МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ КУЛЬТУРИ

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА БІЗНЕСУ

Кафедра туристичного бізнесу

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Допущений до захисту:
завідувач кафедри
д-р. культ., доц. Л. Д. Божко

Виконав:
Студент магістратури
факультету управління та бізнесу
денної форми навчання
спеціальності 242 «Туризм» В. І. Дмитренко

Науковий керівник:
к. н. соц. ком. С. С. Ростовцев

Харків – 2020

ЗМІСТ

ВСТУП……... 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ……..……... 9

1.1 Роль реклами в туризмі …….…….…… 9

1.2 Стратегія маркетингу в туризмі..……..…….. 14

1.3 Інтернет-маркетинг як новий засіб просування ……..……. 18

1.4 Методи просування туристичних компаній ……..……..……. 20

Висновки до розділу 1…….. 24

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ …….…….. 26

2.1 Характеристика туристичного ринку України …… 26

2.2 Порівняльний аналіз інтернет-маркетингової діяльності туристичних компаній ……..… 29

2.3 Аналіз представленості турфірм у соціальних мережах…… 3

Висновки до розділу 2…….. 7

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МЕТОДІВ РЕВАЛІЗАЦІЇ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ 4 2

3.1 Розробка проекту інтернет-маркетингового агентства з обслуговування туристичних підприємств ……... 4

3.2 Методи просування туристичних підприємств та маркетингового агентства …… 3

Висновки до розділу 3…….. 4

ВИСНОВКИ…….. 3

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ…… 46

ДОДАТКИ……. 56

51

53

55

56

59

ВСТУП

Необхідність застосування різноманітних підходів для просування діяльності підприємств різних галузей, у тому числі й туристичної сфери, не викликає сумнівів. Необхідність побудови потужного бренду компанії, залучення нових клієнтів, утримання вже існуючих, важливість позиціонування компанії та зайняття нею певних ніш на ринку вимагає від підприємств певних умінь та навичок щодо застосування сучасних маркетингових інструментів.

На сьогоднішній день поряд із традиційними методами просування компаній, значного розвитку набирає інтернет-маркетингова діяльність, що є відносно новим явищем, знаходиться у стані постійного розвитку і вимагає до себе певної уваги від учасників ринку. Онлайн-середовище залучає у себе дедалі більше користувачів, і в результаті стає одним із найпріоритетніших та цікавих для бізнесу з точки зору потенційних клієнтів. Разом з тим, це ставить певні виклики перед організаціями, з точки зору адаптації до нових вимог.

Більшість компаній, у тому числі й туристичних, намагаються використовувати окремі елементи інтернет-маркетингу у своїй діяльності, втім рівень ефективності даної активності переважно залишається на недостатньому рівні. Причиною тому здебільшого є небажання або відсутність у керівництва ресурсів для залучення професійних кадрів, і використання у результаті вже існуючих працівників, рівень знань яких з інтернет-маркетингу залишається на низькому рівні.

Саме тому, в умовах високої конкуренції на туристичному ринку та розвитку інтернет-маркетингових технологій, доцільним є вивчення особливостей їх застосування та надання певних рекомендацій.

Об'єкт дослідження – інтернет-маркетинг в туризмі.

Предмет дослідження – особливості застосування інтернет-маркетингу в туристичному бізнесі.

Метою даної дипломної роботи є розробка проекту та стратегії просування туристичної організації за рахунок сучасних методів інтернет-маркетингу.

Реалізація мети дослідження потребує вирішення таких *завдань*:

– розглянути теоретичні аспекти розвитку реклами;

– розглянути основні маркетингові стратегії в туризмі;

– проаналізувати основні методи просування в онлайн-середовищі;

– надати характеристику туристичного ринку України з точки зору представленості в інтернеті;

– провести порівняльний аналіз інтернет-маркетингової діяльності туристичних компаній;

– розробити проект інтернет-маркетингового агентства з обслуговування туристичних підприємств;

– запропонувати методи просування туристичних підприємств та маркетингового агентства.

Методи дослідження. На різних етапах написання даної дипломної роботи використовувалися загальнонаукові і спеціальні методи: джерелознавчий пошук та аналіз профільних публікацій – для визначення стану розробленості наукової проблеми; контент-аналіз – для з'ясування особливостей змістовного наповнення туристичних веб-сайтів, термінологічний – для уточнення понятєвого апарату предметної сфери; компаративний – для порівняння ступеня залученості турфірм в онлайн-середовище; метод моделювання – для розроблення алгоритмів тестування реклами туристичних послуг.

Наукова новизна роботи полягає у розробці рекомендацій щодо методів просування туристичних послуг в інтернеті.

Апробація результатів дослідження. Основні положення і результати роботи розглянуто та схвалено на Всеукраїнській науково-практичній інтернет-конференції, що проходила 29-30 жовтня 2018 р. у м. Умань.

Практичне значення роботи полягає у тому, що розроблені рекомендації можуть бути використані як туристичними агентствами для просування власної діяльності, так і спеціалістами з інтернет-маркетингу для створення бізнес-проекту.

Робота складається з трьох розділів. У першому розділі розглянуто теоретичні аспекти інтернет-маркетингу в туристичному бізнесі. У другому розділі проведено аналіз інтернет-маркетингової діяльності туристичних підприємств України. У третьому розділі запропоновано методи просування туристичних підприємств.

При написанні роботи було використано 84 джерела.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Будя О.П. Вертелєва О.В. Інноваційні напрями розвитку маркетингу в сфері туризму і гостинності // Зовнішня торгівля: право та економіка. 2008. №6. С.142-149.

2. Види реклами в інтернеті та особливості кожного з них. AG.Marketing. URL: https://ag.marketing/vidy-reklamy-v-interneti/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

3. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

4. Заячковська Г.А. Сучасна концепція маркетингу міжнародних туристичних послуг: інтердисциплінарний підхід // Європейський вектор економічного розвитку. 2013. № 2(15) С. 106-113. 32

5. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. Маркетинг турпродукту : Підручник. Київ : Кондор, 2009. 394 с.

6. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг // Маркетинг в Україні. 2009. №3. С.57-59.

7. Кифяк В. Ф. Організація туризму : навчальний посібник. Чернівці : Книги-XXI, 2008. 344 с.

8. Котлер Ф. Основи маркетингу : коротк. Курс. Київ: Знання, 2009. 643 с.

9. Кудла Н. Є. Маркетинг туристичних послуг. Київ : Знання, 2011. 351 с.

10. Кулешова Н.В. Алгоритм формування маркетингової стратегії туристичного підприємства // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому, 2008. №12. С.214-219.

11. Лозова О.А. Особливості використання маркетингу в діяльності туристських підприємств // Культура народів Причорномор'я. 2012. № 253. С. 35–36.

12. Мальська, М. П., Бордун О. Ю. Планування діяльності туристичних підприємств : навч. посібник. Київ : Знання, 2005. 241 с.

13. Миронов Ю. Б. Особливості реклами в туризмі // Перехідні економічні системи. 2002. № 5 С.289-292.

14. Миронов Ю.Б. Особливості інноваційної діяльності у сфері туризму // Матеріали IV Міжнародної науково-практичної конференції "Проблеми формування та розвитку інноваційної інфраструктури: виклики постіндустріальної економіки" (м. Львів, 18-19 травня 2017 р.) / Видавництво Львівської політехніки. Львів, 2017. С.771-772.

15. Миронов Ю.Б., Ібрагімлі Т.І. Маркетингові стратегії туристичних підприємств // Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції "Стратегії та інновації: актуальні управлінські практики" (м. Кривий Ріг, 28 квітня 2018 р.) / ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Кривий Ріг, 2018. С.186-189.

16. Мороз Л. А. Маркетинг. Львів : ІнтелектЗахід, 2005. 276 с.

17. Пальчук М.І. Особливості туристичного маркетингу / М.І. Пальчук// Культура народів Причорномор'я. - 2003. - №38. - С.37-40.

18. Пасарюк З., Толстеньова А. Особливості маркетингу у сфері туризму. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/pasarjuk.htm (дата звернення: 21. 01. 2020).

19. Рейтинг туроператорів 2019. URL: https://uata.com.ua/2019/11/tf-summer-2019/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

20. Тєлєтов О.С. Особливості та перспективи маркетингу туристичних послуг в Україні // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2012. № 1. С. 21–34.

21. Чернюк М. Роль реклами в туризмі // Збірник тез доповідей II Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України» / 2017. С.120-122.

22. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії. Чернівці : Книги XXI, 2003. 595 с.

23. Що собою являє тизерна реклама. URL: https://pbb.lviv.ua/statti-i-novyny/statti-shchodo-stvorennia-saitu/tyzerna-reklama-plusy-i-minusy (дата звернення: 21. 01. 2020).

24. Що таке лендінг і які його переваги. URL: http://www.firtka.if.ua/blog/view/so-take-lending-i-aki-jogo-perevagi71642 (дата звернення: 21. 01. 2020).

25. Alexa. URL: https://www.alexa.com/siteinfo/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

26. JoinUp!. URL: https://joinup.ua/gde-kupit/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

27. Nykiel R.A. Handbook of Marketing Research Methodologies for Hospitality and Tourism. New York: The Haworth Hospitality & Tourism Press, 2006. 368 p.

28. PageSpeed Insights. URL: https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=uk (дата звернення: 21. 01. 2020).

29. PR-CY. URL: https://pr-cy.ru/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

30. SimilarWeb. URL: https://www.similarweb.com/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

31. TUI. URL: https://www.tui.ua/about/ (дата звернення: 21. 01. 2020).

ДОДАТКИ

Додаток А

Табл. А.1

Схема реклами у FB-1

Конверсії/Тайланд/Fb/ lenta/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2

		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. А.2

Схема реклами у FB-2

Конверсії/Тайланд/Fb/ Stor/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. А.3

Схема реклами у FB-3

Конверсії/Тайланд/Insta/ lenta/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. А.4

Схема реклами у FB-4

Конверсії/Тайланд/Fb/ Stor/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1
		Огол.2,фото-2,текст-2
		Огол.3,відео-1,текст-1
		Огол.4,відео-2,текст-2

Додаток Б

Табл. Б.1

Схема реклами у FB-1

Конверсії/Тайланд/Fb/ lenta/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. Б.2

Схема реклами у FB-2

Конверсії/Тайланд/Fb/ Stor/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. Б.3

Схема реклами у FB-3

Конверсії/Тайланд/Insta/ lenta/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2

Табл. Б.4

Схема реклами у FB-4

Конверсії/Тайланд/Insta/ Stor/Ч+Ж(18-55)	Широка/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ж(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Широка/Ч(18-55)Fb/lenta	Огол.2,фото-2,текст-2 Огол.3,відео-1,текст-1
	Подорож/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Відпочинок/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2
	Одруження/Ч+Ж(18-55)FB/lenta	Огол.1,фото-1,текст-1 Огол.4,відео-2,текст-2