

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ ТА МІЖНАРОДНОЇ ЛОГІСТИКИ

РЕФЕРАТ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»

НА ТЕМУ: Розробка маркетингової стратегії підприємства

Виконавець:

студентка ЦЗФН факультету

Прокопова Вікторія Русланівна

/підпис/

Науковий керівник:

кандидат економічних наук, доцент

Губерник Аркадій

/підпис/

ОДЕСА – 2024

ВСТУП

Актуальність всебічного дослідження туризму обумовлена його багатогранністю та суспільною значущістю. Основна увага в дослідженнях явищ та процесів, пов'язаних з туризмом, приділяється питанням маркетингу та організації, в останні роки стали більше уваги приділяти правовим та екологічним аспектам функціонування туризму.

На даний час туристична галузь продовжує випереджати світову економіку, незважаючи на погіршення глобальних економічних перспектив, напруженість у міжнародній торгівлі, соціальні хвилювання, геополітичну невизначеність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різні аспекти теоретичних і практичних основ туризму були і є предметом наукових досліджень зарубіжних авторів, а саме: Р. Бартон, Дж. Боуена, А. Булла, П. Ліндєрта, Дж. Мейкенза, М. Монтехано, Р.Олльє та ін. Крім того, дослідженню проблем туристичної галузі також присвячені роботи вчених: Азарян О.М., Балабанова І.Т., Барчукової В.С., Гуляєва В.Г., Карсекіна В.І., Віноградської А.М.

Зауважимо, що кожна наука має власний об'єкт, предмет та суб'єкт і, зважаючи на філософські категорії, об'єктом наукового дослідження є процес або явище, що породжує проблемну ситуацію й обирається для вивчення дослідником. Як указують В.Г. Горохов і С.З. Пакуляк, наука слугує справі самопізнання й пізнання фактичних зв'язків [3, с.154]. Зважаючи на це, з'ясувати сутність туризму понятійним способом, представити його категоріально, концептуально є досить складною справою, адже туризм є багатогранним явищем суспільного життя і його неможливо визначити однозначно.

Туризм є мультидисциплінарним, багатофакторним явищем, що пов'язує такі поняття, як інфраструктура, гостинність, пересування, якість туристичного продукту й навколишнього середовища, менеджмент і маркетинг туризму, економіка туризму, підготовка професійних кадрів, транспортні послуги, служба безпеки тощо.

Вивченню та узагальненню теоретичних досліджень у різних напрямках туризмознавства, цілісного уявлення про туризм як багатогранний феномен сучасності, роль і значення цього соціального інституту в житті суспільства присвятили роботи українські вчені: О.О. Бейдик, Т.А. Дьорова, О.А. Кручек, О.О. Любіцева, В.С. Пазенок, Б.П. Яценко та ін. Вагомий внесок у створення і розвиток теорії туризму належить російським ученим М.Б. Біржакову, В.П. Грицкевичу, І.В. Зоріну, В.А. Квартальнову.

Але, на жаль, проблемі визначення закономірностей функціонування туристичного ринку приділена на сьогоднішній день украй недостатня кількість досліджень.

Слід зазначити, що туризм приносить прибуток у тих регіонах, в яких досяг найбільшого розвитку, за умов підтримки влади, яка вбачає в ньому засіб стимулювання збалансованості й розвитку економіки, що сприяє активізації наукових досліджень у цій сфері.

Мета даної кваліфікаційної роботи полягає у виявленні сучасних тенденцій розвитку туризму та досліджень як складової комплексу і інструментарію управління в туристичній сфері.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є організаційний механізм впливу системи управління на діяльність компанії «Море турів».

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є компанія «Море турів» та його конкурентне середовище.

Завдання:

1. З'ясувати сутність та зміст поняття «система», становлення структурних відділів на підприємствах; дослідити проблеми стратегії у сучасному середовищі; розглянути різні концепції. Розглянути поняття та функції систем;
2. Розглянути види стратегії; проаналізувати ситуацію з використанням стратегій на вітчизняних підприємствах туристичної сфери;
3. Проаналізувати історію та фінансово-економічний стан компанії «Море турів»;
4. Проаналізувати діяльність компанії «Море турів»; проаналізувати стратегію компанії, а в області управління системою управління;
5. На основі проведеного аналізу розробити пропозиції щодо оптимізації управління системою управління компанії «Море турів».

Для досягнення поставленої мети використано такі методи дослідження, як: абстрактне-логічний; ситуаційний аналіз; середніх, абсолютних і відносних величин; порівняння, графічний, соціологічний; статистичний аналіз; економіко-математичний; експертні опитування й оцінки. На основі даних Всесвітньої туристичної організації проаналізовано показники розвитку світового ринку туристичних послуг. Виконано аналіз: динаміки кількості суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів і тур агентів) в Україні; загальної середньооблікової кількості штатних працівників; доходів від надання туристичних послуг; операційних витрат на надання туристичних послуг; кількості туристів, обслугованих туроператорами та тур агентами в Україні.

Наукова новизна кваліфікаційної роботи полягає у тому, що вперше було розглянуто та проаналізовано система управління діяльності компанії «Море турів» і розроблено проект впровадження ефективної системи управління для даного підприємства.

Методи дослідження. У кваліфікаційної роботи використано аналітичний метод при дослідженні ефективності управління на підприємстві, загальнонаукові методи аналізу, синтезу при дослідженні та узагальненні різних підходів до впровадження стратегії управління на підприємстві. У процесі написання кваліфікаційної роботи застосовувались наступні методи дослідження: узагальнення, порівняння, групування при аналізі діючих нормативних документів; графічний метод, табличний метод при аналізі фінансової звітності підприємства, аналіз коефіцієнтів та відносних показників. Обрані методи надають можливість порівнювати, групувати та аналізувати дані. Були використані також сайти державних організацій.

Інформаційна база. Інформаційною базою дослідження є праці вітчизняних і зарубіжних економістів з даної тематики, а також нормативно-правові акти України, що визначають методологічні засади розкриття інформації про стан та діяльність суб'єктів господарювання у їх фінансовій звітності, періодична і спеціальна література з фінансового аналізу та фінансового менеджменту. В ході написання роботи використовувалися наукова періодика з досліджень платоспроможності та ефективності її забезпечення, підручники, монографії, періодичні публікації, фінансова та статистична звітність досліджуваного підприємства.

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

Ключові слова: туристична галузь, туристична послуга, туристичний продукт, суб'єкти туристичної діяльності, кон'юнктура ринку, споживачі, маркетингові дослідження, маркетинговий інструментарій, анкетування, показники, тенденції, маркетингова стратегія.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА З УРАХУВАННЯМ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ

Маркетингова діяльність передбачає: ретельне врахування потреб у товарах і послугах; врахування стану і динаміки попиту; ситуації, що склалася на ринку, і її розвитку; можливе пристосування виробництва до потреб ринку, до існуючих і потенційних запитів покупців; активний вплив на формування попиту, ринку товарів і послуг; контроль за умовами реалізації товарів і послуг; гнучке реагування на зміни попиту.

Ситуація, що склалася в туристичній сфері, в умовах пандемії та військових дій на території України вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ та інтенсифікації попиту на туристичні продукти та підвищення їх виробництва із забезпеченням необхідного рівня якості та безпеки. В цьому контексті великого значення набуває використання інструментів маркетингу.

Маркетинг туристичних послуг можна визначити як комплекс заходів, пов'язаних із вивченням і формуванням попиту на туристичні продукти, розробкою туристичних продуктів, досягненням та підтримкою їх конкурентоспроможності а також їх просуванням відповідно до визначених маркетингових факторів, які необхідно враховувати для задоволення потреб індивідуумів і груп людей у відпочинку, розвагах за допомогою надання їм житла, транспортних засобів, харчування, організації дозвілля тощо.

Ефективність управління маркетинговою діяльністю туристичного підприємства залежить від розробки його допоміжних систем: маркетингової інформаційної системи, системи організації маркетингу, системи маркетингового контролю.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ КОМПАНІЇ «МОРЕ ТУРІВ»

Показник рентабельності діяльності підприємства негативний, а, отже, керівництву підприємства варто переглянути стратегію діяльності підприємства й звернути особливу увагу на діяльність по збільшенню прибутку підприємства. Для того, щоб проаналізувати фінансову діяльність підприємства в цілому за період з 2020 року по 2023 рік, зведемо всі розраховані дані показників в одну зведену таблицю.

Проаналізувавши таблицю, можна зробити висновок про те, що у 2023 році фінансова діяльність «Море Турів» стала неуспішна. Це видно з розрахованих показників ефективності діяльності підприємства. Дані про рентабельність підприємства в 2022р. і 2023р. негативні. Також, проаналізувавши динаміку зміни коефіцієнтів, видно, що вона йде до зниження. Тобто показники ефективності знизилися в 2020р. в порівнянні з 2021р.; в 2022р. показники ефективності виростили в порівнянні з 2020р., а в 2023р. вони знову значно знизилися в порівнянні з попереднім роком. Це означає, що керівництву підприємства необхідно провести ряд активних заходів щодо напрямків діяльності, реальні передумови яких зазначені в SWOT аналізі та аналізі за допомогою моделі Shell/DPM.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ «МОРЕ ТУРІВ»

В цілому, впровадження системи стратегічного управління туристичної фірми «Море Турів» за рахунок збільшення рекламної діяльності компанії, навчання персоналу, підвищення заробітної плати і поліпшення умов праці, а також введенням нового туристичного напрямку - буде економічно ефективним заходом. Таким чином, внаслідок впровадження заходів, спрямованих на вдосконалення системи стратегічного управління компанії «Море Турів», виручка підприємства зросте, тобто основна місія підприємства буде виконана.

В цілому, впровадження системи стратегічного управління дозволить надати співробітникам можливість навчання і підвищення кваліфікації, а також підвищення заробітної плати і поліпшення умов організації праці, що є економічно ефективними заходами.

Вироблені розрахунки показують, що внаслідок зростання виручки і збільшення собівартості, сталося збільшення наступних показників: балансовому прибутку - на 179,84%. Збільшення вартості основних виробничих фондів на 135,81%, забезпечило створення мережевої локально-обчислювальної мережі і придбання нового сучасного устаткування.

Зниження наступних показників: рентабельності на 28,45%, рентабельності продажів на 1,0%; фондовіддачі - 86,4%. Істотно не вплинуло на формування прибутку. Ці зміни сталися внаслідок збільшення вартості туристичних турів по усіх напрямках в 2022 році геополітичну невизначеність, а також за рахунок збільшення собівартості послуг, що робляться, за рахунок впровадження системи стратегічного управління. Довгострокова стратегія фірми має бути спрямована в першу чергу на формування образу компанії «Море Турів» як компанії високого рівня. Головною метою такої стратегії є залучення нових клієнтів і партнерів, у тому числі потенційних інвесторів.

Для поліпшення положення компанії «Море Турів» на ринку туризму, були вибрана стратегія розвитку бізнесу з обережністю, посилити імідж компанії на ринку і впровадження в систему управління компанією комп'ютерного продукту "Амадеус". Позитивні чинники, що дозволяють реалізувати цю стратегію, вже склалися в компанії.

В цілому ж можна відмітити, що за відсутності стратегічного бачення або плану розвитку компанії на стратегічну перспективу, не маючи стратегічних цілей, не визначаючи свою місію в бізнесі, неможливо не лише розвиватися в довгостроковому аспекті, але і ефективно вирішувати поточні завдання.