

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

Кафедра менеджменту

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент"
за магістерською програмою професійного спрямування
"Менеджмент організацій"

на тему: «Формування маркетингової стратегії туристичної фірми»

Виконавець:

студент центру заочної та
вечірньої форми навчання

Малявка Катерина Юріївна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., ст.викл.

Осичка Олена Василівна _____

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлено необхідністю обґрунтування маркетингової діяльності підприємства і розробки на базі обстеження маркетингового середовища дієвої маркетингової стратегії, майже будь якого підприємства туристичної галузі.

Мета дослідження підставі всебічного аналізу маркетингового середовища умов функціонування ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» сформуванню обґрунтовану маркетингову стратегію його розвитку на ринку туристичних послуг м.Вилково.

Завдання дослідження:

- Дослідити процес формування маркетингової стратегії туристичної компанії;
- Провести всебічний аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур»;
- Визначити напрямки розвитку товарного портфеля компанії;
- Оцінити можливості розвитку маркетингової діяльності, базуючись на аналізі маркетингового середовища;
- Сформувати маркетингову стратегію ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» та визначити її ефективність.

Об'єкт дослідження ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур».

Предмет дослідження процес формування маркетингової стратегії ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур».

Методи дослідження: використовувалися, як загальнонаукові так спеціалізовані: логіко-теоретичного узагальнення, аналізу і синтезу, статистичного аналізу, фінансового аналізу, матриця БКГ, SWOT-аналіз, модель споживчої поведінки.

Інформаційною базою для написання даної кваліфікаційної роботи послужили монографії вітчизняних і зарубіжних авторів, матеріали періодичної економічної і спеціалізованої літератури з досліджуваної галузі та проблеми, законодавчі і Нормативні акти України, засновницькі документи, а також фінансова документація досліджуваного ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур».

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (72 найменування). Загальний обсяг роботи становить 69 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 6 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: «Маркетингові аспекти підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку кондитерських виробів» // Матеріали п'ятої міжнар. наук.–практ. конф., 20-21 травня 2021 р. – відпов. за випуск д.е.н., проф. Кузнецова І. О. – Одеса – 227 с.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи формування маркетингової стратегії туристичної фірми» базуючись на дослідженнях різних авторів проаналізовано основні визначення маркетингу, трансформацію теорії маркетингу до галузі послуг, теоретичні і методичні аспекти формування маркетингової стратегії. Визначено проблеми з якими стикаються туристичні фірми при плануванні своєї маркетингової діяльності.

У другому розділі «Аналіз маркетингового середовища ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур»» проведено аналіз діяльності ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» на ринку туристичних послуг м.Вилково, аналіз результатів фінансово-економічної діяльності, аналіз товарного бізнес-портфелю, маркетингового оточення.

У третьому розділі «Формування елементів маркетингової стратегії ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур»» На підставі моделі споживчої поведінки проаналізуємо два напрямку розвитку підприємства і визначено найбільш задовольняючий потреби споживачів. Обґрунтовано відкриття каякінг клубу.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

- Аналіз основних фінансових показників визначив негативні тенденції у діяльності підприємства, що свідчить про неефективність діяльності ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» і потребує подальшого аналізу.

- Побудова матриці БКГ проводилася за чотирьома напрямками діяльності за якими працює компанія. Аналіз матриці дозволив зробити висновок про не погане становища підприємства. Бізнес портфель досить збалансований и приносить прибуток компанії, не зважаючи на загальну кризу туристичної галузі..

- Для визначення можливості розвитку за цим напрямком проаналізовано маркетингове оточення компанії. За результатами проведеного дослідження можна зробити однозначний висновок, що вектор розвитку туристичної галузі зміщується у напрямку активного відпочинку та більшої самостійності туристів при обранні способів відпочинку та взагалі всіх складових відпочинку.

- На підставі моделі споживчої поведінки проаналізуємо наші дві пропозиції для споживачів, яку надає ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур» і яку планується надавати у майбутньому і визначимо, наскільки відрізняються групи споживачів цих пропозицій: екологічний туризм по дельті Дунаю організований; екологічний туризм по дельті Дунаю дикий. За результатами аналізу напрямок «Екологічний туризм, дикий» однозначно більш сприятливий для розвитку діяльності туристичної компанії «Вилкове-Пелікан-Тур».

- Таким чином загальна стратегія буде «диференціація». А за напрямком «Екологічний туризм, дикий» пропонується відкрити каяк-клуб на території бази «Пелікан».

Для реалізації проекту пропонується закупка 20 каяків. Розрахунок грошового потоку визначив окупність проекту протягом 1,5 місяця.

АНОТАЦІЯ

Малявка К.Ю., «Формування маркетингової стратегії туристичної фірми»
(*прізвище та ініціали студента*) (*назва кваліфікаційної роботи*)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 073 "Менеджмент" за магістерською програмою «Менеджмент організацій»,
Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2021 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження –
ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти дослідження, аналізу та формування
маркетингової стратегії туристичної фірми

Проаналізовано фінансово-економічну діяльність ТОВ «Вилкове-Пелікан-Тур»,
бізнес-портфель за допомогою матриці БКГ, маркетингове оточення за допомогою SWOT-
аналізу, модель споживчої поведінки

Запропоновано відкриття каякінг клубу, що дозволить підвищити дохідність компанії .

Ключові слова: Маркетингова стратегія, бізнес-портфель, матриця БКГ, SWOT-аналіз,
сегментація споживачів.

ANNOTATION

Maliavka K.Y., « Formation of a travel company's marketing strategy»,
(*students surname and initials*) (*work title*)
thesis for Master degree
in specialty 073 «Management » under the program «Management of Organizations»,
Odessa National Economic University
Odessa, 2021

Thesis consists of three chapters. Object of study – «Vilkove-Pelican-Tour» LLC.

Diploma thesis deals with theoretical aspects of researching, analyzing and formation of a marketing strategy of a travel company.

It was analysed financial and economic activity of «Vilkove-Pelican-Tour» LLC, business portfolio with BCG matrix, competitive profile, marketing environment using SWOT-analysis, model of consumer behaviour.

It is offered to open kayaking club, which will increase the profitability of the company.

Keywords: Marketing strategy, business portfolio, BCG matrix, SWOT-analysis, consumer segmentation.