльності туроператорів на ринку круїзних послуг.

**Методи дослідження.** Дослідження виконані на основі фактичних матеріалів і літературних джерел, які стосуються маркетингової діяльності туристичних підприємств, розвитку ринку круїзних послуг, а також власних спостережень. Основними методами дослідження є: логічні та емпіричні методи; математичного моделювання, порівняння, аналіз, синтез; галузевого аналізу; економіко-статистичний метод тощо.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну базу досліджень становлять роботи вітчизняних і зарубіжних фахівців з проблем маркетингу, круїзного туризму, конкурентоспроможності послуг, менеджменту, економічного аналізу. Науково-прикладні аспекти маркетингу туризму та маркетингових досліджень в сфері круїзного бізнесу знайшло відбиток у працях: Герасименко В.Г., Давиденко І.В., Михайлової Ю.В., Мельник І. Л., Нездоймінова С.Г., Сміта П.Р. та ін. Інформаційною базою дослідження також були статистичні дані, монографічні дослідження, наукові статті опубліковані в періодичних виданнях та в збірниках науково-практичних конференцій, а також фінансові звіти туристичного підприємства «Укрферрі - тур».

**Публікації та апробація результатів дослідження.** Окремі результати дослідження були представлені у тезах доповіді «Проблеми розвитку круїзних подорожей в Чорноморському регіоні України» в збірнику матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», яка відбулася 15 квітня 2020 року в м. Одесі.

**Структура роботи складається** зі вступу, трьох розділів, в кожному з яких висвітлюється тема та завдання даної роботи, висновків, списку використаних джерел. Кваліфікаційна робота містить 69 сторінок, 15 таблиць, 8 рисунків, список використаних джерел з 42 найменувань.

## ВИСНОВКИ

Проаналізувавши науково-теоретичні та прикладні аспекти розвитку ринку круїзних послуг, господарську та маркетингову діяльність туроператора «Укрферрі - тур», можна зробити такі висновки:

1. Встановлено, що на ринку круїзних послуг туроператори для організації турів укладають угоду з компаніями, які є членами міжнародних або національних круїзних асоціацій. В умовах глобалізації круїзного ринку, особлива роль належить міжнародно-правовому регулюванню пасажирських перевезень. Сучасним трендом ринку є організація подорожі туристів на автопоромах.

2. Доведено, що важливою особливістю маркетингу круїзних послуг є цінова політика та сегментування попиту туристів на круїзні послуги. На круїзних лайнерах працюють тематичні клуби, запрошуються актори для виступів, проводяться шоу, діють послуги казино. Як правило, круїзний тур організований по системі "усе включено", найчастіше це поширюється на послуги харчування, користування спортивними залами та інвентарем, розважальну програму, страхування, транспортування туриста до порту відходу та інші послуги.

3. Маркетинговий аналіз ринку круїзного туризму показав, що за прогнозами UNWTO, міжнародні рейси до кінця 2020 р. перевищать 1,56 млн. круїзів. Загальна кількість туристичних рейсів, свідчить про те, що круїзні напрями до кінця 2020 р. мають бути спрямовано до трьох регіонів, які відвідує найбільша кількість туристів. А саме до Європи (717 млн. туристів), Східної Азії та Океанії (397 млн.), Північної і Південної Америки (282 млн.), за ними йдуть Африка, Середній Схід і Південна Азія.

4. Туроператор «Укрферрі-тур» планує свою діяльність, визначає перспективи розвитку, виходячи з попиту на послуги, необхідності забезпечення виробничого, соціального розвитку підприємства. Кошти спрямовуються на покриття поточних витрат підприємства, а саме на оплату праці персоналу підприємства; сплату податків, придбання необхідних предметів, матеріалів та інвентарю. Структура «Укрферрі - тур» передбачає наявність головного офісу, керівництво яким здійснює директор.

5. За результатами аналізу фінансово-господарської діяльності туроператора «Укрферрі - тур» зроблено висновок, що рентабельність виробничої діяльності як у 2018, так і у 2019 році більше одиниці. Це свідчить про те, що підприємство покриває витрати та отримує прибуток. Ця тенденція має позитивну динаміку: у 2018 р. – 8,8, а у 2019 р. – 19,4. Рентабельність продаж дотримується нормам та у 2019 році зросла майже в два рази. Рентабельність власного капіталу туроператора «Укрферрі – тур» за два роки звеличилась та складає 4,7%.

6. Проведено аналіз маркетингової діяльності та встановлено, що значимим сегментом ринку послуг туроператора «Укрферрі – тур» є українські туристи (75%), далі йдуть туристи зі Східної Європи (10,6%) та Західної Європи (7,8%). Статистика відвідувань сайту підприємства свідчить про цільові сегменти попиту на послуги туроператора в 2019 р. За даними аналізу, найбільш значимим сегментом відвідувачів сайту туроператора «Укрферрі – тур» є українські туристи (37%), далі йдуть туристи з Білорусії (12%) та Польщі (10%). У порівнянні із звітним періодом 2018 р., спостерігається збільшення загальної кількості туристів в 2019 році. Туристичними послугами було охоплено: у 2018 р. - 437 осіб, у 2019 р. - 678 осіб.

7. За результатами маркетингового дослідження ринку споживачів туристичних послуг, розроблено комбінований круїзний тур до Туреччини за маршрутом Чорноморськ – Стамбул – Чорноморськ на автопоромі «Sea Partner».

8. В роботі проведено економічне обґрунтування доцільності реалізації розробленого туристичного продукту на туристичному ринку. Для забезпечення отримання цільового прибутку – 3465 доларів США, туроператору «Укрферрі – тур» необхідно реалізувати 20 путівок. Показник фінансової міцності розробленого туру складає – 66,4%. Зростанню продажу послуг морських круїзів на туристичному ринку буде сприятиме реалізація запропонованих заходів щодо формування системи маркетингових комунікацій туроператора «Укрферрі - тур».

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Герасименко В. Г. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко, Г. К. Бедрадіна, С. С. Галасюк та інші / за заг. ред. В. Г. Герасименко. – Одеса: ОНЕУ, 2016. – 262 с.
2. Давиденко І. В. Практичні аспекти розвитку круїзного туризму в місті Одеса / І. В. Давиденко // International Scientific Conference From the Baltic to the Black Sea: the Formation of Modern Economic Area. - Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2017. – Р. 112 – 114.
3. Михайлова Ю.В. Модели интеграции участников рынка круизных услуг / Ю.В. Михайлова, А.М. Холоденко // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем: зб. наук. праць. – Одеса: ОНМУ, 2014. – № 13. – С.107-119.
4. Нездойминов С. Г. Морской круизный бизнес как вектор международной интеграции морехозяйственного комплекса Украины / С. Г. Нездойминов, Н. Н. Андреева // Український журнал Економіст. - 2014. - № 7. - С.43-45.
5. Нездойминов С. Г. Основы круизного туроперейтинга: учебное пособие / С.Г. Нездойминов. - Херсон: Издатель Гринь Д.С., 2013. - 320 с.
6. Годя І. Розвиток річкового круїзного туризму в Україні: минуле і сьогодення // Східноєвропейський історичний вісник. – 2016. – №. 1.
7. Особливості публічно-правового регулювання міжнародних туристичних відносин // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Зб. наук. пр. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка Інститут міжнародних відносин. – 2000. – Випуск 22 (Частина II). – С. 123-136;
8. Аналіз етапів розвитку та сучасного стану правового регулювання міжнародних туристичних відносин в Україні та світі // Науковий вісник Дипломатичної академії України. Випуск 5. Українська зовнішня політика та дипломатія: десять років незалежності. – К.: Видавничий дім “ДЕМІД”, 2001. – С.186-203;
9. Биржаков, М. Б. Индустрия туризма: перевозки / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – Изд.третье, переработанное и дополненное. – СПб. : Издательский дом «Герда», 2007. – 528 с



10. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма [Текст] / А. В. Бабкин. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. – 252 с.
11. Статистика круїзної індустрії. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.repositioncruises.com/cruise-industry/>
12. Cruise Industry News Annual Report: [Electronic resource]. –Режим доступу: <https://www.cruiseindustrynews.com/annual-cruise-industry-report.html>
13. The official site of Cruise Industry News (2017), "2016-2017 Annual Report", available at: [https:// www.cruiseindustrynews.com/annualcruiseindustryreport.html](https://www.cruiseindustrynews.com/annualcruiseindustryreport.html)
14. Круїзне судноплавство як чинник розвитку приморських регіонів України. Аналітична записка [Электронный ресурс] - Режим доступу: <http://www.niss.gov.ua/articles/1054/>
15. Офіційний сайт World Tourism Organization (WTO), 2019.
16. Зубик О. Імідж України: погляд із-за меж [Электронный ресурс] - Режим доступу: [http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT\\_ID=11063](http://www.experts.in.ua/baza/analitic/index.php?ELEMENT_ID=11063)
17. Міжнародний імідж України: міфи та реалії / Український центр економічних та політичних досліджень ім. О. Разумкова [Электронный ресурс] - Режим доступу: <http://razumkov.org.ua/vydannia/zhurnal-natsionalna-bezpeka-i-oborona?start=18>
18. Москаленко М.А. Туристичний імідж України / М.А. Москаленко / Географія та туризм. – 2011. – Вип. 12. – С.83-87.
19. Ларина Р. Р. Инновационно-логистическое обеспечение международного туризма и круизного бизнеса: Монография / Р. Р. Ларина, В. В. Селиванов, Е. Ю. Лукьянова, М. А. Шостак. – Симферополь: Ариал, 2013. – 307 с.
20. Логунова Н. А. Мировой рынок круизной индустрии: особенности формирования и перспективы развития / Н. А. Логунова // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2013. – № 2 (22). – С. 29-34.
21. Ляховська О. С. Культура сервісу в круїзному туризмі / О. С. Ляховська. Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата наук з культурології. – К.: КНУКіМ, 2014. – 17 с.

22. Мельник І. Л. Інноваційні зміни на ринку круїзного туризму / І. Л. Мельник // Бізнес Інформ. - 2014. - №12. - С. 313-319.
23. Нездоймінов С.Г. Дослідження туристичного руху на водному транспорті в Україні / С.Г. Нездоймінов, Н.М. Андрєєва // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2017. – № 1. – С. 205 – 212.
24. Нездоймінов С.Г. Туристичні перевезення крізь призму функціонування річкового транспорту в Україні / С.Г. Нездоймінов, Н.М. Андрєєва // Економічні інновації. Збірник наукових праць. – 2016 . – № 62. – С. 50-56.
25. Нездойминов С. Г. Круизный рынок Черноморского региона Украины / С. Г. Нездойминов // «Веснік Гродзенскага дзяржаўнага ўніверсітэта імя Янкі Купалы. Серыя 5. Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія». – 2013. – № 3 (161). - С. 25-30.
26. Нездоймінов С. Г. Круїзний туризм в контексті Морської доктрини України / С. Г. Нездоймінов, Н. М. Андрєєва // Механізм регулювання економіки. – 2013. – № 4.– С. 100-110.
27. Паладич Л. Морские круизы (Морской туризм) / Л. Паладич. – М.: Знание, 2015. – 64 с.
28. Пересипкіна Н.О. Доцільність нормалізованого розвитку чорноморського круїзного сегменту / Н.О. Пересипкіна // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем: зб. наук. праць. – Одеса: ОНМУ, 2012. – № 19. – С. 30-40.
29. Підлісний П. Внутрішній водний транспорт: історія, проблеми, напрями розвитку/ П. Підлісний // Економіст. – 2016. – №.1. – С. 10-20.
30. Кобилецький В. Р. Коефіцієнт рентабельності власного капіталу / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikov/338-pokaznik-rentabelnosti-vlasnogo-kapitalu>
31. Кобилецький В. Р. Відносні показники ліквідності і платоспроможності / В. Р. Кобилецький // Онлайн-журнал «Financial Analysis online» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.finalon.com/metodyka-rozrakhunku/102-vidnosni-pokaznyky-likvidnosti>

32. Селиванов, В. В. Международный морской туризм: основы организации и методология / В. В. Селиванов. – Саратов: Ареал, 2015. – 298 с.
33. Тенденции в развитии круизного рынка - [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://portsukraine.com/node/2580>
34. Фінансові звіти підприємства ТОВ «Укрферрі - тур» за 2018-2019 рр.
35. Papathanassis, A. Income lighthouses at sea: The potential of cruise tourism for German destinations [Text] / A. Papathanassis // Kreuzfahrttourismus in Schleswig-Holstein. – Kiel, 2013. – 23 p. – Available at: <http://www.papathanassis.com/images/dlfiles/cdlighthouse.pdf>
36. Steinecke A. (2018). Kreuzfahrttourismus. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <https://www.utb-shop.de/autoren/steinecke-albrecht/kreuzfahrttourismus.html>
37. Офіційний сайт «Укрферрі» [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.ukrferry.com/service/passengers>
38. Власенко А.Л. До питання рекламної маркетингової комунікації в сфері туризму. // Застосування маркетингових технологій управління туристичними підприємствами в умовах сучасного бізнес-середовища: Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Херсон, 19 жовтня 2018 року). – Херсон: ХНТУ. – 2018. – 184 с. С. 21-23.
39. Литвин О. В. Транспортні засоби в системі туристичної індустрії / О. В. Литвин, І. М. Кирилюк // Науковий журнал «Економічні горизонти». – 2017. – № 1(2). – С. 57–61.
40. Акимова О. В. Концептуальний аналіз понять «морской круиз» и «морская перевозка туристов» / О. В. Акимова, А. А. Стеба // Методи та засоби управління розвитком транспортних систем. – 2013. – № 1(20). – С. 112–123.
41. Смит П.Р. Маркетинговые коммуникации: комплексный подход / П.Р. Смит. – [пер. с англ. М.Ю. Зарицкой]. – К.: Знання-Прес, 2003. – 796 с.
42. Пасажиропотік українських морських і річкових портів за 2018 р. [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.port.odessa.ua/pres-tsentr/novini/port/17505-pidsumki-2018>