

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня магістра

зі спеціальності 242 «Туризм»

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної  
діяльності»

за темою: «Шляхи вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності  
туристичного підприємства-оператора (за матеріалами туристичного  
оператора «Coral Travel Ukraine»)»

Виконавець:

студентка факультету міжнародної економіки ЦЗВФН

Зикіна Марія Сергіївна

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Бедрадіна Ганна Констянтинівна\_\_\_\_\_

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

*Актуальність теми.* Управління рекламою на підприємстві як частиною маркетингової діяльності є надзвичайно актуальним напрямом в економічній науці, адже воно вирішує проблему розвитку підприємства та забезпечує споживачів необхідною інформацією. На сучасному етапі розвитку світового господарства виникла низка економічних тенденцій, які спричинили кардинальні зміни у взаємодії маркетингу та управління.

Відбувся перехід від стандартизації обслуговування до задоволення індивідуальних запитів, переорієнтування з суцільного ринку на поділ по цільових пріоритетних сегментах, зміни конкурентної боротьби на взаємодію у формі стратегічних альянсів.

У сучасних умовах реклама набуває все більш пріоритетного та диференційованого вигляду в усіх сферах діяльності. Зокрема, туризм стає рекламно означеною культурною реальністю, яка використовує всі можливості позиціонування брендів, просування турпродукту на ринок, а також розвиток дестинацій, які є привабливими для споживачів. Для сучасного споживача інформації рекламні комунікації в туризмі стають розгорнутою інфраструктурою та культурною практикою. Важливою умовою для розвитку туризму є іміджева складова функціонування, яка проявляється в популяризації конкурентних переваг туристичної сфери.

Актуальність вказаних проблем та об'єктивна необхідність вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності туристичних підприємств - операторів зумовили вибір теми кваліфікаційної роботи.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці українських і зарубіжних вчених: Виноградскої А. С., Данилишина Б.О., Мальської М.П., Остапенко Я.О., Юлегіної І. В., Яковлева Г. А., Уокера Д., Шоула Д., Пфлегер А., Эванса Дж. та інших.

**Метою дослідження** є теоретичне та практичне обґрунтування управління рекламною діяльністю підприємств сфери туризму та визначення напрямів його удосконалення.

**Завдання дослідження:**

- проаналізувати теоретичні аспекти та сучасні тенденції розвитку рекламно-інформаційної діяльності в сфері туризму;
- розкрити суть, функції та класифікацію рекламно-інформаційної діяльності;
- розглянути зарубіжний досвід рекламно-інформаційної діяльності в сфері туризму;
- зробити аналіз рекламно-інформаційної діяльності туристичного підприємства - оператора «Coral Travel Ukraine»;
- визначити сучасні напрями вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності туристичного підприємства - оператора;
- запропонувати заходи спрямовані на вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності туристичних підприємств-операторів та довести їх економічну доцільність.

**Об'єктом дослідження** є процес вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності туристичних підприємств-операторів.

**Предметом дослідження** є теоретичні-підходи та прикладні заходи підвищення ефективності рекламно - інформаційної діяльності туристичного підприємства-оператора «Coral Travel Ukraine».

**Методи дослідження:** синтезу, індукції, дедукції, порівняльний, статистичний аналіз, SWOT- аналіз, узагальнення, графічний метод.

**Інформаційна база дослідження.** Теоретичну та методологічну основу дослідження становлять наукові праці з названої проблеми вітчизняних та зарубіжних вчених, законодавчі та нормативні акти України, методики Всесвітньої туристичної організації, інструктивні матеріали, що регламентують діяльність суб'єктів господарювання, довідково-інформаційні видання, дані бухгалтерської, статистичної та

внутрішньогосподарської звітності туристичних підприємств.

Практичне значення одержаних результатів полягає у можливості використання результатів дослідження для підвищення ефективності діяльності підприємств сфери туризму та підвищення іміджу туристичних підприємств.

***Структура і обсяг роботи.*** Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (63 найменування), додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 101 сторінки комп'ютерного тексту. Робота містить 17 таблиць, 16 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Теоретико-методологічні основи розвитку рекламно-інформаційної діяльності в туризмі»** було розглянуто теоретичні аспекти розвитку рекламно - інформаційної діяльності в туризмі, роз розглянуті тенденції розвитку, функції та класифікація рекламної діяльності, розглянуто зарубіжний досвід рекламно-інформаційної діяльності в туризмі.

У другому розділі **«Аналіз рекламно-інформаційної діяльності туристичного підприємства – оператора»** надано загальну характеристику діяльності туристичних підприємств. Наведено характеристику діяльності туристичного оператора «Coral Travel», та досліджено політику рекламної діяльності підприємства. Проведено аналіз конкурентоспроможності туристичного оператора «Coral Travel», та аналіз сильних і слабких факторів за допомогою SWOT-аналізу.

У третьому розділі **«Перспективи вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності підприємства – оператора «Coral Travel Ukraine»»** розроблено рекомендації щодо вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності підприємства. Досліджено види та інструменти маркетингової діяльності, та запропоновано дії на підвищення конкурентоспроможності, залучення нових клієнтів та збільшення попиту туристичного оператора «Coral Travel». А саме, проведено аналіз прогнозування витрат на впровадження контент маркетингу, та нового виду рекламної діяльності який включає програму сезонних розіграшів турів в соціальних мережах.

## ВИСНОВКИ

1. За результатами аналізу літературних джерел були розглянуті тенденції розвитку рекламно-інформаційної діяльності в сфері туризму. Виявлено, що дослідники розглядають стратегію формування іміджу підприємства як частину стратегії маркетингу та асоціюють її в більшості випадків зі стратегією маркетингових комунікацій. Необхідність використання комплексного підходу при розробці стратегії формування іміджу підприємства пояснюється тим, що зовнішній та внутрішній рівень іміджу зумовлюють один одного. Зазначено, що за умов конкуренції найбільш реальним засобом досягнення лідерських положень підприємством є реалізація стратегії менеджменту якості на основі інтегрованого механізму управління якістю. Розглянуті види таргетингу і рекламної діяльності та їх вплив на розвиток підприємств.

2. Зазначили, що рекламну діяльність слід розглядати як комплекс дій, пов'язаних із поширенням реклами, а також як сукупність усіх елементів, що входять до системи створення і передачі рекламного повідомлення від суб'єкта реклами (рекламодавця) до адресатів реклами або цільової групи (споживачів реклами). Розібрані новітні види реклами в туристичній сфері зарубіжних країн. Визначена роль сучасних технологій на людину, а саме як можна впливати рекламою на багатьох із нас. Було виявлено, що просування й розвиток реклами і тур продуктів в зарубіжних країнах знаходиться на високому рівні, вище у порівнянні з розвитком рекламної діяльності в Україні.

3. Проведено загальний аналіз діяльності відомих туроператорів України, зокрема туроператора «Coral Travel». Відзначили, що «Coral Travel» провідний багатoproфільний туроператор, що пропонує найкращі курорти та готелі в 28 країнах світу, належить до великої міжнародній структурі OTI Holding. Туроператор організовує групові та індивідуальні тури на базі власних чартерних програм і регулярних рейсів.

Проаналізували основні економічні показники та рекламну діяльність туристичного оператора «Coral Travel Ukraine».

4. Досліджуючи рекламну політику компанії «Coral Travel Ukraine», виявили, що на сьогоднішній день «Coral Travel Ukraine» використовує наступні маркетингові інструменти: телебачення, радіо, мережу інтернет, соціальні мережі, преса, зовнішня реклама. Туристичне підприємство «Coral Travel Ukraine» активно просуває свої послуги за допомогою різних видів реклами. Було розглянуто, що впровадження контент-маркетингу є сучасний та ефективний засіб рекламної діяльності.

5. Для більш детального аналізу була застосована методика SWOT-аналіз. Вона являє собою досить широко визнаний підхід, дозволяє провести спільне вивчення зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства. Виявлено, що конкурентоспроможність «Coral Travel Ukraine» близька до ідеальної моделі конкурентоспроможного підприємства. Сильними сторонами підприємства є ефективна система маркетингу, висока якість обслуговування клієнтів, дотримання стандартів і законів, адекватна політика і велику кількість позитивних відгуків.

6. Для прогнозування розвитку рекламно-інформаційної діяльності туроператора «Coral Travel Ukraine» було проведено розрахунки витрат на впровадження контент маркетингу. За даними розрахунків прогнозується щорічне збільшення доходу та швидкої окупності запропонованих заходів.

Отже, в роботі нами були запропоновані заходи удосконалення рекламно-інформаційної діяльності підприємства туристичного оператора «Coral Travel Ukraine». Впроваджено контент маркетинг, та програма сезонних розіграшів туристичних пакетів на сторінках соціальних мереж «Coral Travel Ukraine», для продуктивного залучення як найбільшої аудиторії споживачів і збільшення кількості постійних споживачів.

## АНОТАЦІЯ

Зикіна М.С « Шляхи вдосконалення рекламно-інформаційної діяльності туристичного підприємства-оператора (за матеріалами туристичного оператора «Coral Travel Ukraine»)

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм» за магістерською програмою професійного спрямування «Економіка та організація туристичної діяльності» – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2020.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

*У роботі розглядаються теоретико-методологічні основи розвитку рекламно-інформаційної діяльності в туризмі, розкривається суть функції та класифікація рекламної діяльності. Проведено аналіз діяльності туристичного підприємства оператора «Coral Travel Ukraine», зокрема його рекламну політику, та вплив рекламної і інформаційної діяльності на рівень розвитку підприємства. Визначено сучасні напрямки та перспективи вдосконалення рекламної діяльності підприємства оператора «Coral Travel Ukraine». В роботі запропоновані заходи спрямовані на вдосконалення рекламно- інформаційної діяльності туристичних підприємств-операторів, та проведено аналіз їх ефективності.*

**Ключові слова:** туризм, туристичне підприємство, туристичний оператор, компанія «Coral Travel Ukraine», «Coral Travel», регулювання розвитку туризму, реклама, інформаційна діяльність, маркетинг, аналіз, управління, інтернет, джерело, ресурси, цільова аудиторія, туристичні послуги, новації, вдосконалення рекламної стратегії.

## ANNOTATION

Zykina M.S "Ways to improve the advertising and information activities of the tourist company-operator

(Based on materials from the travel operator "Coral Travel Ukraine")

Qualification work for obtaining an educational master's degree in the specialty 242 "Tourism" under the master's program of a professional direction "Economics and Organization of Tourism Activities" - Odessa National Economic University. - Odessa, 2020.

The qualification work consists of an introduction, three chapters, a conclusion, a list of sources used and annexes.

*The the work considers with the theoretical and methodological foundations of advertising and information activities in tourism, The essence of the function and classification of advertising activities is revealed. The analysis of the activities of the tourist company operator "Coral Travel Ukraine", in particular its advertising policy, and the impact of advertising and information activities on the level of development of the company. The current directions and prospects of improving the advertising activities of the operator's enterprise "Coral Travel Ukraine". In the paper we propose measures aimed at improving the advertising and information activities of tourism enterprises-operators, and analyzes their effectiveness.*

**Key words:** tourism, tourism company, tour operator «Coral Travel Ukraine», », «Coral Travel», regulation of the development of tourism, advertising, information activity, marketing, analysis, management, internet, source, resources, target audience, travel services, innovations, improvement of advertising strategy.