

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

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 242 «Туризм»

(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності»

(назва освітньої програми)

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТУРИСТИЧНОЇ ФІРМИ «ДАВАЙ ПОЇДЕМО»**

Виконавець

студент факультету міжнародної економіки

Мирза Євгеній Олександрович

(прізвище, ім'я, по батькові, підпис)

Науковий керівник

доктор економічних наук, доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Лебедєв Ігор Васильович

(прізвище, ім'я, по батькові, підпис)

Одеса 2023

АНОТАЦІЯ

Мирза Є. О. Удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо». Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 242 «Туризм» за освітньою програмою «Економіка та організація туристичної діяльності». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

У роботі розглядаються теоретичні та практичні аспекти управління маркетингом в туристичній фірмі «Давай поїдемо». Розкрито сутність основних понять – маркетинг, конкурентна позиція, сегментування ринку, після продажне обслуговування, репутація, інтернет-маркетинг тощо.

Надано загальну характеристику і здійснено аналіз економічної та маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо».

За результатами дослідження запропоновано комплекс заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми та проаналізована їх ефективність з акцентом на використання сучасних маркетингових комунікаційних технологій.

Ключові слова: туристична діяльність, туристична послуга, інтернет-маркетинг.

ANNOTATION

Mirza Y. O. Improvement of the marketing activity of the tourist firm "Let's go". Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 242 «Tourism» for the educational program «Economics and Organization of Tourism Activity». – Odessa National Economics University. – Odessa, 2023.

The paper deals with the theoretical & practical aspects of marketing management in the tourist firm "Let's Go". The essence of the main concepts is revealed – marketing, competitive position, market segmentation, after-sales service, reputation, Internet marketing, etc.

A general description and analysis of the economic and marketing activities of the tourist firm "Let's Go" are provided.

Based on the results of the study, a set of measures to improve the marketing activities of the tourist firm was proposed and their effectiveness was analyzed with an emphasis on the use of modern marketing communication technologies.

Keywords: tourist activity, tourist service, internet-marketing.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Туристична фірма повинна адаптуватись до змін у сучасному ринковому середовищі та високій конкуренції в туристичній індустрії. Сьогодні туристичний ринок насичений різноманітними туристичними фірмами, що пропонують подібні послуги. Для туристичної фірми «Давай поїдемо» важливо розробити ефективну стратегію маркетингу, яка дозволить виділитися серед конкурентів і привернути увагу цільової аудиторії.

Споживачі стають все більш вибагливими і досвідченими у виборі туристичних послуг. Дослідження маркетингової діяльності допоможе ідентифікувати нові тенденції та уподобання споживачів, що дозволить фірмі «Давай поїдемо» забезпечити їм більш персоналізований та збалансований підхід до пропозиції послуг.

Також необхідно відмітити, що інновації у туристичній галузі стають важливим фактором успіху. Дослідження маркетингової діяльності допоможе виявити нові можливості для впровадження інноваційних підходів, таких як використання цифрових технологій, соціальних медіа, віртуальної реальності тощо, що дозволить підвищити конкурентоспроможність фірми і знайти додаткові шляхи отримання прибутку.

Актуальність дослідження також полягає у створенні та підтримці активної присутності у соціальних мережах, що дозволить туристичній фірмі залучати більше потенційних клієнтів. Розміщення якісного контенту, фотографій, відео та інформації про послуги компанії на платформах соціальних медіа приверне увагу цільової аудиторії і стимулюватиме їх до співпраці. Цифрові технології дозволяють налагодити ефективний комунікаційний процес з клієнтами. Чат-боти, онлайн-консультанти та електронні форми зворотного зв'язку дозволять швидко та зручно відповідати на запитання, надавати консультації та підтримку, що підвищить задоволеність клієнтів і сприятиме їх лояльності.

Цифрові маркетингові інструменти надають можливість точного таргетингу та персоналізації рекламних кампаній. За допомогою аналізу даних про споживачів, можна створювати цільові сегменти та надавати індивідуальні пропозиції, що відповідають їхнім потребам і побажанням. Це дозволяє підвищити ефективність рекламних зусиль та забезпечити більшу конверсію.

Мета дослідження: проаналізувати маркетингову діяльність на туристичному підприємстві та розробити практичні рекомендації щодо її удосконалення.

Завдання дослідження:

1. Дослідити науково-методичні основи маркетингової діяльності.
2. Розглянути особливості маркетингу в туристичній діяльності, уточнити основні поняття.
3. Дати загальну характеристику турфірми «Давай поїдемо».
4. Здійснити аналіз економічної і маркетингової діяльності об'єкта дослідження.

5. Розробити пропозиції щодо заходів з удосконалення маркетингової діяльності турфірми «Давай поїдемо».
6. Надати економічне обґрунтування запропонованих заходів.

Об'єкт дослідження: маркетингова діяльність в турфірмі «Давай поїдемо».

Предмет дослідження: науково-методичні засади та практичні підходи у маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Методи дослідження, які використовувались у кваліфікаційній роботі – це сукупність загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, за допомогою яких вирішувалися поставлені завдання: аналіз і синтез, індукція та дедукція; методи економічного аналізу, у тому числі індексний, абсолютних, відносних та середніх величин; табличний, групування, класифікації; експертні: SWOT-аналіз, ранжирування, порівняння, оцінювання. тощо.

Інформаційна база дослідження: нормативно-правові акти України, статистичні матеріали, наукова література, періодичні видання, матеріали туристичного підприємства «Давай поїдемо» за 2020-2022 роки, а також результати власних досліджень автора. Використовувалися наукові праці відомих вітчизняних і зарубіжних дослідників, присвячені управлінню туризмом і маркетингової діяльності: Афонченкової Т. М., Ведмідь Н. І., Герасименко В. Г., Давиденко І. В., Жукової Н. Л., Кіптенко В. К., Кифяка В. Ф., Котлера Ф., Кудли Е. Є., Мальської М. П., Мельниченко С. В., Правик Ю. М., Скопень М. М., Ткаченко Т. І., Школа І. М. та ін.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (49 найменувань). Загальний обсяг роботи 67 сторінок. Основний зміст викладено на 62 сторінках. Робота містить 9 таблиць і 18 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Науково-методичні основи маркетингової діяльності в туристичному підприємстві**» розглянуто сутність маркетингової діяльності. Проведено дослідження літературних джерел, в яких описано історичні передумови виникнення маркетингу. Розглянуто особливості маркетингової діяльності в туристичному підприємстві. Виявлено, що до головних особливостей маркетингової діяльності туристичного підприємства відносяться: сезонність, висока конкуренція, культурні цінності, після продажне обслуговування, репутація, орієнтація на індивідуальних клієнтів та важливість інтернет маркетингу.

У другому розділі «**Аналіз економічної та маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо»**» надано загальну характеристику і здійснено аналіз економічної та маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо».

Виявлено, що в даний час туристична фірма має економічні складності, прибуток падає, але керівництво прикладає зусилля по стабілізації ситуації.

Виявлено основний недолік, над яким необхідно працювати – слабкий інтернет маркетинг.

У третьому розділі *«Рекомендації щодо вдосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо»* за результатами дослідження запропоновано комплекс заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми та проаналізована їх ефективність з акцентом на використання сучасних маркетингових комунікаційних технологій.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного дослідження зроблені такі висновки:

1. Дослідивши науково-методичні основи маркетингової діяльності, було виявлено, що вона базується на принципах аналізу ринку, визначення цільової аудиторії, розробки маркетингових стратегій та тактик. Проведений аналіз літературних джерел підтвердив ефективність застосування маркетингових інструментів у туристичній галузі.

2. Розглянувши особливості маркетингу в туристичній діяльності, включаючи основні поняття, такі як туристичний продукт, сегментування ринку, сезонність, висока конкуренція, культурні цінності, після продажне обслуговування, репутація, орієнтація на індивідуальних клієнтів, інтернет-маркетинг та інші, було виявлено особливості, пов'язані з сезонністю попиту, конкуренцією між туристичними фірмами та потребами різних сегментів туристичного ринку.

3. Надано загальна характеристика туристичної фірми «Давай поїдемо», включаючи організаційно-правовий статус, структура, персонал, цілі, асортимент послуг тощо. Виявлено, що «Давай поїдемо» є відомою турфірмою зі стабільною репутацією на ринку туристичних послуг.

4. Здійснений аналіз економічної і маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо» виявив основні сильні та слабкі сторони компанії. Аналіз рентабельності реалізації продукції туристичної фірми «Давай поїдемо» виявив падіння цього показника у 2022 році порівняно з 2020 роком на 3.1% та порівняно з 2021 роком на 2.6%. На даний час туристична фірма має економічні складності, прибуток падає. Результати SWOT-аналізу встановили, що фірма може покращити ефективність використання маркетингових інструментів для залучення нових клієнтів. Виявлено основний недолік, над яким необхідно працювати – це слабкий інтернет маркетинг, мала присутність турфірми в Інтернеті, відсутність відповідної реклами послуг фірми.

5. Розроблено пропозиції щодо заходів з удосконалення маркетингової діяльності туристичної фірми «Давай поїдемо». Пропозиції включають запровадження нових маркетингових стратегій, розширення цільової аудиторії, покращення взаємодії з клієнтами та інші заходи, спрямовані на підвищення конкурентоспроможності компанії. Заходи з удосконалення маркетингової

діяльності «Давай поїдемо» направлені на розвиток інтернет-маркетингу фірми, а саме:

- використання пошукової реклами Google Ads та ін.;
- використання реклами в соціальних мережах (Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn);
- використання банерної реклами та буклетів.

6. Надано економічне обґрунтування запропонованих заходів, включаючи оцінку витрат та очікувані економічні результати. З'ясовано, що додатковий дохід туристичної фірми при використанні різних видів інтернет реклами складе 31700 грн. Найбільша частка додаткового доходу від реклами в соціальних мережах – 15000 грн. Обчислено рентабельність від впровадження кожного заходу. Найбільший коефіцієнт рентабельності у реклами в соцмережах, він складає 21%. Далі йде пошукова реклама з коефіцієнтом рентабельності 13%; буклети (рентабельність 10%), банерна реклама (6%) та інші види реклами (рентабельність 4%). Виявлено, що впровадження запропонованих заходів буде ефективним і принесе позитивний фінансовий результат для туристичної фірми «Давай поїдемо».