

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ
КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач випускної кафедри

_____ Т. КНЯЗЄВА

“ _____ ” _____ 22 р.

ВИПУСКНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР
СПЕЦІАЛЬНОСТІ 075 «МАРКЕТИНГ»
ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА «ЕЛЕКТРОННИЙ МАРКЕТИНГ»

Тема: «Дослідження впливу цифрового маркетингу на діяльність авіакомпанії»

Виконавець: Шуліка Катерина Олександрівна

Керівник: к.е.н., доцент Ярмолюк О.Я.

Нормоконтролер: к.е.н., доцент Полоус О.В.

КИЇВ 2022

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет економіки та бізнес-адміністрування
Кафедра маркетингу
Спеціальність: 075 «Маркетинг»
Освітньо-професійна програма: «Маркетинг»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач випускної кафедри
_____ Т.КНЯЗЄВА
«__» _____ 20__р.

ЗАВДАННЯ
на виконання кваліфікаційної роботи
Шуліки Катерини Олександрівни
(П.І.Б. здобувача)

1. Тема роботи «Дослідження впливу цифрового маркетингу на діяльність авіакомпанії» затверджена наказом ректора від «__» __22р. №_/ст.
2. Термін виконання роботи: 23.05.2022 р. по 19.06.2022 р.
3. Вихідні дані роботи: статистичні дані, нормативно-правова база, електронні інформаційні джерела, матеріали періодичних видань.
4. Зміст пояснювальної записки: вступ; сутність маркетингової стратегії та її роль у розвитку підприємства; аналіз операційної та маркетингової стратегії ТОВ «SkyUp»; пропозиції щодо удосконалення маркетингової стратегії ТОВ «SkyUp»; висновки.
5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: класифікація маркетингових стратегій і процес формування маркетингової стратегії в системі управління; етапи та інструментарій розробки маркетингової стратегії підприємства; загальна характеристика та організаційна структура ТОВ «SkyUp»; аналіз маркетингової діяльності ТОВ «SkyUp»; формування ринкового позиціонування продукції ТОВ «SkyUp».
6. Календарний план-графік

№ пор.	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Видача завдання	23.05.2022	
2	Збір та обробка статистичної інформації	23.05.2022-26.05.2022	
3	Вивчення стану проблем, опрацювання джерел	27.05.2022-29.05.2022	
4	Написання теоретичної частини	30.05.2022-04.06.2022	
5	Написання аналітичної частини	05.06.2022-10.06.2022	
6	Написання практичної частини	05.06.2022-10.06.2022	
7	Написання вступу та висновків	11.06.2022-12.06.2022	
8	Оформлення пояснювальної записки, наочного а графічного матеріалу, підготовка доповіді, перед захист	13.06.2022-14.06.2022	
9	Проходження нормо контролю, перевірка на плагіат, оформлення документів захисту роботи, подання роботи на кафедру	15.06.2022-16.06.2022	

7. Дата видачі завдання: 23.05.2022 р.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Олексій ЯРМОЛЮК

Завдання прийняв до виконання _____ Катерина ШУЛКА

АНОТАЦІЯ

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи «Дослідження впливу цифрового маркетингу на діяльність авіакомпанії».

СТРАТЕГІЯ, СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ, КЛАСИФІКАЦІЯ СТРАТЕГІЙ, ОПЕРАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, УПРАВЛІННЯ, СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність української авіакомпанії «SkyUp», а предметом дослідження є види маркетингового інструментарію, порівняння в авіакомпанії «SkyUp».

Метою кваліфікаційної роботи є проведення маркетингового дослідження для прийняття рішень щодо розв'язання проблем пасажирський авіаперевезень у зв'язку з пандемією COVID-19.

На основі цього використовувалися такі методи:

- метод «квадрат потенціалу»,
- елементи комплексу 4P;
- SWOT – аналіз;
- аналіз чинників забезпечення конкурентоспроможності;
- аналіз конкурентного статусу;
- метод аналізу (для розгляду авіакомпанії «SkyUp» з мікроекономічного та макроекономічного боку).

Методологічну основу дослідження склали праці вчених щодо забезпечення ефективності нарощування конкурентоспроможності авіапідприємства, також сегментування в цілому за допомогою різних методів та підходів.

Наукова новизна одержаних результатів. Основний результат дослідження полягає у формуванні інноваційного маркетингового інструментарію для формування позитивного іміджу компанії на авіаційному ринку України. Сегментування ринку пасажирських авіаперевезень України під час COVID-19 та воєнний період.

Значущість виконаної роботи та висновки дослідження, що отримані автором результати мають сприяти забезпеченню конкурентоспроможності авіапідприємства.

Рекомендації щодо використаних результатів рекомендується використовувати під час проведення наукових досліджень, в начальному процесі і в практичній діяльності фахівців підрозділів ТОВ «Авіакомпанія SkyUp», як напрями ефективного управління конкурентоспроможністю транспортних послуг підприємства.

Сектор застосування і ступінь впровадження матеріалів кваліфікаційної роботи, що розкрили методичне забезпечення формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства, розширюється індивідуальністю запропонованого підходу.

Прогнозні припущення про розвиток об'єкту і предмету дослідження. Отримані результати дозволяють в майбутніх дослідженнях розвивати теорію забезпечення конкурентоспроможності функціонування транспортного підприємства та реалізації транспортних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Digital-маркетинг. URL: <https://elit-web.ua/blog/digital-marketing-cho-eto>
2. Васильців Н. М. Цифровий маркетинг як складник перспективного напрямку розвитку індустрії 4.0. Науковий погляд: економіка та управління. 2019. № 2. С. 35-40
3. Різниця між фірмовим стилем та брендингом. Strepsonsays URL: <https://uk.strepsonsays.com/corporate-identity-and-vs-branding-821>
4. Калієва О.М. Марченко В.Н. Сучасні тренди розвитку брендингу в ринкових умовах. 2014 с.109-112
5. Digital-marketing URL: <https://gusarov-group.by/digital-marketing-uzhe-netot-razbiraemsya-pochemu>
6. Гуменна О. В. Сучасні інструменти цифрового маркетингу в системі інтегрованих маркетингових комунікацій. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2016. Т. 1, вип. 1. С. 48-53.
7. Digital-marketing URL: <https://nextel.cloud/marketing/digital-marketing>
8. Digital marketing & branding URL : <https://dalistrategies.com/ua/brending/>
9. Каніщенко О. Актуальні дослідження інтернет-маркетингових комунікацій. Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. 2015. № 2. С. 149-152.
10. Belanger, С.Н. & Bali S. & Longden В. (2014). Tertiary Education and Management: How Canadian universities use social media to brand Themselves.
11. Студинська Г.Я. Системність розвитку та просування бренду як умова його ефективності / Г.Я. Студинська // Інноваційна економіка, 2015. – №5. – С. 185-192
12. Ілляшенко С. М. Інноваційний розвиток : маркетинг і менеджмент знань: монографія. Суми : Діса плюс, 2016. 192 с.

13. Довгань В. Перспективи розвитку авіаційної галузі України. Центр транспортних стратегій. 2020. URL: https://cfts.org.ua/blogs/perspektivi_rozvitku_aviatsiyno_galuzi_ukrani_553
14. Ареф'єва О.В. Адаптивне управління поіндустріалізацією економічних систем. Адаптивне управління підприємствами в умовах неотехнологічного відтворення: Монографія/ За редакцією Ареф'євої О.В. К.: ФОП Маслаков, 2020. 442 стр.
15. Економічна правда. Куди рухається українська авіаційна галузь? Інтерв'ю Дениса Корстжевського, голова ради директорів Міжнародного аеропорту «Київ» імені Сікорського URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2021/07/12/675859/>
16. МАУ URL: <https://www.flyuia.com/ua/ua/home>
17. Лісовська М. Брендинг безпечного відпочинку та криза міжнародного туризму в умовах пандемії COVID-19 / Київський університет ім. Б. Грінченка. Київ: - 2020. – С. 99 – 102 с.
18. Економічна безпека України : монографія / [В. Г. Федоренко, І. М. Грищенко, О. Ф. Новікова та ін. ; за ред. В. Г. Федоренка, І. М. Грищенко, Т. Є. Воронкової. — Київ : ТОВ «ДКС центр», 2017. — 462 с.
19. Понаморенко В.С. Тридід О.М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія. Х.: видавничий дім «ІНЖЕК», 2013. С.376.
20. Звіт про діяльність Державної авіаційної служби України за 2021 рік.
21. Ніколаєва В.М., Ковшова І.О. Формування іміджу авіакомпанії SKYUP: оцінка, управління, розвиток. Економіка та управління підприємствами. 2020. №42. URL: http://market-infr.od.ua/journals/2020/42_2020_ukr/35.pdf
22. Гетьман О. О., Шаповал В. М. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – Київ, центр навчальної літератури, 2006. – 488 с.

23. Бойчик І. М. Економіка підприємства: Навчальний посібник. – Вид. 2-ге, доповн. і переробл. – К.: Атака, 2006. – 528 с.
24. Маркетинг. Канали збуту. М. Григор'єв 2015.-256 с.
25. Україна та Туреччина підписали Спільну декларацію про співробітництво у галузі дотримання прав та безпеки туристів URL: [https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-ta-turechchina-pidpisali-spilnudeklaraciyu-pro-namiri-shchodo-spirobotnictva-u-galuzi-dotrimannya-prav-tabezpeki-turistiv](https://www.tourism.gov.ua/blog/ukrayina-ta-turechchina-pidpisali-spilnudeklaraciyu-pro-namiri-shchodo-spivrobotnictva-u-galuzi-dotrimannya-prav-tabezpeki-turistiv)
26. Інтерв'ю Дмитро Майстро, партнер ЮК «Майстро і Беженар», адвокат (Запоріжжя) URL: <https://yur-gazeta.com/golovna/pasport-vakcinaciyi-yak-sepracyue-i-yak-dopomagae-v-poyizdkah-za-kordon.html>
27. Політична нестабільність URL: <https://www.dw.com/uk/zaboronaaviareisiv-do-bilorusi-na-koho-v-ukraini-tse-vplyne/a-57660719>
28. Семенчук Т.Б. Сучасна модель формування іміджу організації. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 7(3). С. 178–181.]
29. Нові масштаби і горизонти: SkyUp розпочинає співпрацю з глобальною системою бронювання Sabre URL: https://skyup.aero/uk/news/novimasshtabi-i-gorizonti-skyup-rozpochinaye-spivpracyu-z-globalnoyusistemoyu-bronyuvannya-sabre_321
30. Офіційний сайт ФК «Шахтар». URL: https://shakhtar.com/ruru/news/2019/april/9_news/9_skyup/
31. Пілецька С.Т., Ткаченко Є.В., Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. Економічні студії. 2020 Вип. 1(27). С.146-150
32. Інтерв'ю у працівників SkyUp European Bussiness Association URL: <https://eba.com.ua/evakuatsijni-rejsy-perevezennya-gumanitarnogo-vantazhuvetliz-skyup-robyt-svij-vnesok-v-pidtrymku-ekonomiky-krayiny-pid-chasvijny-i-dopomagaye-ukrayintsyam/>
33. Офіційний сайт Sky up URL: <https://skyup.aero/uk/best>

34. SWOT-аналіз URL: <https://esputnik.com/uk/blog/swot-analiz-iz-prikladami>
35. Кобиляцький Л.С. Управління конкурентоспроможністю: Навчальний посібник. К.: Зовнішня торгівля, 2010. 304 с.
36. Рекомендації щодо застосування маркетингових комунікації брендом Sky up Україна.