

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
БАКАЛАВРА**

на тему:

«Особливості рекламної діяльності в індустрії туризму України»

**Виконав: здобувач 4 курсу, групи ТР-20-1
спеціальності 242 «Туризм»**

Рацибарська С. Д.

**Керівник: Смесова В. Л., д.е.н., проф.,
професор кафедри менеджменту**

**м. Дніпро
2024**

АНОТАЦІЯ

Рацибарська С. Д. ОСОБЛИВОСТІ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Об'єкт дослідження: рекламна діяльність в туристичній індустрії України.

Предмет дослідження: процес розробки та здійснення рекламної діяльності в туристичній галузі України.

Мета роботи: обґрунтування теоретичних та практичних засад рекламної діяльності в індустрії туризму України, розробка рекомендацій щодо вдосконалення рекламної діяльності туристичних підприємств.

Одержані висновки та їх новизна: виявлено, що рекламна діяльність туристичних підприємств на українському ринку характеризується активним використанням онлайн-каналів для просування, зростанням застосування можливостей соціальних мереж та веб-сайтів як основного інструменту просування, а також обмеженим залученням рекламних та маркетингових фірм до процесу рекламування та просування підприємств сфери туризму України. Весь цей процес в основному централізовано керується туристичними фірмами для оптимізації витрат. Було запропоновано впровадити в маркетингову діяльність туристичних підприємств «Coral Travel» та «Join Up!» системи управління рекламною діяльністю на основі штучного інтелекту, посилення рекламної діяльності за рахунок збільшення рекламного бюджету на онлайн-рекламу та рекламу у блогерів, активізації систем стимулювання збуту та кешбеків.

Результати дослідження можуть бути використані в процесі управління підприємствами туристичної галузі, зокрема для удосконалення процесу формування рекламних кампаній туристичного агентства.

Дипломна робота: 78 с., 24 рис., 2 табл., 47 джерел.

Ключові слова: реклама, маркетинг, просування, соціальні мережі, штучний інтелект, інновації, цифровізація.

SUMMARY

Ratsybarska S. D. FEATURES OF ADVERTISING ACTIVITIES IN THE TOURISM INDUSTRY OF UKRAINE

The research object is advertising activity in the tourism industry of Ukraine.

The research subject is the process of developing and implementing advertising activities in the tourism industry of Ukraine.

The research paper aims at the substantiation of the theoretical and practical principles of advertising in the tourism industry of Ukraine, development of recommendations for improving the advertising of tourist enterprises.

The scientific novelty of the study: it was found that the advertising activity of tourist enterprises on the Ukrainian market is characterized by the active use of online channels for promotion, the growing use of the possibilities of social networks and websites as the main promotion tool, as well as the limited involvement of advertising and marketing firms in the advertising process and promotion of tourism enterprises of Ukraine. This whole process is mostly centrally managed by travel firms to optimize costs. It was proposed to introduce «Coral Travel» and «Join Up!» into the marketing activities of tourist enterprises. advertising management systems based on artificial intelligence, strengthening of advertising activities due to the increase of the advertising budget for online advertising and advertising with bloggers, activation of sales promotion systems and cashbacks.

The results of the research can be implemented in the process of managing enterprises in the tourism industry, in particular, to improve the process of forming advertising campaigns of a travel agency.

The degree paper amounts 78 pages. It is illustrated with 24 fig., 2 tables; 47 references are used.

Keywords: advertising, marketing, promotion, social networks, artificial intelligence, innovation, digitalization.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	11
1.1. Рекламна діяльність на ринку туристичних послуг: сутність та види	11
1.2. Фактори впливу на рекламну діяльність туристичного підприємства	17
1.3. Інтернет-реклама як інструмент розвитку туризму	22
РОЗДІЛ 2. РЕКЛАМНА ДІЯЛЬНІСТЬ В ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	30
2.1. Специфіка рекламної діяльності в туристичній галузі України	30
2.2. Аналіз найкращих рекламних продуктів у туризмі	40
2.3. Проблеми в рекламній діяльності туристичних підприємств України	46
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКЛАМИ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	55
3.1. Перспективи використання реклами в індустрії туризму	55
3.2. Рекомендації по вдосконаленню рекламної діяльності підприємств індустрії туризму	60
3.3. Інноваційні підходи і технології в рекламній діяльності туристичних підприємств України	65
ВИСНОВКИ	72
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	76