

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Туризм»

за темою: Маркетингова діяльність туроператора ТОВ «Укрферрі – тур»
на ринку круїзних послуг

Виконавець:

студентка ЦЗФН

Филипчук Аліна Олександрівна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Нездоймінов Сергій Георгійович

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

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 круїзного 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 вдосконалення 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.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«НАУКОВО-ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИЗМУ НА РИНКУ КРУЇЗНИХ ПОСЛУГ»** розглянуто сутність круїзного туризму як універсального виду туризму, який поєднує у собі практично всі його форми, а також об'єднує різні види сервісу та організації дозвілля. Маркетинг круїзного туризму доводить, що міжнародний круїзний бізнес є високо бюджетним бізнесом, який вимагає великої кількості інвестицій. За прогнозами, міжнародні рейси до кінця 2020 р. мають перевищити 1,56 млн. круїзів, серед них, 1,2 млн - міжрегіональні та 0,4 млн – становитимуть міжконтинентальні. Загальна кількість туристичних рейсів, свідчить про те, що круїзні напрями до кінця 2020 р. будуть спрямовано до трьох регіонів: 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. Маркетингові дослідження ринку свідчать, що тенденції розвитку міжнародного круїзного туризму носять позитивний характер. Зростаючий інтерес туристів до іншої культури, велика кількість реклами, доступність інформації сприяють збільшенню можливостей спілкування між народами, дозволяє туристичним підприємствам підтримувати та розвивати попит на послуги круїзного туризму.

У другому розділі **«АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «УКРФЕРРІ-ТУР»** надано загальну характеристику підприємства. Розглянуто організаційну систему управління. 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. Рентабельність продаж у 2019 році зросла майже в два рази. Рентабельність власного капіталу туроператора «Укрферрі – тур» складає 4,7%.

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 певні сегменти попиту на послуги туроператора в 2019 р. За даними аналізу, найбільш перспективним сегментом серед відвідувачів сайту туроператора «Укрферрі – тур» є туристи з Білорусії (12%) та Польщі (10%).

У третьому розділі **«РОЗРОБКА ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРА «УКРФЕРРІ – ТУР»** розроблено комбінований авто паромний тур за маршрутом Чорноморськ – Стамбул (Хайдарпаша) - Чорноморськ та програма обслуговування туристів. Проведено розрахунок економічної ефективності витрат на його впровадження. Запропоновано заходи щодо вдосконалення маркетингових комунікацій на підприємстві для отримання ефекту від цілеспрямованого впливу на контактні аудиторії та здійснення маркетингової політики туристичного оператора «Укрферрі - тур» по просуванню нового туристичного продукту, посиленню зв'язку між виробником і споживачем туристичних послуг, активізації продажу круїзних послуг на туристичному ринку.

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 міжнародне - правовому регулюванню пасажирських перевезень. Сучасним трендом ринку є організація подорожі туристів на автопорамах.

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.), Східної Азії та Океанії (397 млн.), Північної і Південної Америки (282 млн.), далі йдуть Африка, Середній Схід і Південна Азія. Але нажаль, ці прогнози будуть скорегульовано у зв'язку з пандемією COVID -19.

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 – 72%. Зростанню продажу послуг морських круїзів на туристичному ринку буде сприятиме реалізація запропонованих заходів щодо формування системи маркетингових комунікацій туроператора «Укрферрі - тур».