

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

Кафедра Туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Герасименко В.Г.

“ ___ ” _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності Туризм

за темою:

«Організація маркетингової діяльності підприємств сфери
туризму»

Виконавець

студентка факультету міжнародної економіки

Костик Анастасія Андріївна

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

Науковий керівник

к.е.н., викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Наймарк Катерина Артурівна

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

Одеса 2018

АНОТАЦІЯ

Костик А.А. «Організація маркетингової діяльності підприємств сфери туризму», випускна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавра зі спеціальності «Туризм»

Одеський національний економічний університет
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження - процес організації маркетингової діяльності підприємств сфери туризму.

У роботі розглянуто особливості діяльності підприємств сфери туризму, сутність маркетингу та зміст маркетингових досліджень в сфері туризму, специфіка маркетингу туристичних послуг у розрізі сегменту VIP-туризму.

В аналітичній частині досліджено специфіку функціонування туроператора «Фабрика туризму».

На підставі порівняльного аналізу туроператора «Фабрика туризму» та його найближчих конкурентів, пропоновано пріоритетні напрями щодо поліпшення маркетингової діяльності та зроблено економічне обґрунтування впровадження нового VIP-туру.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, туризм, туроператор, туристична фірма.

ANNOTATION

Kostyk A., «Organization of marketing activity of tourism enterprises», thesis for obtaining the bachelor's degree education in the specialty «Tourism»

Odessa National University of Economics
Odessa, 2018

Thesis consists of three chapters.

Research object - the process of organizing the marketing activity of the tourism enterprises.

The thesis considers the peculiarities of the activities of enterprises in the sphere of tourism, the essence of marketing and the content of marketing research in the field of tourism, the specifics of marketing tourism services in the context of the segment of VIP-tourism.

The analytical part explores the specifics of touristic company «Factory of Tourism».

Based on the comparative analysis of the tour operator «Factory of Tourism» and its closest competitors, the directions for improving marketing activities were proposed and the economic feasibility of introducing a new VIP tour was made.

Key words: marketing, marketing activity, tourism, tour operator, travel agency.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	Теоретичні основи організації маркетингової діяльності підприємств сфери туризму	
1.1.	Особливості діяльності підприємств сфери туризму	6
1.2.	Сутність маркетингу та зміст маркетингових досліджень в сфері туризму.....	15
1.3.	Специфіка маркетингу туристичних послуг у розрізі сегменту VIP-туризму.....	28
РОЗДІЛ 2.	Дослідження маркетингової діяльності підприємств сфери туризму на прикладі туристичного оператора «Фабрика туризму»	
2.1.	Специфіка функціонування туроператора «Фабрика туризму».....	36
2.2.	Аналіз маркетингової діяльності туроператора «Фабрика туризму».....	49
2.3.	Оцінка конкурентного профілю туроператора «Фабрика туризму».....	58
РОЗДІЛ 3.	Удосконалення маркетингової діяльності туристичного оператора «Фабрика туризму»	
3.1.	Розробка VIP-туру та його економічне обґрунтування в діяльності туроператора «Фабрика туризму».....	66
3.2.	Складання рекламної кампанії та надання пропозицій щодо розвитку маркетингової діяльності туроператора «Фабрика туризму».....	71
ВИСНОВКИ	75
Список використаних джерел	76

ВСТУП

Актуальність теми. На сьогоднішній день туризм є не тільки індустрією, яка активно розвивається, а й значним джерелом доходу в багатьох країнах.

Глобалізація бізнесу, посилення конкуренції, підвищення ролі споживача у формуванні попиту на туристичні послуги, широке включення українських туристичних підприємств у міжнародний поділ праці, висувають нові вимоги до системи управління підприємствами та використання інструментів маркетингу для досягнення конкурентних переваг і довгострокового успіху.

Проведені дослідження свідчать, що ситуація на ринку туристичних послуг постійно ускладнюється, за споживчий попит розгортається конкурентна боротьба. Маркетинг набуває все більшого значення в системі туризму, оскільки базується на специфіці ринку туризму в цілому, який споконвічно є ринком покупця. Пошук нових можливостей для розвитку свого бізнесу підвищує інтерес суб'єктів туристичної діяльності до стратегій маркетингу на туристичному ринку.

VIP-туризм є одним із найбільш стійких видів туризму взагалі, який найменше залежить від коливань світової економіки та політичної ситуації в країнах і регіонах. Тобто його розвиток сприяє стабілізації прибутку від туризму незалежно від зовнішніх факторів. Дослідники цього напрямку виділяють основні тенденції розвитку vip-туризму, які полягають в основному у зростанні різноманітності послуг, їх ексклюзивності, технологічності.

Мета випускної роботи – розробка та обґрунтування практичних рекомендацій організаційно-економічного характеру, спрямованих на удосконалення маркетингової діяльності підприємств сфери туризму на прикладі туроператора «Фабрика туризму».

Задачами даного дослідження являються:

- визначення особливостей діяльності підприємств сфери туризму;
- з'ясування сутності маркетингу та змісту маркетингових досліджень в сфері туризму;
- розгляд специфіки маркетингу туристичних послуг у розрізі сегменту VIP-туризму;

- аналіз специфіки функціонування туроператора «Фабрика туризму»;
- вивчення маркетингової діяльності туроператора «Фабрика туризму»;
- оцінка конкурентного профілю туроператора «Фабрика туризму»;
- розробка VIP-туру та його економічне обґрунтування в діяльності туроператора «Фабрика туризму»;
- створення рекламної кампанії та надання пропозицій щодо розвитку маркетингової діяльності туроператора «Фабрика туризму».

Об'єктом дослідження виступає процес організації маркетингової діяльності підприємств сфери туризму.

Предмет дослідження – сукупність теоретичних та практичних питань удосконалення організації маркетингової діяльності підприємств сфери туризму на прикладі туроператора «Фабрика туризму».

Методи, які були використані для написання даної випускної роботи: діалектичний метод пізнання, метод наукової абстракції, ситуаційний метод, метод середніх, абсолютних та відносних величин, порівняння, графічний метод.

Інформаційну базу для даної роботи склали нормативно-правові акти України, матеріали наукових конференцій, наукові публікації, монографічні видання вітчизняних та іноземних вчених, спеціальна економічна література, інтернет ресурси, інформація Всесвітньої туристичної організації, звітні дані туроператора «Фабрика туризму» за 2017 рік.

Окремі результати дослідження представлялися на науково-практичній конференції студентів ФМЕ ОНЕУ «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України», а також опубліковані у вигляді тез «Визначення сутності маркетингу у туристичній діяльності» [29] в збірнику наукових праць, виданих за підсумками проведення даної конференції (2018 р.).

Дипломна робота містить 81 сторінку, 17 таблиць, 13 рисунків, список літератури з 69 найменувань.

ВИСНОВКИ

У першому розділі виваускної роботи розглянуто особливості діяльності підприємств сфери туризму, сутність маркетингу та зміст маркетингових досліджень в сфері туризму, специфіка маркетингу туристичних послуг у розрізі сегменту VIP-туризму.

Другий розділ присвячений дослідженню маркетингової діяльності туроператору «Фабрика туризму». У зв'язку з цим вивчена специфіка його функціонування, розглянуті основні напрямки діяльності даної туристичної фірми, представлена організаційна структура управління. Проведено аналіз діяльності туроператора «Фабрика туризму» в плані надання послуг з організації подорожів, зроблена оцінка ефективності діяльності.

Проведений SWOT-аналіз, на підставі якого визначено основні проблеми туроператора. Для розробки конкретних заходів, спрямованих на поліпшення маркетингової діяльності, і, в зв'язку з цим, підвищення ефективності роботи турфірми, зроблений порівняльний аналіз функціонування даного туроператора і його основних конкурентів - туроператорів «Yana Luxury Travel» та «Алвона», за результатами якого визначено пріоритетні напрямки вдосконалення роботи турфірми.

У третьому розділі випускної роботи був запропоновано турфірмі «Фабрика туризму» приділити увагу розробці нових турів, яких зараз немає у її прямих конкурентів, - організації освітніх турів для дівчат до Великобританії, із вивченням англійської мови, етикету та розвитку фізичних здібностей. Нами розроблена програма туру «Школа майбутніх принцес» і зроблено його економічне обґрунтування. Шляхом економічних розрахунків доведено, що організація подібних турів матиме позитивний вплив на фінансово-економічні показники туроператора «Фабрика туризму», збільшить його дохід шляхом вдосконалення організації туристичних поїздок. Також, розроблена рекламна компанія та надано основні пропозиції щодо розвитку маркетингової діяльності на підприємстві.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабарицька В. К. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи, сервісне забезпечення турпродукту : навчальний посібник / В. К. Бабарицька, О. Ю. Малтновська. – К.: Альтерпрес, 2004. – 288 с.
2. Воронкова Л.П. Туризм. Гостеприимство. Сервис. Словарь-справочник / Л.П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
3. Биржаков М. Б. Индустрия туризма: перевозки : учебник / М. Б. Биржаков, В. И. Никифоров. – СПб : ИД Герда, 2007. – 528 с.
4. Власова М.В. Стратегічне управління діяльністю туристської фірми в умовах конкурентного середовища : навчальний посібник / М. В. Власова. – К.: Либідь. – 2006.
5. Войтушенко О. П. Новітні підходи до сучасних туристичних авіаційних перевезень / О. П. Войтушенко // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. – 2011. – Вип. 11. – С. 275-283.
6. В'їзний туризм : навчальний посібник / авт. кол. : П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андрєєва [та ін.]. – Ніжин : Вид-ць Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
7. Воронкова Л.П. Туризм. Гостеприимство. Сервис. Словарь-справочник / Л. П. Воронкова. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.
8. Галасюк С.С. Взаємозв'язок розвитку транспорту та туризму / С. С. Галасюк, К. І. Ободовська // Науковий вісник. Всеукраїнська асоціація молодих науковців : зб. наук. праць. Вип. 15 (49). – Одеса : ОДЕУ, 2008. – С. 161-170.
9. Галасюк С.С. Організація туристичних подорожей та екскурсійної діяльності : навчальний посібник / С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов. – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 178 с.
10. Галасюк С.С., Наймарк К.А. Порівняльна характеристика основних українських туроператорів по Європі // Туристичний та готельно-ресторанний бізнес в Україні: проблеми розвитку та регулювання: Матеріали ІХ Міжнародної

науково-практичної конференції (м. Черкаси, 22-23 березня 2018 р.). – Черкаси: Видавець Чабаненко Ю. А., 2018. – С. 60-64.

11. Герасименко В.Г. Опорний конспект лекцій по дисципліні «Туризмознавство» / В.Г. Герасименко. – ОНЕУ. – 2011.

12. Герасименко В. Г. Організація надання туристичних послуг : навчальний посібник / В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк. – Одеса : Атлант, 2014. – 244 с.

13. Герасименко В. Г. Організація транспортних подорожей та перевезень : навчальний посібник / В. Г. Герасименко, А. В. Замкова. – Х. : Бурун Книга, 2011. – 135 с.

14. Герасименко В.Г., Наймарк К.А. Інноваційний потенціал підприємств туризму та готельного господарства : монографія. – Одеса : ОНЕУ, 2017. – 278 с.

15. Грачева О. Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта : учебное пособие / О. Ю. Грачева, Ю. А. Маркова. – М.: Дашков и К, 2008. – 276 с.

16. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 304 с.

17. Давиденко І.В. Сучасні напрями стратегічного управління туристичним підприємством / І.В. Давиденко // Львівська економічна фундація. – 2017.

18. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навчальний посібник / Л. П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

19. Дурович А.П. Маркетинг в туризме : учебн. пособ. / А.П. Дурович. – Минск : Изд-во "Новое знание", 2003. – 496 с.

20. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособ. / А.П. Дурович. — М.: Новое знание, 2008. — 254 с. 7. Ефремова М. Экономика туризма и оценки ее динамики / М. Ефремова // Экономист. — 2004. — №12. — С. 72—75.

21. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб. пособ. для вузов. / А.Д. Каурова. — СПб.: Герда, 2005. — 319 с.

22. Квартальнов В.А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 320 с.

23. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak.htm.
24. Костик А.А. Визначення сутності маркетингу у туристичній діяльності / А.А. Костик // Матеріали круглого столу та студентської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 12 квітня 2018 р.) / Одеський національний економічний університет. – Одеса: ОНЕУ, 2018. – С.548-552.
25. Криховецький І.З. Методичні аспекти маркетингових досліджень в туризмі / І. З. Криховецький // Економіка АПК. - №4. – 2011. – С.54-60.
26. Кудла Н.Є. Маркетинг туристичних послуг / Н.Є. Кудла. – К. : Знання, 2011. – 351 с.
27. Кусков А. С. Менеджмент транспортных услуг: туризм : учебное пособие / А. С. Кусков, О. В. Понукалина. – М. : Рконсульт, 2004. – 448 с.
28. Лозинська М.Ю. Сегментація ринку туристських послуг // Вісник НУ "Львівська Політехніка". — 2004. — №499. — С. 183—191. — (Серія: "Логістика").
29. Майборода Ю. Туристические перевозки: надежно и безопасно / Ю. Майборода // Украинский туризм. – 2009. – № 4.
30. Мальська М. П. Основи маркетингу у туризмі [текст] підручник. / М. П. Мальська, Н. Л. Мандюк – К.: «Центр учбової літератури», 2016. – 336 с.
31. Мальська М. П. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика : навч. посіб. / М. П. Мальська, О. Ю. Бордун. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 248 с.
32. Мальська М. П. Туристичний бізнес: теорія та практика : підручник. 2-е вид. перероб. та доп. / М. П. Мальська, В. В. Худо. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 368 с.
33. Морган Н. Реклама в туризме и отдыхе: [учеб. пособ. для студ. вузов, обуч. по спец. "Рекама" и "Соц.культур. сервис и туризм"]: пер. с англ. / Н.

Морган, А. Причард; под ред. Б.Л. Ерёміна. — М.: ЮНИТИДАНА, 2004. — 495 с. — (Серия "Зарубежный учебник").

34. Нездоймінов С.Г. Підприємницький вектор розвитку регіонального туризму : монографія / С. Г. Нездоймінов. – Одеса : Пальміра, 2011. – 344 с.

35. Нездоймінов С.Г. Туризм як фактор регіонального розвитку : методологічний аспект та практичний досвід : монографія. – Одеса : Астропринт, 2009. – 304 с.

36. Нешков М. Туроператорска, агентска и транспортна дейност / М. Нешков. – Варна: Университетско издателство Икономически университет, 2000. – 226 с. (болг. мовою).

37. Новик В. С. Світовий досвід організації міжнародного авіаційного транспортного сполучення / В. С. Новик // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Серія : Економічні науки. – 2012. – Випуск 3 (47).

38. Організація туризму : підручник / За ред. І. М. Писаревського ; авт. кол.: І. М. Писаревський, С. О. Погасій, І. Б. Андренко [та ін.]. – Х. : ХНАМГ, 2008. – 541 с.

39. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.world-tourism.org.

40. Офіційний сайт туристичного оператора «Алвона» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://alvona.com>.

41. Офіційний сайт туристичного оператора «Yana Luxury Travel» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.yana.kiev.ua>.

42. Офіційний сайт туристичного оператора «Фабрика туризму» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://fabrika.travel>.

43. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія/В.Г Герасименко, Г.К Бедрадіна, С.С Галасюк та інші/за заг. ред. В.Г. Герасименко - Одеса: ОНЕУ, 2016.

44. Павленко А.Ф. Маркетинг: підруч. / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. — К.: КНЕУ, 2003. — 246 с.

45. Портал London Hotels Insight [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://londonhotelsinsight.com/>
46. Портал новин CNN [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://edition.cnn.com/>
47. Правик Ю.М. Маркетинг туризму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/15840720/turizm/marketing_turizmu_-_pravik_yum.
48. Повітряний Кодекс України // Офіційний вісник України. – 2011. – № 46.
49. Про туризм : Закон України від 15 вересня 1995 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2004 р.
50. Пуцентейло П.Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємства: навч. посібник / П. Р. Пуцентейло. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 344 с.
51. Ринки туристичних послуг : стан і тенденції розвитку : монографія / за заг. ред. професора В. Г. Герасименка ; авт. кол. : В. Г. Герасименко, С. С. Галасюк, С. Г. Нездоймінов [та ін.]. – Одеса : Астропринт, 2013. – 304 с.
52. Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: посіб. / Х.Й. Роглев. — К.: Кондор, 2005. — 408 с.
53. Саак А.Э., Якименко М.В. Маркетинг в гостиничном и ресторанном бизнесе / А.Э. Саак, М.В. Якименко. — Таганрог: издво ТРТУ, 2005. — 224 с.
54. Сайт компанії Марко Поло [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.marcopolotravel.co.uk>
55. Сайт туристичної компанії Cox & Kings [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.coxandkings.co.uk/>
56. Сайт компанії The Boston Consulting Group [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bcg.com/>
57. Сапрунова В. Б. Туризм: эволюция, структура, маркетинг : учебное пособие / В. Б. Сапрунова. – М.: Ось, 2002. – 320 с.
58. Сенин В.С. Организация международного туризма: ученик / В. С. Сенин. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 400 с.

59. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : підручник / За заг. ред. В.Ф.Орлова. – К. : Грамота, 2006. – 260 с.
60. Телетов О.С. Маркетингові підходи до надання туристичних послуг в умовах України /О.С. Телетов // Маркетинг і менеджмент інновацій. - №3. – 2013. – С.200-213.
61. Телетов О.С. Рекламний менеджмент : підручник / О.С. Телетов. – 2-ге вид., випр. – Суми : Університетська книга, 2012. – 367 с.
62. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 463 с. 11.
63. Туристична бібліотека «Все про туризм» [Елек- тронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourlib.net>
64. Форма № 1-туризм «Звіт про туристичну діяльність» / Документи туроператора «Фабрика туризму».
65. Форма № 2 «Звіт про фінансові результати» / Документи туроператора «Фабрика туризму».
66. Чернов В.А. Экономический анализ: торговля, общественное питание, туристический бизнес: [учеб. пособ. для вузов] / В.А. Чернов. — М.: ЮнитиДана, 2003. — 686 с.
67. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії / І.М. Школа. – Чернівці : Книги ХХІ, 2003. – 595 с.
68. Шульгіна Л. М. Маркетингове управління туристич- ними підприємствами : монографія / Л. М. Шульгіна, М. Л. Тке- шелашвілі. – К.; Тернопіль : Видавництво Астон, 2011. – 296 с.
69. Ястремська О. О. VIP-туризм: сутність та перспективи розвитку / О.О. Ястремська // Бізнес Інформ. - №3. – 2013. – С.207-211.