

УДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Ольховська Н.О., Сударкіна С.П.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», Харків

Туристична діяльність належить до сфери послуг і є однією з найбільших і динамічних галузей економіки. Високі темпи її розвитку, великі об'єми валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню індустрії гостинності. Сучасний достаток туристичних організацій в Україні вимагає розробки і здійснення маркетингової політики, головна мета якої полягає в залученні максимального числа туристів і здобутті стабільних доходів.

Моя робота присвячена певним діям по удосконаленню маркетингового стану у туристичній галузі. В роботі розглянуті такі питання:

- 1) основні принципи маркетингу у туристичній галузі;
- 2) особливості маркетингових досліджень у туризмі;
- 3) створення якісного турпродукту як функція туристичного маркетингу;
- 4) реклама та піар як основні засоби просування турпродукту;
- 5) організаційно-економічна характеристика підприємства (на прикладі ПП «Ольва-тур»);
- 6) відділ маркетингу та маркетингова стратегія туристичного підприємства;
- 7) основні маркетингові проблеми на підприємстві;
- 8) оптимізація діяльності відділу маркетингу та реклами на туристичному підприємстві;
- 9) розробка плану маркетингових заходів на 2011 рік;
- 10) ефективність реклами у туристичній діяльності.

В ході своєї діяльності туристичним підприємствам доводиться вирішувати багато складних проблем:

- пошук ринків збуту туристичних послуг;
- збереження або залучення нових клієнтів;
- розробка певних завдань в плані надання туристичних послуг;
- засоби ведення конкуренції та ін.

У моїй роботі запропоновані такі дії по вирішенню цих проблем:

- оптимізація рекламних процесів, вживання нових видів та засобів реклами;
- введення на туристичному підприємстві посади начальника служби маркетингу та реклами;
- проведення рекламних турів для тур агентів.