

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми Актуальність даної роботи полягає в тому, що для отримання прибутку в умовах високого рівня конкуренції і економічної кризи в країні, малі підприємства, у тому числі туристичної галузі, вимушені активно застосовувати маркетингові інструменти.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні і методологічній розробці основних напрямів удосконалення управління системи маркетингової діяльності на підприємстві

Завдання дослідження:

- описати особливості маркетингової діяльності в малому підприємстві;

- дослідити ефективність роботи базового підприємства;

- провести розробку й обґрунтування заходів щодо удосконалювання маркетингової діяльності в базовому підприємстві;

- обґрунтувати розрахунок економічної ефективності запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження процес управління комплексом маркетингу у туристичному підприємстві малого бізнесу ТОВ «Тартус-Тур». Це підприємство спеціалізується на організації туристичних подорожів на морських та річкових судах.

Предмет дослідження - виявлення проблем в організації системи маркетингової діяльності туристичної фірми «Тартус-Тур» та розробка рекомендацій з їх усунення.

Методи дослідження аналіз техніко-економічних показників діяльності і складових елементів макро- і мікросередовища підприємства; аналітико-синтетичний метод дослідження сильних і слабких сторін діяльності підприємства – SWOT-аналіз; техніко-економічний прогноз діяльності після впровадження запропонованих заходів.

Інформаційна база дослідження економічна література, публікації в періодичній літературі з проблем маркетингу, практичні матеріали ТОВ «Тартус-ТУР»

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота магістра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (43 найменувань) та 3-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 78 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 7 таблиць, 8 рисунків.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи магістра опубліковано 1 статтю: _____ // _____ (назва видання, місце, рік).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи управління комплексом маркетингу малого підприємства» розглянуто особливості комплексу маркетингу у малому бізнесі, сутність та значення маркетингового середовища, порядок розробки стратегії формування маркетингової програми.

У другому розділі «Розробка рекомендацій з удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми «Тартус-Тур»» проаналізовано показники діяльності туристичної фірми «Тартус-Тур» та надано оцінку маркетингового середовища підприємства «Тартус-Тур».

У третьому розділі «Розробка рекомендацій з удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми «Тартус-Тур»» запропоновано заходи з розробки маркетингової програми на туристичному підприємстві «Тартус-Тур» та обґрунтовані рекламні заходи для збільшення дохідності та прибутковості туристичної компанії «Тартус-Тур» в грудні 2017 року.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Для розвитку діяльності підприємства важливе просування за допомогою зовнішньої реклами (білборду). В роботі наведені відповідні обґрунтування витрат на рекламу.

2. Для діяльності підприємства важливе просування за допомогою радіореклами на одному з найбільш популярних радіоканалів м. Одеси та області. В роботі наведені відповідні обґрунтування витрат на рекламу.

АНОТАЦІЯ

Штейсель А.В. «Комплекс маркетингу у туристичному підприємстві «Тартус-Тур»»,

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 075 «Маркетинг» за магістерською програмою професійного спрямування «Маркетинговий менеджмент». - Одеський національний економічний університет. - Одеса, 2017.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти основні положення щодо маркетингу підприємств малого бізнесу, сутність та значення маркетингового середовища, порядок розробки стратегії формування маркетингової програми.

Проаналізовано основні показники діяльності туристичного підприємства «Тартус-Тур» за останні роки, дана оцінка маркетинговому середовищу підприємства.

Запропоновано рекомендації щодо розробки маркетингової програми у туристичному підприємстві «Тартус-Тур», розроблено рекламні заходи для збільшення прибутковості підприємства у грудні 2017 року.

Ключові слова: маркетинг, туризм, туристичне підприємство, комплекс маркетингу, рекламні заходи.

ABSTRACT

Shteisel A. V. «Marketing complex in the «Tartus-Tour» tourist enterprise»

Qualifying work for obtaining an educational master's degree in a specialty 075 «Marketing» for the master's program «Marketing management». - Odessa National Economic University. - Odessa, 2017.

The work considers the theoretical aspects of substantive provisions regarding the marketing of small business enterprises, the essence and importance of the marketing environment, the strategy forming developing procedure of a marketing program.

The main indicators of the «Tartus-Tour» tourist enterprise activity in the last years are analyzed, the estimation of enterprise's marketing environment is given.

Recommendations for the marketing program development at the «Tartus-Tour» tourist enterprise are suggested, the promotional measures for increasing of enterprise profitability in December 2017 are developed.

Keywords: marketing, tourism, tourist enterprise, marketing complex, promotional measures.