

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи магістра

на тему «Удосконалення маркетингової діяльності туристичного підприємства (на матеріалах ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»)»

«Improvement of the marketing activity of the tourist enterprise
(on the materials of PE Travel Agency «Sezon podorozhei»)»

Виконала: студентка 2 курсу,
Групи 6МНгт
спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма:
«Менеджмент готельного і туристичного
бізнесу»

_____ Ананійчук О.О. _____
(прізвище та ініціали студента)

Керівник _____ Вольвач І.Ю. _____
(прізвище та ініціали)

Рецензент _____ Барчук Д.О. _____
(прізвище та ініціали)

Херсон – 2021 р.

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент готельного і туристичного бізнесу»

ЗАТВЕРДЖУЮ

В.о.завідувача кафедри

_____ к.е.н., доц. Набока Р.М.

« _____ » _____ 2021 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Ананійчук Олесі Олегівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Удосконалення маркетингової діяльності туристичного підприємства (на матеріалах ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»)»
керівник роботи к.е.н., доцент Вольвач І. Ю.

(прізвище, ім'я, по батькові)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 11.10.2021 р. № 503-с

2. Строк подання студентом роботи 20.12.2021 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей» за період 2019-2020 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

Вступ

1. Теоретичні засади управління маркетинговою діяльністю підприємства

2. Оцінка маркетингової діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»

3. Розробка рекомендацій щодо удосконалення маркетингової діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Ілюстративні матеріали на 6 сторінках _____

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з використання ПЕОМ	Вольвач І.Ю., к.е.н., доцент		
Консультант з нормоконтролю	Пацай Т.В., ст. викл.		

7. Дата видачі завдання 11.10.2021 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Робота над теоретико-методичним розділом	до 20 жовтня 2021 року	Викон.
2.	Збір матеріалів для написання кваліфікаційної роботи магістра	до 30 жовтня 2021 року	Викон.
3.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	до 15 листопада 2021 року	Викон.
4.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	до 25 листопада 2021 року	Викон.
5.	Робота над висновками і пропозиціями	до 30 листопада 2021 року	Викон.
6.	Представлення завершеної роботи керівнику	до 01 грудня 2021 року	Викон.
7.	Отримання відзиву та рецензії	до 03 грудня 2021 року	Викон.
8.	Подання завершеної роботи для перевірки на плагіат	до 05 грудня 2021 року	Викон.
9.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи магістра	до 17 грудня 2021 року	Викон.

Студент _____ Ананійчук О.О.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Вольвач І.Ю.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Ананійчук О.О. Удосконалення маркетингової діяльності туристичного підприємства (на матеріалах ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»).

Магістерська кваліфікаційна робота присвячена дослідженню теоретико-методичних та практичних аспектів удосконалення маркетингової діяльності підприємства. Розглянуто теоретичні засади маркетингової діяльності, досліджено методичні підходи до її оцінки. Здійснено аналіз маркетингової діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей». Надано практичні рекомендації щодо удосконалення маркетингової діяльності досліджуваного підприємства.

Ключові слова: маркетинг, маркетингова діяльність, ринок туристичних послуг, туристичне підприємство, удосконалення.

ANNOTATION

Ananiychuk O.O. Improvement of the marketing activity of the tourist enterprise (on the materials of PE Travel Agency «Sezon podorozhei»).

The master's qualification work is devoted to the study of theoretical and methodological and practical aspects of improving the marketing activities of the enterprise. Theoretical principles of marketing activity are considered, methodical approaches to its estimation are investigated. An analysis of the marketing activities of PE Travel Agency «Sezon podorozhei». Practical recommendations for improving the marketing activities of the researched enterprise are given.

Key words: marketing, marketing activities, tourist services market, tourism enterprise, improvements.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	9
1.1. Сутність маркетингової діяльності підприємства	9
1.2. Характеристика сучасних тенденцій розвитку маркетингової діяльності підприємств	19
1.3. Методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності підприємства	25
Висновки до розділу 1	35
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП ТУРИСТИЧНА ФІРМА «СЕЗОН ПОДОРОЖЕЙ»	37
2.1. Основні тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні та світі	37
2.2. Загальна характеристика діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»	54
2.3. Аналіз маркетингової діяльності підприємства з використанням ПЕОМ	61
Висновки до розділу 2	66
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПП ТУРИСТИЧНА ФІРМА «СЕЗОН ПОДОРОЖЕЙ»	68
3.1. Формування моделі управління маркетинговою діяльністю ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»	68
3.2. Обґрунтування вибору засобів маркетингових комунікацій підприємства	73
3.3. Впровадження CRM-системи для удосконалення маркетингової діяльності підприємств	77
Висновки до розділу 3	83
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	89

ВСТУП

Сучасне підприємство функціонує в складних умовах нестабільності та непередбачуваності. Така ситуація вимагає постійної діагностики, аналізу, моніторингу умов, що склалися. Важливе місце в дослідженні умов функціонування підприємства займає аналіз його маркетингової діяльності. Забезпечення своєчасного управління маркетинговою діяльністю підприємства має важливе значення, оскільки представляє цільову орієнтацію ринкової діяльності підприємства, яка пов'язана із задоволенням потреб суспільства та окремих осіб. Крім того є актуальним дослідження та оцінка ринку, його потенціалу, місткості, кон'юнктури, попиту, поведінки споживачів, можливостей підприємства, конкуренції тощо. Важливим аспектом в управлінні маркетинговою діяльністю підприємства є оцінка її ефективності, що виявляється в організації технологічного процесу від проекту товару до його споживання та ін.

Забезпечення організаційних складових формування комплексу маркетингу дозволяє вирішити ряд завдань, до яких відносяться: розподіл обов'язків між окремими працівниками компанії у виконанні маркетингових функцій; встановлення системи взаємовідносин між відділом маркетингу та іншими структурними підрозділами підприємства; визначення основних центрів відповідальності за результати управління маркетингом. Управління маркетингом першочергово базується на використанні маркетингового підходу в управлінні бізнес-процесами. Це дозволяє забезпечити інтегрований комплекс ефективної взаємодії відділу маркетингу з іншими відділами, забезпечивши тим самим передумови для ефективного впровадження стратегії розвитку.

Окремі проблеми щодо управління маркетинговою діяльністю, її удосконалення за сучасних умов вивчають Волкова М.В., Гузенко Г.М., Ковбас І.М., Коноплянникова М.А., Меленчук Ю.Т., Мосійчук І.В. та ін. Так,

Мосійчук І.В. у своїх дослідженнях розглядає особливості управління маркетинговою діяльністю підприємств в Україні. Меленчук Ю.Т. вивчає теоретико-методичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності підприємств за сучасних умов. Поняття, принципи, підходи до управління маркетинговою діяльністю розглядає Коноплянникова М.А., Гузенко Г.М. та Волкова М.В. вивчають проблеми управління та напрями вдосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Метою кваліфікаційної роботи магістра є дослідження маркетингової діяльності туристичного підприємства та розробка практичних рекомендацій щодо її удосконалення.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- розкрити сутність маркетингової діяльності підприємства;
- охарактеризувати сучасні тенденції розвитку маркетингової діяльності підприємств;
- визначити методичні підходи до оцінювання маркетингової діяльності підприємства;
- дослідити основні тенденції розвитку туристичної діяльності в Україні та світі;
- надати загальну характеристику діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей»;
- здійснити аналіз маркетингової діяльності підприємства;
- сформулювати напрями удосконалення маркетингової діяльності підприємства;
- розрахувати ефективність запроваджених заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є процеси управління маркетинговою діяльністю на ПП Туристична фірма «Сезон подорожей».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів удосконалення маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі акти України, постанови уряду. У процесі написання кваліфікаційної роботи досліджені праці провідних українських і зарубіжних спеціалістів в галузі маркетингового управління.

Інформаційною базою також слугували матеріали Державної служби статистики України, матеріали звітів Всесвітньої Туристичної Організації, першого українського онлайн-журналу для професіоналів туристичного бізнесу, звітні дані щодо діяльності ПП Туристична фірма «Сезон подорожей» за період 2019-2020 рр.

Під час виконання кваліфікаційної роботи магістра використовувались загальнонаукові методи аналізу, узагальнення та систематизації, системний і комплексний аналіз; розрахунково-аналітичні та порівняльні методи; графічний метод.

Теоретичні положення кваліфікаційної роботи магістра доведені до рівня конкретних методичних рекомендацій і можуть бути використані керівництвом ПП Туристична фірма «Сезон подорожей» під час формування системи заходів щодо удосконалення маркетингової діяльності туристичного підприємства.

Результати дослідження були апробовані на Всеукраїнській науково-практичній Інтернет-конференції молодих учених та студентів «Інструменти забезпечення економічної ефективності підприємств: соціальний аспект», яка відбулась 19 листопада 2021 року.

Кваліфікаційна робота магістра містить 22 таблиці, використано 54 джерела літератури. Обсяг роботи 93 сторінки.