

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему: «Діагностика маркетингової діяльності туристичного підприємства (на матеріалах Туристичного агентства «All Tours»))»

«Diagnostics of marketing activity of a tourism enterprise (on the materials of the Travel agency «All Tours »))»

Виконала: здобувачка першого (бакалаврського)
рівня вищої освіти
групи 4зМНгт
спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)
за ОПП «Менеджмент готельного і туристичного
бізнесу»

Сліпчук О.В.

(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник Воскресенська О. Є.

(прізвище та ініціали)

Хмельницький - 2025 року

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальності 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент готельного і туристичного бізнесу»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри к.е.н., доц.

Руслан НАБОКА

«_14_» __01__2025 р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Сліпчук Олександрі Владиславівні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи "Діагностика маркетингової діяльності туристичного підприємства (на матеріалах туристичного агентства "All Tours")"

керівник роботи Воскресенська О.Є. к.е.н., доцент,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від «14» 01.2025 р. № 27-с

2. Строк подання здобувачем роботи червня 2025

3. Вихідні дан до роботи Чинні закони та нормативні документи України, статистичні щорічники, навчальна література (підручники, посібники, монографії), наукові статті, словники, а також фінансова та нефінансова звітність підприємства. Організаційна структура управління і різні економічні показники.

4. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити).

1. Теорико-методологічні засади маркетингової діяльності підприємства.

2. Аналіз маркетингової діяльності туристичного агентства «All Tours».

3. Напрями підвищення ефективності маркетингової діяльності туристичного агентства "All Tours".

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

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	<i>Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА, доцент</i>	14.01.2025	21.05.2025
Консультант з нормоконтролю	<i>Олена БИЛИМ, ст. викладач</i>	14.01.2025	22.05.2025 03.06.2025

7. Дата видачі завдання 14.01.2025

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Огляд літературних джерел з теми	15.01.25-04.02.25	<i>виконано</i>
2	Складання і затвердження плану роботи	05.02.25-14.02.25	<i>виконано</i>
3	Написання 1 розділу	15.02.25-17.03.25	<i>виконано</i>
4	Написання 2 розділу	18.03.25-21.04.25	<i>виконано</i>
5	Написання 3 розділу	22.04.24-16.05.25	<i>виконано</i>
6	Формулювання висновків за темою дослідження	17.05.25-21.05.25	<i>виконано</i>
7	Оформлення роботи	22.05.25-03.06.25	<i>виконано</i>
8	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	04.06.25	<i>виконано</i>
9	Подання роботи для перевірки у КСПНП	10.06.25	<i>виконано</i>
10	Захист кваліфікаційної роботи в ЕК	20.06.2025	

Здобувач Олександра СЛІПЧУК
(підпис) (ім'я та прізвище)

Керівник роботи Олена ВОСКРЕСЕНСЬКА
(підпис) (ім'я та прізвище)

ЗМІСТ

ВСТУП	5
 РОЗДІЛ 1. ТЕОРИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	 7
1.1. Сутність маркетингової діяльності в туристичній галузі	7
1.2. Підходи та методи діагностики маркетингової діяльності	11
1.3. Теоретичні підходи до оцінки ефективності маркетингової діяльності	14
Висновки до розділу 1	17
 РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНСТВА "ALL TOURS"	 19
2.1. Дослідження міжнародного туристичного ринку	19
2.2. Сучасний стан та тенденції розвитку вітчизняної туристичної галузі	30
2.3. Дослідження маркетингової діяльності досліджуваного підприємства	45
Висновки до розділу 2	68
 РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО АГЕНСТВА "ALL TOURS"	 70
3.1. Пропозиції щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності туристичного агентства “All Tours”	70
3.2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності досліджуваного підприємства	73
Висновки до розділу 3	75
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	77
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81

ВСТУП

Туризм є однією з найбільш динамічних галузей світової економіки, яка відіграє важливу роль у формуванні доходів держави, розвитку міжнародних зв'язків, культурного обміну та створенні робочих місць. В умовах сучасних викликів, зокрема повномасштабної війни в Україні, дана галузь потребує особливої уваги з боку держави, науковців і бізнесу. Туризм впливає не лише на економіку, а й на імідж країни на міжнародній арені, тому питання ефективного управління туристичною діяльністю стає надзвичайно актуальним.

Важливою складовою забезпечення ефективності функціонування туристичного підприємства є маркетингова діяльність. Саме вона дозволяє виявляти потреби споживачів, формувати конкурентоспроможну пропозицію та ефективно просувати туристичні продукти на ринку. У зв'язку з цим, діагностика маркетингової діяльності є важливим етапом стратегічного управління підприємством, що дозволяє своєчасно виявити проблеми, проаналізувати чинники впливу зовнішнього та внутрішнього середовища і прийняти обґрунтовані управлінські рішення.

Для написання кваліфікаційної роботи бакалавра були використані праці: Брич В., Галиш Н., Бутенко Н. В., Романенко О. М., Ільченко А. В., Кифяк В. Ф., Білецький Ю. В., Барнова Л. В., Балабанова Л. В., Ковальчук Г. І., Кудирко І. М., Липчук В. І., Яшенко В. І., Вишневський О. С., Метіль Т. К., Захарченко М., Щуки Г., Коваленка О., Плотнікова М. Ф., Якобчук В. П., Ходаківський Є. І., Войтенко А. Б., Колеснікова М. С., Просперенко Т., Тесленко Т. В., Ройко Л. Л., Горяєва А. І. та інші.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розробка практичних рекомендацій щодо покращення ефективності маркетингової діяльності туристичного агентства «All Tours».

Для досягнення поставленої мети в роботі були визначені такі завдання:

1. Визначення сутності маркетингової діяльності в туристичній галузі.

2. Розгляд підходів та методів діагностики маркетингової діяльності.
3. Вивчення теоретичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності.
4. Дослідження міжнародного туристичного ринку.
5. Аналіз сучасного стану та тенденції розвитку вітчизняної туристичної галузі.
6. Дослідження маркетингової діяльності досліджуваного підприємства
7. Розробка практичних рекомендації для покращення маркетингової діяльності агентства.
8. Оцінювання ефективності маркетингової діяльності досліджуваного підприємства.

Об'єктом дослідження є туристичне агентство «All Tours».

Предметом дослідження є процес діагностики маркетингової діяльності підприємства та її вплив на ефективність його функціонування на туристичному ринку.

Для вирішення поставлених завдань у роботі були використані такі методи дослідження:

-теоретичні: аналіз наукової літератури, порівняльний аналіз, структурно-логічне узагальнення;

-методи математичної обробки результатів дослідження: обробка даних та їх результатів здійснювалась за допомогою електронних таблиць MS Excel.

Згальний зміст роботи викладено на 84 сторінках, в т.ч. 24 таблиць, 8 рисунків, 39 джерел використаної літератури.