

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 242 «Туризм»
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою «Туризм»
(назва освітньої програми)

на тему: «Шляхи удосконалення маркетингової політики туристичних підприємств»

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки

Ференц Анастасія Віталіївна

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

Науковий керівник

_____ (науковий ступінь, вчене звання)

Павлоцький Володимир Якович

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми, якій присвячена кваліфікаційна робота, пояснюється роллю в якій основна діяльності сучасного підприємства лежить саме маркетинг.

Мета дослідження, здійсненого в кваліфікаційній роботі полягає у вдосконалення маркетингової діяльності підприємства сфери туризму

Завдання дослідження:

- Розкрити цілі та функції маркетингу;
- Розглянути сутність та зміст маркетингової діяльності в сучасній фірмі;
- Провести аналіз сучасного інструментарію маркетингової діяльності на сучасному підприємстві;
- Надати організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства;
- Проаналізувати ефективність управління маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства;
- Розробити рекомендації щодо розвитку системи управління маркетинговою діяльністю досліджуваного підприємства;
- Дати оцінку ефективності запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи виступає процес ефективного управління маркетинговою діяльністю туристична фірма ТА «Фантазія Тревел».

Предметом дослідження є маркетингова діяльність ТА «Фантазія Тревел».

Методи дослідження, теоретичною та методичною основою курсової роботи виступають базові положення економічної теорії, наукові роботи та розробки вітчизняних та зарубіжних учених з питань розвитку та ефективного функціонування маркетингової діяльності підприємств, а також логістичних систем.

У методологічну основу дослідження покладено такі основні методи: абстрактно-логічний, комплексно-факторний, економіко-статистичний, аналогій, порівняльних та експертних оцінок, екстраполяції.

Інформаційна база дослідження: Закони України, інші нормативно-правові акти України, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані Державної служби статистики України, Головного управління статистики в Одеській області та Головного управління економіки Одеської обласної державної адміністрації, монографічні дослідження, навчальна література, наукові статті.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновку, списку використаних джерел (41 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 68 сторінки. Основний зміст викладено на 65 сторінках. Робота містить 11 таблиць, 7 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні основи маркетингової діяльності на підприємстві**» сутність та завдання маркетингової діяльності у системі маркетингових комунікацій туристичних підприємств, характерні риси та особливості концепції маркетингу.

У другому розділі «**Аналіз маркетингової діяльності туристичної фірми ТА Фантазія Тревел**» наведено організаційно-економічна характеристика турагентства, проаналізовано ефективність рекламних заходів та інших елементів системи маркетингових комунікацій, досліджено фінансовий стан та результати господарської діяльності ТА «Фантазія Тревел».

У третьому розділі «**Шляхи вдосконалення Діяльності ТА Фантазія Тревел**» сформульована розробка інноваційної стратегії PR-діяльності для туристичного підприємства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1.Маркетинг в загальному розумінні - це вид управлінської діяльності, який спрямований на стимулювання та розширення виробництва шляхом дослідження та виявлення потреб споживачів. Це одночасно філософія бізнесу й активний процес. Як філософія бізнесу дана наука пропонує систему мислення та ідеологічну основу підприємницької діяльності. Як активний процес маркетинг виконує низку завдань, що виникають при функціонуванні підприємства в ринкових умовах, і розглядається як основа для досягнення цілей підприємства.

В свою чергу завданням маркетингової діяльності на туристичному підприємстві є використання засобів підвищення комунікації між виробниками та споживачами, постійний моніторинг ситуації на туристичному ринку, аналіз конкурентів підприємства, розробка та впровадження нововведень у туристичну діяльність, які б сприяли підвищенню якості надаваних послуг та детальному виявленню потреб.

2.Турагентство «Фантазія Тревел» має не поганий, середній рівень розвитку, адже належить до мережі відомого туроператора «Фантазія Тревел» за договором франчайзингу.

3.Турфірма «Фантазія» має активніше використовувати телебачення для просування PR-кампаній. Телебачення – це основний канал, який максимально охоплює широку аудиторію. Тому розміщення реклами на телебаченні дозволяє забезпечити велику кількість контактів з аудиторією, закріплює назву та позицію компанії у свідомості споживачів.

Друковані засоби інформації також є серйозними медіаресурсами, які відповідають завданням кампанії та відповідним цільовим аудиторіям.

Можна розміщувати інформацію в тематичних виданнях, жіночих, чоловічих журналах, що дозволить охопити потенційних споживачів.

З метою вдосконалення PR діяльності у турфірмі «Фантазія» пропонується проводити організацію заходів щодо комплексного внутрішнього та зовнішнього PR. Інформаційні суперечності у зовнішньому та внутрішньому користуванні – одна з найчастіших помилок, які допускаються фірмами під час проведення PR-компаній. Проведений аналіз показав майже повну відсутність внутрішнього PR у компанії Saigontourist.

АНОТАЦІЯ

Ференц А.В. «Шляхи удосконалення маркетингової політики туристичних підприємств»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності _____ 242 «Туризм» _____

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою _____ «Туризм» _____

(назва освітньої програми)

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2022.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти планування маркетингової діяльності туристичних підприємств. Висвітлено роль маркетингу як ключового елементу системи комунікацій туристичних підприємств.

Проаналізовано фінансово-господарську діяльність туристичного агентства «Фантазія Тревел» за 2019-2021 рр. Винайдено резерви підвищення ефективності маркетингової діяльності агентства.

Запропоновано шляхи впровадження маркетингових інновацій агенції із застосуванням ресурсів мережі Інтернет та елементів цифрового телебачення.

Ключові слова: маркетинг у туристичному бізнесі, система маркетингових комунікацій, медіаплан, ефективність управління маркетинговою політикою цін.

ANNOTATION

Ferents A.V. «Ways to improve the marketing policy of tourism enterprises»

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree
in the specialty _____ 242 «Tourism» _____

(code and name of the specialty)

for the educational program _____ «Tourism» _____

(title of the educational program)

Odessa National Economics University. – Odessa, 2022.

The work deals with the theoretical aspects of the planning of the marketing activities of tourism enterprises. The role of advertising, as a key element of the marketing communications system of tourist enterprises is highlighted.

Author analysis the financial and economic activity of the travel agency «Fantasy Travel» for 2019-2021. Provisions were made for increasing the effectiveness of the agency's advertising activity.

The ways of introduction of marketing innovations of agency with use of resources of the Internet and elements of digital television are offered.

Keywords: advertising in tourism business, system of marketing communications, media plan, the effectiveness of marketing policy pricing.